REPRESENTASI IDEOLOGI KEKUASAAN DALAM KONVERGENSI MEDIA

(Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup)

IDEOLOGICAL REPRESENTATION OF POWER IN MEDIA CONVERGENCE

(Critical Discourse Analysis of Norman Fairclough in News Campaign 2014 Presidential Election in Kompas Group, Media Group, and MNC Group)

Oleh

DUDI ISKANDAR
NPM 210130150011

DISERTASI

Untuk Memperoleh Gelar Doktor dalam Bidang Ilmu Komunikasi pada Universitas Padjadjaran dengan Wibawa Rektor Universitas Padjadjaran

Dipertahankan pada Jumat, 15 Desember 2017 di Universitas Padjadjaran

UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
2017

HALAMAN PENGESAHAN

REPRESENTASI IDEOLOGI KEKUASAAN
DALAM KONVERGENSI MEDIA
(Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup)

Oleh
DUDI ISKANDAR
NPM : 210130150011

DISERTASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Doktor dalam Ilmu Komunikasi telah Disetujui oleh Tim Promotor pada Tanggal seperti Tercantum di Bawah ini

Bandung,

Tim Promotor

Dr. Antar Venus, MA Comm
Promotor

Dr. Aceng Abdullah, M.Si
Anggota Promotor

Dr. Herlina Agustin, MT
Anggota Promotor

POST-JOURNALISME
(REPRESENTASI IDEOLOGI KEKUASAAN DALAM KONVERGENSI MEDIA : Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup)

POST-JOURNALISM
(IDEOLOGICAL REPRESENTATION OF POWER IN MEDIA CONVERGENCE ; Critical Discourse Analysis of Norman Fairclough in News Campaign 2014 Presidential Election in Kompas Group, Media Group, and MNC Group)

Oleh :

DUDI ISKANDAR
NPM 210130150011

DISERTASI

Untuk Memperoleh Gelar Doktor dalam Bidang Ilmu Komunikasi pada Universitas Padjadjaran
dengan Wibawa Rektor Universitas Padjadjaran

Dipertahankan pada Jumat, 15 Desember 2017
di Universitas Padjadjaran

UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
2017

HALAMAN PENGESAHAN

REPRESENTASI IDEOLOGI KEKUASAAN
DALAM KONVERGENSI MEDIA
(Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup)

Oleh
DUDI ISKANDAR
NPM : 210130150011

DISERTASI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Doktor dalam Ilmu Komunikasi telah Disetujui oleh Tim Promotor pada Tanggal seperti Tercantum di Bawah ini

Bandung, 10 Desember 2017

Tim Promotor

ttd

Dr. Antar Venus, MA Comm
Promotor

ttd

Dr. Aceng Abdullah, M.Si

ttd

Dr. Herlina Agustin, MT

Anggota Promotor Anggota Promotor

PERNYATAAN

1. Disertasi yang diajukan adalah murni asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana, master, dan atau doktor) baik di Unpad maupun di perguruan tinggi lain.
2. Pernyataan ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian penulis sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali tim promotor
3. Dalam disertasi ini tidak terdapat karya-karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bagian dari naskah dengan disebutkan nama pengarang atau dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka penulis bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya serta norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 8 Desember 2017
Yang Membuat Pernyataan

Dudi Iskandar
NPM 210130150011

DALIL

- Keberpihakan politik media menjadikan konstruksi jurnalistik bermasalah baik secara substansi maupun etika
- Pengabaian pelanggaran substansi dan etika jurnalistik ini mengakibatkan kegoyahan epistemologi jurnalisme.
- Media tidak lagi berada dalam kesejatiannya sebagai nilai guna tetapi sudah berada dalam ranah nilai tukar dan bahkan nilai tanda
- Kekuasaan publik sangat dominan dalam mengkonstruksi realitas politik media
- Realitas yang kian kompleks mengharuskan kehadiran cara pandang atau paradigma yang baru terhadapnya
- Cara pandang baru terhadap ralitas itu adalah paradigma postmodern
- Pendidikan melek (literasi) media sangat penting untuk menumbuhkan pemahaman kritis terhadap realitas media

ABSTRAK

Momentum kampanye pemilihan presiden-wakil presiden (Pilpres) 2014, 5 Juni-5 Juli adalah masa paling krusial dalam perjalanan praktik jurnalistik dan organisasi media Indonesia. Kode etik jurnalistik sebagai panduan praktik jurnalistik diabaikan. Penelitian ini memotret pemberitaan tiga grup media (Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup) yang sudah melakukan konvergensi media selama kampanye Pilpres 2014. Ada lima wacana yang diteliti. Yaitu, kecurangan pilpres, dugaan pelanggaran HAM oleh Prabowo, debat capres-cawapres, konser musik Salam 2 Jari, dan keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dengan menggunakan metode penelitian analisis wacana kritis Norman Fairclough, penelitian ini menemuan pertama, semua media berpihak secara politik yang dibuktikan dengan teks yang mendukung salah satu pasangan calon presiden-wakil presiden. Kedua, dukungan politik ketiga grup media tersebut mengandung ideologi yang sama, yakni, ideologi berbasis pasar dan relasi kekuasaan. Dalam pilpres 2014 jurnalisme bergeser dari nilai guna menjadi nilai tukar dan nilai tanda. Pergeseran ini terjadi selain karena perkembangan teknologi komunikasi informasi, pun keberpihakan politik kekuasaan. Pergeseran ini pun menimbulkan anomali dan krisis epistemologi dalam jurnalisme. Di sinilah jurnalisme membutuhkan cara pandang baru, yaitu paradigma postmodern.

Kata kunci : berita, wacana, konvergensi media, kampanye pemilihan presiden-wakil presiden

ABSTRACT

Indonesia presidential-vice presidential election campaign, June 5-July 5 2014 was very crucial for journalism and media organizations in Indonesia. The journalistic code of ethics as a guide to journalistic practice is ignored. This research focus to news text campaign in three groups (Kompas Group, Media Group, and MNC Group) who have been doing media convergence during the 2014 presidential election campaign. There were five media-built discourses to win the pair of candidates they support. Such as, election fraud, alleged human rights conducted by Prabowo, presidential-vice presidential debate, Salam 2 Jari music concert, and alignments of President Susilo Bambang Yudhoyono. Using the research method of critical discourse analysis of Norman Fairclough, this study found, first, all the media are politically aligned as evidenced by the text supporting one of the presidential-vice presidential candidates. Second, the political support of the three media groups contains the same ideology, market-based ideology and power relations. In 2014 presidential election campaign journalism shifted from use value to exchange value and sign value. This shift occurs due to information and communication technology and the owners political. This shift raises the anomaly and epistemological crisis in journalism. This mean journalism requires a new worldview, the postmodern paradigm.

Kew words : news, discourse, media convergence, Indonesia presidential-vice presidential election campaign

KATA PENGANTAR

Pertama dan yang utama adalah memanjatkan tahiyyat islamiyyah kepada Allah Swt, sang khalik, dan Muhammad Saw, sang teladan di muka bumi. Berkat kekuatan, kesehatan , dan kemampuan yang dianugerahkan-Nya, sebagai makhluk kami berhasil menyelesaikan penelitian ini; dengan bimbingan dan arahannya, kami mampu menemukan cahaya dalam perjalanan hidup ini.

Kedua, ungkapan apresiasi tak terbahasakan diberikan kepada orang tua Hadiatin (ibu), Badrudin Saleh (bapak), dan Yulia Dewi Ratih (istri) serta dua putri kami Salsabila Anfang Mahadewi (sulung) dan Salsabila Alfa Mahaputeri (bungsu). Berkat doa merekalah tugas ini bisa dirampungkan. Agak muskil rasanya tanpa dukungan mereka kami bisa mengakhiri perjalanan ini.

Disertasi berjudul Representasi Ideologi Kekuasaan dalam Konvergensi Media (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Teks Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup) tidak mungkin tuntas tanpa bantuan semua kalangan. Oleh sebab itu, sebuah keniscayaan bagi kami untuk menyampaikan beragam terima kasih.

Tentu saja ucapan terima kasih terbesar sangat layak disanjungkan kepada tim promotor yang terdiri dari Dr. Antar Venus, MA Comm (ketua), Dr. Aceng Abdullah, M.Si dan Dr. Herlina Agustin, MT serta (anggota tim promotor) yang tidak pernah lelah memberikan saran, kritikan, dan masukan untuk kesempurnaan disertasi.

Begitu juga tim oponen yang terdiri dari Prof. Deddy Mulyana, MA, P.hD, Dr. Dedeh Fardiah, M.Si, dan Dr. Siti Karlina, M.Si yang telah membaca, menelaah, dan memberikan untuk keparipurnaan karya tulis ini. Juga representasi Guru Besar Prof. Dr. Ir. Mahfud Arifin, MS yang banyak memberikan pemikiran dalam perbaikan disertasi ini dalam pendekatan filsafat ilmu.

Dekan Fikom Dr. Dadang Rahmat Hidayat, M.Si dan para pembantu dekan serta Kaprodi S3 Ilmu Komunikasi Dr. Atwar Bajari bersama sekretarisnya Dr. Ninis Agustini Damayani, kami ucapkan terima kasih atas kebaikannya selama ini baik di bidang administrasi maupun non-administrasi. Tak lupa bagian tata usaha seperti Pak Yudi, Pak Acep, dan Ibu Lilis. Pun Ibu Hana yang sudah ‘hijrah’ ke Fakultas Psikologi.

Semua dosen program doktoral Unpad mulai dari Prof. Dr. Hj. Mien Hidayat, (alm) Prof. Dr. Aos Akhyar, Prof. Dr. Soeganda Priyatna, Prof. Dr. Engkus Kuswarno, Prof. Dr. Ir. Mahfud Arifin, M.S, Dr. Jenny Ratna Suminar, M.Si, Dr. Eni Maryani, M.Si. Dr. Susane Dida, M.Si, Dr. Suwardi Sumartias, M.Si, dan Dr. Nuryah Asri Sjafirah, M.Si. Terima kasih ilmunya yang telah diberikan kepada kami.

Semua narasumber dalam penelitian ini. Yakni, Sutta Dharmasaputra (Harian Kompas), Yogi Nugraha (Wakil Pemimpin Redaksi Kompas TV), J. Heru Margianto (News Assistant Managing Editor Kompas.com), Abdul Kohar (Media Indonesia dan metrotvnews.com), Ade Firman (Metro TV), Alex Adjisaputra (Redaktur Pelaksana Koran Sindo), Arya Sinulingga (Direktur Pemberitaan MNC

Media), Puguh Haryanto (Redaktur Pelaksana sindonews.com). Selain itua ada juga Ferry Kurnia Rizkyansyah (komisoner Komisi Pemilihan Umum 2012-2017), Haris Azhar (mantan Koordinator Badan Pekerja Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Kekerasan), M. Alfan Alfian (Direktur Riset The Akbar Institute), Farid Gaban (wartawan senior dan pemimpin redaksi geotimes.com), Suwarjono (Ketua Umum Aliansi Jurnalis Independen), Bekti Nugoro (Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia 2013-106), dan Nezar Patria (anggota Dewan Pers 2013-2016). Tak lupa 'tim ahli' seperti Agustinus Eko Rahardjo (anggota tim Portal Informasi dan Kebijakan Presiden), Hasbunal Arief, Kevin Degaz, Mila Susilowati, Faradilla Dwi Ariani, dan Laila Dartina.

Keluarga Besar Yayasan Budi Luhur Cakti, Universitas Budi Luhur, mulai Ketua Yayasan Bapak Drs. Djaetun HS, Ketua Harian Yayasan Bapak Kasih Anggoro, MBA, dan Direktur Keuangan Bapak Widodo serta seluruh staf yang memberikan izin, bantuan (moral dan material), dan mendukung semua aktivitas selama menempuh program doktoral ini.

Rektor Universitas Budi Luhur Bapak Prof. Dr. Sc. Agr. Ir Didik Sulistiyanto dan para Deputi Rektor dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Bapak Rocky Prasetyo Jati, M.Si yang tidak pernah lelah mengingatkan untuk segera menyelesaikan studi ini.

Teman-teman seangkatan 2015 Teman-teman Kelas A : Bapak Sumartono Mulyodiharjo, Hendra Alfani, Enjang Muhaemin, Kun Wazis, Agustanta Rustandi, Ringgo Aldafi Yozani, I Nyoman Sedana, Adiella Yaknkie Lubis, Ibu Retno Hendraningrum, Siti Khomsiah, Yanti Lestari, dan Naning Rustam Rusdiyanto. Teman-teman Kelas C : Bapak Edhy Prabowo, Albert Yapitsaputra, Muhamad Fitriadi, Safriady, Dhimam Abror, Rudy Bekti, Ibu Nawiroh Vera, Ade Tuty Trisnawati, Wahyu Choiriyati, Vivit Wardah, Vilma Dewi, Rini Makmur, Niken. Teman-teman Kelas B yang tidak bisa disebut satu persatu yang merasakan suka duka dan jatuh bangun menggapai cita-cita menyelesaikan sekolah tepat waktu.

Teman-teman dosen di Fikom Universitas Budi Luhur, khususnya teman seperjuangan di Program Doktoral Unpad Ibu Nawiroh Vera dan Ni G.A.K. Kurniasari (Yuke). Ada juga Ibu Laksmi Rchmaria, Rifqi Muflih, Made Doddy Wihardi, Anggun Putrie Bestarie, Riyodina Pratikto, Armaini Lubis, Ahmad Toni, Sinta Kristanti, Liza Dwi Ratna Dewi, Rini Lestari, Indah Suryawati, Khairul Azmi, Wenny Maya Arlena, Linda Islami, Dinny Maryani, Mira Herlina, Bintarto Wicaksono, Arief Ruslan, Ricky Widyananda Putra, Haronas Kutanto, Beni Muhdaliha dan yang lainnya tempat berbagi suka duka menjalani profesi dosen. Ada juga Ibu Dewi Puspaningtyas Faeni, Ibu Nurwati Santoso, dan teman di Grup Scopus Clarivate Analytic yang banyak memberi jalan kebaikan di Universitas Budi Luhur.

Keluarga besar (alm) Badrudin Saleh-Hadiatin, Aan Munawar, (alm) Arif Hermawan, Neneng Luluwiyah, Numan Somantri, Imas Fauziyah, Lutfi Anwari (Ujung Berung), dan Muhamad Iqbal (Cimahi) sebagai saudara kandung yang memberi dukungan tanpa henti dan lelah. Juga keluarga besar Uding Aziabudin Azhari dan (alm) Dewi Kurniasih, Rika Adhesty Desiani dan Dicky Gumilang Kurniawan yang turut mendukung penyelesaian sekolah formal tingkat akhir ini.

Mereka yang telah memberikan tonggak pendidikan (alm) H. Udin Syarifudin (Cicalengka) di sekolah menengah pertama, (alm) Mang Ujang Husein (Solo) di madrasah aliyah, Mama Desy Marmaora (Cipadung) di strata satu, Iim Rohimah (Jakarta) pada strata dua, dan Lely Nurohmah (Bekasi) di strata tiga. Kepada mereka kami berhutang budi yang teramat dalam.

Teman seperjuangan Mpok Anna He He (Mersi FM), Jojo (Kompas TV), Hasbunal (Ipotnews), Lukman (TVOne), Sriyono (Koran Jakarta), dan Bang Kohar (Media Indonesia), Cak Rusdi (wartawan lepas), Kang Jajang (Tempo), Mas Bakir (Kompas), Chomad (Koran Sindo) dan rekan yang tidak bisa disebutkan semuanya. Terima kasih atas kehangatan berdialektikanya. Di antara semua, Kang Trijuli Sukaryana adalah yang terbaik di bidang jurnalistik.

Tentu saja tidak mungkin mengabaikan jasa Kang Abdul Hadi (Karanganyar, Jawa Tengah), Mas Alfan Alfian (Akbar Institute), Kang Afif Muhamad, (alm) Kang Darun Setiadi, Kang Fauzan Ali Rasyid, Mulyawan Nugraha, dan Hilman Wahyudi (UIN Bandung), Mas Baihaki (UIN Jakarta), Catur Nugroho (Universitas Telkom Bandung), Pak Dian Nafi (Pondok Pesantren Al Muayyad Windan, Sukoharjo), Ngimanudin (STAI Silampari, Lubuklinggau, Sumatera Selatan), dan Roy Hasiru (Universitas Gorontalo) serta sahabat lintas agama-budaya-etnis yang telah membentuk persahabatan sekian lama.

Teman-teman berbagi pengetahuan dan pengalaman di Cirus Surveyors Group, sebuah lembaga survei politik dan kebijakan publik. Bang Andrinof Chaniago, Kang Ian Suherlan, Cak Akhmad Jayadi, Mas Rio, Mbak Kadek, Yogi, Radjab, Tika, Budi, dan al ustadz Sulthon. Dengan mereka kami saling dukung mencapai demokrasi yang berkeadilan.

Semua pihak yang tidak mungkin disebut satu persatu demi kesuksesan studi ini. Hanya dan kepada Allah lah semuanya kami kembalikan. Semoga Dia, Sang Pengadil, membalas sesuai dengan keadilannya.

Bandung, 8 Desember 2017
Peneliti

Dudi Iskandar

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	i
Pernyataan	ii
Dalil	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Penelitian	1
I.2. Fokus Penelitian	14
I.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	15
I.4. Manfaat Penelitian	16
1.4.1. Manfaat Teoritis	16
1.4.2. Manfaat Praktis	16
1.4.3. Manfaat Sosial	16

I.5. Penelitian Terdahulu dan Kajian Literatur 17

I.5.1. Penelitian Terdahulu 17

I.5.2. Kajian Literatur 24

I.5.2.1. Dua Model Kajian Media 30

I.5.2.2. Jurnalisme dan Representasi Makna Media 40

I.5.2.3 Ideologi dan Relasi Kekuasaan Media 49

I.5.2.4. Organisasi Media dan Konvergensi Media 60

I.5.2.5. Kampanye dan Agenda Politik Media 69

I.5.2.6. Kerangka Pemikiran 76

I.6. Paradigma Penelitian 77

I.7. Pendekatan Penelitian 79

I.8. Metode Penelitian 83

I.9. Objek Penelitian 88

I.10. Lokasi dan Waktu Penelitian 89

I.11. Teknik Pengumpulan Data 90

I.11.1. Data Primer 90

I.11.2. Data Sekunder 90

I.12. Teknik Analisis Data 81

I.13. Teknik Validitas dan Otentitas Data 92

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 94

2. 1. Kompas Grup 94

2. 2. Media Grup 106

2. 3. MNC Grup 113

2.4. Informan Sosio Kultural 119

BAB III HASIL PENELITIAN 121

3.1. Analisis Wacana Kritis Teks Berita dan Praktik Wacana 121

3.1.1. Analisis Wacana Kritis terhadap Teks Kompas Grup 121

3.1.1.1. Kecurangan Kampanye Pilpres 121

3.1.1.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo 132

3.1.1.3. Debat Capres-Cawapres 143

3.1.1.4. Konser Salam 2 Jari 151

3.1.1.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 161

3. 1. 2. Analisis Wacana Kritis terhadap Teks dan Praktik Wacana

Media Grup 163

3.1.2.1. Kecurangan Kampanye Pilpres 163

3.1.2.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo 171

3.1.2.3. Debat Capres-Cawapres 178

3.1.2.4. Konser Salam 2 Jari 186

3.1.2.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 193

3.1.3. Analisis Wacana Kritis terhadap Teks dan Praktik Wacana

MNC Grup 195

3.1.3.1. Kecurangan Kampanye Pilpres 195

3.1.3.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo 197

3.1.3.3. Debat Capres-Cawapres 205

3.1.3.4. Konser Salam 2 Jari 214

3.13.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 215

3. 2. Praktik Sosio Kultural 222

3.2.1. Kecurangan Kampanye Pilpres 222

3.2.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo 228

3.2.3. Debat Capres-Cawapres 236

3.2.4. Konser Salam 2 Jari 248

3.2.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 252

BAB IV PEMBAHASAN 256

4. 1. Media sebagai Aktor Politik 363

4.1.1. Kompas Grup 274

4.1.2. Media Grup 299

4.1.3. MNC Grup 317

4. 2. Etika Jurnalistik 327

4. 3. Post-journalism 351

BAB V IMPLIKASI PARADIGMATIS DAN TEORITIS 355

5.1. IMPLIKASI PARADIGMATIK 355

5.1.1. Perubahan Realitas 355

5.1.2. Relativitas Kebenaran 358

5.1.3. Perubahan Paradigma 363

5.1.3. Dari Paradigma Kritis ke Paradigma Postmodern 371

5.1.4. Postmodern 375

5.2. IMPLIKASI TEORITIS 384

5.2.1. Perubahan Tatanan Jurnalisme 384

5.2.2. Jurnalisme sebagai Konstruksi Realitas Agenda Politik Publik 390

5.2.3. Karakteritisk Media Postmodern 397

5.2.4. Teori Pers Postmodern ` 409

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN 420

6.1. Simpulan 420

6.2. Saran 424

6.2.1. Saran Teoritis 424

6.2.2. Saran Praktis 425

6.2.3. Saran Sosial 426

6.3. Keterbatasan Penelitian 427

DAFTAR PUSTAKA 429

DAFTAR GAMBAR

Proses Konvergensi Media	6
Bagan Komunikasi Madzhab Transmisi	27
Unsur Makna dari Charles Sanders Pierce	33
Pesan dan Makna	34
Proses Encoding dan Decoding	36
News and Theory	37
Mapping Dua Kajian Media	42
Representasi Dikaitkan dengan Makna	48
Lingkaran Representasi dalam Konteks Budaya	49
Representasi dan Kekuasaan	50
Struktur Umum Organisasi Media Konvensional	67
Alur Berita Surat Kabar	68
Hierarkhi Redaksi Surat Kabar	67
Disain Newsroom NRK Norwegia	71
MIT Media Labotary	72
Konsep Kolodzy tentang Konvergensi Jenkins	73
Bagan Organisasi Media dalam Konvergensi	74
Kerangka Pemikiran	82
Langkah-langkah dan Posisi Teori dalam Penelitian Kualitatif	87
Kerangka dan Analisis AWK Norman Fairclough	91

Teknik Analisis Data 101

Konstruksi Realitas Agenda Politik Publik 379

Model Konstruksi Realitas Agenda Politik Publik 383

Proses Kelahiran Teori Pers Postmodern 405

Kedudukan Teori Pers Postmodern dalam Bentangan Sejarah Sistem Pers Dunia 406

Model Representasi Ideologi Kekuasaan Dalam Konvergensimedia 407

DAFTAR TABEL

Tabel Penelitian Terdahulu 25

Tabel Tiga Perspektif Ideologi versi Thompson 55

Tabel Model Kerja Ideologi versi Thompson 56

Tabel Perbedaan Paradigma Konstruktivis dan Kritis 85

Tabel Mekanisme AWK Norman Fairclough 93

Tabel Langkah-langkah Penelitian AWK Norman Fairclough 95

Tabel Objek Penelitian 95

Tabel Kecenderungan Pemberitaan Kompas Grup 98

Tabel Kecenderungan Pemberitaan Media Grup 97

Tabel Kecenderungan Pemberitaan MNC Grup 98

Tabel Format Umum Tulisan/Tayangan Berita Media 99

Tabel Teks Berita Kompas Grup (Level Teks/Mikro) 109

Tabel Informan Kompas Grup (Level Praktik Wacana/Meso) 110

Tabel Teks Berita Media Grup (Level Treks/Mikro) 113

Tabel Informan Media Grup (Level Praktik Wacana/Meso) 114

Tabel Teks Berita MNC Grup (Level Teks/Mikro) 117

Tabel Informan MNC Grup (Level Praktik Wacana/Meso) 118

Tabel Informan Level Sosio Kultural/Makro 118

Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Harian Kompas 122

Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Harian Kompas 123

Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas TV 126
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas TV 127
Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas.com 129
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas.com 130
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Harian Kompas 133
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Harian Kompas 134
Tabel Berita Kecurangan Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas TV 135
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas TV 138
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas.com 139
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas.com 140
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres Harian Kompas 143
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Harian Kompas 144
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres Kompas TV 146
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Kompas TV 147
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres Kompas.com 148
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Kompas.com 149
Tabel Berita Konser Salam 2 Jari Harian Kompas 153
Tabel Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Harian Kompas 154
Tabel Berita Konser Salam 2 Jari Kompas TV 156

Tabel Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Kompas TV 157
Tabel Berita Konser Salam 2 Jari Kompas.com 158
Tabel Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Kompas.com 159
Tabel Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Kompas.com 160
Tabel Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Kompas.com 161
Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Harian Media Indonesia 162
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Media Indonesia 163
Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Metro TV 166
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Metro TV 167
Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres metrotvnews.com 168
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres metrotvnews.com 169
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Harian Media Indonesia 171
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Media Indonesia 172
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Metro TV 173
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Metro TV 174
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo metrotvnews.com 176
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo

metrotvnews.com 177
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres Media Indonesia 179
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Media Indonesia 180
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres Metro TV 182
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Metro TV 183
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres metrotvnews.com 184
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres metrotvnews.com 185
Tabel Berita Konser Salam 2 Jari Media Indonesia 186
Tabel Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Media Indonesia 187
Tabel Berita Konser Salam 2 Jari Metro TV 188
Tabel Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Metro TV 189
Tabel Berita Konser Salam 2 Jari metrotvnews.com 191
Tabel Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari metrotvnews.com 192
Tabel Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono metrotvnews.com 193
Tabel Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono metrotvnews.com 194
Tabel Berita Kecurangan Kampanye Pilpres sindonews.com 196
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres sindonews.com 197
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Koran Sindo 199
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Koran Sindo 200
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo RCTI 202

Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo RCTI 203
Tabel Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo sindonews.com 204
Tabel Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo sindonews.com 205
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres Koran Sindo 207
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Koran Sindo 208
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres RCTI 210
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres RCTI 211
Tabel Berita Debat Capres-Cawapres sindonews.com 213
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres sindonews.com 214
Tabel Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Koran Sindo 216
Tabel Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Koran Sindo 217
Tabel Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono RCTI 218
Tabel Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono RCTI 219
Tabel Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sindonews.com 221
Tabel Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sindonews.com 222
Tabel Konstruksi Wacana Kompas Grup 223
Tabel Konstruksi Wacana Media Grup 251

Tabel Konstruksi Wacana MNC Grup 270

Tabel Analisis Komprehensif tentang Kecurangan Kampanye Pilpres 286

Tabel Analisis Komprehensif tentang Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo 296

Tabel Segmentasi dan Positioning Politik 301

Tabel Analisis Komprehensif tentang Debat Capres-Cawapres 307

Tabel Analisis Komprehensif tentang Konser Salam 2 Jari 312

Tabel Analisis Komprehensif tentang Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 314

Tabel Konstruksi Wacana Kompas Grup 316

Tabel Konstruksi Wacana Media Grup 317

Tabel Konstruksi Wacana MNC Grup 318

Tabel Pemahaman Kode Etik Jurnalistik 319

Tabel Hasil Analisis Teks, Prakik Wacana dan Sosio Kultural 310

Tabel Perbedaan Media Sosial dan Jurnalisme 344

Tabel Perbandingan Paradigma versi Dedy Nur Hidayat 354

Tabel Perbedaan antar-Paradigma 358

Tabel Kepercayaan Dasar (Metafisika) dari Paradigma-Paradigma 359

Tabel Perbedaan Paradigma Kritis dan Paradigma Postmodern 361

Tabel Persamaan Paradigma Kritis dan Paradigma Postmodern 361

Tabel Perubahan Fungsi Jurnalisme 378

Tabel Perbandingan Jurnalisme Karakteristik Modern dan Postmodern 404

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Media massa mengalami beberapa tahap perubahan, transformasi, dan bahkan bermetamorfosis. Roger Fidler (2003) menyebut fase berbagai perkembangan media dengan nama mediamorfosis. Dalam pandangan Fidler, mediamorfosis memiliki tiga konsep, yaitu, koevolusi, konvergensi, dan kompleksitas. Ia mendefinisikan mediamorfosis sebagai transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan politik serta berbagai inovasi sosial dan teknologi (2003 : 34-42).

Perkembangan teknologi komunikasi (massa) bermula dari mesin cetak yang menghasilkan surat kabar, buku; teknik fotografi yang menghasilkan film; teknologi gelombang elektromagnetik yang melahirkan radio dan televisi; terakhir teknologi berbasis internet yang kemudian mempopulerkan istilah media baru (*new media)* (Stenley J. Baran, 2012). Kehadiran internet selanjutnya mengubah secara drastis dan dramatis perkembangan media massa. Setidaknya internet memicu dua perubahan mendasar dalam lingkungan media massa. Pertama, perubahan proses jurnalistik, termasuk digitalisasi. Kedua, perubahan bentuk dan format organisasi media.

Jika sebelumnya setiap jenis media massa berdiri sendiri atau memiliki organisasi dan manajemen mandiri, kini mereka bergabung dalam satu kesatuan yang dikenal dengan konvergensi. Makanya tidak heran bila sekarang hampir semua media cetak dan elektronik menyertainya dengan bentuk berita *online, e-paper,* dan *live streaming.*

World Association of Newspapers (WAN) menemukan enam tren efek internet terhadap jurnalisme. 1) Peningkatan jurnalisme partisipatif atau komunitas penghasil isi berita. 2). Munculnya riset tentang audiens tentang pola penggunaan media. 3). Penyebaran informasi (berita) yang dibuat sendiri secara online dan perangkat telepon seluler. 4) Penataan kembali newsroom yang lebih fokus kepada audiens. 5). Pengembangan bentuk baru tentang narasi/storytelling yang disesuaikan dengan audiens dan saluran yang baru. 6) Pertumbungan audiens yang fokus pada penyesuaian berita dan juga penyesuaian berita pada multimedia. (Levi Obijiofor dan Folker Hanusch, 2011 : 178-179). Sedangkan menurut John V. Pavlik (2001:194) dalam dunia digital, jurnalisme modern mengalami lima area perubahan. Yakni, 1) Pengumpulan dan pelaporan berita. 2) Pengumpulan informasi, pengindeksan, dan pengembangannya, khususnya konten untuk multimedia. 3) Proses, produksi, dan editorial. 4) Distribusi dan penerbitan. 5) Penampilan, tata letak, dan akses.

Perubahan mendasar pada jurnalisme media lantas memunculkan terminologi mengenaskan bernama krisis jurnalisme meski kata ‘krisis’ dipandang berlebihan. Todd Gitlin (Eugenia Siapera, 2012 : 127) berpendapat dalam kondisi seperti ini istilah ‘krisis’ sangat tepat. Gitlin menunjukkan kondisi krisis

jurnalisme ini dengan mengidentifikasi lima indikator. Yaitu, (i) jatuhnya sirkulasi; (ii) jatuhnya pendapatan advertising; (iii) difusi perhatian; (iv) krisis yang berwenang; dan (v) ketidakmampuan atau keengganan jurnalisme mempertanyakan struktur kekuasaan semua berkontribusi untuk membawa krisis yang mendalam jurnalisme. Krisis jurnalisme didiagnosis meliputi serangkaian masalah, yaitu, yang berkaitan dengan waktu, uang, otonomi, dan perubahan budaya.

Sementara itu, perubahan pada bentuk dalam organisasi media menghadirkan konvergensi media. Perubahan bentuk ini sebagai salah satu alternatif untuk bertahan atau tetap *survive* dari perubahan zaman akibat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Meskipun demikian, konvergensi media adalah konsep yang ambiguitas. Istilah ini dipergunakan secara berbeda. Di satu sisi, ia sebagai tempat bertemu (jaringan, berkumpul termasuk untuk wilayah sosial) dan apa yang terjadi ketika sesuatu itu dikumpulkan (kompleksitas berita/peristiwa), misalnya. (Tanja Storsul dan Dagny Stuedahl (ed), 2007 : 13).

Teoritikus konvergensi media Henry Jenkins mendefinisikan konvergensi sebagai proses penyatuan yang terus menerus yang terjadi di antara berbagai bagian media seperti teknologi, industri, konten dan khalayak. Dan, itu terjadi secara terus menerus.[1] Sedangkan Burnett and Marshall (2003 : 1) mendefinisikan konvergensi sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi, dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi dalam bentuk digital. Senada dengan dua definisi di

[1] (https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/terakhir diakses 19 Agustus 2016 pukul 13.10 Wib).

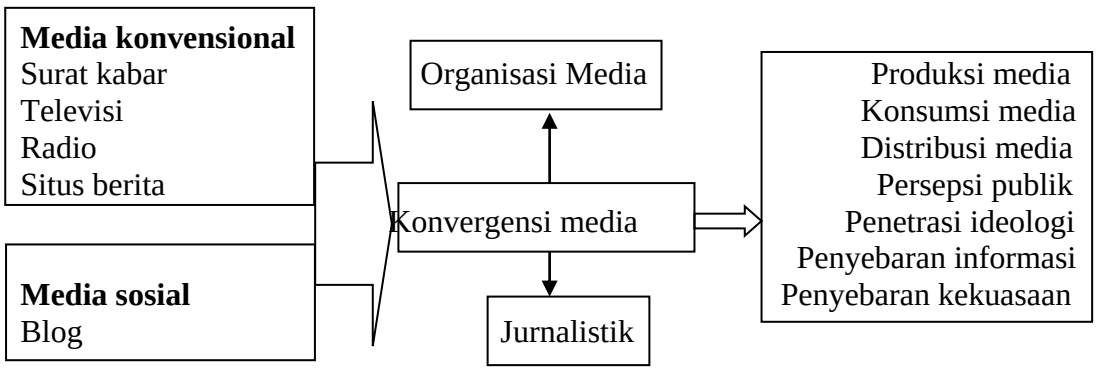
atas, Bob Franklin et. al. (2005 : 49-50) menegaskan konvergensi media adalah pertukaran di antara media di antara semua media yang berbeda karakteristik dan platformnya. Komputer menawarkan sebuah bentuk ke radio dan televisi. Telepon seluler yang memiliki gambar dan teks dapat mengambil beberapa karakteristik dari komputer dan radio.

Dengan demikian konvergensi media bisa dipahami sebagai sebuah integrasi atau penyatuan beberapa media konvensional dengan kemajuan teknologi informasi menjadi satu atap atau perusahaan. Konvergensi bukan hanya penyatuan konten—sebuah berita bisa muncul di berbagai media yang berada dalam satu perusahaan, tetapi juga penyatuan dalam satu induk perusahaan media. MNC Grup, contohnya, menaungi MNC TV, Koran Sindo, sindonews.com. Di Indonesia, selain MNC Grup yang sudah melakukan konvergensi secara lengkap (cetak, elektronik, dan situs), adalah Kompas Group dan Media Group. Kompas Grup membawahi koran Kompas, Kompas.com, KompasTV. Sedangkan Media Grup membawahi surat kabar Media Indonesia, MetroTV, dan Metrotvnews.com.

Bahkan, konvergensi media memungkinkan satu grup perusahaan selain memiliki media konvensional, juga termasuk media sosial. Kompas Group, misalnya, memiliki Kompasiana. Grup media lain seperti Tempo memiliki blog.tempo, Detik.com memiliki forumdetik.com, dan sebagainya. Namun MNC Group dan Media Group yang menjadi objek penelitian ini belum memiliki media sosialnya. Dengan demikian, media sosial yang sebelumnya merupakan ajang kreasi dan kebebasan individu, ketika diambil alih atau diciptakan, ia pun menghasilkan keuntungan bagi media grup tersebut.

Konvergensi juga merupakan aplikasi dari teknologi digital, yaitu integrasi teks, suara, angka, dan gambar; bagaimana berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Dailey, Demo, dan Spillman menjelaskan aktivitas konvergensi media meliputi antara lain *cross-promotion* (lintas promosi), *cloning* (penggandaan), *coopetition* (kolaborasi), *content sharing* (berbagi isi), dan *full convergence* (penyatuan). Dengan konvergensi media, berita yang dahulu disebut mengabarkan peristiwa yang sudah terjadi, kini definisi tersebut berubah menjadi peristiwa yang sedang terjadi. (Ignatius Haryanto, 2014 : 212). Bahkan jika kita menggunakan paradigma jurnalisme interpretatif, berita bisa juga peristiwa yang akan terjadi.

Konvergensi media ternyata bukan hanya berpengaruh pada perubahan proses jurnalistik, tetapi juga menyangkut ke berbagai aspek kehidupan. Ia akan berdampak pada konsumsi media masyarakat, persepsi publik, penyebaran informasi, dan literasi media, misalnya. Singkat kata, konvergensi media bakal menghadirkan konstruksi sosial media baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. (Rahma Sugihartati, 2014:89). Lihat juga Burhan Bungin (2008).



Gambar 1

Proses Konvergensi Media
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Konstruksi sosial media baru dihasilkan dari proses ekspresi dan proyeksi sosial pekerja di media yang berbentuk siaran, tayangan, dan atau tulisan. Dalam setiap siaran, tayangan, dan tulisan di media mengandung ideologi dan kepentingan pemilik, pemegang saham, redaktur, produser, penulis, atau editornya. Siaran, tayangan, dan tulisan inilah kemudian membangun dalam relasi sosial antara pekerja di media dengan masyarakat sekitar. Relasi sosial, kata Marx Schulman, bagi seorang wartawan dengan orang lain di dalam medianya bertujuannya menyingkap kebenaran. (Eriyanto, 2001 : 42) dan Bill Kovach dan Tom Rosentiels (2007). Sebab siaran, tayangan, dan atau tulisan untuk khalayak, baik yang dijual ataupun digratiskan akan membentuk makna tertentu.

Makna terjadi karena ada tanda. Ada tiga jenis makna dalam sebuah proses komunikasi. Yaitu, makna si penutur, makna bagi si pendengar, dan makna tanda (*sign meaning*) yang melekat pada tanda itu sendiri. Makna ketiga merujuk pada sifat yang inheren pada tanda tersebut sehingga diketahui apakah penggunaan kata dan gagasan tersebut tepat atau tidak. (A. Chaedar Alwasilah, 2010 : 8). Makanya kata Arthur Asa Berger (2010 : 227), makna itu bersifat relasional. Segala sesuatu akan bermakna jika memiliki hubungan dengan jenis yang dilekatkannya. Hubungan tersebut bisa tersurat (jelas) atau tersirat (tersembunyi). Makna adalah hubungan sosial yang dibangun oleh sinyal di antara sang emisor dan reseptor ketika tindakan semik sedang berlangsung. (Jeanne Martinet, 2010 : 35). Seraya mengutip R. Brown, Deddy Mulyana (2001 : 256) mendefinisikan makna sebagai

kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa tertentu.

Dengan demikian, makna timbul karena ada interaksi antara satu orang atau lebih dalam konteks tertentu melalui berbagai media. Dalam media massa interaksi adalah melalui siaran, tayangan, dan tulisan. Bahasa dalam bentuk siaran, tulisan, dan tayangan tidak bebas nilai. Ia dikonstruksi dan mengkonstruksi maknanya tertentu tergantung orang yang memproduksi dan mengkonsumsinya. Makanya kata Stuart Hall (Eriyanto, 2001:37), makna tidak tergantung pada struktur makna itu sendiri, tetapi pada praktik pemaknaan. Sebab makna adalah produksi sosial, suatu praktik.

Tayangan, tulisan, dan siaran yang dilontarkan dan menjadi perbincangan khalayak disebut wacana (*discourse*). Semakin besar wacana yang dihasilkan melalui media, kian peluang memproduksi makna untuk khalayak. Banyak cara yang dilakukan media dalam memproduksi wacana. Antara lain, strategi *signing*, *framing*, dan *priming*. *Signing* adalah penggunaan tanda-tanda bahasa, baik verbal maupun non-verbal. *Framing* adalah pemilihan wacana berdasarkan pemihakan dalam berbagai aspek wacana. Sedangkan *priming* berarti mengatur ruang atau waktu untuk mempublikasikan wacana di hadapan khalayak. (Ibnu Hamad, 2010 49-71).

Tiga strategi ini pula yang dilakukan oleh Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup ketika memproduksi wacana pada kampanye pemilihan presiden (Pilpres) 2014, 5 Juni-5 Juli 2014. Selain dalam berita, konstruksi *framing*, *signing*, dan *priming*, nyaris dalam semua acara, tayangan, dan *running teks*.

Dalam tulisan pesan disampaikan melalui semua rubrik. Begitu juga di media *online* yang membutuhkan kesegeraan. Kutipan, wawancara, acara, dan kegiatan yang dilakukan yang berkepentingan serentak disebarkan melalui situs berita. Dengan demikian, tiga strategi di atas kian memperkuat efek, pengaruh, dan juga makna siaran, tayangan, dan tulisan yang diproduksi konvergensi media terhadap masyarakat. Dari proposisi-proposisi itu dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin banyak media bernaungan dalam sebuah konvergensi, kian besar pengaruh dan maknanya buat masyarakat; kian berharga secara ekonomi; tambah pupuler dari sudut kebudayaan; semakin berkuasa dari perspektif politik.

Berdasarkan hasil tiga kali riset remotivi — lembaga inisiatif warga untuk kerja pemantauan tayangan televisi di Indonesia,-- menjelang pemilihan presiden, 9 Juli 2014, nyaris semua stasiun televisi berafiliasi dengan partai politik terindikasi menggunakan medianya bagi kepentingan golongan (partai politik dan atau calon presiden dan wakil presiden). Stasiun televisi tak ubahnya buletin internal partai politik, yang hanya lancar berbicara dari satu sisi saja. Televisi kita hari ini adalah televisi satu dimensi. (remotivi.or.id berjudul "Independensi Televisi Menjelang Pemilu Presiden 2014: Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik (Bagian 2), 1-7 Mei 2014.) Ia memiliki agenda politik tersendiri; agenda politik tersembunyi (*political hidden agenda*).

Dalam konteks itulah sesungguhnya hasil survei Lembaga Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) menunjukkan signifikansi dan kebenarannya sekaligus penegasan dalam lingkup Indonesia. Bahwa peran media dalam bidang politik hari ini sangat berubah. Media bukan hanya sebagai lembaga

sosial dan ekonomi/bisnis.[2] Ia pun, sebagai lembaga, kini menjadi salah satu aktor politik. Dengan demikian, hasil survei tersebut sebagai rekonstruksi dari tiga aktor politik versi Dan Nimmo (1989), yaitu, politisi, aktivis, dan profesional sekaligus memperkuat teori dari Brain McNair. (1995). Lihat juga (Ignatius Haryanto, 2014:72).

Harus diakui, di negeri ini pengusaha media bukanlah berasal dari wartawan yang idealis, meski kita tidak menutup beberapa media untuk perjuangan dengan berdarah-darah. Para pebisnis akan melihat informasi tak lebih dari suatu komoditas yang diperjualbelikan dengan mengabaikan nilai sosial, budaya, atau politik dari informasi tersebut (Yasraf Amir Piliang, 2011:85). Pengusaha media hari ini adalah pengusaha yang bukan orang sabar dalam berinvestasi jangka panjang tetapi yang mencari keuntungan secepatnya dengan memanfaatkan kedekatan pada kekuasaan. Dekat dengan kekuasaan dekat dengan sumber dana/keuangan. Untuk dekat kekuasaan politik perlu memiliki dalam bentuk kekuasaan lain. Hari ini, kekuasaan lain yang sangat kuat adalah media. Oleh sebab itu jika kekuasaan politik dan kekuasaan media bersatu, bersinergis, maka uang dengan sendirinya akan mengalir. Inilah rumus sederhana pengusaha media Media memang bukan ranah yang netral di mana berbagai kepentingan dan pemaknaan berbagai kelompok akan mendapat perlakuan yang seimbang. Media adalah subjek yang mengkonstruksi realitas berdasarkan penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarkan ke khalayak. (Danny Schechter, 2007 : 3).

[2] http://pindai.org/2014/12/03/media-sebagai-aktor-politik. Terakhir diakses, 17 Juli 2016 pukul 07.16 Wib

Konglomerasi media kian hegemonik dan menemukan momentumnya seiring dengan ideologi kapitalisme masuk ke dunia jurnalisme. Menurut Yasraf Amir Piliang (2011 : 85), ada empat unsur utama kapitalisme global, yakni, waktu, ruang, uang, dan kecepatan. Percepatan dan kecepatan ini sudah merusak dan merasuk ke semua aspek kehidupan manusia, termasuk jurnalisme. Kecepatan dan percepatan menyeret jurnalisme ke dalam pusaran kompetisi global. Di sinilah lidah api kapitalisme membakar nilai agung jurnalisme. Berita sebagai unsur atau pilar pokok atau inti dari jurnalisme menjadi komoditas. (Ignatius Haryanto, 2014 : 71). Dengan menjadi komoditas berita kehilangan elan vitalnya. Ia hanya sebagai alat untuk menghasilkan keuangan. Berita bukan lagi sebagai pemproduksi wacana yang mencerahkan; pembangun kesadaran masyarakat.

Dalam konteks percepatan produksi berita sesungguhnya profesi wartawan merupakan profesi yang terjajah; profesi tidak memiliki pencerahan kecuali bekerja, bekerja dan bekerja; profesi mekanistik; mesin yang harus terus berproduksi karena tuntutan pemodal. Tidak penting wartawan menghasilkan tulisan bagus; memproduksi analisis mendalam kalau tidak laku dijual. Berita buruk atau berita pesanan pun jadi yang terpenting laku dijual; menghasilkan laba; perusahaan untung. Berita terjerembab menjadi pendiktean oleh kekuatan modal, hasilnya adalah manipulasi informasi untuk kepentingan masing-masing kelompok. Bukan hanya memberi keuntungan finansial tetapi juga ia memiliki agenda terselubung.

Salah satu akibat konglomerasi adalah keseragaman siaran, tayangan, dan tulisan di tiga perusahaan media yang sedang diteliti. Keseragaman ini pulalah

yang merampas hak publik untuk mendapatkan informasi yang beragam. Media massa yang seharusnya menjadi ruang publik (Juergen Habermas, 2010) berubah menjadi milik sekelompok orang. Setidaknya ada tujuh kritik terhadap konglomerasi media di dunia global. 1) Terjadi konsentrasi kepemilikan media oleh segelintir orang. 2) Banyak pemilik media yang memiliki kepentingan selain media. 3) Konglomerasi media menyebabkan penguasaan informasi pada segelintir orang. 4) Pemberitaan cenderung mengarah ke populisme, infotaiment, dan hiburan. 5) Redefinisi audiens sebagai konsumen bukan warga. 6) Akses yang tidak setara terhadap isi media dan teknologi media. 7) Kekuatan ekonomi politik personal yang menguasai kerajaan media. (Eoin Devereux, 2003).

Selama masa kampanye Pilpres, 5 Juni-5 Juli 2014, pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa dan Joko Widodo-Jusuf Kalla melakukan kampanye di MNC Group, Kompas Group, dan Media Group, baik tersembunyi maupun terang-terangan. Ketiganya mendukung pasangan capres-cawapres secara masif terstruktur, dan sistematis**.** Pemberian slot dan tempat bagi pasangan yang tidak didukung tampaknya hanya untuk sekedar memenuhi standar Kode Etik Jurnalistik, tidak sepenuh hati sebagai sebuah kewajiban mulia jurnalisme seperti titah Bill Kovach dan Tom Rosentiel. Meminjam istilah Ashadi Siregar (Kompas 11 Agustus 2014), ketiganya menghindari istilah media partisan, namun berada dalam katagori media simpatisan. Meski terminologi Ashadi itu pun sulit untuk mengukurnya ketika berada dalam realitas media yang sebenarnya. Kesulitan tersebut terjadi karena verifikasi media partisan dan simpatisan sangat sulit untuk dibedakan.

Meski demikian, Pilpres 2014 menandaskan fakta yang teramat telanjang di hadapan publik bahwa media memang sudah menjadi milik segelintir orang. Ia pun membelah afeksi, kognisi, dan psikomotorik masyakarat. Media Group dan Kompas Group di pihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla, di pihak yang berseberangan ada MNC Group yang membela Prabowo Subianto-Hatta Radjasa. Pembelaan Media Group kepada Joko Widodo-Jusuf Kalla karena Partai Nasdem yang notabene milik Surya Paloh, bos besar Media Group, adalah partai politik pengusung selain Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), serta Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura). Sedangkan Kompas Group condong ke Joko Widodo-Jusuf Kalla karena kesamaan ideologi dengan partai pengusung, terutama dengan PDIP—berakar dari PDI-- yang merupakan fusi partai politik dari kalangan nasional dan Kristen pada 1972. Di pihak lain, MNC Group adalah milik Hary Tanoesoedibja. Setelah gagal maju sebagai calon wakil presiden dari Hanura berpasangan dengan Wiranto, Ketua Umum Hanura, Hary Tanoesoedibja menyeberang ke kubu pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa yang didukung oleh Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Golkar, Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) serta Partai Demokrat yang juga mendukung dengan malu-malu.

Dalam konteks itulah, sesungguhnya konvergensi media sebagai solusi mempercepat pencerdasan masyarakat, di satu sisi, tetapi menguntungkan konglomerasi media, di pihak yang lain, khususnya dalam Pilpres 2014. Kondisi ini menarik untuk diteliti lebih lanjut. Apalagi keterbelahan media dan masyarakat kian mengeras seiring dengan keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang

menetapkan Pilpres 2014 berlangsung hanya satu putaran. Karena itulah wajar jika pertarungan antarmedia pembela masing-masing pasangan calon sangat keras, sarkas, dan bahkan mengarah ke konflik.

Dalam pandangan Yasraf Amir Piliang (2010 : 69-70), kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik ketika kampanye Pilpres 2014 seperti diapungkan di atas menjadikan media tidak netral, jujur, adil, objektif, dan terbuka. Informasi yang disajikan pun menjadi masalah. Inilah yang disebut media menumbuhkan persoalan epistemologi yang bernama objektivitas pengetahuan dan paradoks pengetahuan serta menimbulkan hiperrealitas (*hyperreality*) media. (Jean Baudrillard 1983). Persoalan epistemologi itu bernama krisis epistemologi.

Kondisi jurnalisme ketika kampanye Pilpres 2014 membuat jurnalisme kehilangan marwah mulia; tercerabut dari akar kesejatian; kehilangan idealismenya. Muatan ideologi yang sangat kental kepentingan (*vasted interest*) dari setiap produk jurnalistik (berita)-- dari tiga lembaga yang akan diteliti-- untuk kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik menjadikan berita kehilangan elan vitalnya sebagai pemberi informasi sehat bagi masyarakat; ruang dialektika publik; indikator kemajuan demokrasi bagi bangsa dan negara ini. Jurnalisme kehilangan tanggung jawab karena ketidakakuratan, pengabaian, dan *stereotype*. (Karen Sanders, 2004 : 154).

Jika mengikuti pemahaman Thomas Kuhn (1962) tentang tata kerja ilmiah, jurnalisme ketika kampanye Pilpres 2014 sedang mengalami krisis sehingga membutuhkan model/cara pandang/kerangka berpikir yang baru. Krisis ini mengemuka karena ada anomali. Kuhn menyebutnya cara pandang tersebut

dengan paradigma. Krisis ini terjadi disebabkan paradigma lama tidak bisa menangkap realitas secara utuh. Artinya, jurnalisme ketika kampanye Pilpres 2014 adalah sebuah anomali yang kemudian akan menimbulkan krisis. Di sinilah kita membutuhkan paradigma baru untuk memandang realitas jurnalisme baru ketika dan pasca kampanye Pilpres 2014. Dalam konteks dan persoalan inilah penelitian representasi ideologi kekuasaan dalam konvergensi media ketika kampanye Pilpres 2014 menemukan momentumnya.

1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang, teori, dan seperangkat konsep yang sudah dipaparkan di muka, maka peneliti memutuskan representasi ideologi kekuasaan dalam teks, siaran, dan tayangan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup sebagai fokus penelitian. Hal ini juga mengacu tiga tingkatan analisis sebagaimana tercantum dalam analisi wacana kritis Norman Fairclough, yaitu, mikro, meso, dan makro. Tentu saja dalam penelitian ini juga membutuhkan bantuan disiplin keilmuan yang berbeda dan metodologi yang lain. Oleh sebab itu, peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana konstruksi wacana Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup tentang kampanye Pemilihan Presiden 2014?
2. Bagaimana representasi ideologi kekuasaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup tentang kampanye Pemilihan Presiden 2014?

3. Bagaimana implikasi epistemologi dari konstruksi wacana Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup tentang kampanye Pemilihan Presiden 2014 terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya jurnalisme?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang mendalam tentang

1. Untuk mengetahui, menelusuri, dan mendeskripsikan konstruksi wacana Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup tentang kampanye Pemilihan Presiden 2014.
2. Untuk membongkar dan menginterpretasikan representasi ideologi kekuasaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup tentang kampanye Pemilihan Presiden 2014.
3. Untuk menggambarkan dan menjelaskan implikasi epistemologi dari konstruksi wacana Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup tentang kampanye Pemilihan Presiden 2014 terhadap perkembangan ilmu komunikasi khususnya jurnalisme.

a. Secara khusus, penelitian ini bermaksud untuk memperoleh gambaran tentang representasi ideologi dalam konvergensi media dalam kajian analisis wacana kritis Norman Fairclough.

1.4. Manfaat Penelitan

1.4.1. Manfaat Teoritis

Adapun kegunaan teoritis penelitian ini adalah

a. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan dan perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang komuniksi massa, media massa, komunikasi organisasi, dan jurnalisme. Dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Faircough, penelitian ini membedah teks, praktik pembuatan wacana, dan sosio kultural yang melingkupi keduanya.
b. Di sisi lain, penelitan ini juga berguna untuk menambah literatur atau referensi untuk studi lanjutan khususnya yang berkaitan dengan teks pada konvergensi media dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini, minimal bisa memberi sumbangsih positif bagi pengembangan konvergensi media. Di pihak lain, penelitian in juga bisa menambah informasi dan wawasan bagi masyarakat dalam memahami konvergensi media. Bagi praktisi media dan manajemen organisasi, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan acuan pengembangan konvergensi media yang ideal. Juga sebagai sumbangsih pemikiran dalam memperbaharui Kode Etik Jurnalistik (KEJ).

1.4.3. Manfaat Sosial

Manfaat sosial, signifikansi penelitian ini untuk membuktikan bahwa konvergensi media merupakan sesuatu yang plural atau tidak monolitik. Ia

harus dipahami sebagai proses yang menyeluruh. Hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan dan dasar meningkatkan kesadaran masyarakat sehingga menjadi konsumen yang cerdas ketika menerima pesan yang disampaikan dalam konvergensi media. Sebagai sumbangsih pemikiran literasi media sehingga masyarakat tercerahkan dalam tataran praxis-emansipatoris.

1.5. Penelitian Terdahulu dan Kajian Literatur

1.5.1. Penelitian Terdahulu

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi seperti disebutkan di latar belakang, penelitian tentang konvergensi media pun menjadi trend di kalangan akademik. Para peminat kajian komunikasi massa (media massa), khususnya, berlomba membedah konvergensi dari berbagai aspek. Lumrah bila puluhan buku, ratusan bahkan ribuan jurnal telah dihasilkan dari berbagai sudut konvergensi media.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi seperti disebutkan di latar belakang, penelitian tentang konvergensi media pun menjadi trend di kalangan akademik. Para peminat kajian komunikasi massa (media massa), khususnya, berlomba membedah konvergensi dari berbagai aspek. Lumrah bila puluhan buku, ratusan bahkan ribuan jurnal telah dihasilkan dari berbagai sudut konvergensi media.

Dimensi dan kandungan konvergensi yang sangat luas memungkinkan setiap orang melakukan penelitian dengan ranah yang berbeda. Dari lima hasil disertasi yang dijadikan perbandingan dengan disertasi ini, ditemukan kajian dan

fokus yang berbeda. Sedangkan persamaannya adalah semua disertasi fokus tentang konvergensi media. Yang membedakan adalah lokasi, metode, implementasi, dan kerangka teoritisnya. Beberapa bidang yang diteliti antara lain keterkaitan konvergensi media dengan jurnalisme, bisnis, dan politik. Tidak ada yang bersinggungan dengan ideologi kekuasaan seperti yang peneliti lakukan dalam disertasi ini.

Hasil penelitian pertama yang dijadikan perbandingan adalah hasil penelitian tingkat doktoral Ivar John Erdal tentang konvergensi media di Faculty of Humanities University of Oslo, Norwegia, 2008, berjudul *Cross-Media News Journalism ; Institutional, Professional and Textual Strategies and Practices inMulti-Platform News Production*. Dengan menggunakan metodologi kualitatif (pengamatan, wawancara, dan analisis teks) dia memandang dalam era konvergensi media harus ada perubahan dalam pola jurnalisme dan organisasi media. Perubahan ini disebabkan satu sumber berita diolah dan didistribusikan kepada banyak media. Jurnalisme harus menyesuaikan dengan pola multipltaform yang kini menjadi tren di media berbagai belahan dunia. Dalam pendekatan budaya organisasi harus ada penyesuaian antara budaya organisasi dan budaya jurnalisme. Beragam faktor yang mempengaruhi budaya dalam konvergensi media model ini antara lain hambatan atau kendala waktu, resistensi budaya, dan perbedaan kemampuan harus dihadapi secara bersama.

Perbandingan kedua adalah disertasi Yuyan Ernest Zhang berjudul *Examining Media Convergence: Does It Converge Good; Journalism, Economic Synergies, And Competitive Advantages?* di Faculty of the Graduate School

University of Missouri-Columbia, USA, 2008. Dengan menggunakan metodologi kualitatif dengan sampel yang diseleksi. Zhang mewawancarai informan yang diseleksi dalam empat tahap/kali wawancara. Media yang dipilih adalah berasal dari perusahaan Tribune, Media General Inc, Grup Sarasota Herald-Tribune Media, dan Perusahaan World. Hasil penelitiannya menemukan bahwa konvergensi sebagai sesuatu yang tidak terelakkan di era digital. Di sini dibutuhkan strategi untuk terus bertahan dan berkembang. Ada tiga faktor yang menyebabkan konvergensi tdiak bisa dihindari. Yakni, proses organisasi dari atas ke bawah (*top-down process*), proses tekanan dari konsumen, dan pengendalian melalui teknologi digital. Pengalaman di beberapa media menunjukan konvergensi media akan membuat jurnalisme yang juga bagus, menghasilkan keuntungan yang berlimpah, dan pengeluaran yang kecil dan meningkatkan daya saing media tersebut.

Sedangkan perbandingan ketiga disertasinya Christy Dena yang berjudul *Transmedia Practice; Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environment*, School of Letters, Art and Media Department of Media and Communications Digital Cultures Program University of Sydney, Australia, 2009. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif (multidisciplinarity seperti semiotika, observasi, dan wawancara), Dena menemukan bahwa proyek transmedia kini sedang berada di puncak popularitasnya baik sebagai industri maupun bidang kajian akademis. Fenomena transmedia harus dibedakan dengan bidang yang lain secara proporsional. Transmedia harus dipahami sebagai sebuah bidang kreativitas yang unik, baik

dalam tataran praktis maupun teoritis. Transmedia menghadirkan implementasi pekerjaan satu dalam keberagaman. Di era ini tidak ada medium tunggal. Tidak ada satu cara untuk mengkespresikan pengalaman masing-masing. Banyak media yang bisa dipergunakan dan memproduksi sendiri. Mereka pun bisa kerja sama di etngah perbedaan-perbedaan yang ada.

Sedangkan hasil penelitian konvergensi lain di level doktoral dilakukan David Otieno Aduda berjudul *Impact of Media Convergence on Corporate Performance of Media Organization in Kenya*, Strathmore Business School Strathmore University, 2016. Dengan metodologi penelitian kualitatif, Aduda memaparkan digital media memaksa media tradisional mengubah isi, paket, dan tampilan, khusus untuk surat kabar, digital media menuntut perubahan pada format dan disain; meningkatkan tampilan yang lebih menarik seperti gambar yang besar, tulisan berita utama tebal, dan lebih banyak warna sehingga terlihat lebih atraktif. Penelitian di Kenya ini menemukan bahwa konvergensi menuntut perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek media. Perubahan ini berkaitan dengan budaya kerja, tampilan media, struktur organisasi dan sebagainya.

Perbandingan penelitian terakhir yang dipakai peneliti adalah disertasi Mangesh Manohar Karandikar di India 2013. Ia mengambil judul *Media Convergence and Communication Features in Websites of Political Parties in India.* Department of Communication and JournalismUniversity of Mumbai. Dalam penelitiannya ia menemukan di India suara masyarakat hanya dibutuhkan ketika pemilihan umum. Internet mencoba menjadi media atau jembatan untuk menghubungkan partai politik dan masyarakat yang bukan hanya pada momentum

pemilihan umum saja. Partisipasi publik dalam politik hanyalah mitos '*Politics as usual*' melalui internet Membutuhkan artis untuk menggaet pemilih Tidak ada informasi dua arah. Internet adalah salah satu alat untuk mengundang partisipasi publik. Meski demikian penggunaan internet mengalami beberapa kendala. Antara lain, di India internet masih dipandang sebagai milik dan kebutuhan kaum elite (politik) atau kelas menengah ke atas. Masyarakat biasa tidak membutuhkannya, padahal masyarakat kelas bawah adalah pemilik suara dalam pemilihan umum. Selain itu, penggunaan internet dihindari oleh masyarakat kalangan bawah karena ketakutan akan menjadi viral atau menyebar tidak terkendali. Hal ini pun terjadi pada kalangan elite politiknya. Mereka takut dan tidak mau mengambil risiko nama baik dan reputasinya tercemar karena informasi tentang dirinya yang ada di internet. Terakhir, banyak partal politik yang kekuaranagn sumber daya manusia untuk aktif menyebarluaskan gagasan melalui internet yang menuntut kerja terus menerus tanpa mengenal jeda, menuntut kesegeraan, dan senantiasa *up date*.

Sedangkan konvergensi media dalam penelitian ini fokus pada representasi ideologi kekuasaan yang tecermin dalam teks berita kampanye pemilihan presiden 2014. Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan. Yakni, pertama konstruksi wacana objek penelitian dimensi teks menunjukkan Kompas Grup memihak pasangan Jokowi-JK. Media Grup berpihak ke Jokowi-JK, dan MNC Grup berpihak ke Probowo-Hatt. Sedangkan dimensi praktik wacana mengindikasikan Kompas Grup bersikap abu-abu, Media Grup secara tegas berpihak ke Jokowi-JK dan MNC Grup bersikap abu-abu atau tidak jelas.

Semenatar dari dimensi sosio kultural Kompas Grup berangkat dari koran etnis dan agama minoritas. Memiliki pengalaman masa lalu yang buruk sebagai media.

Kini menjadi pemimpin pasar di grup media, khususnya surat kabar. Media Grup menunjukkan pemilik media berlatar belakang politisi yang kini menjadi ketua umum partai politik, Nasdem. Sedangkan MNC Grup memiliki latar belakang pemilik media berlatar belakang pengusaha yang kini menjadi ketua umum partai politik, Perindo.

Kedua, pemberitaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup selama kampanye pilpres 2014 merepresentasi satu keadaan, yakni, krisis atau kegamangan epistemologi; tidak memiliki epistemologi yang ajeg. Penyebab utama adalah realitas yang kian kompleks sehingga unsur, prinsip, realitas, dan etika jurnalistik menjadi kabur. Ketika realitas tidak lagi tunggal; etika tidak lagi tegak dipastikan tidak ada kebenaran tunggal atau munculnya kebenaran plural. Masing-masing grup media memiliki dan mendefinisikan realitas, kebenaran, dan etika jurnalistik menurut versinya masing-masing. Tidak ada yang salah dengan hal tersebut karena ketiga grup media yang diteliti memiliki alasan tersendiri.

Ketiga, sebagai implikasi paradigmatis dan teoritis dari representasi pemberitaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup antara lain munculnya paradigma dan teori pers postmodern serta model konstruksi agenda politik publik.

Semua fokus penelitian terdahulu sama yaitu tentang konvergensi media. Yang membedakan adalah lokasi, metode, implementasi, dan kerangka teoritisnya. Beberapa bidang yang diteliti antara lain keterkaitan konvergensi

media dengan jurnalisme, bisnis, dan politik. Tidak ada yang bersinggungan dengan ideologi kekuasaan seperti yang akan diteliti.

Dalam konteks penelitian konvergensi media untuk tingkat strata tiga atau doktoral, penelitian konvergensi media juga kian merebak. Tabel penelitian terdahulu seperti yang disajikan pada tabel di bawah ini adalah beberapa contoh disertasi tentang konvergensi media. Semua fokus penelitian terdahulu sama yaitu tentang konvergensi media. Yang membedakan adalah lokasi, metode, implementasi, dan kerangka teoritisnya. Beberapa bidang yang diteliti antara lain keterkaitan konvergensi media dengan jurnalisme, bisnis, dan politik. Tidak ada yang bersinggungan dengan ideologi kekuasaan seperti yang akan diteliti.

Judul Penelitian	*Cross-Media News Journalism ; Institutional, Professional and Textual Strategies and Practices in Multi-Platform News Production* (Disertasi)	*Examining Media Convergence: Does It Converge Good; Journalism, Economic Synergies, And Competitive Advantages?* (Disertasi)	*TransmediaPractice; Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments* (Disertasi)	*Impact of Media Convergence on Corporate Performance of Media Organization in Kenya* (Disertasi)	*Media convergence and communication features in websites of political parties in India* (Disertasi)	*Representasi Ideologi Kekuasaan dalam Konvergensi Media (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Masa Kampanye Pilpres 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup)* (Proposal disertasi)
Nama Peneliti	Ivar John Erdal	Yuyan Ernest Zhang	Christy Dena	David Otieno Aduda	Mangesh Manohar Karandikar	Dudi Iskandar
Lembaga dan Tahun	Faculty of Humanities University of Oslo, Norwegia, 2008	Faculty of the Graduate School University of Missouri-Columbia, USA, May, 2008	School of Letters, Art and Media Department of Media and Communications Digital Cultures Program University of	Strathmore Business School Strathmore University Juni, 2016	Department of Communication and Journalism University of Mumbai, India, 2013	Universitas Padjadjaran

			Sydney Australia 2009			
Masalah Penelitian	1. Bagaimana jurnalisme penyiaran dipengaruhi oleh perkembangan konvergensi? 2. Bagaimana strategi dan praktik persilangan media di NRK? 3. Bagaimana strategi dan praktik persilangan media dalam menghasilkan teks berita? 4. Bagaimana pendekatan konseptual, analisis, dan	1. Apakah konvergensi media sesuatu yang tidak bisa dielakkan? 2. Dengan cara apa konvergensi dapat memperkaya isi berita, meningkatkan kredibilitas media dan membuat jurnalisme yang lebih bagus? 3. Dalam hal apa konvergensi memperbolehkan organisasi berita berbagi untuk	Menginvestigasi sejumlah praktik transmedia yang diimplementasikan dalam beragam lingkungan media yang berbeda, termasuk dalam wilayah fiksi, seperti film.	Bagaimana konvergensi media berimplikasi pada iklan di media tradisional di Kenya? Bagaimana konvergensi media berpengaruh para sirkulasi dan penjualan koran, khalayak radio, dan televisi? Bagaimana konvergensi media berpengaruh pada keuntungan media-media internal di	1. Apakah partai politik di India berinteraksi dengan publik dan berdialog melalui situs mereka? 2. Apaklah partai yang lebih kecil bisa bersaing dengan partai besar secara online? 3. Bagaimanakan kualitas situs partai politik di India?	1. Bagaimana konstruksi wacana Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup pada saat kampanye Pemilihan Presiden 2014? 2. Bagaimana representasi ideologi kekuasaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup pada saat kampanye Pemilihan Presiden 2014?

	metodologis sehingga bermanfaat pengembang an konvergensi?	mengurangi biaya? 4. Dengan cara apa konvergensi membawa bisnis yang baik dan menghasilkan keuntungan? 5. Bagiamana konvergensi membuat pembedaan? 6. Apa keuntungan kompetitif yang dibuat oleh konvergensi?		Kenya?	4. Bagaimana kah partai politik di India menggunak an media sosial secara online? 5. Apakah partai politik di India menyatuka n komunikasi mereka melalui internet dan telepon selular untuk berkomunik asi dengan masyarakat ? 6. Apakah partai	3. Bagaimana implikasi epistemolog i dari konstruksi wacana Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup pada saat kampanye Pemilihan Presiden 2014?

					politik di India melakukan komunikasi politik secara demokratis ?	
Teori	1. Media sebagai institusi 2. Medium dan Aliran 3. Teori strukurasi dan kultur organisasi 4. Retorika	1. Media Konvergensi 2. Jurnalisme 3. Sinergi Ekonomi	1. Semiotika 2. Seni Media 3. Trasmedia Practice	1. Konvergensi media 2. Organisasi media 3. Periklanan	1. Konvergensi media 2. New Media 3. Ruang publik 4. Komunikasi politik	1. Model Kajian Media 2. Ideologi Media 3. Relasi Kekuasaan 4. Konvergensi Media
Metode Penelitian	1. Pengamatan di ruang redaksi 2. Wawancara 3. Analisis teks.	Kualitatif dengan sampel yang diseleksi. Wawancara dengan informan yang diseleksi dalam empat tahap/kali wawancara	Multidisciplinarity (Semiotika, observasi, dan wawancara)	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei.	Pendekatan gabungan antara kualitatif (pengamatan dan pengalaman pribadi) dan kuantitatif (survei)	- Analisis Wacana Kritis (AWK) Norman Fairclough. AWK Norman ini terdiri dari tiga

		- Perusahaan Tribune. - Media General Inc. - Grup Sarasota Herald-Tribune Media. - Perusahaan World.				perangkat. Yakni, analisis teks, wawancara dengan redaksi dan manajemen media, serta penelusuran dan wawancara pakar media/jurnalisme.
Hasil Penelitian	Harus ada perubahan dalam pola jurnalisme. Perubahan ini disebabkan satu sumber berita diolah dan didistribusikan kepada banyak media. Jurnalisme harus menyesuaikan dengan pola	Pengalaman di beberapa media menunjukan konvergensi media akan membuat jurnalisme yang juga bagus, menghasilkan keuntungan yang berlimpah, dan pengeluaran yang kecil dan meningkatkan	Proyek transmedia kini sedang berada di puncak popularitasnya baik sebagai industri maupun bidang kajian akademis. Fenomena transmedia harus dibedakan dengan bidang yang lain secara	Digital media memaksa media tradisional mengubah isi, paket, dan tampilan, khusus untuk surat kabar, digital media menuntut perubahan pada format dan disain; meningkatkan tampilan yang lebih menarik seperti	1. Partisipasi publik dalam politik hanyalah mitos 2. 'Politics as usual' melalui internet 3. Membutuhkan artis untuk menggaet	

	multipltaform yang kini menjadi tren di media berbagai belahan dunia	daya saing media tersebut	proporsional. Transmedia harus dipahami sebagai sebuah bidang kreativitas yang unik, baik dalam tataran praktis maupun teoritis.	gambar yang besar, tulisan berita utama tebal, dan lebih banyak warna sehingga terlihat lebih atraktif.	pemilih 4. Tidak ada informasi dua arah	
Perbedaan dan Persamaan	Semua fokus penelitian terdahulu sama yaitu tentang konvergensi media. Yang membedakan adalah lokasi, metode, implementasi, dan kerangka teoritisnya. Beberapa bidang yang diteliti antara lain keterkaitan konvergensi media dengan jurnalisme, bisnis, dan politik. Tidak ada yang bersinggungan dengan ideologi kekuasaan seperti yang akan diteliti					

1.5.2. Kajian Literatur

1.5.2.1. Dua Model Kajian Media

Menurut Eugenia Siapera (2010 : 65-70) sepanjang sejarah kajian komunikasi massa ada lima teori kajian media. Yaitu, *political-economic theories of media, socio-cultural approaches to the media, socio-psycological approaches to media, medium theory*, dan *mediation : the difference media make*. Karena luasnya jangkauan kajian media, penelitian ini hanya menggunakan dua teori, yaitu ekonomi politik media dan kajian budaya.

Dalam kacamata ekonomi politik media, media mengalami proses seleksi dan konstruksi. Dalam sudut pandang ini, ada lima tahap proses penyaringan. Pertama, ukuran, kepemilikan, dan orientasi ekonomi dari media. Kedua, pengiklan. Ketiga, sumber media massa. Keempat, apa yang disebut sebagai flak (komentar negatif berbentuk selebaran, telepon, petisi). Kelima, mekanisme anti komunisme. Faktor ini sangat khas Amerika dan negara Eropa. (Edward S. Herman and Noam Chomsky, 1988 : 1-36).

Vincent Mosco (1996 : 25) mendefinisikan ekonomi politik media sebagai kajian tentang hubungan, bagian-bagian dari hubungan kekuasaan yang menghasilkan sumber-sumber produksi, distribusi, dan konsumsi. Dengan kata lain, pendekatan ini berdasar pada pengertian ekonomi politik sebagai studi mengenai relasi sosial, khususnya yang berkaitan dengan relasi kekuasaan, termasuk pada produksi, distribusi, dan konsumsi serta sumber daya dalam ekonomi politik komunikasi.

Menurut Mosco (1996 : 139) ada tiga konsep penting dalam ekonomi politik media, yakni, komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Pertama, *commodification* atau segala sesuatu dijadikan sebagai komoditas atau dianggap barang dagangan. Komodifikasi adalah mengubah segala sesuatu menjadi komoditas untuk mendapat keuntungan. Yang terkait dalam komodifikasi ini adalah isi media, jumlah khalayak dan iklan. Kedua, *spatialization* atau proses mengatasi hambatan jarak dan waktu dalam kehidupan sosial. Berkat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, jarak dan waktu bukan lagi hambatan dalam praktik ekonomi politik. Ketiga, *structuration* atau penyeragaman ideologi secara terstruktur. Strukturasi adalah penyeragaman ideologi secara terstruktur di semua perusahaan dan atau anak perusahaan, bak vertikal maupun horisontal.

Teori ekonomi politik media menyatakan isi media ditentukan oleh kekuatan ekonomi dan politik di luar media. Penentuan di sini bisa mencakup peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan, atau ke arah mana kecenderungan pemberitaan itu hendak diarahkan. Dalam pendekatan ini, mekanisme produksi berita dilihat tidak ubahnya seperti relasi ekonomi dalam struktur produksi sebuah perusahaan bisnis. Pola dan jenis pemberitaan ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi yang secara dominan menguasai perusahaan media.

Dalam pandangan Mosco, secara umum pendekatan ekonomi politik media memiliki beberapa karakteristik. Antara lain, bersifat historis, analisis totalitas sosial atau holistik, berorientasi pada moral, dan orietasi praktis. Peter Golding dan Graham Murdock menambahkan tiga poin lain. Yaitu, hubungan

antara produksi barang budaya, ekonomi politik teks, dan ekonomi politik budaya (S. Saswoprasodjo-Agung, 2008 : 97-98).

Peter Golding dan Graham Murdock (1979 : 12-42) mengungkapkan dua paradigma dalam ekonomi politik media ini. Yaitu, perspektif ekonomi politik liberal dan perspektif ekonomi politik kritis. Ekonomi politik paradigma liberal menyatakan isu pertukaran pasar antar individu sebagai konsumen memiliki kebebasan untuk memilih komoditas yang berkompetisi berdasarkan manfaat dan kepuasan yang ditawarkan. Semakin besar kekuatan pasar memainkan peran, kian besar kebebasan konsumen untuk menentukan pilihan.

Sedangkan paradigma kritis memandang ekonomi secara integral dan komprehensif. Ini sebagai bentuk keseimbangan antara usaha kapitalis dengan intervensi publik. Adanya keterkaitan dengan masalah moralitas seperti persamaan, keadilan, kebaikan publik, dan kehadiran peran negera. Ekonomi tidak bisa berdiri sendiri tanpa peduli dan memiliki hubungan dengan kehidupan sosial yang lain. Begitu juga dengan ekonomi politik media.

Teori ekonomi politik madzhab kritis memiliki tiga varian utama. Yaitu, instrumentalis, strukturalis, dan kulturalis. Pendekatan instrumentalis memandang ekonomi sebagai elemen paling menentukan media. Ia tidak memiliki hubungan lain dengan faktor yang lain. Media dipandang sebagai instumentalis dari dominasi kelas, dan kaum kapitalis menggunakan kekuasaan ekonomi dalam sistem pasar untuk memastikan arus informasi publik melalui media paralel dengan kepentingan dan minatnya. Dalam pendekatan ini ekonomi menjadi faktor

yang krusial. Media tidak bisa hidup tanpa disokong oleh ekonomi. Karena itu, proses bekerjanya media ditentukan oleh kepentingan ekonomi.

Ketidakpuasan pada pendekatan instrumentalis kemudian melahirkan pendekatan konstruktivis. Pendekatan ini memandang faktor ekonomi sebagai sebuah sistem yang belum sempurna. Artinya, faktor ekonomi dipengaruhi beragam dimensi lain seperti indvidu dan budaya. Dalam pendekatan konstruktivis, negara dan kapital dipandang tidak selalu akan menggunakan media sebagai instrumen untuk mewujudkan kepentingan-kepentingan mereka. Pendekatan konstruktivis melihat dominasi kekuatan ekonomi atau politik tidak bersifat langsung, namun melalui proses yang rumit, dan melibatkan mekanisme pembenar dan hegemoni.

Sedangkan pendekatan terakhir adalah strukturalis. Ia memfokuskan pada semua hubungan antar unsur struktur internal dan eksternal media. Yang membedakan pendekatan strukturalis dan instrumentalis adalah instrumentalis memandang struktur sebagai sesuatu yang dinamis, sedangkan strukturalis mengkonseptualisasikan struktur bersifat tetap, solid, dan tidak dapat dipindahkan. Menurut kaum strukturalis, ekonomi politik media mencakup berbagai struktur ekonomi media seperti peningkatan jumlah perusahaan, pertumbuhan media, perubahan peran negara, termasuk intervensi pemerintah. (Agus Sudibyo, 2000).

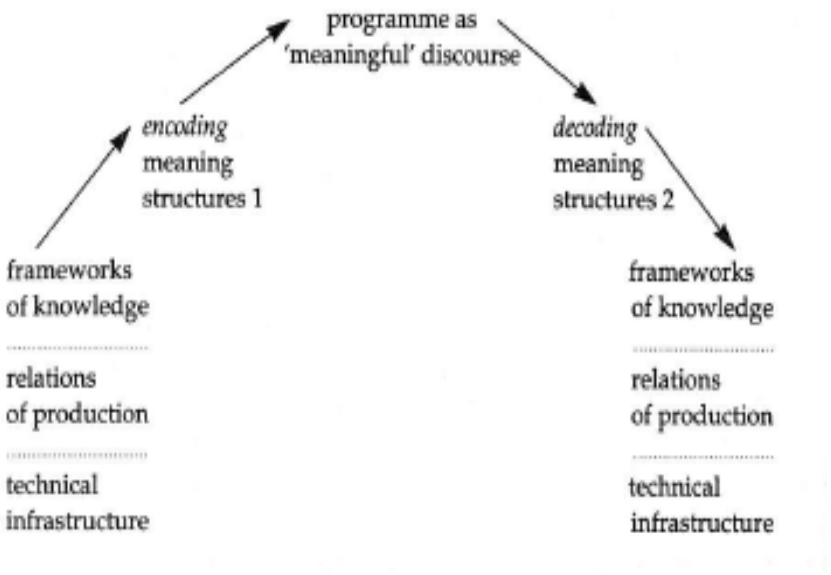
Kedua, kajian budaya (*cultural studies*). Ia merupakan studi interdisipliner. Kajian budaya dibangun di atas ideologi neo-Marxist. Kajian budaya mengkritisi media dalam membentuk kesadaran (*manufacturing consent*).

Dalam kajian budaya, simbol, makna, tanda, dan bahasa yang digunakan dalam mempertahankan relasi kuasa di dalamnya merupakan fokus utama penyelidikannya. Makanya Stuart Hall yang merupakan pengusung utama *cultural studies* menggunakan istilah kajian budaya bukan kajian media meski objek utamanya adalah media dengan berbagai aksesoris dan perangkatnya. Ia beralasan yang memiliki kuasa dan tidak memiliki kuasa menggunakan simbol, pesan dan wacana melalui media massa dalam membentuk makna untuk memenangkan kuasa. (EM Griffin, 2012). Media merupakan kajian utama dari tradisi ini. Inilah alasan mengapa studi ini bernama *cultural studies* bukan media studies (kajian media).

Karakteristik studi budaya kata S. Saswoprasodjo-Agung (2008 : 100-101) sambil mengutip Mosco antara lain, sebagai kritik terhadap paradigma positivisme, melihat budaya sebagai produk sehari-hari, menolak pemikiran yang bersifat totaliter. Hebdige menambahkan kajian budaya memiliki karakteristik melihat hubungan tidak langsung dari kapitalisme, antitotalitas, antiteleologi, dan antiutopia.

Hall menganggap media mempertahankan dominasi kuasa yang ada dalam masyarakat. Sebaliknya, media justru mengeksploitasi mereka yang tidak memiliki kuasa. Bagi kajian budaya, media sebenarnya memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran penduduk tentang isu-isu kelas, kekuasaan, dan dominasi. Media dianggap sebagai arena pertarungan (*site of strunggle*) dari berbagai kelas yang ada, baik kelas dominan maupun sub-ordinat.

Bagan di bawah ini menerangkan tentang bagaimana keterkaitan antara produsen budaya (*author*) yang berada di posisi encoding dan khalayak sebagai pembaca (*reader*) yang berada di pihak decoding. Bagan yang dibuat oleh Hall ini awalnya hanya berkaitan dengan televisi, tetapi bila ditelaah lebih lanjut, bagan ini akan relevan untuk dipergunakan pada semua media.



Gambar 2
Model Proses Encoding dan Decoding Stuart Hall (1980)

Salah satu pemicu munculnya kajian budaya adalah kegagalan teori Marxist. Bahwa akan muncul revolusi yang dilakukan kaum proletar. Dari revolusi ini Marx mengidealisasikan muncul suatu masyarakat tanpa kelas, di satu sisi, dan dominasi ekonomi kaum kapitalis akan berkurang, pada sisi lainnya. Namun, perkiraan Marx tersebut meleset.

Ada dua jalur genealogi kajian budaya. *Pertama,* melihat kebudayaan sebagai efek hegemoni. Istilah hegemoni, diapungkan Antonio Gramsci. Hegemoni berarti dominasi yang berlangsung tidak dengan cara paksaan yang kasat mata melainkan dengan persetujuan pihak yang didominasi. Dalam bingkai hegemoni inilah kebudayaan terbentuk. Kebudayaan bukanlah ekspresi sistem nilai suatu komunitas yang mencerminkan identitas kolektif, melainkan alat yang memungkinkan hegemoni itu berfungsi dalam sistem dominasi. Kajian tersebut menekankan pembacaan budaya sebagai tindakan kontra-hegemoni, resistensi terhadap kekuasaan, dan pembelaan terhadap subkultur.

Kedua, yang mendapat banyak pengaruh dari pemikiran poststrukturalisme Perancis, terutama Foucault, menggeser perhatiannya dari kontra-hegemoni dan resistensi terhadap kekuasaan menuju perayaan terhadap kemajemukan satuan-satuan kecil. Kebudayaan dilihat sebagai wacana pendisiplinan dan normalisasi, yang tidak tepat dihadapi dengan *macro-politics* karena relasi kuasa tidak selalu bersifat vertikal (negara versus masyarakat).

Bagi Foucault, kekuasaan bersifat menyebar dan merata dalam setiap hubungan dalam masyarakat. Karena itu hanya bisa dihadapi dengan semacam *micro-politics,* yang pernah dirumuskannya sebagai *insurrection of the subjugated knowledges* (membangkitkan pengetahuan-pengetahuan yang tertekan). Pada titik inilah kajian budaya tegak berdiri. Kajian-kajian dengan label multikultural, postkolonial, feminis, gay, lesbian, etnik, dan kulit berwarna menemukan momentumnya. (Ahmad Sahal, Kompas 2 Juni 2000).

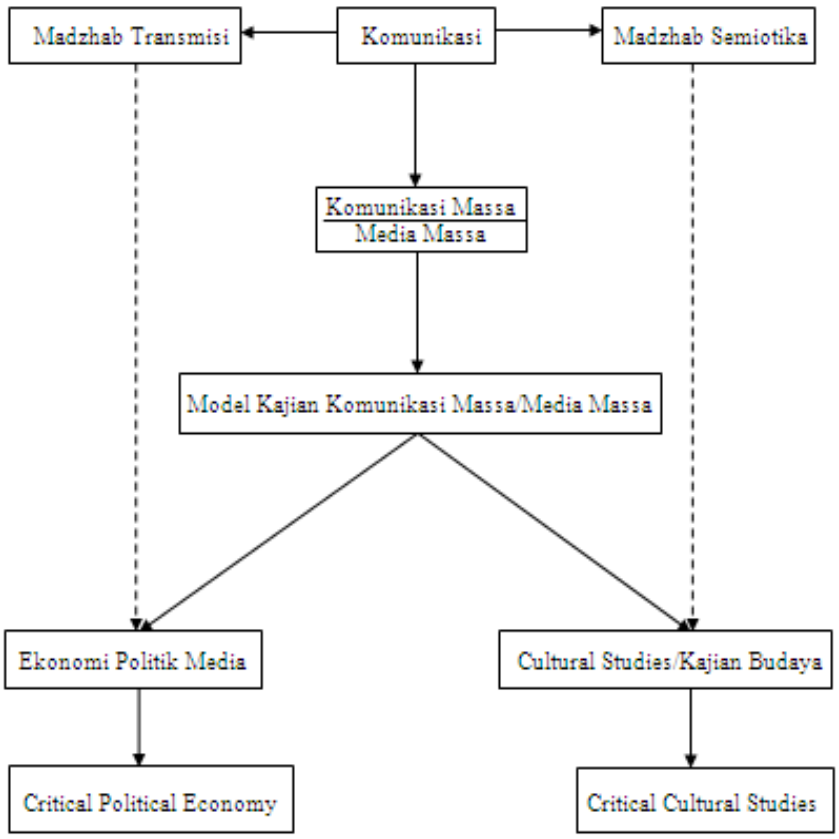
Setidaknya kita menemukan dua batasan yang dapat memberikan penjelasan tentang konsep ini. *Pertama*, adalah ide umum di mana masyarakat atau kelompok memahami ideologinya, atau cara-cara kolektif yang digunakan suatu kelompok untuk memahami pengalamannya. *Kedua*, budaya dimengerti sebagai praktik-praktik atau keseluruhan cara hidup suatu kelompok apa yang dilakukan individu secara material dari hari ke hari.

Dua jenis pengertian budaya ini tidak bisa benar-benar dipisahkan, karena ideologi suatu kelompok dihasilkan dan direproduksi dalam praktek-praktek ideologi tersebut. Dalam kajian budaya, proses pemahaman realitas ini ditimbulkan oleh banyak sumber ini dinamakan sebagai artikulasi. Dikarenakan oleh adanya artikulasi tidak seluruh ideologi berada dalam wilayah pijakan yang sama dalam masyarakat. Di mata kelas pekerja, ideologi dominan merupakan kesalahan karena ia tidak merefleksikan kepentingan mereka atau yang juga biasa dikenal sebagai kesadaran palsu (*false conciousness)*. Di sinilah terjadi apa yang dinamakan sebagai hegemoni dalam istilah Antonio Gramsci.

Semua asumsi dasar dalam kajian budaya diwarnai oleh pemikiran marxis. Ada dua pengaruh penting dari marxisme terhadap kajian budaya. *Pertama*, untuk memahami makna kebudayaan. Meskipun setiap penggalan sejarah didominasi oleh struktur sosial tertentu, namun kebudayaan tidak harus dipelajari sebagai refleksi dari struktur tersebut. Bahkan sebaliknya, kajian budaya menekankan arti penting budaya yang bersumber dari kenyataan budayalah yang sesungguhnya membentuk struktur dan mewarnai penggalan sejarahnya.

Kedua, kajian budaya mengasumsikan bahwa masyarakat industri kapitalis merupakan masyarakat yang terbagi-bagi secara tidak adil di kalangan etnik, gender, generasi, dan kelas. Kebudayaan merupakan salah satu wahana penciptaan dan pengujian pembagi-bagian yang timpang itu. Jadi, kebudayaan merupakan tempat berlangsungnya pertikaian makna secara terus-menerus, di mana kelompok yang inferior berusaha melawan pemaksaan makna oleh kelompok-kelompok dominan. Itulah sebabnya kebudayaan juga bersifat ideologis. Secara singkat asumsi kajian budaya adalah budaya meliputi semua perilaku manusia dan masyarakat adalah bagian dari hierarki kekuasaan. (Richard Wes and Lynn H. Turner, 2007 : 392).

Secara sederhana dua model kajian media yang dijelaskan di atas bisa digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3
Mapping Model Dua Kajian Media
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Harus diakui dalam realitas media kontemporer sulit atau bahkan tidak bisa memisahkan secara radikal di antara dua pendekatan tersebut. Semuanya berkelindan, saling silang dan terus saling berkaitan. Oleh sebab itu, dalam

penelitian ini yang menjadi sandaran teoritis adalah dua model kajian media tersebut meski tidak mengambil secara keseluruhan.

Dari ekonomi politik media, konsep komodifikasi, spazialisasi dan strukturasi dengan pendekatan kritis tetap dipakai, tetapi pendekatan kajian budayalah yang akan paling dominan dalam penelitian ini. Alasannya, konsep representasi adalah terminologi milik kajian budaya seperti yang akan dijelaskan dalam sub bab di bawah ini.

Faktor lain adalah pendekatan kajian budaya sangat dekat hubungannya paradigma dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni paradigma kritis dan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Paradigma kritis mendeklarasikan bahwa ada sesuatu (kekuatan, kekuasaan, kepentingan yang tersembunyi) di balik teks yang ditampilkan media. Makanya analisis wacana kritis Norman Fairclough (selengkapnya lihat dalam sub-bab metode penelitian) selain mengintrogasi teks juga menelusuri praktik wacana dan hubungan secara makro dalam praktik sosio kultural. Bahwa ada yang ditampilkan teks sesungguhnya merupakan cermin dari praktik wacana dan kondisi yang terjadi dalam dimensi makro sosio kultural.

1.5.2.2. Jurnalisme dan Representasi Makna Media

Definisi jurnalisme sangat banyak, beragam, dan terus berkembang. Setiap era, pergantian narasi, dan perubahan teknologi, definisi jurnalisme terus berubah. Namun dari beragam pengertian kita bisa mengambil intisarinya. Secara sederhana kita bisa mengatakan jurnalisme sebagai bisnis, keterampilan, atau

praktik produksi dan penyebaran informasi tentang urusan publik yang hangat dan penting (Michael Schudson, 2003 :11). Bisnis ini diatur oleh suatu institusi atau organisasi secara profesional. Idealnya, informasi yang disajikan jurnalisme adalah fakta yang terjadi di lapangan sehingga kebenaran sebuah peristiwa bisa ditangkap oleh masyarakat yang menerima informasi tersebut.

Karena kebenaran menjadi tujuan utamanya, kata Bill Kovach dan Tom Rosentiels (2007), maka kewajiban pertama jurnalisme adalah berkhidmat kepada usaha pencarian kebenaran. Kebenaran dalam pengertian fungsional. Bukan kebenaran dalam pengertian filsofis. Tujuan utamanya jurnalisme agar masyarakat sebagai pembacanya bisa bersikap dewasa; memilih; dan mendapat petunjuk untuk mendapat jalan terbaik bagi kehidupannya. Sedangkan Schudson (2003 : 14) memandang tujuan utama jurnalisme adalah memproduksi dan menyebarkan informasi yang serius dan perdebatan di masyarakat tentang kejadian dalam ranah sosial, politik dan budaya. Tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan masyarakat informasi yang akurat dan dapat dipercaya yang dibutuhkan masyarakat dalam sebuah masyarakat yang bebas. (Deborah Potter, 2006 : 3).

Menurut Denis Mcquail (2013 : 1-2), jurnalisme kerap disandingkan dengan berita, media massa, pers, dan surat kabar. Meski ada perbedaan di antara istilah tersebut, tetapi secara umum pengertiannya tidak jauh berbeda. Jurnalisme merujuk pada aktivitas profesional atau hasil yang terlibat dalam pengumpulan, analisis dan publikasi berita. Berita bisa definisikan sebagai cerita dari persitiwa yang aktual yang relevan dengan kepentingan publik.

Produk utama kerja jurnalisme adalah berita. Definisi berita adalah tulisan,

tayangan, atau siaran tentang fakta dari satu peristiwa atau kejadian yang dimuat atau disiarkan oleh media massa dengan menggunakan konstruksi 5W+1H (*What, Why, Who, Where*, dan *When* serta *How*). Jadi jika ada fakta dari kejadian yang tidak disebarkan melalui media massa, ia bukan berita. Secara sederhana berita adalah terminologi mutlak milik media massa (majalah, tabloid, surat kabar, televisi, situs dan sebagainya). Oleh sebab itu, jika ada tulisan, tayangan, atau siaran tentang fakta dari satu peristiwa atau kejadian yang dimuat atau disiarkan oleh media sosial dengan menggunakan konstruksi 5W+1H (*What, Why, Who, Where*, dan *When* serta *How*), ia bukan berita.

Prinsip 5W+1H kini berkembang menjadi 6W+1H dengan penambahan W keenam *What Next*. Prinsip keenam ini muncul belakangan seiiring dengan maraknya media *online* yang mengejar kecepatan penayangan/pemuatan sebuah peristiwa. Meski demikian, *What Next* sesungguhnya tidak terlalu prinsipil terutama untuk media cetak yang seharusnya sudah memiliki tidak mengejar kecepatan, tetapi kedalaman dan deskripsi fakta.

Konstruksi tulisan berita konvensional adalah piramida terbalik. Artinya, dalam berita model ini kepala berita menjadi tempat fakta terpenting versi redaksi tentunya. Sedangkan pada tubuh berita dan selanjutnya hingga ke ujung piramida adalah berurutan dari peristiwa yang terpenting hingga kurang penting. Penempatan fakta terpenting di kepala berita memudahkan pembaca untuk menangkap inti berita tersebut. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi informasi, khususnya internet, konstruksi 5W+1H, khususnya untuk surat kabat dan majalah berkembang menjadi matrik 5W+1H atau 6W+1H.

Berita adalah hasil konstruksi wartawan dan media massa secara institusi terhadap suatu peristiwa. Karena hasil konstruksi realitas ia bukan realitas yang sebenarnya. Ia menjadi realitas buatan atau realitas kedua (*second hand reality*) (Anwar Arifin, 2006 : 5). Burhan Bungin (2008) menyebutnya sebagai realitas bayangan (*shadow reality*). Realitas bayangan mengandung pengertian realitas yang disodorkan media massa kepada masyarakat hanyalah bayangan dari suatu peristiwa bukan peristiwa yang sebenarnya.

Dengan demikian, berita di satu media bukan hanya rangkaian fakta yang tersusun menjadi sebuah kalimat dan paragraf. Ia a adalah representasi pikiran dan sikap wartawan dengan segala segala latar belakangnya. Fakta yang hanya ditulis apa adanya akan kering gaya dan tidak nyaman disajikan kepada masyarakat. Artinya, ketika mencari, menemukan, dan mengkonstruksi, wartawan terlebih dahulu memiliki kerangka sendiri yang tidak netral dan independen. Tidak ada berita yang sepenuhnya objektif; senantiasa ada campur tangan pikiran dan sikap wartawan dan kebijaksanaan redaksi (institusi atau pemilik). Institusi dan pemilik surat kabar adalah pemilik kepentingan media hari ini. (Muhamad Mufid, 2009 : 298-299). Dari konstruksi fakta inilah munculnya istilah representasi media. Secara sederhana representasi media adalah bagaimana media menampilkan peristiwa, ide/gagasan atau seseorang.

Pada awalnya representasi adalah istilah budaya yang diturunkan dari agama dan budaya. Emile Durkheim (John D.H. Downing dan Charles Husband. 2005 : 41), seorang sosiolog terkenal adalah yang pertama kali menggunakan istilah representasi. Durkheim menggunakannya dalam konteks praktik agama dan

budaya pada masyarakat kuno. Durkheim menggunakan istilah ini untuk *collective representation* dalam karyanya yang sangat mashur *Elementary Forms of Religious Life*. Istilah representasi menggeliat kembali di era media dan sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Representasi kemudian menjadi kajian menarik bagi komunikasi madzhab ritual, konstitutif, atau semiotika karena berkaitan dengan pemaknaan terhadap bahasa, simbol, dan teknologi.

Representasi adalah tindakan untuk menggantikan sesuatu yang tidak bisa terjadi atau tidak bisa menghadirkannya sendiri. Ada dua poin terpenting dalam representasi, yakni, *representative* dan *represented*. Sedangkan sistem representasi yang ditemukan Stuart Hall, yaitu, mental *representation* dan makna yang terkandung pada bangunan yang sistem hubungan dalam konseptual dan sistem bahasa serta tanda yang merepresentasikan konsep tersebut. (Graeme Burton, 2003 :134-139).

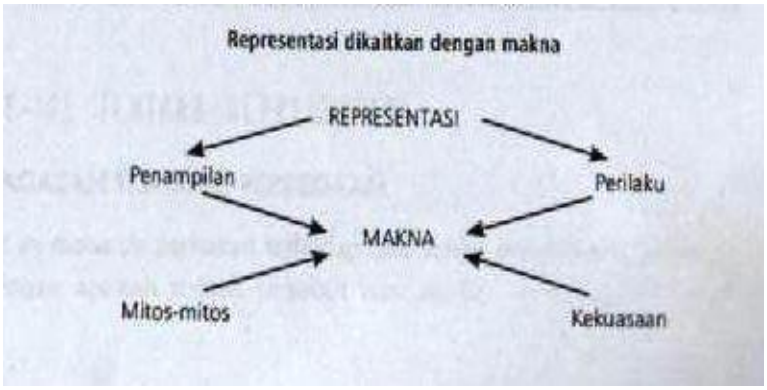
Representasi dalam pandangan Graeme Burton (2003), berkaitan dengan ungkapan ideologis. Representasi mengungkapkan perbagai jenis kekuasaan yang berbeda dalam masyarakat. Ungkapan representasi ideologis ini bisa dilihat dari beberapa poin. Antara lain, siapa yang memiliki kekuasaan dan siapa yang tidak; bagaimana kekuasaan diterapkan; nilai-nilai yang mendominasi cara kita berpikir tentang masyarakat dan hubungan-hubungan sosial.

Sementara itu, Judy Giles dan Tim Middleon (1999 : 56-57) menjelaskan tentang asal usul kata representasi. Menurut keduanya representasi bermula dari bahasa Inggris. *Represent* mempunyai tiga pengertian, yakni, *to stand in for* (berarti melambangkan), *to speak or act on behalf of* (bisa berbicara atas nama

seseorang), dan *to re-present* (bisa diartikan menghadirkan kembali peristiwa yang sudah terjadi). Representasi merupakan sebuah tanda yang tidak sama dengan yang sebenarnya. Hanya saja ia ditautkan melalui realitas yang menjadi referensinya. Hal ini sama dengan yang dilakukan media. Ia menghadirkan fakta lain dari sebuah peristiwa. Inilah yang dikenal dengan nama konstruksi realitas media.

Kata representasi, kata teoritikus budaya populer Graeme Burton (2008 : 132-133), memiliki definisi sederhana dan menyeluruh. Yang sederhana menyangkut *stereotype*, sedangkan versi yang menyeluruh berkaitan dengan sisi media yang tampak dari teknologi. Pakar semiotika Marcel Denasi (2010 : 24) juga memberikan pengertian tentang representasi yang sangat lengkap dan mumpuni. Menurutnya, representasi sebagai penggunaan tanda (kata, gambar, bunyi dan sebagainya) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, dan memproduksi sesuatu yang bisa dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu.

Istilah representasi merujuk pada penjelasan orang-orang yang membantu mendefinisikan kekhasan kelompok-kelompok serta menunjum pada penggambaran organisasi atau institusi. Representasi juga tidak hanya menunjuk pada permukaan, ia pun menyangkut makna-mana yang dikonstruksi. Dengan demikian representasi sangat erat berkaitan dengan pemaknaan’ Makna tentang dunia; makna tentang cara memahami dunia. (Dudi Sabil Iskandar dan Rini Lestari, 2016 : 19).

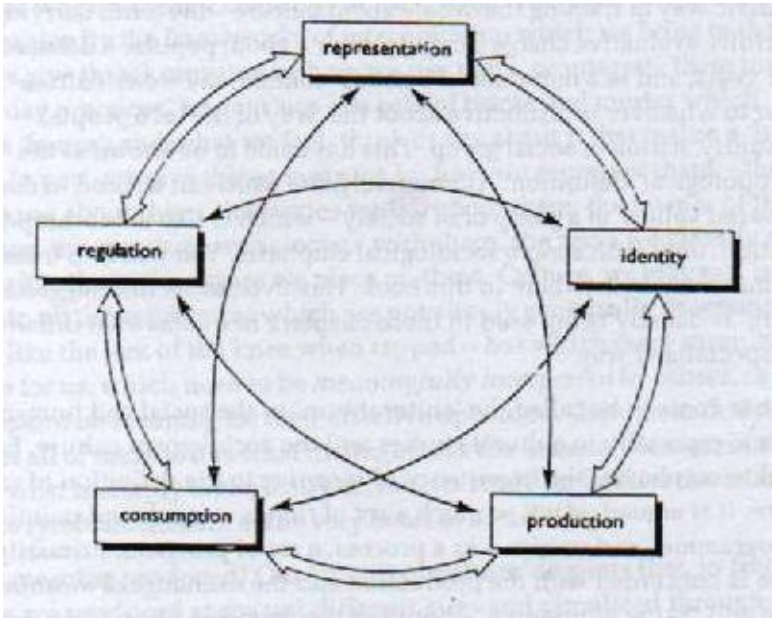


Gambar 4
Representasi Dikaitkan dengan Makna
(Graeme Burton, 2003 : 133)

Dalam kajian komunikasi khususnya khususnya teori tentang makna media yang berhubungan dengan budaya masyarakat, Stuart Hall memiliki konsep tentang representasi. Menurutnya Hall (1997 : 16-17) representasi dengan produksi makna dari konsep yang ada di pikiran kita melalui bahasa.

> Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan satu makna kepada orang lain. Representasi adalah kata kunci dari proses pertukaran makna di antara anggota kelompok budaya tertentu. Pertukaran makna itu melibatkan penggunaan bahasa dan gambar sebagai tanda untuk melambangkan sesuatunya (Stuart Hall, 1997 : 15).

Dalam bagan yang dibuatnya, Hall (Hall (1997 : 1) membuat lingkaran representasi dalam konteks budaya.



Gambar 5
The Circuit of Culture
(Stuart Hall, 1997 :1)

Pengertian representasi sangat dekat dengan pencitraan dalam politik. Yakni, proses pembentukan citra melalui proses yang diterima khalayak baik secara langsung maupun media massa. Anwar Arifin (2011 : 178) menjelskan tentang pengertian pencitraan yang terdiri dari empat poin. Yaitu, representasi di mana citra merupakan cermin realitas; ideologi di mana citra menyembunyikan dan memberi gambaran yang salah tentang realitas; citra menyembunyi bahwa tidak ada realitas; citra tidak memiliki sama sekali hubungan dengan realitas apapun.

Representasi dalam teks berita berarti menunjukkan bagaimana seseorang, satu kelompok, atau gagasan ditampilkan. Ada dua bentuk representasi dalam teks berita. Pertama, apakah seseorang, satu kelompok dan satu gagasan tersebut

ditampilkan sebagaimana mestinya. Kedua, bagaimana representasi seseorang, satu kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan melalui kalimat, foto, dan aksentuasi (Eriyanto, 2001 : 113) Dengan demikian, jurnalisme sebagai wacana memungkinkan penyebaran pandangan hasil produksi berita dan menyebarluaskan seperti membuat bentuk-bentuk kuasa sebagai bentuk baru akses kepada representasi. (Martin Conboy, 2004 : 4)

Seperti dikemukakan di atas, representasi sangat ideologis. Burton menjelaskan bahwa ideologi mendefinisikan sistem representasi. Tindakan representasi menjadi perwujudan hubungan kekuasaan dalam masyarakat. Karena itu representasi menjadi ungkapan ideologi dan ungkapan wacana. Dan hal tersebut menyangkut kekuasaan.

Gambar 6
Representasi dan Kekuasaan
(Graeme Burton 2008 : 134)

Menurut Hall (1997 : 25), konsep representasi memiliki tiga pendekatan. Yakni, pendekatan reflektif, intensional, dan konstruksionis. Pendekatan reflektif memandang makna dari objek, manusia, ide, atau kejadian dalam dunia nyata.

Bahasa berfungsi sebagai cermin untuk merefleksikan yang sebenarnya dalam masyarakat. Pendekatan intensional menganggap makna berasal dari objek pembuatnya yang sebenarnya. Pendekatan konstruksionis memandang makna dari perspektif karakter sosial bahasa. Makna berasal dari pembuat dan menghasilkan makna yang diinginkan. Artinya, ia merepresentasikan satu konsep dalam masyarakat. Makanya masyarakat juga bisa memberi makna sendiri berlandaskan budaya dan sistem representasi yang digunakan untuk berkomunikasi dalam berbagai level dan tingkatannya.

1.5.2.3. Ideologi dan Relasi Kekuasaan Media

Isu terbesar dalam hubungan media dan masyarakat adalah persoalan ideologi. Baik isu --meminjam istilah Udi Rosadi (2015 : 81-85) -- ideologi media ataupun ideologi dalam media. Ideologi media, misalnya, Republika mengusung ideologi Islam; Kompas menjadikan humanisme universal sebagai ideologinya. Sedangkan ideologi dalam media adalah proses pergulatan dalam isu tertentu secara spesifik. Contohnya, ideologi tentang kesetaraan gender, Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender (LGBT), dan sebagainya.

Ideologi, kata Raymond Williams seperti dikutip John Fiske (2007 : 228) digunakan dalam tiga perangkat. Yakni, pertama, sistem kenyakinan yang menandai kelas tertentu. Kedua, suatu sistem kenyakinan ilusioner, dan ketiga, proses umum produksi makna dan gagasan. Karena itu ideologi berimplikasi pada dua hal, yaitu, ideologi secara inheren bersifat sosial dan tidak hanya digunakan sebagai fungsi koordinatif dan kohesif, tetapi juga membentuk identitas kelompok sosial tersebut yang membedakan dengan kelompok lain (Eriyanto, 2001:13-14).

Ideologi, kata Yasraf Amir Piliang (2011 :23), adalah sistem kepercayaan dan sistem nilai serta representasinya dalam berbagai media dan tindakan sosial.

Seraya mengutip Michael O'Shaughnessy dan Jane Steadler (2005), Udi Rusadi (2005 : 105) menyatakan, ideologi memiliki tiga tempat bersemayam. Yakni, di dalam bahasa, teks, dan representasi, kelembagaan material dan seluruh praktiknya, serta di setiap afeksi dan kognisi seseorang. Dalam konteks media, ideologi

Pakar ideologi John B. Thompson (2015 : 16-17) memaparkan konsep ideologi digunakan untuk merujuk bagaimana makna digunakan dalam hal tertentu. Ia ada dan dipergunakan untuk membangun dan mempertahankan relasi kekuasaan secara sistematis bersifat asimetris. Makanya ideologi adalah makna yang dipakai untuk kekuasaan.

Ia melanjutkan kajian tentang ideologi adalah bagaimana makna dikonstruksi dan disampaikan melalui simbol-simbol dalam berbagai variasinya, baik dalam ungkapan sehari-hariu ataupun dengan bahasa yang kompleks. Ideologi juga menuntut kita menggunakan simbol untuk menguak relasi struktur sosial dalam penyerapan, penyebaran, mendukung dan mengembangkan relasi tersebut. Mengikuti penggunaan tersebut, ideologi memiliki karakteristik yang khas yakni adanya kenyakinan, gagasan, kelompok tertentu, pandangan menyeluruh, politik, dan bersifat publik. Karena itulah ideologi kerap disandarkan dengan kekuasaan dan budaya politik tertentu.

M. Alfan Alfian (2009 :245-246) yang meringkas ideologi versi John B. Thompson seperti dikutip dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2
Tiga Perspektif Ideologi versi Thompson

Sebagai Sistem Kepercayaan	Sebagai Proyeksi Sosial	Sebagai Relasi Sosial
- Ideologi adalah orientasi tindakan yang berisi kepercayaan yang terorganisir dalam suatu sistem yang koheren. - Ideologi adalah kumpulan kepercayaan an ketidakpercayaan (penolakan) yang diekspresikan dalam kalimat-kalimat permohonan dan pernyataan eksplanatoris. - Ideologi dibuat untuk memberikan basis permanen yang relatif bagi suatu kelompok masyarakat untuk membenarkan kepercayaan pada norma moral dan sedikit bukti faktual serta rasionalisasi berbasis kesadaran diri yang bertalian dengan legimitasi implementasai dan preskripsi teknik yang dimaksudkan untuk menjamin tindakan yang	- Ideologi membutuhkan kemuncuan wacana politik yang yang baru, wacana yang menuntut tindakan tetapi tidak sekedar menuntut melalui penggunaan otoritas atau tradisi atau retorika emotif. - Ideologi adalah wacana yang didasarkan pada ide yang mendasari tindakan politik dalam teori sekuler dan rasional. - Ideologi terpisah dari kesadaran mistis dan agama; ia menjustifikasi tindakan yang diinginkan melalui logika dan bukti. - Ideologi adalah sistem simbol, varian bahasa, dan kode yang dielaborasi, yang kesemuanya itu dapat dilaksanakan tuganya memobilisasi proyek publik hanya diekspresikan melalui bahsa tulis, yang kritis, rasional dan dapat dimengerti secara empirik.	- Ideologi adalah sistem ide-ide politik yang dapat diterapkan dengan kalkulasi politik. - Ideologi terkait dengan kompleksitas praktik sosial yang tidak menyatu dengan sistem representasi yang memiliki signifiknasi dan konsekuensi politik.

ditampilkan demi perlindungan, reformasi, destruksi, atau rekonstruksi tatanan yang ada. - Sebagai sistem kepercayaan, ideologi terbagi ke dalam ideologi fundamental dan ideologi operatif. - Ideologi fundamental ialah prinsip fundamental yang menyakini tujuan akhir dan pandangan dasar yang akan dicapai. - Ideologi operatif adalah prinsip-prinsip secara aktual mendasari kebijakan yang dimaksud sebagai pembenaran.		

Tabel 3
Model-Model Cara Kerja Ideologi versi Thompson (2015 : 84)

Model Umum	Bentuk Strategi dan Konstruksi Simbol
Legimitasi	- Rasionalisasi - Universalisasi - Narativikasi
Penipuan	- Pemindahan - Eufemisme - Kiasan
Unifikasi	- Standarisasi - Simbolisasi dari kesatuan
Fragmentasi	- Diferensiasi - Ekspurgasi yang lain
Reifikasi	- Naturalisasi - Eternalisasi - Nominalisasi/pasivisasi

Dalam konteks itulah sesungguhnya ideologi menyimpan dua sisi bertentangan. Dalam perspektif teoritis, ideologi sangat ideal-normatif. Ia mengusung nilai dan kebaikan dalam suatu kelompok masyarakat, budaya politik, atau negara tertentu. Namun, pada sisi praktis, ideologi menyimpan wajah seram dan kejam. Atas nama dan untuk menyelamatkan ideologi, kelompok pengusung ideologi tersebut menindas bahkan merenggut nyawa pemilik ideologi lain. Jika pengetahuan dan ilmu pengetahuan membeku menjadi delusi atau kesadaran palsu sehingga menghalangi manusia berbuat kebaikan, keduanya menjadi ideologi. (Franszisco Budi Hardiman, 1990 : 191).

Sementara itu Karl Mannheim (1991 : xv-xvii) menyatakan ideologi sebagai pengetahuan yang sudah disusupi kepentingan tertentu atau unsur subjektif. Ia secara sadar atau tidak dipakai untuk menipu kelompok lain. Ideologi adalah pengetahuan subjektif, dan karena itu salah. Ideologi tidak berdasarkan

informasi faktual dalam memperkuat kepercayaannya. Ia cenderung menolak pikiran orang lain. Ideologi seseorang menyatakan pikiran orang lain adalah salah. Oleh sebab itu studi tentang ideologi adalah bagaimana menyingkap tentang penipuan yang dilakukan secara sadar tetapi disembunyikan. (Karl Mannheim (1991 : 288).

Fungsi ideologi, kata Chris Barker (2005 :86), bisa dilihat sebagai empat hal. Pertama, pandangan dunia kelompok-kelompok dominan yang berfungsi membenarkan dan mempertahankan kekuasaan mereka. Di sini ideologi dilawankan dengan kebenaran. Kedua, pandangan dunia kelompok sosial manapun yang membenarkan tindakaan-tindakan mereka. Sama dengan fungsi ideologi yang pertama ideologi di sini dilawankan dengan kebenaran. Ketiga, pandangan dunia kelompok dominan yang berfungsi membenarkan dan mempertahankan kekuasaan mereka, namun tidak berlawanan dengan kebenaran. Di sini ideologi dideskripsikan ulang dan karena itu tidak harus diterima. Keempat, hampir sama dengan yang kedua dan ketiga, yaitu, pandangan dunia kelompok sosial manapun yang membenarkan tindakan mereka tetapi tidak dilawankan dengan kebenaran. Di sini ideologi dianggap bisa digambarkan ulang dan karena itu tidak harus diterima.

Seperti dikemukakan di atas, dalam ideologi terdapat tiga aspek. Yaitu sebagai sistem kepercayaan, proyeksi sosial, dan relasi sosial. Sebagai sistem kepercayaan, ideologi bersemayam pada setiap individu, termasuk wartawan, kru redaksi, dan pemilik media. Wartawan bukan robot yang tidak terpengaruh lingkungan sekitar dan tuna memiliki latar belakang. Ideologi dalam ranah pribadi

terbangun berdasarkan pendidikan, pengalaman, pengetahuan, dan tata nilai. Semuanya itu menyatu dalam proyeksi sosial sebab manusia merupakan makhluk sosial atau tidak bisa hidup sendiri. Jurnalistik politik meletakkan berita sebagai sebuah produk ideologi dan mampu memberi legimitasi terhadap sebuah ideologi. (Ana Nadhya Abrar, 2011 : 14).

Ekspresi dari proyeksi sosial bagi pekerja di dunia jurnalistik adalah siaran, tayangan, dan tulisan berita. Dengan demikian, setiap siaran, tayangan, dan tulisan berita mengandung ideologi penulis, kameramen, atau editornya (Dudi Sabil Iskandar, 2015 : 71). Tulisan inilah yang kemudian membangun dalam relasi sosial antara pekerja di media dengan masyarakat sekitar. Relasi sosial, ungkap Marx Schulman, bagi seorang wartawan dengan orang lain di dalam medianya bertujuannya menyingkap kebenaran. (Eriyanto, 2001 : 42). Sebab siaran, tayangan, dan tulisan berita untuk khalayak, baik yang dijual ataupun digratiskan yang akan membentuk makna tertentu. Oleh sebab itu, ideologi sangat jelas tercermin dalam bentuk siaran, tayangan, dan tulisan berita. seperti dikatakan Volosinov yang dikutip Alex Sobur (2006 : 4) *d*i mana ada tanda, di situ ideologi hadir.

Oleh sebab itu, setiap siaran, tayangan, dan tulisan berita atau media dipastikan berpotensi mengandung bias media atau bias berita. Kondisi ini sangat sulit dihindari kalau bukan merupakan sesuatu yang *given*. Sebab siaran, tayangan, dan tulisan berita tidak berada dalam ruang hampa. Ia selalu berada dalam konteks sosial dan dalam pergulatan tertentu. Karena itu lumrah bila siaran,

tayangan, dan tulisan berita selalu berada dalam situasi dan keberpihakan pada pihak tertentu. (Dudi Sabil Iskandar, 2015 : 67-69).

Sebuah siaran, tayangan, dan tulisan berita di media bukan hanya rangkaian fakta yang tersusun menjadi sebuah kalimat dan paragraf. Ia juga merupakan representasi dari pikiran dan sikap wartawan. Minimal segala latar belakang budaya, pergaulan, dan pendidikan wartawan sangat memengaruhi bagaimana fakta dikonstruksi dalam sebuah siaran, tayangan, dan tulisan berita. Fakta yang hanya disiaran, ditayangan, dan ditulis berita apa adanya akan kering gaya dan tidak nyaman dibaca. Gaya penyajian, mencari, menemukan, dan mengkonstruksi fakta, wartawan sudah dikonstruksi dengan berbagai hal yang tidak netral dan independen. Di sinilah ideologi berperan dalam pembentukan satu berita.

Sambil mengutip Lassen, Udi Rusadi (2015 : 92), menyatakan ada tiga pendekatan dalam mendefinisikan ideologi dalam menganalisis wacana. Pertama, ideologi sebagai representasi sosial seperti definisi Teun A. van Dijk. Kedua, pelayanan untuk tujuan pembentukan dan pemeliharaan ketidakseimbangan hubungan kuasa seperti kata Ruth Wodak. Ketiga, mengikuti Norman Fairclough sebagai konstruksi realitas yang memberikan konstribusi pada produksi, konstruksi, dan transformasi relasi dominan. Dengan demikian benar adanya ketika Thompson (2015 59) mengatakan ideologi adalah sistem representasi yang berusaha mempertahankan keberadaan relasi kelas dominan melalui individu pada masa lalunya daripada masa depan.

Wacana (*discourse*) merupakan kesatuan yang utuh antara teks, konteks, dan praktik sosial. Wacana merupakan cara menghasilkan pengetahuan dan praktik sosialnya, bentuk subjektivitas yang terbentuk darinya, relasi kekuasaan di balik pengetahuan dan praktik sosial tersebut serta kesalingberkaitan di antara semuanya. (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 20)

Ibnu Hamad (2010 : 39-40) membedakan pengertian *discourse* dalam dua pengertian. Pertama, *discourse* (dengan d kecil) yang melihat bagaimana bahasa digunakan pada tempatnya untuk memerankan kegiatan aspek kebahasaan. Kedua, *Discourse* (dengan D besar) yang merangkai unsur *discourse* (dengan d kecil) bersama unsur non-linguistik untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas. Beberapa bentuk non bahasa antara lain ideologi, ekonomi, politik, budaya, dan sebagainya. Dalam politik, analisis wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama bahasa politik. Ada dua bentuk wacana. Yakni, sebagai rentetan kalimat yang saling berkaitan. Ia menghubungkan proposisi yang satu dengan yang lain sehingga membentuk kesatuan struktur sehingga ada keserasian di antara kalimat-kalimat tersebut. Kedua, wacana sebagai kesatuan bahasa yang tertinggi dan terlengkap. (Eriyanto, 2001 : 2-3).

Secara historis Michel Foucault (1978, 1979) yang menjadi konseptor awal istilah wacana. Istilah wacana ini tidak berdiri sendiri. Ia berkelindan dengan istilah khas lainnya milik Foucault seperti episteme, arkeologi, dan genealogi. Dari sinilah munculnya teori relasi pengetahuan dan kekuasaan atau kekuasaan dan pengetahuan (*power/knowledge* atau *pouvoir/savoir*). Pengetahuan/kekuasaan berkerja melalui bahasa. (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : 177).

Tata wacana adalah keseluruhan wilayah konseptual di mana pengetahuan dikonstruksi dan dihasilkan. Wacana dalam konteks ini adalah keseluruhan bidang atau domain di mana bahasa dipakai dalam cara-cara tertentu. Secara luas wacana versi Foulcault bisa dipahami sebagai segala sesuatu yang ditulis, segala sesuatu yang dikatakan, dikomunikasikan dengan menggunakan aturan tertentu dan tanda-tanda terutama tanda bahasa. Sebab bahasa adalah satu-satunya alat untuk memahami realitas dunia (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : 162-164) Dalam pengertian Foucault, bahasa sebagai sistem pemikiran; sistem gagasan yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya yang memberi kita pengetahuan (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : 84).

Menurut Foucault, ada lima tahapan dalam menganalisis wacana. Yaitu, memahami pernyataan menurut kejadian yang khas, menentukan kondisi keberadaannya, menentukan batas-batasnya, mengkoleralasikan dengan pernyataan lain, dan menunjuk bentuk lain dari pernyataan yang dikemukakannya (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : 69-85).

Sedangkan episteme dapat kita definisikan dengan seperangkat aparatus diskursif yang mengkonstruksi wacana, baik wacana ilmiah maupun non-ilmiah. Genealogi adalah analisis hubungan historis antara pengetahuan dengan kekuasaan. (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 21-22).

Arkeologi (*arche*) dan genealogi (*genesis*) memiliki asal yang sama, yaitu asal usul. Hanya saja arkeologi adalah gagasan awal Foucault sedangkan genealogi adalah metode fase akhir berpikir Foucault. Arkeologi adalah katagori epistemologis yang berkaitan dengan berbagai praktik diskursus beserta aturan-

aturan yang ada di baliknya. Sedangkan genealogi adalah model analisis diskursus yang secara khusus melihat relasi yang tak terpisahkan antara pengetahuan dan kekuasaan di dalam diskursus (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 23).

Foucault memberikan definisi kuasa berbeda dengan ilmuan lain. Pakar tentang kekuasaan lain memusatkan perhatian pada negara (struktural-formalistik) seperti kekuasaan raja, sedangkan Foucault meneliti kekuasaan lebih pada individu, subjek yang kecil. Kekuasaan tidak bekerja karena represi atau penindasan tetapi terjadi dalam kondisi normal dan dengan regulasi. Kehadiran susunan, aturan-aturan, sistem-sistem regulasi, meniscayakan kuasa ada. Ia bukan berasal dari luar tetapi dari dalam. Makanya kekuasaan ala Foucault bersifat menyebar dalam semua aspek kehidupan. Kekuasaan adalah mekanisme kekuatan sosial yang bersifat plural, produktif dan muncul pada tingkat periferal dan dibangun bukan dengan cara represif tetapi stimulus (Eriyanto, 2001 : 65-67).

Makanya dalam pandangan ilmuan kelahiran Prancis 15 Oktober 1926 ini, kekuasaanya tidak dimaknai dalam term "kepemilikan". Kuasa tidak dimiliki tetapi dipraktikkan dalam suatu ruang lingkup tertentu. Kekuasaan tidak senantiasa dipahami sebagai sesuatu yang menindas, melainkan produktif, kekuasaan menyusun wacana, pengetahuan, benda-benda, dan subjektivitas (Marianne W. Jorgensen and Louise J. Phillips. 2007 : 25).

> Bagi saya, kekuasaan "selalu ada di sana", orang tidak pernah dapat berada "di luarnya" dan tidak "batas-batas" bagi mereka yang menghancurkan sistem dan meloncat masuk ke dalamnya. Orang tidak pernah mampu berada "di luar" kekuasaan bukan berarti ia terjebak dan diharuskan untuk kalah setiap saat apapun keberadaannya.
> "Saya lebih suka mengajukan beberapa pendapat (i) bahwa kekuasaan sama luasnya dengan lembaga sosial; tidak ada ruang yang sama sekali

> bebas di celah celah jaringannya; (ii) bahwa relasi-relasi kekuasaan saling terjalin dengan jenis-jenis relasi lain (produksi, kekerabatan, keluarga, seksualitas) di mana-mana memainkan sekaligus peran pengondisian dan yang terkondisikan; (iii) bahwa relasi-relasi ini tidak hanya berbentuk larangan dan hukuman, melainkan bentuk-bentuk yang beragam; (iv) bahwa kesalinghubungan di antara mereka menggambarkan kondisi umum dominasi, dan dominasi ini diatur ke dalam strategi yang kurang lebih koheren dan tunggal; di mana kekuasaan yang prosedurnya menyebar, beragam, dan lokal diadaptasikan, dipersenjatai kembali, dan diubah oleh strategi-strategi global ini;…..suatu kondisi yang massif dan biner mengenai dominasi, sebuah strutur biner dengan "penguasa" di satu sisi dan "yang dikuasai", di sisi lainnya, melainkan lebih pada multibentuk produksi relasi-relasi dominasi yang secara khusus integrasinya rentan terhadap strategi-strateginya; (v) bahwa relasi-relasi kekuasaan benar-benar "melayani," namun sama sekali bukan karena mereka memang melayani kepentingan ekonomis sebagai sesuatu yang utama, melainkan karena mereka memiliki potensi untuk dimanfaatkan dalam strategi-strategi yang ada; (vi) bahwa tidak ada relasi kekuasaan tanpa halangan yang sekaligus hadir bersama-sama halangan tersebut, oleh karenannya seperti kekuasaan, halangan bentuknya berbagai macam dan dapat diintegrasikan dalam strategi-strategi global. (Michael Foucault, 2002 : 175-176).

Menurutnya, kekuasaan dan pengetahuan (*power and knowledge*) merupakan suatu pasangan yang mengekspresikan terikatnya diskursus secara erat maupun ekspresi kapasitas produksi kekuasaan menciptakan diskursus. Pengetahuan dan kebenaran, pengetahuan dan fakta selalu memiliki hubungan yang sistemik (Paul Robinow, 2011 : 17). Pertautan pengetahuan dan kekuasaan bukan saling meniadakan melainkan saling menguatkan ((Paul Robinow, 2011 : 23).

Dengan begitu menurut Foucault, kekuasaan selalu teraktualisasi melalui pengetahuan dan pengetahuan selalu memiliki efek kuasa (Ali Maksum, 2008 : 67). Penyelenggaraan kekuasaan selalu memproduksi pengetahuan sebagai basis kekuasaannya (*power produce knowledge*). Sedangkan *knowledge is power* dalam

konsep Foucault adalah institusi yang berkuasa membuat definisi, tatanan, peraturan, norma, dan kebenaran dalam masyarakat.

Pengetahuan tidak menungkapkan samar-samar dari relasi kuasa tetapi pengetahuan itu sendiri berada dalam relasi kuasanya (Eriyanto, 2001 : 67). Dalam pandangan Foucault, pengetahuan bukan hanya sekedar refleksi atas realitas. Kebenaran adalah konstruksi kekuasaan dan rezim pengetahuan yang berbeda sehingga menentukan benar dan salah.

Pengaturan publik oleh kekuasaan tidak dilakukan dengan penindasan yang bersifat fisik. Pada era modern dan kapitalisme, kekuasaan disalurkan melalui interaksi sosial dan disiplinkan melalui wacana. Kekuasaanlah yang mengadakan bentuk-bentuk katagorisasi; benar salah; baik buruk. Hal ini dilakukan sebagai bagian untuk pengendalian perilaku publik. Hubungan sosialah yang menghadirkan bentuk subjektivitas dan perilaku lebih yang dideskripsikan sebagai bentuk pembatasan.

Dari deskripsi kekuasaan versi Foucault di atas, penulis mengambil beberapa kesimpulan. Pertama, kekuasaan dalam konsep Foucault bukanlah milik tetapi strategi seseorang, satu kelompok, satu gagasan. Makanya kekuasaan bukan dimiliki tetapi dipraktikkan dalam satu kondisi tertentu. Kedua, kekuasaan tidak senantiasa bekerja melalui represi, negatif, struktur yang menindas, dan bersifat subjektif. Ia justru hadir dalam kondisi normal melalui peraturan, regulasi, norma serta produktif yang menghasilkan realitas. Ketiga, kekuasaan tidak bisa dilokalisir di satu wilayah tertentu, sebab ia berada di mana-mana. Artinya, kekuasaan hadir ketika peraturan, norma, susunan, atau ketentuan ada. Makanya

kekuasaan tidak datang dari luar. Ia bekerja dan dihasilkan dari dalam regulasi, ketentuan, atau norma berada.

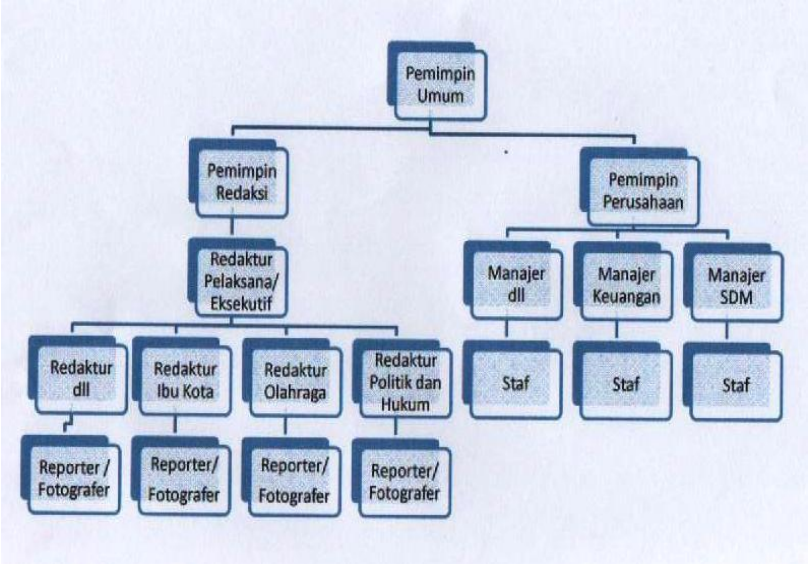
1.5.2.4. Organisasi Media dan Konvergensi Media

Organisasi media adalah organisasi sosial yang formal biasanya sebuah entitas ekonomi yang mempekerjakan para pegawainya untuk memproduksi isi media (Pamela J. Schoemacher and Stephen D. Reese. 1996 : 44). Ada beberapa jenis organisasi media. Antara lain, organisasi media yang dibiayai negara. Biasanya terjadi di negera yang mengklaim negara demokratis. Ia kemudian menjadi milik publik seperti TVRI, RRI, dan LKBN Antara untuk negara kita. Ada juga organisasi di beberapa negara (biasanya di negara komunis) atau ketika Orde Baru organisasi media yang milik negara atau partai politik dominan/penguasa (*the rulling party*). Dan, ada juga jenis organisasi media yang murni milik swasta. Ini biasanya terjadi di negara-negara liberal yang semuanya dikontrol swasta (individu, keluarga pemegang saham, ataupun *holding company*) (Eoin Devereux. 2003 :55-56).

Secara umum organisasi media tradisional dibagi menjadi dua bagian. Yakni, organisasi keredaksian (yang memproduksi beragam acara, khususnya berita) dan organisasi non-redaksi (kerapkali disebut bagian usaha). Di antara keduanya terdapat dinding pemisah yang ‘haram’ dilewati. Dinding pemisah ini tidak terlihat secara kasat mata. Kalangan media menyebut dinding pemisah tersebut dengan *firewall* (dinding api). Pembagian ini dilakukan untuk menghindari percampuran kepentingan berita dan usaha yang seringkali

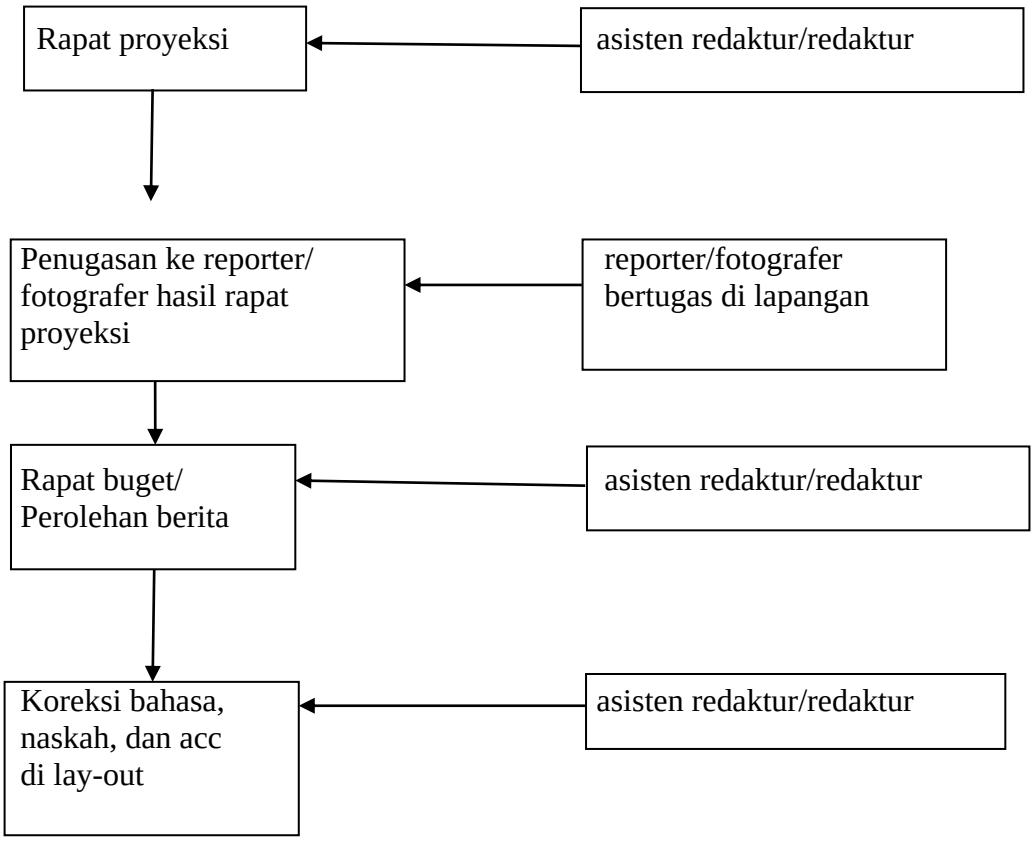
bertentangan iklan/usaha. Kedua jalur organisasi itu hanya bertemu di pemimpin umum.

Di bawah ini gambaran organisasi media di media cetak (surat kabar). Struktur seperti itu hampir sama di semua media hanya saja penamaannya yang berbeda. Untuk televisi, misalnya, untuk posisi redaktur menjadi produser. Meski namanya berbeda tetapi pekerjaan dan tanggung jawabnya sama.



Gambar 7
Struktur Umum Organisasi Media Konvensional
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

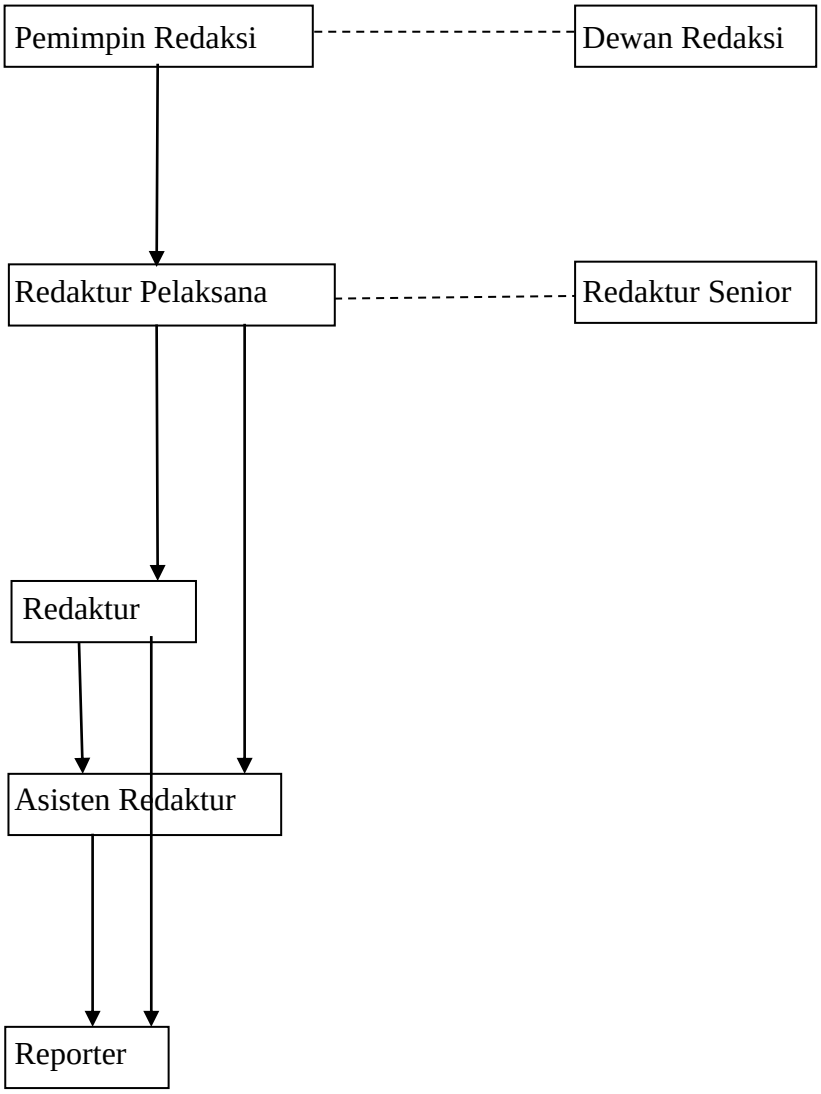
Untuk organisasi dan hierarki redaksi bisa digambarkan sebagai berikut. Skema di bawah ini menunjukkan alur berita sebuah surat kabar, sebagai contohnya.



Gambar 8
Alur Berita Surat Kabar
(Dudi Sabil Iskandar, 2015 : 17)

Tidak semua peristiwa bisa dibuat berita. Semuanya tergantung sudut pandang (*angle*) yang mau diambil oleh redaksi yang keputusannya ditentukan oleh kebijakan redaksi (Ana Nadhya Abrar, 2011 : 36). Wartawan yang berada di lapangan (reporter) hanyalah mencari fakta dari sebuah peristiwa. Sedangkan editor hanyalah merapikan berita. Mereka tidak bisa menentukan berita yang dibuatnya ditampilkan dalam surat kabarnya. Sebab keputusan pemuatan berita ditentukan oleh kebijakan redaksi yang tercermin dalam rapat redaksi. Dengan demikian, kebijakan redaksi merupakan gabungan dari cita-cita institusi, di satu

sisi, dan keinginan pembaca, pada pihak lain (Sudirman Tebba, 2005 : 150). Artinya ada mekanisme dan urutan-urutan tertentu sebuah berita bisa dimuat seperti digambarkan di bawah ini.



Gambar 9
Hierarki Redaksi Surat Kabar
(Dudi Sabil Iskandar, 2015 : 18)

Seiring dengan perkembangan zaman, organisasi media kian modern. Profesionalisme menjadi tuntutan yang tak bisa diabaikan. Manajemen organisasi media pun berubah secara drastis dan dramatis. Kini, kedudukan redaksi dan non-redaksi sejajar. Wartawan dan non-wartawan tidak bisa saling mengklaim atau menafikan. Keduanya saling membutuhkan; sinergis untuk membangun perusahaan media yang sehat, kompetitif, dan profesional.

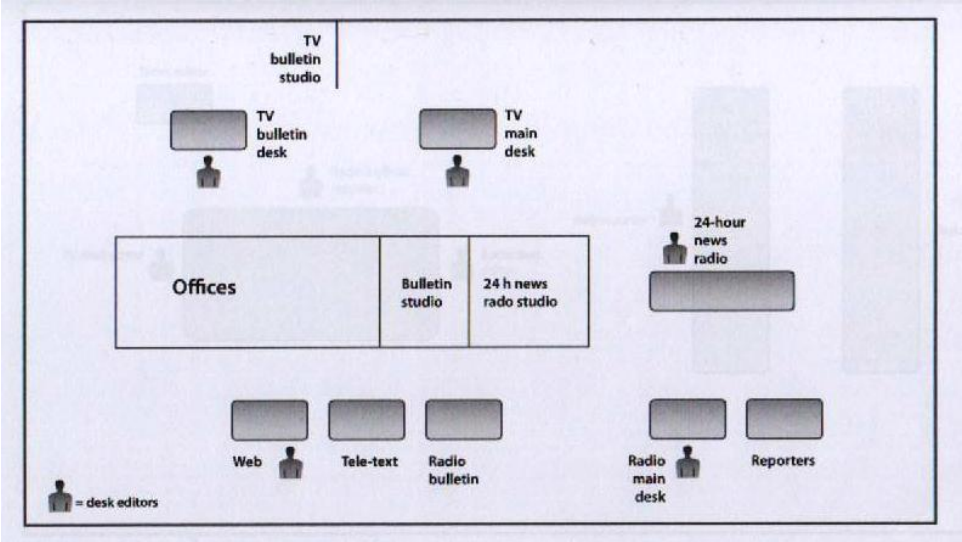
Perkembangan mutakhir adalah penyatuan organisasi media konvensional dan media sosial pada sebuah organisasi induk. Inilah yang kini dikenal dengan konvergensi media.

> Konvergensi adalah perubahan teknologi, industri, budaya, dan sosial dalam lingkaran media termasuk di dalamnya budaya kita. Beberapa gagasan mendasar dari konvergensi antara lain konten media mengalir ke beberapa platform media yang berbeda. Kerja sama di antara beberapa platform industri media, pencarian struktur baru untuk pembiayaan media antara media lama dan baru serta perubahan perilaku khalayak media yang pergi ke mana saja untuk mencari berbagai hiburan yang mereka inginkan. Mungkin, secara luas, konvergensi media mengacu pada sebuah situasi di mana berbagai sistem media hidup berdampingan dan isi media mengalir melintasi batas. Konvergensi dipahami sebagai sebuah proses yang berkelanjutan atau serangkaian arah di antara sistem media yang berbeda, meski bukan merupakan hubungan yang sudah pasti. (Henry Jenkins, 2006 : 282).

Konvergensi media menuntut perubahan dalam proses pembuatan konten dan distribusi berita. Konvergensi juga mendorong reorganisasi dalam manajemen media dan pengelolaan ruang redaksi. Begitu juga dengan cara kerja wartawan menuntut berubah menjadi wartawan dalam berbagai sisi (wartawan multitasking).

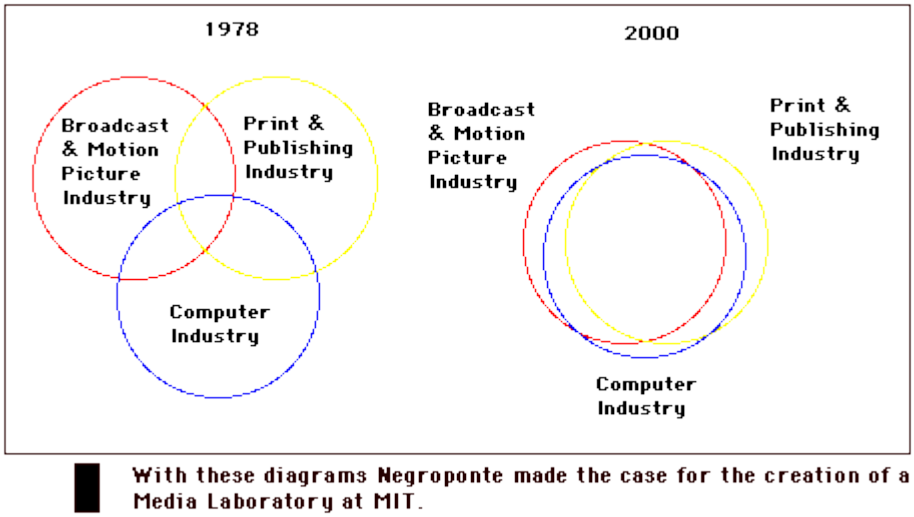
Dalam konteks penelitian ini (konvergensi media), struktur di atas pasti berubah. Misalnya, organisasi media, khususnya yang berkaitan dengan

redaksi/pengolahan berita berubah total. Terdapat penyatuan beragam jenis media tradisional (televisi, radio, situs dan media cetak) dalam satu atap organisasi. Hasil riset Ivar John Erdal (2008) di Norwegia membuat organisasi media setelah mengalami konvergensi seperti tertera di bawah ini.



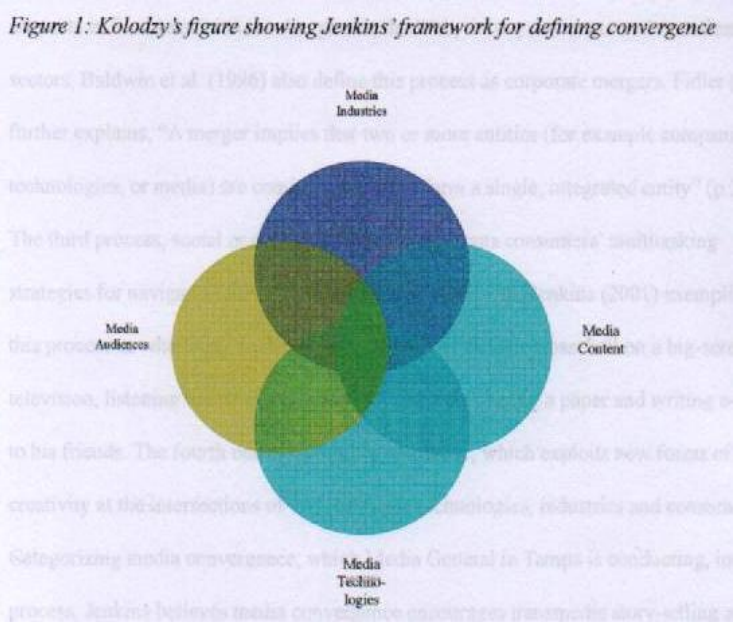
Gambar 10
Desain Newsroom NRK Norwegia Hasil Konvergensi Media
(Ivar John Erdal, 2008)

Sepanjang penelusuran Roger Fidfler (2003) dan Henry Jenkins (2006) konvergensi media berawal dari gagasan Ithiel de Sola Pool pada 1983 dalam karyanya *Technology Freedom*. Dalam karyanya, Jenkins mengatakan bahwa ia melanjutkan program yang sudah dirintis oleh MIT Media Laboratory yang menggambarkan konvergensi media seperti di bawah ini.



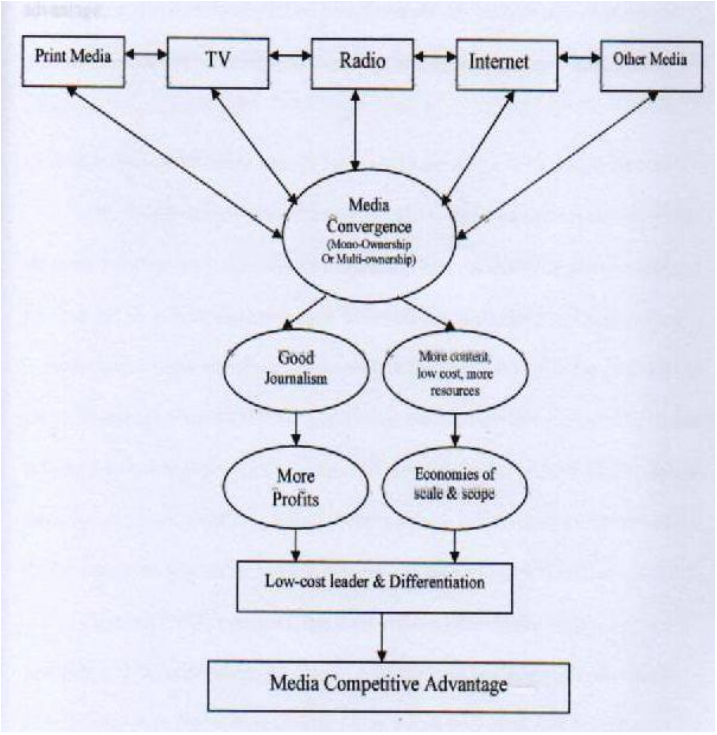
Gambar 11
Perbandingan Konvergensi Media Negroponte dan Laboratorium Media MIT

Dalam perkembangan selanjutnya, konvergensi media tidak hanya bergabungnya tiga bagian (komputer, penyiaran, dan cetak), tetapi melebar pada proses yang terus berlangsung di mana isi, teknologi, khalayak,dan industri berkelindan saling mempengaruhi. Hasil penelitian Kolodzy (2006) yang dikutip Yuyan Ernest Zhang (2008 : 18) menjelaskan konvergensi media seperti yang termaktub dalam gambar di bawah ini.



Gambar 12
Konsep Kolodzy tentang Konvergensi Media Henry Jenkins
(Yuyan Ernest Zhang, 2008 : 23)

Penelitian Yuyan Ernest Zhang (2008) menemukan konvergensi media sangat menguntungkan bagi perkembangan media, khususnya dari produksi jurnalistik dan menambah pemasukan bagi perusahaan media tersebut. Sinergi yang baik antara sisi jurnalistik dan organisasi media akan menambah keuntungan perusahaan media.



Gambar 13
Bagan Organisasi Media dalam Konvergensi untuk Melipatgandakan Keuntungan Perusahaan
Yuyan Ernest Zhang (2008 : 23)

Stephen Quinn dan Vincent F. Filak. (2004 : 4-6) sambil mengutip Rich Gordon membagi konvergensi ke dalam lima dimensi. Yaitu, *ownership convergence* (konvergensi yang mengarah kepada kepemilikan bersama*), tactical convergence,* (kerja sama dan persilangan informasi sesama media), *structural convergence ((*(pembagian kerja dan pengorganisasian dalam struktur organisasi), *information gathering convergence* (pengumpulan, pengolahan, dan penyajian

data di antara sesama media), dan *storytelling or presentation convergence* (pengemasan data sesuai dengan media yang berbeda).

Dari beragam dimensi konvergensi inilah yang kemudian melahirkan konvergensi jurnalistik. Sementara itu, August E. Grant (2009 : 33) menjelaskan tentang konvergensi jurnalistik. Menurutnya, konvergensi jurnalistik meniscayakan perubahan pola pikir media tentang berita dan liputannya bukan hanya sebatas cara menyampaikan berita yang berbeda pada media yang berlainan seperti media cetak, penyiaran, dan situs.

Ada tiga model dalam konvergensi jurnalistik. Yakni, konvergensi *newsroom*. Dalam konvergensi newsroom wartawan yang berbeda platform menyatukan diri dalam satu ruang produksi berita dan mengerjakan tugas sesuai dengan medianya konvergensi *newsgathering* dan konvergensi isi. Model kedua adalah konvergensi *newsgathering*. Konvergensi ini wartawan harus *multitasking*. Wartawan surat kabar, misalnya, harus mampu membuat berita media yang lain. Begitu juga media-media yang lainnya. Model ketiga adalah konvergensi isi atau konten berita. Berita ditampilkan dalam bentuk multimedia yang merupakan kombinasi teks, gambar, audio dan sebagainya.

1.5.2.5. Kampanye dan Agenda Politik Media

Salah satu elemen komunikasi politik adalah kampanye (politik). Tujuan utama kampanye adalah memengaruhi publik, khususnya pemilih, dalam konteks pemilihan umum atau kepala daerah. Di negara demokratis seperti di Indonesia, kampanye menjadi sesuatu yang *given for granted* untuk mendapatlan dukungan publik.

Kampanye menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dan sebagainya) atau kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan di parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara.[3]

Sedangkan Antar Venus (2004 : 7) sambil mengutip Roger dan Storey, mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan dalam kurun waktu tertentu.

Mengikuti definisi di atas, media (elektonik, cetak, dan *online*)—yang bisa menciptakan efek dan memengaruhi publik-- menjadi salah satu alat untuk melakukan kampanye. Sementara itu, yang menjadi komunikator politik dalam kampanye menurut Nimmo (1989 : 40) ada tiga kelompok. Yakni, politikus, profesional, dan aktivis. Mereka memiliki kemampuan menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak secara langsung ataupun melalui media massa. Gagasan dari para komunikator politik ini yang menentukan besar kecilnya pengaruh terhadap masyarakat.

Charles U. Larson (menyebutkan tiga model kampanye. Yaitu, *product-oriented campaigns, candidate-oriented campaigns,* dan *ideologically or cause oriented campaigns.* Pengertian kampanye dalam konteks penelitian ini adalah *candidate-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi kandidat yang umumnya berorientasi kekuasaan politik (Antar Venus (2004 : 11).

[3] http://kbbi.web.id/kampanye. Terakhir diakses 21 Juli 2016, pukul 14.28 Wib

Kampanye Pemilu menurut Peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2013 Pasal 1 Ayat 17 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih denganmenawarkan visi, misi, dan program

Peserta Pemilu.[4] Lebih lanjut KPU menetapkan tentang peraturan media kampanye dalam Pasal 36 yang berbunyi :

(1) Pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye dapat dilakukan melalui media massa cetak,
online,elektronik dan lembaga penyiaran lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
(2) Pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dalam rangka penyampaian materi kampanye Pemilu oleh Peserta Pemilu kepada masyarakat.
(3) Materi kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat berupa tulisan,
suara, gambar, tulisan dan gambar, atau suara dan gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.
(4) Media massa cetak,online, elektronik dan lembagapenyiaran dalam memberitakan, menyiarkan, dan mengiklankan kampanye sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mematuhi tata cara penyusunan dan penyampaian materi kampanye dan larangan dalam kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dan Pasal 32.
(5) Media massa cetak,online, elektronik dan lembaga penyiaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) selama masa tenang dilarang menyiarkan iklan, rekam jejak Peserta Pemilu, atau bentuk lainnya yang mengarah kepada kepentingan kampanye yangmenguntungkan atau merugikan Peserta Pemilu.

Sementara itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26, Kampanye Pemilu adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu. Sedangkan untuk Pemilu

[4] http://www.kpu.go.id/dmdocuments/pkpu_15_2013_kampanye.pdf. Terakhir diakses 21 Juli 2016 pukul 14.27 Wib

Presiden dan Wakil Presiden, menurut UU No. 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut kampanye, adalah kegiatan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program pasangan calon.[5]

Semua politisi dan partai politik berkampanye di televisi karena media tersebut dianggap paling populer. Televisi diakses paling banyak oleh masyarakat daripada media lainnya. Survei AC Nielsen menyatakan 94 persen masyarakat Indonesia mengakses televisi (Kora Tempo, 3 Juni 2014). Karena itulah tidak mengherankan jika para pemilik televisi yang terjun ke dunia politik memanfaatkan televisi untuk membangun citra dirinya. Citra dalam pandangan Jean Baudrillard memiliki empat fase. Ia menyebut keempat fase tersebut ialah; (1) representasi dimana citra merupakan cermin suatu realitas; (2) ideologi di mana citra menyembunyikan atau memberikan gambaran yang salah akan realitas; (3) citra menyembunyikan bahwa tidak ada realitas; dan (4) citra tidak memiliki sama sekali hubungan dengan realitas apapun. (Anwar Arifin,2011 : 93).

Ukuran yang paling kentara dari keberhasilan sebuah usaha politik pencitraan adalah terbangunnya opini publik yang positif tentang komunikator politik di benak khalayak. Anwar Arifin mendefinisikan opini publik sebagai pendapat yang sama dan dinyatakan oleh banyak orang yang diperoleh melalui diskusi intensif sebagai jawaban atas pertanyaan dan permasalahan yang menyangkut kepentingan umum. Ada tiga unsur dalam opini publik. Yaitu isu yang aktual dan menyakut kepentingan umum, yang disiarkan media, adanya

[5] http://www.kpu.go.id/dmdocuments/PKPU_26_2013_2114.pdf. Terakhir diakses 21 Juli 2016, pukul 14.27 Wib

sejumlah orang yang mendiskusikannya, dan pendapat itu diekspresikan melalui lisan, tulisan, dan gerak-gerik (Anwar Arifin, 2010 : 11-13). Sambil menyitir E. Rogers dan Shoumakers, Anwar Arifin (2010 : 91), menyatakan ada lima tahap terbangunnya opini publik yang disebabkan media massa. Yaitu, kesadaran, perhatian, evaluasi, coba-coba, dan adopsi. Kesadaran dan perhatian menjadi pintu utama masuknya pengaruh media yang kemudian membentuk opini publik.

Terbentuknya opini publik yang positif tidak lepas dari kecermatan dalam menyusun strategi komunikator politik dalam empat hal. Yakni, memahami khalayak, menyusun pesan persuatif, menetapkan metode, dan memilih dan memilah media. Memahami khalayak berarti memisahkan atau memverifikasi sasaran pesan politik yang dilontarkan komunikator politik berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku, dan variabel sosial-budaya. Dengan tersegmentasinya khalayak, komunikator politik kian mudah menyusun pesan politik yang mengena atau tertanam dalam benak dan hati pemilih. Pesan yang baik adalah yang sesuai dengan karakteristik sasaran.

Penyampaian pesan politik kepada khalayak yang sudah tersegmentasi tidak akan efektif jika gagal dalam memilih metode penyampaian pesan politik dari komunikator politik. Oleh sebab itu, metode yang baik sangat menentukan hasil politik pencitraan. Meski demikian, tiga langkah komunikator politik kemungkinan gagal jika salah dalam memilih dan memilah media. Dengan demikian, kunci sukses pencitraan politik adalah kesatuan yang organik, sistematis, dan komprehensif antara memahami khalayak, menyusun pesan persuatif, menetapkan metode, dan memilih dan memilah media.

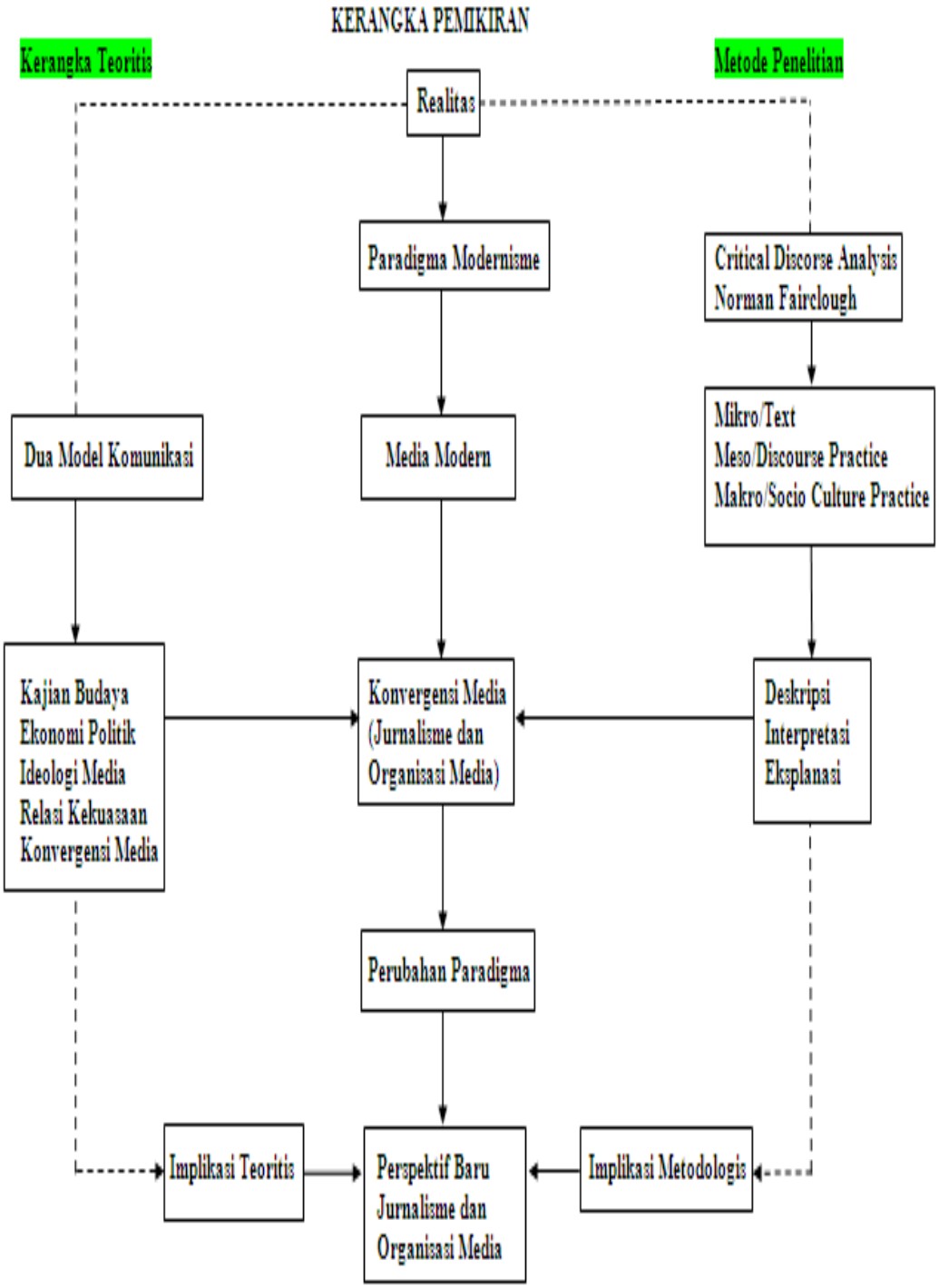
Di sisi lain, tidak semua khalayak bisa menerima pesan politik yang disampaikan komunikator politik sebab ia memiliki filter konseptual. Khalayak yang enggan menerima pesan politik itu disebut dengan khalayak kepala batu. Mereka yang tidak mengekspresikan ketidaksetujan terhadap pesan politik yang disampaikan komunikator politik disebut dengan kelompok yang berada dalam lingkar kebisuan.

Pada perkembangan selanjutnya, bukan hanya tiga aktor politik versi Dan Nimmo yang melakukan kampanye, tetapi media sendiri yang melakukan kampanye karena ia sebagai aktor politik. Media dalam panggung politik kontemporer semakin tak tergantikan; bahkan teramat 'menggila'. Fenomena yang muncul, media telah menjadi perpanjangan tangan dari aktor-aktor politik yang bermain khususnya dalam pemilihan umum 2014, baik dalam pemilihan anggota legislatif maupun presiden dan wakil presiden.

Berdasarkan hasil survei Lembaga Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) ketika Pemilihan Presiden 2014 peran media melampaui apa yang bisa dikerjakan oleh partai politik dengan cara konvensional. Bisa dilihat dari bagaimana elite politik mengeluarkan wacana dan gagasannya melalui media. Pada tahap tertentu, media menjelma menjadi aktor politik. Sebagai aktor politik, ia bisa mengeluarkan atau menahan isu yang menguntungkan maupun merugikan aktor politik yang lain. Pembentukan opini publik terjadi, siapa yang memiliki akses atas media, dia yang menguasai opini.[6]

[6] http://pindai.org/2014/12/03/media-sebagai-aktor-politik. Terakhir diakses, 17 Juli 2016, pukul 07.10. Wib

1.5.2.6. Kerangka Pemikiran



Kerangka Pemikiran
Gambar 14

1.6. Paradigma Penelitian

Paradigma adalah istilah khas yang ditemukan fisikawan Thomas S. Kuhn yang kebingungan ketika sedang melakukan riset. Secara panjang lebar Kuhn mendeskripsikan istilah paradigma dalam *magnum opus*-nya, *The Structure of Saintific Revolutions* (1962).

"Para ilmuan sosial menghadapkan saya kepada masalah-masalah yang tidak terduga tentang perbedaan-perbedaan antara masyarakat-masyarakat demikian dengan ilmuan-ilmuan sosial, lingkungan tempat saya mendapat latihan. Saya lebih tercengang dengan tingkat perselisihan pendapat di antara para ilmuan sosial tentang sifat masalah dan metode yang sah." Ia melanjutkan, "Upaya untuk menemukan sumber perselisihan itu menyebabkan saya menyadari peran riset ilmiah tentang apa yang sejak itu saya sebuat "paradigma."

Fritjof Capra (2001 :15) menangkap paradigma versi Kuhn sebagai suatu konstalasi hasil-hasil—konsep-konsep, nilai-nilai, teknik-teknik, dan sebagainya yang digunakan bersama oleh komunitas ilmiah dan dipakai komunitas itu untuk mendefinisikan masalah-masalah dan solusi-solusi yang absah.

Secara sederhana paradigma dibangun atas *mode of thought* dan *mode of inquiry* tertentu yang pada gilirannya akan menghasilkan *mode of knowing* tertentu pula. Model seperti ini disebut Immanue Kant sebagai skema konseptual; Karl Marx menyebutnya ideologi; Wittgenstein menamainya cagar bahasa. (Kuntowijoyo, 1991: 327)

Sejumlah ilmuan, banyak jenis paradigma. Antara lain, positivistik, post-positivitik, konstruktivis, dan kritis (Norman K. Denzin adan Yvonna S. Lincoln.

2009). Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma kritis sebagai koreksi terhadap paradigma konstruktivis yang mengabaikan tujuan tersembunyi dari sebuah teks berita. Meski titik tolaknya sama dengan paradigma konstruktivis, yakni manusia sebagai makhluk yang aktif dan dinamis, namun paradigma kritis bertujuan membongkar ideologi yang tersirat mengiringi teks berita. Dalam pandangan Horkheimer, seperti dikutip Eriyanto (2001 : 23), teori kritis harus memberi kesadaran untuk membebaskan manusia dari masyarakat yang tidak rasional. Konsentrasi penelitian dan analisis paradigma kritis adalah menemukan kekuatan yang mendominasi berita dalam sebuah media yang memarjinalkan dan meminggirkan kelompok yang tidak dominan. Makanya penelitian yang menggunakan paradigma kritis mendasarkan diri pada penafsiran teks (Eriyanto, 2001 : 51-61). Hal ini pun terjadi dalam penelitian dalam konvergensi media. Teks berita akan membentuk makna tertentu bagi orang lain. Ideologi yang merupakan salah satu faktor pembentuk makna tecermin dalam bentuk teks berita.

Ideologi yang tersirat dalam teks berita masuk ranah analisis wacana kritis. Ia adalah praktik kewacanaan yang mengkonstruksi representasi dunia, subjek sosial, dan hubungan sosial, termasuk hubungan kekuasaan dan peran yang dimainkan praktik untuk kepentingan kelompok tertentu (Marianne W. Jorgensen and Louise J. Phillips. 2007 : 119). Oleh sebab itu, paradigma yang digunakan adalah kritis. Paradigma kritis juga dalam pandangan Ibnu Hamad (2004 : 44-45), memandang realitas yang diteliti adalah realitas yang terbentuk dan dipengaruhi

oleh kekuatan di luar dirinya. Realitas media yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah realitas bentukan.

Tabel 3
Perbedaan antara Paradigm Konstruktivis dan Kritis
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

	Paradigma Konstruktivisme	**Dimensi Media**	**Paradigma Kritis**
1	Realitas hasil konstruksi manusia	**Realitas**	Realitas hasil konstruksi manusia yang memiliki kepentingan tertentu (ideologis,politik, ekonomi, dan sebagainya)
2	Kebenaran relatif	**Kebenaran**	Kebenaran ditentukan oleh keberpihakan
3	Media sebagai agen konstruksi realitas	**Media**	Media sebagai pendefinisi realitas
4	Nilai dan etika melekat pada teks media	**Nilai dan Etika**	Nilai dan etika ditentukan oleh keberpihakan
5	Subjektif	**Wartawan**	Ultra-subjektif

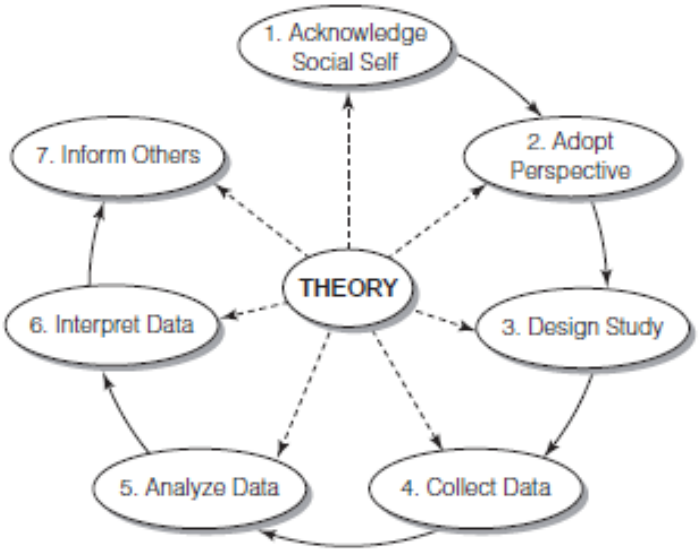
1.7. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan antitesis atau perlawanan dari penelitian model lama, kuantitatif. Pendekatan penelitian kualitatif berangkat dari asumsi dasar bahwa manusia sebagai makhluk bebas, independen, dan kreatif yang bisa menciptakan realitas sendiri. Ia bisa menentukan diri sendiri. Dari kebebasan dan kreativitas inilah makna/pemaknaan sebagai inti dari kualitatif timbul.

Dalam sejarahnya, penelitian kualitatif menghasilkan dua pendekatan, yaitu, penelitian interpretif/konstruktivis dan kritis. Model interpretif adalah yang pertama dari pendekatan penelitian kualitatif. Asumsi dasarnya adalah manusia

mampu menciptakan realitas mandiri. Peter Berger dan Thomas Luckmann adalah yang mengkonseptualisasi pendekatan kualitatif dalam karya mereka yang sangat mahsyur, *The Social Construction of Reality.*

Pendekatan ini digunakan untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus. Makanya penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman tentang realitas melalui proses berpikir induktif (model penalaran khusus ke umum) (Basrowi dan Sukidin. 2002 : 2). Ia bertentangan dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan logika deduktif (model penalaran dari umum ke khusus).



Gambar 15
Langkah-langkah dan Posisi Teori Penelitian Kualitatif
(Neuman, M Lawrence, 2003 : 21)

Robert K. Yin (2011 : 7) menyatakan ada lima karakter khas dalam penelitian kualitatif. Yakni, kajian berfokus pada makna kehidupan yang berada

di bawah permukaan atau tidak terlihat, sebagai representasi (menghadirkan kembali) pandangan atau perspektif masyarakat, berlatar belakang kontekstual, memberikan peluang munculnya konsep baru yang bisa menjelaskan tentang perilaku manusia, dan berusaha untuk menggunakan berbagai sumber untuk memperoleh kebenaran atau kepercayaan.

Selain pendekatan konstruktivis/interpretif, dalam kualitatif selanjutnya berkembang pendekatan kritis. Model ini sebagai kritik terhadap pendekatan konstruktivis yang memandang realitas yang dibuat manusia dengan "polos." Makanya asumsi dasar dari pendekatan kitis adalah "curigaisme" terhadap semua realitas; yang ada adalah realitas semu. Pendekatan kritis memandang semua realitas adalah bentukan manusia yang memiliki kepentingan tertentu, khususnya kekuasaan. Karena itu semua realitas memiliki ideologi tertentu. Ideologi, kata Norman Fairclough (1995 : 14) adalah makna yang melayani kekuasaan.

Dengan demikian, pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kecurigaan terhadap teks dalam konvergensi media (sebagai bahan analisis primer). Kecurigaan itu adalah bahwa teks dalam konvergensi media yang diteliti mengandung ideologi tertentu; kepentingan terselubung. Dalam praktiknya, teks dalam konvergensi media menurut pendekatan kritis harus dibongkar untuk menemukan makna aslinya dengan cara salah satunya --meminjam istilah Deddy N. Hidayat-- mengintrogasi teks (*interrogation text*). Oleh sebab itu, untuk membongkar sesuatu yang tersembunyi tidak bisa melalui pendekatan konstruktivis atau interpretif.

Analisis wacana kritis sebagai salah satu metode untuk membedah teks berangkat dari pendekatan hermeneutik. Meskipun ada sejumlah pendekatan dan perangkat yang berbeda dengan hermeneutik, analisis wacana kritis tidak bisa dilepaskan dari tujuan untuk memperoleh makna dari sebuah teks yang sudah dirintis oleh hermeneutik. Makanya baik hermeneutik maupun analisis wacana kritis berada dalam wilayah pendekatan kualitatif dengan titik tekan yang berlainan. Sebagian kalangan memandang analisis wacana kritis lebih dekat ke *grounded theory/researh* (Ruth Wodak and Michael Meyer (ed). 2001 : 16-18).

Pendekatan kritis terhadap teks media bertujuan membongkar maksud tersembunyi dalam satu berita, misalnya. Pendekatan kritis tidak semata-mata melihat teks sebagai obyek studi bahasa. Ia dipandang sebagai alat dan praktik kekuasaan. Ada beberapa karakteristik pendekatan analisis wacana kritis (Eriyanto, 2001 : 8-15). Antara lain,

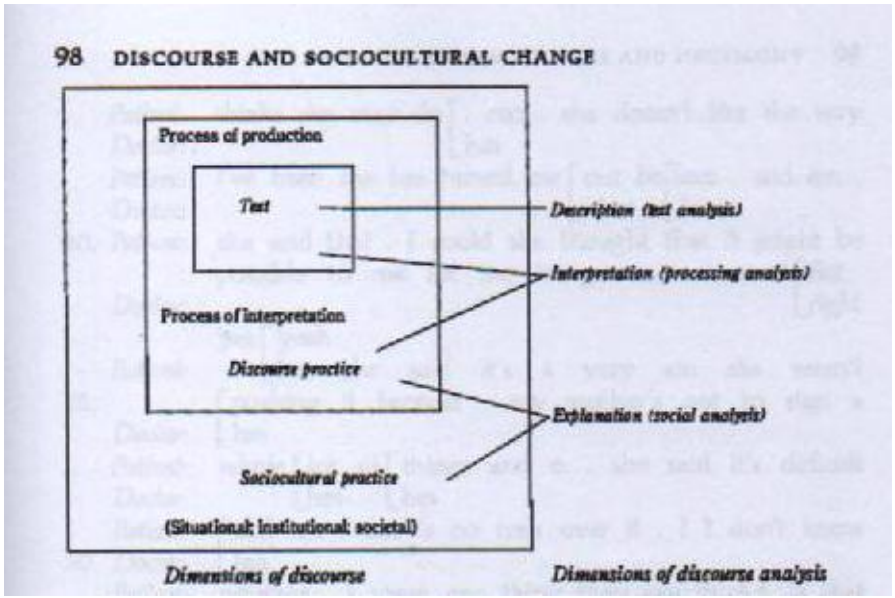
1. Tindakan. Wacana dipahami sebagai tindakan yaitu mengasosiasikan wacana sebagai bentuk interaksi.
2. Konteks. Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks darisebuah wacana.
3. Historis, menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu sehingga tidak dapat dimengerti jika tanpa konteks.
4. Kekuasaan. Analisis wacana kritis mempertimbangkan elemen kekuasaan.
5. Ideologi adalah salah satu konsep sentral dalam analisis wacana kritis karena setiap bentuk teks, percakapan dan sebaginya adalah paraktik ideologi atau efek ideologi.

1.8. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah analisis wacana kritis Norman Fairclough. Metode ini untuk membongkar teks, tayangan, dan siaran dari objek penelitian, yakni berita, tayangan, dan siaran di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup. Selain, itu data sekunder yang dihasilkan melalui wawancara mendalam dengan redaksi dan pakar jurnalistik, media, dan komunikasi organisasi pun akan dianalisis dengan analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Analisis wacana kritis model Norman Fairclough berangkat dari satu pernyataan bagaimana menghubungkan antara teks yang mikro dan lingkungan sosio kultur yang makro. Makanya, model analisis wacana kritis Model Norman Fairclough bukan hanya terdiri dari teks, tetapi juga lingkungan media yang memproduksi teks, dan lingkungan sosial secara makro di mana media tersebut beroperasi. (Selanjutnya lihat bagan model analisis wacana kritis Norman Fairclough). Ia sendiri menyebut teorinya ini dengan nama model perubahan sosial (*social change*). (Norman Fairclough, 1992 : 63-64).

Menurut Jorgensen dan Phillips (2007 : 119), Fairclough menyatukan tiga tradisi. Yakni, pertama, analisis tekstual yang terperinci di bidang linguistik. Kedua, analisis makro-sosiologis praktik sosial. Ketiga, tradisi interpretatif dan mikro-sosiologis dalam sosiologi tempat kehidupan diperlakukan sebagai produk tindakan seseorang. Fairclough membuat model dari tiga dimensi untuk analisis wacananya, Yaitu, *teks, discourse practice,* dan *sosiocultural practice*. Menurutnya wacana memberikan konstribusi pengkontruksian identitas sosial, hubungan sosial, dan sistem pengetahuan atau makna.



Gambar 16
Dimensi Wacana dan Dimensi Analisis Wacama
versi Norman Fairclough (1995 : 98, 2005 :133)

Inti dari analisis wacana kritis Norman Fairclough (1995 : 131-132) adalah ingin melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Sebuah kekuasaan tidak mungkin hadir tanpa ideologi. Ideologi, kata Norman Fairclough (1995 : 103-149), adalah makna yang melayani kekuasaan. Meminjam istilah Michel Foucault, dalam bahasa ada selalu hadir kekuasaan. Berarti analisis bahasa menurut Norman Fairclough adalah untuk membongkar representasi kekuasaan yang ada di media. Menurut Norman Fairclough untuk membongkar praktik bahasa di tiga level tersebut ada tiga tahap analisis yang harus dilalui. Yakni, deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi (Norman Fairclough, 1995 : 103-149).

Pertama, tahap analisis deskripsi adalah khusus untuk menggambarkan teks. Ia tidak dihubungan dengan aspek lain atau *discourse practice* dan *sociocultur practice*. Analisis tahap ini hanya untuk menggambarkan atau menganalisis isi dan bahasa semata. Kedua, tahap interpretasi. Tahapan ini teks ditafsirkan dan dihubungkan dengan praktik wacana (*discourse practice)* yang ada atau melingkupinya. Pada level ini suatu teks ditafsirkan dengan melihat lingkungan yang memproduksinya. Ketiga, tahap eksplanasi. Tahap ini untuk mencari hubungan antara tahap kedua dengan tahap ketiga, praktik sosio kultural di mana praktik wacana dilaksanakan. Artinya, pilihan redaksi untuk menurunkan berita, opini, atau editorial di satu media disambungkan dengan kondisi yang terjadi di luar meja redaksi. Ia dikaitkan dengan kondisi makro (sosial, politik, ekonomi, budaya dan sebagainya) yang melingkupi media tersebut.

Dengan tiga tahapan analisis tersebut, Norman Fairclough, sebenarnya hendak menegaskan bahwa produksi teks media tidak sesederhana yang diperkirakan oleh masyarakat. Ia melewati satu proses yang teramat rumit; melibatkan banyak aspek; ada campur tangan banyak kalangan. Aspek-aspek ini selalu berkaitan satu dengan lainnya. Di sisi lain, Norman Fairclough ingin menandaskan ada pertarungan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Melalu media, mereka berkompetisi memerebutkan wacana. Kelompok mana yang menang, mendominasi dan golongan mana yang kalah, mengikuti wacana yang dikembangkan kelompok yang menang. Ini terus terjadi; tdak pernah berhenti. Ada kalanya satu kelompok di atas, lain waktu ada di bawah. Begitu seterusnya.

Seperti dikemukakan di atas, ada tiga bidang yang menjadi konsentrasi Norman Fairclough dalam teorinya, yaitu, *text*, *discourse practise*, dan *socioculture practice.* Pertama, analisis teks Norman Fairclough dijabarkan dalam beberapa istilah. Antara lain, representasi, relasi, identitas, dan intertekstualitas ([1] Allan Bell and Peter Garret (ed), 1998 : 142-162). Kedua, *discourse practice* melingkupi analisis tentang individu wartawan, hubungan antara wartawan dan struktur organisasi media, dan praktik kerja/rutinitas. Ketiga, *socioculture practice*. Yang termasuk dalam ranah ini adalah situasional, institusional, dan sosial (Ruth Wodan and Michael Meyer. 2001 : 15-33).

Tabel 5
Mekanisme Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Level Masalah	Level Analisis	Teknik Pengumpulan Data	Jenis Data	Tahap Analisis
Mikro	Teks	Analisis kritis terhadap teks	1. Representasi 2. Relasi 3. Identitas 4. Intertekstualitas	Deskripsi
Meso	Praktik Wacana	Observasi dan wawancara mendalam dengan redaksi	1. Individu wartawan 2. Hubungan antara wartawan dan struktur organisasi media 3. Praktik kerja	Intrepretasi
Makro	Sosio Kultur	Penelusuran dan kajian literatur	1. Situasional 2. Institusional 3. Sosial	Eksplanasi

Norman Fairclough (2005 : 223-554) memberikan langkah-langkah dalam analisis wacana kritis sehingga hasilnya komprehensif. Ada lima langkah yang

dijadikan acuan. Pertama, fokus kepada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotikanya. Kedua, mengidentifikasi hambatan-hambatan untuk menangani aspek ketidakberesan sosial tersebut. Ketiga, mempertimbangkan apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial itu. Keempat, mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Kelima, melakukan refleksi secara kritis dari keempat poin tersebut.

Tabel 6
Langkah-langkah Penelitian Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough (2005 : 223-554)

No	Element AWK Norman Fairclough	Keterangan
1	Menfokuskan pada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotika	Pilihan kata, kalimat, istilah, judul, metafora, struktur teks, tata bahasa, dan kohesi (dalam berita)
2	Identifikasi hambatan-hambatan untuk menangani ketidakberesan sosial tersebut	- Analisis hubungan dialektis antara unsur semiosis dengan unsur praktik sosial lainnya - Menyeleksi dan mengelompokan teks sesuai dengan tujuan penelitian - Melakukan analisis teks baik dengan interdiskursif maupun analisis linguistik
3	Apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial tersebut	Mengubungkan antara yang faktual dan yang seharusnya (antara *das sein* dan *das sollen*)
4	Mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan tersebut	Mengidentifikasi kemungkinan-kemungkinan dalam proses sosial yang ada untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam menangani ketidakberesan sosial

Dalam setiap langkah (dari lima langkah) analisis wacana kritis Norman Fairclough harus selalu melibatkan tiga level wacana yang disebutkan di atas : mikro, meso dan makro. Dengan selalu melibatkan tiga level analisis amaka

diharapkan menghasilkan analisis wacana yang komprehensif dan membongkar sesuatu di balik wacana yang dianalisis.

1.9. Objek Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah pertama, teks, tayangan, dan siaran Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup dengan spesifikasi tertentu. Kedua, pemaknaan wartawan dalam level *discourse practice*/awak media (redaksi dan manajamen/bisnis). Untuk level teks secara jelas objek penelitian digambar dalam tabel di bawah ini.

Tabel 7
Objek Penelitian

Nama Media	Jenis Media	Tema
Kompas Grup	1. Surat kabar Kompas (media cetak) 2. Kompas.com (situs berita) 3. Kompas TV (televisi)	1. Dugaan kecurangan kampanye 2. Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM) 3. Debat Calon presiden dan wakil presiden 4. Konser 2 Jari 5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
Media Grup	1. Surat kabar Media Indonesia (media cetak) 2. Metrotvnews.com (situs berita) 3. Metro TV (televisi)	1. Dugaan kecurangan kampanye 2. Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM) 3. Debat Calon presiden dan wakil presiden 4. Konser 2 Jari 5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
MNC Grup	1. Surat Kabar Sindo (media cetak) 2. Sindonews.com (situs berita) 3. RCTI (televisi)	1. Dugaan kecurangan kampanye 2. Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM) 3. Debat Calon presiden dan wakil presiden

		4. Konser 2 Jari 5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

Sesuai dengan *order of discourse* dalam analisis wacana kritis Norman Fairclough, maka bentuk tulisan/tayangan yang dianalisis dalam penelitian ini harus sama, yaitu, *hardnews/straightnews*. Selain itu, peneliti mengambil wacana yang menjadi berita utama/*headlines* pada masing-masing media sebagai objek penelitian. Dan, yang mengenal *hardnews/straightnews* sekaligus berita utama adalah surat kabar. Televisi dan situs berita tidak memiliki keduanya secara sekaligus seperti yang dijelaskan dalam tabel di atas.

Tabel 8
Format Umum Tulisan/Tayangan di Media

	Hardnews	**Softnews**	**Tajuk Rencana/Editorial**	**Headlines/Berita Utama**
Koran	Ada	Ada	Ada	Ada
Televisi	Ada	Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
Situs Berita	Ada	Ada	Tidak Ada	Tidak Ada

1.10. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat. Antara lain, di rumah peneliti di Puri Bintaro Hijau, Pondok Aren, Tangerang Selatan, Banten. Juga di kantor MNC Group di Kebon Sirih, Jakarta Pusat, Media Group Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D Kebon Jeruk, Jakarta Barat, dan Kompas Group di Jalan Palmerah 22-28, Jakarta Pusat. Penelitian ini diprediksi memakan waktu sekitar dua tahun, 2016-2018.

1.11. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data. Yakni, pertama, mengumpulkan teks kampanye Pilpres 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup. Kedua, wawancara dengan reporter dan redaktur/produser, dan manajemen ketiga group media tersebut. Wawancara diperluas dengan pakar media, jurnalistik, dan filsafat.

1.11.1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah teks kampanye Pilpres 5 Juni-5 Juli 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup serta pengamatan (untuk level mikro), dan wawancara mendalam dengan reporter, kameran dan redaktur/produser, dan manajemen ketiga group media tersebut (untuk level meso). Wawancara diperluas dengan pakar media, jurnalistik, dan manajemen organisasi untuk level makro.

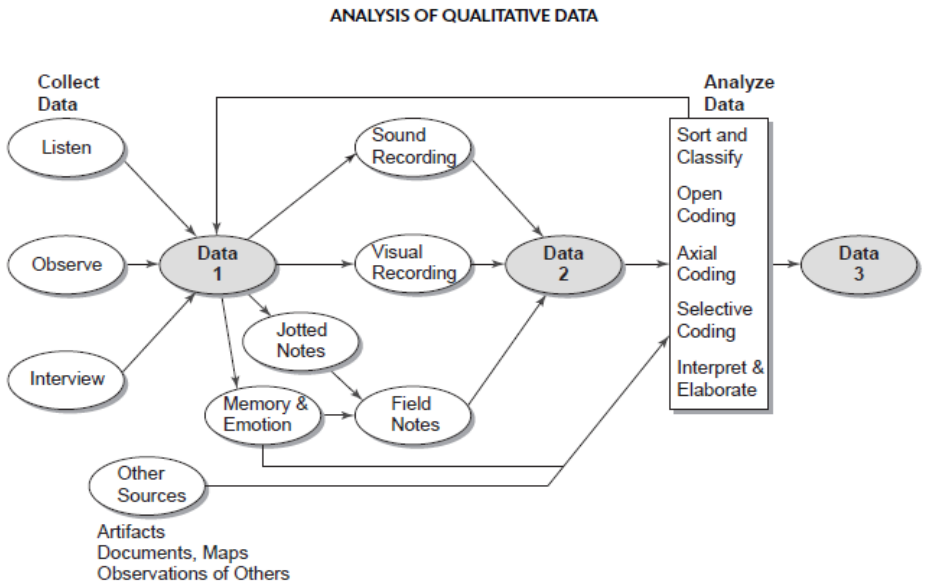
1.11.2. Data Sukunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah *Focus Group Discussion* (FGD) untuk dilakukan setelah data awal dikumpulkan dan dianalisis. FGD dilakukan dengan para pakar media dan jurnalistik untuk memperoleh masukan tentang temuan penelitian.

Menurut Robert K. Yin (2011 : 129) ada lima cara dalam pengoleksian data dalam kualitatif. Yakni, wawancara, observasi, pengumpulan, pegujian, dan perasaan (mengikuti hati nurani—dalam teknik jurnalistik).

1.12. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data teks kampanye Pilpres 2014 Media Group, Kompas Group, dan MNC Group dianalisis sesuai dengan pendekatan critical discource Analysis Norman Fairclough dengan tiga elemen dasar, yakni, teks, *practice discource*, dan *sosioculture*. Setelah teks berita, tayangan, dan siaran dimasukan dalam bagan CDA Norman Fairclough kemudian dianalisis. Hasil analisis untuk ditarik kesimpulan. Secara teoritis analisis data pada kualitatif sepeti digambarkan di bawah ini.



Gambar 17
Teknik Analisis Data
(Neuman M Lawrence, 2003 : 488)

Dalam pandangan Rober K. Yin (2011 : 176-205), secara konseptual ada dua tahapan dalam analisis data kualitatif. Setelah dipotret secara utuh, tahap pertama analisis data terdiri dari kompilasi, pembongkaran, dan pemasangan kembali. Tahap kedua, interpretasi (penafsiran) dan pengambilan kesimpulan.

1.13. Teknik Validitas/Otentisitas Data

Penelitian ini menggunakan *trutworthiness* sebagai teknik validitas/otensititas data (Rahmat Kriyantono, 2007 :71). Teknik validitas ini merupakan pengganti dari teknik validitas tradisional (tradisi positivisme) (Norman K. Denzin adan Yvonna S. Lincoln. 2009 : 124). *Trutworthiness* mengandung dua poin. Yaitu, *authenticity* dan analisis triangulasi. *Trutworthiness* adalah model pengujian terhadap kebenaran dan kejujuran peneliti dalam mengungkapkan realitas. *Trutworthiness* berbicara tentang perasaan, pengalaman dan pemikiran peneliti selama melakukan penelitian.

Authenticity merupakan perluasan konstruksi individual yang dikemukakan selama riset berlangsung. Peneliti memberi kesempatan dan memfasilitasi pengungkapan bangunan diri sendiri secara lebih rinci. Sehingga memperoleh pemahaman yang mendalam tentang objek penelitiannya.

Sedangkan traingulasi sebagai alat untuk menguji validitas atau otensitas data. Triangulasi akan menguji keabsahan data yang dimiliki peneliti. Dalam pandangan Lexy Meleong (2010 : 330-331), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar dirinya untuk keperluan dirinya atau sebagai data pembanding.

Penelitian naskah harus selalu dicek ulang sehingga menghasilkan data yang valid. Ada pun data yang dicek dengan triangulasi adalah

1. Teks berita, tayangan, dan siaran yang diperoleh dari Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup.

Hasil wawancara mendalam dengan kru redaksi dan manajemen Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup..

2. Penelusuran data pustaka yang relevan dengan penelitian ini dan bila memungkinkan diperkuat wawancara dengan pakar media, jurnalisme, dan filsafat.

Proses validitas data dalam penelitian kualitatif berbeda dengan yang dilakukan di kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif dibutuhkan ketelitian dan kejelian dalam melakukan analisis data. Lexi Meleong mengungkapkan dalam validitas data penelitian kualitatif bertujuan menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dengan situasi yang relevan dengan persoalan yaang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal yang rinci. Dengan begitu, data kualitatif membutuhkan kedalaman. (Lexy Meleong, 2010 : 329-330).

Sesungguhnya, dalam analisis wacana kritis Norman Fairclough triangulasi sumber data merupakan sesuatu yang inheren. Ia akan menjadi semacam mekanisme validitas/otentisitas data secara sekaligus. Sebab, data diperiksa ulang dari tiga sumber, yaitu, mikro (teks berita), meso (wawancara), dan makro (sosio kultural).

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1. Kompas Grup

Cikal bakal Kompas Grup adalah Harian Kompas yang pertama kali terbit 28 Juni 1965 (Kompas setiap hari di pojok kiri halaman satu Kompas). Berarti tahun ini (2017) ia berusia 52 tahun. Surat kabar ini didirikan almarhum Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama. Nama Kompas sendiri merupakan nama pemberian Presiden pertama Republik Indonesia, Soekarno. Sebab awalnya koran ini akan bernama Bentara Rakyat. Pada perkembangan selanjutnya Bentara Rakyat menjadi nama sebuah yayasan yang menjadi penerbit Kompas.

Secara singkat kelahiran Kompas bermula dari keinginan Menteri/Panglima TNI Angkatan Dasar, Letjen Ahmad Yani untuk memiliki surat kabar yang bisa menandingi keperkasaan koran-koran Partai Komunis Indonesia (PKI). Ahmad Yani menelepon Frans Seda yang menjabat Menteri Perkebunan pada Kabinet Soekarno. Ketika akan menghadap sebagai menteri, Soekarno sudah mengetahui keinginan Frans Seda untuk membuat sebuah koran. Saat itu Soekarno menyarankan namanya Kompas yang berarti pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan atau hutan rimba.

Meskipun restu Soekarno, Ahmad Yani dan MR Soegijapranoto, namun jalan untuk terbit pertama kali sangat berliku. Apalagi saat itu ada Daerah Militer V Jaya mengharuskan Kompas mengumpulkan 3.000 tanda tangan dan identitas

bagi pelanggan harian yang akan terbit. Berkat keuletan Frans Seda, PK Ojong, dan Jakob semua rintangan bisa dilewati. Halangan lain adalah setelah terbit. Kompas mendapat hasutan dari pers PKI bahwa Kompas adalah "Komando Pastur." Namun hingga kini Kompas tetap terbit menyapa pembaca setiap hari kecuali hari libur nasional.

Pada awalnya Kompas dekat dengan Partai Katolik. Frans Seda dan PK Ojong adalah aktivis Partai Katolik. Namun pada perkembangan selanjutnya Kompas mencoba menjaga jarak bahkan mengklaim tidak memiliki hubungan lagi dengan misi Katolik. Pemutusan hubungan dengan Partai Katolik ini merupakan usaha Kompas untuk menjaga netralitas berita (Ibnu Hamad, 2004 : 119).

Oplah Kompas ketika terbit pertama adalah 4.800 eksemplar dengan motto *Amanat Hati Nurani Rakyat*. Oplah terbesar terjadi ketika peringatan ulang tahun ke-100 Bung Karno. Saat itu Kompas mencetak 750.000 eksemplar. Sebaran Kompas 40 persen di Jakarta dan sisanya di luar Jakarta. Fakta ini menunjukkan Kompas sebagai media nasional. (Kompas, 2004 : 1-3).

Visi dan Misi

Sebagaimana sebuah institusi atau perusahaan, Kompas juga memiliki visi dan misi yang harus akan dicapai dan diemban dalam setiap gerak perusahaannya. Visi ini yang akan menuntut gerak perusahaan mencapai tujuannya. Sedangkan misi menjadikan Kompas memiliki pegangan yang harus diwujudkan dalam kiprahnya.

Visi

“Menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat serta menjunjung tinggi asa dan nilai kemanusiaan.“ Penjabaran dari visi tersebut adalah

1. Kompas adalah lembaga pers yang bersifat umum dan terbuka
2. Kompas tidak melibatkan diri dalam kelompok-kelompok tertentu baik politik, agama, sosial, atau golongan, ekonomi
3. Kompas secara aktif membuka dialog dan berinteraksi positif dengan segala kelompok
4. Kompas adalah koran nasional yang berusaha mewujudkan aspirasi dan cita-cita bangsa
5. Kompas bersifat luas dan bebas dalam pandangan yang berkembang tetapi selalu memperhatikan konteks struktur kemasyarakatan dan pemerintah yang menjadi lingkungan. (Kompas, 2004 : 4)

Misi

Mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan (*trend setter*) dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi tepercaya.

Misi ini dijabarkan dalam lima sasaran operasional.

1. Kompas memberikan informasi yang berkualitas dengan ciri : cepat, cermat, utuh, dan selalu mengandung makna.
2. Kompas memiliki bobot jurnalistik yang tingggi dan terus dikembangkan untuk mewujudkan aspirasi dan selera terhormat yang tercermin dalam gaya kompak, komunikatif, dan kaya nuansa kehidupan dan kemanusiaan.
3. Kualitas informasi dan bonot jurnalistik dicapai melalui upaya intelektual yang penuh empati dengan pendekatan rasional, memahami jalan pikiran dan argumentasi pihak lain, selalu berusaha mendudukan persoalan dengan penuh pertimbangan tetapi kritis dan teguh pada prinsip
4. Berusaha menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan meningkatkan tiras.
5. Untuk merealisasikan visi dan misi Kompas harus memperoleh keuntungan dari usaha. Namun, keuntungan yang dicari bukan sekedar demi keuntungan sendiri tetapi menunjang kehidupan layak bagi karyawan dan pengembangan usaha sehingga mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya sebagai perusahaan. (Kompas, 2004 : 4-5).

Sedangkan *Kompas.com* pertama kali hadir pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. Awalnya, *Kompas Online* (KOL) diakses melalui kompas.co.id. Ia hanya menampilkan replika berita-berita koran Kompas yang terbit hari itu. Ia memberi layanan kepada pembaca harian Kompas di tempat-

tempat yang sulit dijangkau jaringan Kompas. Dengan begitu pembaca harian *Kompas,* khususnya di Indonesia bagian timur dan di luar negeri tetap menikmati koran Kompas hari itu juga. Untuk meningkatkan layanan pada awal 1996 alamat *Kompas Online* berubah menjadi *www.kompas.com.*

Seiring dengan perkembangan zaman dan melihat ceruk pasar yang sangat besar untuk dunia situs berita, *Kompas Online* kemudian dikembangkan menjadi unit bisnis mandiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media (KCM), 6 Agustus 1998. Ia pun berubah menjadi KCM. Pada era ini, pembaca KCM tidak lagi hanya mendapatkan replika berita koran Kompas, tetapi juga mendapatkan perkembangan berita-berita terbaru lainnya.

Pada 29 Mei 2008, KCM me-*rebranding* dirinya menjadi *Kompas.com*, merujuk kembali pada nama besar koran Kompas. Banyak perubahan yang dilakukan termasuk pada kanal berita. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang lebih mutakhir. *Kompas.com* berharap menjadi acuan bagi jurnalisme di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.[7]

Kompas adalah salah satu media yang pernah merasakan dua kali dilarang terbit oleh rezim kekuasaan. Yakni, pada 1965 dan 1978. Kompas juga pernah merasakan beberapa kali menghadapi tekanan massa seperti dalam kasus Tabloid Monitor dan Front Pembela Islam (FPI). (Atmakusumah, 2009). Dari berbagai pengalaman menghadapi kekuasaan, kisruh internal, dan tekanan massa ekternal, Kompas lebih cenderung berpikir bisnis-ekonomis daripada bermain di wilayah

[7] http://inside.kompas.com/about-us. Terakhir diakses 20 Juni 2017 Pukul 5.45 Wib

pengawas kekuasaan (*watchdog*) secara keras, seperti Grup Tempo, misalnya, melalui jurnalisme investigasi.

Menurut Ibnu Hamad (2004) ada tiga strategi dan gaya Kompas dalam mengupas sesuatu yang sensitif. Pertama, model jalan tengah (MJT); menggugat secara tidak langsung; mengkritik tapi disampaikan dengan santun, terkesan putar-putar dan mengaburkan pesan yang hendak disampaikan. Kedua, model angin surga (MAS); dalam mengupas Kompas bukan menggugat atau mempertanyakan hal-hal tertentu; tetapi lebih sekedar himbauan dan harapan. Ketiga, model anjing penjaga (MAP) yang bersifat terbuka dan menggunakan yang lebih berani. Dalam berita politik, menurut Ibnu Hamad, Kompas lebih menulis aman. Seraya mengutip ungkapan wartawan senior Kompas, Rikard Bangun, "Pasar itu kejam" yang bermakna Kompas tidak mau mengorbankan *brand* atau kedigdayaan dalam media cetak hancur karena keberpihakan ketika meliput hal yang sensitif atau konflik.

Dengan tiga karakter bahasa pemberitaan tersebut, Kompas tidak mau terlibat konflik atau memicu konflik. Bagi Kompas kelanggengan perusahaan adalah yang terpenting (*economic/business oriented*). Gaya *safety* mencerminkan khas berita-berita Kompas. Surat kabar yang tidak mau konflik, seperti karakter salah satu pribadi pendirinya, Jakob Oetama. Menjaga dari kepentingan pembaca dan pasar. Ini merupakan ciri khas pemimpin pasar dalam usaha. Ia tidak akan mengorbankan *brand* untuk satu kepentingan tertentu atau yang berkonflik. Sebagai pemimpin pasar yang mayoritas pembacanya berbeda dengan akar historis mereka, Kompas harus ekstra hati-hati dalam menulis satu berita,

meskipun hal tersebut berita kilas/singkat/kecil. Sebab ketersinggungan pembaca membuat *track record* dan nama baik Kompas tercoreng. Akibatnya, laba perusahaan menurun karena kue iklan dan pembaca menurun. Inilah yang dihindari oleh Kompas dalam berbagai berita dan tampilannya. Kasus diberendel Kompas 1978 oleh rezim Orde Baru menjadikan pijakan bahwa mereka tidak mau terlibat konfrontasi dengan kekuasaan secara langsung. Kompas akan hati-hati menurunkan berita.

Sikap lebih mementingkan keberlangsungan perusahan daripada mengawasi kekuasaan ini bisa dilihat dari kemauan Jakob Oetama (bersama enam pemimpin redakasi lainnya) menandatangani surat permohonan maaf kepada Presiden Soeharto ketika dibredel 1978. Permohonan maaf ini menjadi jaminan untuk Kompas bisa terbit kembali (Atmakusumah, 2009 : 150-151).

Secara historis keberpihakan Kompas kepada Jokowi-JK bisa ditelusuri dari salah satu partai pengusung mereka, Partai Demokrasi Indonesia (PDI) yang kini bertransformasi menjadi PDIP sejak peristiwa kerusuhan di kantor DPP PDI, 27 Juli 1997. Jokowi adalah kader yang diusung PDIP pada pilpres 2014. Kompas selain berhutang budi kepada Soekarno, Presiden pertama sekaligus ayah Ketua Umum PDIP saat ini, Megawati Soekarnoputri. Soekarno lah yang memberi nama "Kompas" kepada harian ini ketika Frans Seda dan kawan-kawan mengajukan akan membuat media pada 1965. Pada awalnya Kompas dekat dengan Partai Katolik. Frans Seda dan PK Ojong (bersama Jakob Oetama adalah pendiri Kompas) adalah aktivis Partai Katolik. Pada fusi partai politik 1973, lima partai lain yaitu PNI, Partai Kristen Indonesia, Partai Katolik, Partai Murba dan Partai

IPKI (Ikatan Pendukung Kemerdekaan Indonesia) bergabung menjadi Partai Demokrasi Indonesia. Fusi ini adalah kebijakan rezim Orde Baru untuk menyederhanakan partai politik sekaligus untuk memudahkan kontral negara terhadapnya. Selain PDI, empat partai politik yang berbasis Islam, Nahdhatul Ulama, Parmusi, Partai Sarikat Islam Indonesia (PSII) dan Persatuan Tarbiyah Islamiyah (Perti) bergabung menjadi Partai Persatuan Pembangunan (PPP)

Di bawah ini disajikan tabel pemberitaan Kompas Grup (Harian Kompas, Kompas TV, dan Kompas.com) yang akan dianalisis dalam penelitian ini untuk level mikro (teks berita).

Tabel 9
Berita Kompas Grup (Level Teks/Mikro)

Kompas Grup			
Tema	KompasTV	Koran Kompas	Kompas.com
Dugaan kecurangan kampanye	Kompas TV 9 Juni 2014	Kamis, 19 Juni 2014 Waspadai Kecurangan Pemilu	http://nasional.kompas.com/read/2014/06/05/0957038/Datangi.Rumah.ke.Rumah.Anggota.Babinsa.Arahkan.Warga.Pilih.Prabowo
Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM)	Kompas TV 20 Juni 2014	Jumat, 20 Juni 2014 Wiranto : Penculikan Inisiatif Prabowo Sendiri	http://nasional.kompas.com/read/2014/06/19/1411531/Wiranto.Prabowo.Terbukti.Terlibat.Penculikan.Jangan.Terjebak.Istilah
Debat Calon presiden dan wakil presiden	Kompas TV, 16 Juni 2014	Senin, 23 Juni 2014 Ketegasan Capres Terlihat	http://nasional.kompas.com/read/2014/07/05/23274121/Singgung.soal.Mafia.Jokowi.Tonjolkan.Kekuatan.Koalisi.Tanpa.Syarat
Konser Musik Salam 2 Jari	Kompas TV 5 Juli 2014	6 Juli 2014 Giliran Rakyat Bersuara	http://megapolitan.kompas.com/read/2014/07/05/17314701/Foto.Bareng.Jokowi-JK.Wajib.di.Konser.Salam.Dua.Jari

Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Tidak ada	Tidak ada	http://nasional.kompas.com/read/2014/07/01/1414590/JK.Dulu.SBY.Pecat.Prabowo.Kenapa.Sekarang.Dukung.

Sedangkan untuk level meso (*discourse practice*) yang menjadi objek penelitian adalah hasil wawancara dengan tiga orang dari tiga grup Kompas.

Tabel 10
Informan Kompas Grup (Level Praktik Wacana/Meso)

No	Narasumber	Jabatan/Lembaga	Tempat
1	Sutta Dharmasaputra	Wakil Redaktur Pelaksana Harian Kompas	Kantor Redaksi Harian Kompas Jalan Palmerah Selatan, Jakarta Pusat
2	Yogi Nugraha	Wakil Pemimpin Redaksi Kompas TV	Kantor Redaksi Kompas TV Jalan Palmerah Barat, Jakarta Pusat
3	J. Heru Margianto	News Assistant Managing Editor Kompas.com	Kantor Redaksi Kompas.com Jalan Palmerah Selatan, Jakarta Pusat

Tabel 7
Kecenderungan Pemberitaan Kompas Grup

Kompas Grup			
Tema/Media	**KompasTV**	**Koran Kompas**	**Kompas.com**
Dugaan kecurangan kampanye	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Tidak Memihak	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla

Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM)	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Debat Calon presiden dan wakil presiden	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Konser Musik Salam 2 Jari	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Tidak Ada	Tidak Ada	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla

Berdasarkan observasi awal terhadap berita yang dimuat oleh Kompas Grup terdapat perbedaan yang signifikan. Harian Kompas sebagai cikal bakal Kompas TV dan Kompas.com cenderung lebih hati-hati dan datar dalam pemberitaan di lima wacana yang diteliti. Sebaliknya Kompas TV dan Kompas.com membuat berita yang cenderung terlihat keberpihakannya. Kecuali dalam wacana Konser Musik Salam 2 Jari, hal ini bisa dilihat dalam isu kecurangan kampanye pilpres, dugaan pelanggaran HAM Prabowo, dan debat capres-cawapres (selengkapnya lihat tabel).

Pemberitaan yang cenderung datar harian Kompas dapat dimengerti. Sebagai pemimpin pasar (khususnya surat kabar) dan paling tua, wajar jika harian Kompas bermain aman (*safety*); cenderung menghindari konflik, dan ‘bermain’

ingin diterima semua kalangan. Ia tidak mau mengorbankan sejarah panjang sebagai media terbesar dan terkemuka dengan ‘main’ konyol mendukung pasangan tertentu secara terbuka. Apalagi dalam momentum kampanye pilpres yang menentukan kepemimpinan nasional lima tahun mendatang, Kompas akan menimbang untung dan ruginya dari berbagai aspek pergulatan media.

Kecuali dalam wacana Konser Musik Salam 2 Jari, pemberitaan harian Kompas cenderung lurus-lurus saja. Semua unsur dan konstruksi berita (5W + 1H) dan elemen jurnalistik tradisional seperti objektif, independen, *cover both sides*, imparsialitas, dan keadilan semuanya terpenuhi meski dengan beragam diksi keberpihakan secara tersamar. Berita harian Kompas sangat terlihat atau merupakan jelmaan sikap dan kepribadian Jakob Oetama yang tenang tetapi menghanyutkan dengan wacana yang dibangunnya. Gaya tenang, datar, diam-diam menghayutkan,dan cenderung membosankan membuat indonesianis terkemuka (alm) Ben Anderson mengomentari harian Kompas sebagai koran Orde Baru sejati karena “Kebosanan yang terperikan.” (David T. Hill, 2011: 98). Dalam bahasa (alm) Rosihan Anwar (St Sularto (ed), 2001 : 39) Jakob mempraktikkan jurnalisme kepiting. Terminologi jurnalisme yang diambil Rosihan ketika Jakob berbicara di depan peserta Karya Latihan Wartawan Persatuan Wartawan Indonesia (KLW PWI). Saat itu Jakob membuat metafora bahwa wartawan harus hati-hati dalam melangkah. Ia harus membaca situasi dan kondisi. Ibarat orang yang sedang berjalan di dasar sungai dan kakinya meraba-raba apakah di depan ada bahaya. Jika ada kepiting dirasakannya menggigit

kakinya, maka cepat-cepat ia mundur selangkah. Kalau kepiting sudah tidak ada lagi, barulah ia maju ke depan.

Dengan semangat "Amanat Hati Nurani Rakyat" Kompas tidak memandang sesuatu dengan hitam putih. Harian Kompas tidak berpikir linear. Ia membuka ruang bagi dua kandidat atau partai politik manapun. (Ibnu Hamad, 2004 : 116). Masih ada warna lain selain Hitam Putih; masih ada cara lain selain menghakimi; terdapat jalan lain dalam menyampaikan gagasan harian Kompas masyarakat (St Sularto dan F. Harianto Santoso, 2016: 46). Itulah cara Harian Kompas dalam kampanye pilpres 2014. Benar adanya Kompas adalah media yang lebih mementingkan kepentingan ekonomi-bisnis daripada memerebutkan lahan politik-kekuasaan. Inilah jalan yang diambil Jakob Oetama setelah mengalami dua kali penghentian terbit oleh rezim penguasa (Atmakusumah, 2009). Jakob Oetama berhasil mendisiplinkan wartawan harian Kompas untuk tidak mengambil risiko berhadapan dengan penguasa atau reaksi masyarakat. Meski strategi ini bisa merugikan kelompok secara keseluruhan (David T. Hill, 2011 : 101).

Tetapi di sisi lain di bidang ekonomi-bisnis, strategi Jakob Oetama mendisiplinkan menghasilkan dan menjadikan Kompas sebagai grup media terbesar hingga kini. Dengan jumlah ratusan anak perusahaan seperti yang tergabung dalam Tribun, toko buku Gramedia, percetakan, dan usaha lain seperti Hotel Santika. Tentu saja strategi inipun kontroversial di mata wartawan harian Kompas. Beberapa wartawan harus meninggalkan Kompas baik atas keinginan sendiri karena berbeda visi, misi dan strategi ataupun berselisih paham seperti kasus Seno Bambang Wisudo, Seno Gumira Ajidarma, Satrio Arismunandar dan

sebagainya. Sikap lebih mementingkan keberlangsungan perusahan daripada mengawasi kekuasaan ini bisa dilihat dari kemauan Jakob Oetama (bersama enam pemimpin redakasi lainnya) menandatangani surat permohonan maaf kepada Presiden Soeharto ketika dibredel 1978. Permohonan maaf ini menjadi jaminan untuk Kompas bisa terbit kembali. (Atmakusumah, 2009 : 150-151)

Kompas didirikan oleh Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama, dua orang beretnis minoritas China. Keduanya pun sebagai pengurus Partai Katolik yang juga minoritas di negeri ini. Beberapa yang menyokong pendirian Kompas juga beragam Katolik. Frans Seda, misalnya. Dua ideologi minoritas ini diakui atau tidak pada awalnya menjadi identitas Kompas. Bahkan, banyak yang memplesetkan Kompas sebagai Komando Pastor. "Kompas memiliki trauma masa lalu," kata Sutta.

Sikap inferioritas tersebut menyebabkan Kompas sangat hati-hati atau memilih bermain aman dalam isu-isu sensitif dalam ranah umat Islam. Kasus pembredelan Tabloid Monitor (salah satu tabloid yang tergabung dalam grup Kompas Gramedia) yang dikomadoi Arwendo Atmowiloto dan penggrudukan massa Front Pembela Islam (FPI) adalah beberapa kasus yang membuat harian Kompas sangat hati-hati dalam pemberitaan berkaitan dengan umat agama yang lain.

Kini Kompas mengusung jurnalisme pembangunan, jurnalisme fakta, dan jurnalisme makna. Menurut Jakob Oetama (St Sularto dan F. Harianto Santoso, 2016: 36), jurnalisme pembangunan adalah jurnalisme yang senantiasa *survive*

tanpa meninggalkan tugas pokoknya. Ketika kekuasaan menindas dan dimulainya era *cyber* media, jurnalisme fakta jawabannya; jurnalisme makna untuk menghadapi tantangan di tengah derasnya arus media sosial dan pesatnya perkembangan dunia *cyber*.

2.2. Media Grup

Media Grup bermula dari harian Media Indonesia yang kini merupakan koran nasional. Koran Media Indonesia terbit sejak 19 Januari 1970. Pada awalnya Media Indonesia terdiri dari empat halaman dengan tiras yang masih terbatas. Ketika pertama kali berdiri kantor berada di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta. Lembaga yang menerbitkan ialah Yayasan Warta Indonesia. Enam tahun kemudian, pada 1976, Media Indonesia menambah halaman menjadi delapan. Akhirnya pada tahun yang sama, surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP) Media Indonesia yang merupakan kewajiban bagi organisasi pers waktu Orde Baru dimilikinya.

Sekitar 1987, pendiri Media Indonesia Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan mantan pemimpin surat kabar Prioritas, Surya Paloh. (Atmakusumah, 2009). Prioritas dibredel oleh rezim Orde Baru karena dianggap mengancam kekuasaan mereka. Dari kerja sama tersebut Media Indonesia berada di bawah manajemen baru PT Citra Media Nusa Purnama. Manajemen dikelola bersama. Surya Paloh menjabat direktur utama, sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai pemimpin umum. Kantornya pun pindah ke Jalan Gondangdia Lama Nomor 46, Jakarta Pusat.

Awal 1995, Media Indonesia menempati kantor baru yang lebih besar dan permanen di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Hingga saat ini Media Indonesia menjadi tulang punggung bagi Media Grup yang memiliki beberapa perusahaan pers. Seiring dengan perkembangan zaman pergantian kepemimpinan, baik di bagian redaksi maupun usaha terus terjadi. Media Indonesia berupaya menampilkan berita-berita aktual untuk memenuhi kebutuhan informasi pembacanya. Visi untuk membangun sebuah harian independen serta menatap hari esok yang lebih baik tetap tidak berubah.[8]

Mengikuti perkembangan bisnis media, Surya Paloh mendirikan televisi bernama Metro TV pada 25 Oktober 1999. Metro TV adalah stasiun televisi berita pertama di negeri ini. Pada 25 November 2000, Metro TV resmi mengudara untuk pertama kalinya. Untuk siaran perdana mereka melakukan serangkaian siaran percobaan ke tujuh kota. Awalnya ditayangkan hanya 12 jam per hari sampai 1 April 2001. Kini, Metro TV melakukan penyiaran selama 24 jam. Tantangan terbesar perusahaan tahap awal adalah membangun infrastruktur, fasilitas dan tim. Semuanya itu dilakukan dalam skala waktu singkat sembilan bulan.

Selain berita gelombang baru gaya hidup dan program hiburan alternatif juga masuk ke Metro TV yang siarannya didominasi oleh berita. Gaya ini member perspektif baru bagi dunia televisi. Produksi yang canggih dan bergaya dari Metro TV menghidupkan kehidupan baru ke industri pemberitaan.

[8] http://mediaindonesia.com/about-us. Terakhir diakses 20 Mei 2017 Pukul 06.30 Wib

Berikut ini disajikan visi dan misi Metro TV (Machyudin Agung Harahap, 2013 : 80-81)

Visi

Untuk menjadi stasiun televisi Indonesia dengan rangking nomor satu dalam pemberitaan, menwarkan kualitas program hiburandan gaya hidup. Menyediakan kesempatan periklanan yang unik dan pencapaian loyalitas para penontonnya dari para pengiklan

Misi

1. Untuk mengakumulasi dan mempromisikan kemajuan bangsa dan negara ke arah atmosfir demokrasi agar dapat unggul dalam kompetisi global dengan apresiasi moral dan etika yang tinggi
2. Untuk menambah kehadiran bagi industri pertelevisian dengan menyediakan perspektif baru dengan cara memperbaiki informasi yang dihadirkan dan menawarkan kualitas hiburan alternatif
3. Untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan dengan mengembangkan dan mengungkit aset-aset untuk menaikan kualitas hidup para karyawannya dan menghasilkan keuntungan signifikan bagi para pemegang sahamnya.

Sedangkan di bidang online, mediaindonesia.com dan metrotvnews.com adalah melengkapi kiprah Media Grup dalam industri media. Di samping Lampung Post dan beberapa media lainnya.

Di bawah ini disajikan tabel pemberitaan Media Grup (Harian Media Indonesia, Metro TV, dan metrotvnews.com) yang akan dianalisis dalam penelitian ini untuk level mikro (teks berita).

Tabel 12
Berita Media Grup (Level Teks/Mikro)

Media Grup			
Tema	MetroTV	Koran Media Indonesia	Metrotvnews.com

Dugaan kecurangan kampanye		Media Indonesia, Jumat 6 Juni 2014 Babinsa Arahkan Warga Pilih Prabowo	http://pemilu.metrotvnews.com/read/2014/06/07/250113/bawaslu-jokowi-tak-langgar-kampanye
Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM)		Kamis, 12 Juni 2014 Presiden Terpilih Bebas Noda HAM	http://pemilu.metrotvnews.com/read/2014/06/19/254825/secara-tersirat-wiranto-sebut-prabowo-diberhentikan-den
Debat Calon presiden dan wakil presiden		Selasa, 10 Juni 2014 Jokowi-JK Unggul Telak	http://pemilu.metrotvnews.com/read/2014/06/04/249071/retorika-prabowo-terkesan-menjiplak-pidato-jokowi-merak
Konser Musik Salam 2 Jari		Minggu, 6 Juli 2014 Jokowi-JK Selangkah Lagi	http://pemilu.metrotvnews.com/read/2014/07/05/261653/jokowi-jk-tutup-konser-dua-jari-dengan-shalawat-dan-doa
Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono		Tidak ada	http://pemilu.metrotvnews.com/read/2014/07/04/261398/sby-cipika-cipiki-dengan-prabowo-hatta-di-cikeas

Sedangkan untuk level meso (*discourse practice*) yang menjadi objek penelitian adalah hasil wawancara dengan dua orang dari tiga grup Media.

Tabel 13
Informan Media Grup (Level Praktik Wacana/Meso)

No	Narasumber	Jabatan/Lembaga	Tempat
1	Abdul Kohar	Deputi Direktur Pemberitaan Media Indonesia	Kantor Redaksi Media Indonesia Kompleks Delta Mas Kav A-D Kedoya,

			Jakarta Barat
2	Abdul Kohar	Pemimpin Redaksi Metrotvnews.com	Kantor Redaksi Metro TV Kompleks Delta Mas Kav A-D Kedoya, Jakarta Barat
3	Ade Firman	Koordinator Liputan Metro TV	Kantor Redaksi Metrotvnews.com Kompleks Delta Mas Kav A-D Kedoya, Jakarta Barat

Tabel 14
Kecenderungan Pemberitaan Media Grup

Media Grup			
Tema/Media	**MetroTV**	**Koran Media Indonesia**	**Metrotvnews.com**
Dugaan kecurangan kampanye	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM)	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Debat Calon presiden dan wakil presiden	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Konser Musik Salam 2 Jari	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla	Memihak pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla
Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Memihak

Berdasarkan riset kecil di awal penelitian ini, Media Grup sejak awal sudah mendeklarasikan mendukung pasangan Capres-Cawapres Jokowi-Jusuf Kalla. Bahkan jauh sebelum bertemu Jusuf Kalla, Media Grup memiliki kecenderungan untuk mengusung Jokowi pada pilpres ketika Jokowi menjabat Gubernur DKI Jakarta. Oleh sebab itu, tidak mengherankan jika Media Grup mengawal habis-habisan kampanye pilpres Jokowi-Jusuf Kalla. Dengan demikian semua sumber Media Grup (koran Media Indonesia, Metro TV dan metrotvnews.com) pemberitaannya diarahkan untuk mendudukan Jokwoi-JK di singgasana presiden-wakil presiden Indonesia.

Terlepas dari perdebatan keilmuan, Media Grup sudah merintis jalan baru. Bahwa televisi (Metro TV) yang berbasis frekuensi publik bisa dipakai untuk memenangkan pasangan capres-cawapres tertentu. Biasanya media yang mendukung pasangan tertentu secara politik adalah koran yang berbasis individu bukan milik negara/publik. Di berbagai belahan dunia, sudah menjadi sesuatu yang lumrah bila surat kabar memiliki kecenderungan atau mendukung kandidat atau partai politik tertentu. Biasanya dukungan diberikan jika memiliki sejarah dan platform yang tidak jauh berbeda.

Keterlibatan Media Grup dalam kancah kampanye pilpres 2014 bukanlah sesuatu yang mengejutkan jika menilik latar belakang pemiliknya Surya Paloh yang berlatar belakang politisi. Sebelum menjadi Ketua Umum Partai Nasdem yang didirikannya, pria kelahiran Nanggroe Aceh Darussalam ini besar di Partai Golkar era Orde Baru, pun era reformasi. Bahkan, ia sempat mencalonkan ketua

umum ketika Kongres di Pekanbaru, Riau 2004. Saat itu ia dikalahkan Aburizal Bakrie.

Sebelum memiliki Media Grup, keterlibatan Surya Paloh di dunia media ketika memiliki harian Prioritas. Koran yang kemudian dibredel oleh rezimOrde Baru karena dianggap melawan dan membahayakan stabilitas penguasa (Atmakusuma, 2009 : 30). “Sering memuat kabar yang tidak benar dan tidak berdasarkan fakta-fakta, beritanya bernuansa sinis, mengarah dan tendensius.” Begitu salah satu bagian dari bunyi surat pembredelan Prioriotas (David T Hill, 201 : 110)

Setelah itu, Surya Paloh bekerja sama dengan Teuku Yousli Syah untuk membesarkan Media Indonesia. Selanjutkan kiprah Surya Paloh mendirikan Metro TV dan berbagai perusahaan media lainnya. Kini Media Grup adalah salah satu raksasa media di Indonesia dengan berbagai anak perusahaan yang lainnya. Sama seperti Jakob Oetama di Kompas, Surya Paloh pun memiliki usaha selaian perusahaan media seperti hotel dan perusahaan katering.

Keterlibatan Surya Paloh di politik praktis dan berimplikasi pada media yang dimilikinya menjadikan Media Grup partisan ketika kampanye pilpres 2014. Secara terbuka semua berita di tiga media yang diteliti diarahkan untuk memenangkan Jhokowi-JK, di satu sisi, dan menghantam pasangan Prabowo-Hatta, pada sisi lainnya. Menurut Atmakusumah (2009 : 308) dalam sikap pragmatisme politik wartawan, ia akan kehilangan independensi. Kode etik terpaksa dikorbankan karena berbagai alasan mulai dari kepentingan wartawan

hingga pemilik modal. Keberpihakanw artawan terhadapsumber berita pada akhirnya menutup peluang bagi masyaratakt untuk mendapat sumber informasi yang bermutu. Ini berarti menyalahgunakan dan mengorbankan kode etik jurnalistik.

2.3. MNC Grup

PT Media Nusantara Citra Tbk, atau MNC, hingga kini mengoperasikan empat dari 11 stasiun *free-to-air* dan memiliki bisnis inti dalam memproduksi dan mendistribusikan isi berita televisi. Perusahan yang berdirik pada 17 Juni 1997 adalah perusahaan publik. Sahamnya tercatat di Bursa Efek Jakarta (BEI), sejak 22 Juni 2007, dengan kode saham MNCN. Keempat televisi itu adalah RCTI, MNCTV, GlobalTV dan iNewsTV. Selain itu ada ada 22 channel yang disiarkan di TV berlangganan MNC Channel. Selain televise mereka bergerak ke bisnis radio, media cetak, talent management dan perusahaan produksi TV.

MNC memiliki visi menjadi grup media dan multimedia yang terintegrasi, dengan fokus pada penyiaran televisi dan konten berkualitas yang disiarkan melalui teknologi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pasar. Sedangkan misinya adalah memberikan konsep hiburan keluarga terlengkap dan menjadi sumber berita dan informasi terpercaya di Indonesia.[9]

RCTI adalah televisi swasta pertama di Indonesia. Pada 24 Agustus 1989. RCTI mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. Saat ini RCTI adalah stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia, yakni, 54 stasiun relay.

[9] http://mnc.co.id/about-us/id. Terakhir diakses 20 Mei 2017 Pukul 06.45 Wib

Program RCTI disaksikan sekitar 191 juta pemirsa yang tersebar di 452 kota di Indonesia. Jumlah ini ekuvalen dengan 80.7 persen penduduk Indonesia.

Sejak berdiri hingga saat ini RCTI menjadi market leader dan nomor satu pilihan pemirsa. Memasuki usianya yang ke-28, tahun 2017 (periode 1 Januari – 15 Mei 2017) RCTI tetap mempertahankan posisi nomor satu dengan pangsa pemirsa mencapai 17,1 persen (MF, UPPER MIDDLE, 5+) dan 17,3 persen (All Demography). Versi Nielsen Audience Measurement RCTI mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15.63 persen (periode 1 Januari – 30 April 2017).[10]

Koran Sindo merupakan surat kabar di bawah PT Media Nusantara Informasi (PT MNI). Ia terbit perdana 30 Juni 2005. PT Media Nusantara Informasi (MNI) adalah anak perusahaan dari PT. Media Nusantara Citra,Tbk. (MNC Group). PT Media Nusantara CitraTbk menjadi induk perusahaan yang bergerak di bidang media dan telekomunikasi, seperti RCTI, MNC TV, Global TV, Indovison, MNC Pictures, Trijaya Network. Surat kabar mulai berproduksi secara komersial 1 Juli 2005.

Visi Koran Sindo adalah menjadi harian nasional terbesar, independen dan terpercaya yang berkomitmen penuh terhadap pengembangan sosial, ekonomi dan budaya masyarakat Indonesia. Sedangkan misinya ada delapan. Melayani pembaca dengan sepenuh hati dengan komitmen dan tanggungjawab, Menyediakan wahana aspirasi masyarakat dengan penuh tanggungjawab, Mendorong perubahan untuk membawa karakter masyarakat kearah yang

[10] http://www.rcti.tv/profile/view/1. Diakses terakhir pada 20 Mei 2017 Pukul 07.22 Wib

konstruktif, Melakukan fungsi kontrol dan penyeimbang tegaknya demokrasi, Menumbuhkan nilai nilai Nasionalisme demi keutuhan bangsa dan negara, Menggerakan ekonomi masyarakat melalui berbagai inf ormasi yang memberi stimulasi dan peluang berusaha,Memaksimalkan efektifitas komunikasi media kepada semua mitra, dan Menciptakan nilai terbaik kepada Pemegang Saham dan pemangku kepentingan lainnya

Logonya kini telah berubah nama dan logo menjadi Koran Sindo. Ada pun perubahan itu terjadi tepat pada 1 Maret 2013.[11] Sedangkan Sindonews merupakan situs berita online milik MNC. Ia resmi berdiri pada 4 Juli 2012 di bawah manajemen PT. Media Nusantara Dinamis. Sindonews memiliki tagline "Sumber Informasi Terpercaya." Ia menyajikan informasi yang selaras dengan Sindo Media. Sindopnews.com bersinergi pemberitaan dengan semua media di MNC Group, seperti Koran Sindo, Sindo TV, Sindo Trijaya FM, Sindo Weekly, Okezone, MNC TV, RCTI, Global TV, dan MNC Channel.[12]

Di bawah ini disajikan tabel pemberitaan MNC Grup (Harian Koran Sindo, RCTI, dan sindonews.com) yang akan dianalisis dalam penelitian ini untuk level mikro (teks berita).

Tabel 15

[11] http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab4/2012-2-00863-MC%20Bab4001.pdf.
[12] http://about.sindonews.com

Berita MNC Grup (Level Teks/Mikro)

MNC Grup			
Tema	RCTI	Koran Sindo	Sindonews.com
Dugaan kecurangan kampanye	Tidak ada	Tidak ada	http://pemilu.sindonews.com/read/878434/113/bawaslu-putuskan-kampanye-jokowi-di-monas-pelanggaran-pemilu-1404124271
Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM)	RCTI,	Sabtu, 28 Juni 2014 Prabowo Dikorbankan Para Jenderal	http://pemilu.sindonews.com/read/878453/113/mahasiswa-nilai-isu-ham-bentuk-kepanikan-pesaing-prabowo-1404127980
Debat Calon presiden dan wakil presiden	RCTI, Minggu, 22 Juni 2014	Senin,23 Juni 2014 Prabowo Kuasai Panggung Debat	http://pemilu.sindonews.com/read/876386/113/jokowi-keteteran-di-debat-capres-jilid-iii-1403532373
Konser Musik Salam 2 Jari	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	RCTI, Breaking News 4 Juli 2014	Sabtu, 5 Juli 2014 SBY Restui Prabowo-Hatta	http://pemilu.sindonews.com/read/872611/113/koalisi-merah-putih-klaim-demokrat-resmi-bergabung-14024946731

Sedangkan untuk level meso (*discourse practice*) yang menjadi objek penelitian adalah hasil wawancara dengan dua orang dari tiga grup MNC.

Tabel 16
Informan MNCGrup (Level Praktik Wacana/Meso)

No	Narasumber	Jabatan/Lembaga	Tempat
1	Alex Adjisaputra	Redaktur Pelaksana Koran Sindo	Kantor Redaksi Koran Sindo Jalan Wahid Hasyim Nomor 38 Jakarta

			Pusat
2	Arya Sinulingga	Direktur Pemberitaan MNC Media	*Kantor Redaksi MNC* Tower 26th Floor Jalan Kebon Sirih Kav. 17-19. Jakarta Pusat
3	Puguh Hariyanto	Redaktur Pelaksana Sindonews.com	Kantor Redaksi Koran Sindo Jalan Wahid Hasyim Nomor 38 Jakarta Pusat

Tabel 17
Kecenderungan Pemberitaan MNC Grup

MNC Grup			
Tema/Media	**RCTI**	**Koran Sindo**	**Sindonews.com**
Dugaan kecurangan kampanye	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa
Isu pelanggaran Hak Azasi Manusia (HAM)	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa
Debat Calon presiden dan wakil presiden	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa
Konser Musik Salam 2 Jari	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta	Memihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Radjasa

	Radjasa	Radjasa	

Sama dengan Media Grup, berdasarkan observasi awal, MNC Grup pun berada di salah satu pasangan capres-cawapres tertentu. Kalau Media Grup berada di Jokowi-JK, maka MNC Grup di Prabowo-Hatta. Karena itu, pemberitaan MNC Grup selalu bertentangan dan saling meng*counter* dengan Media Grup. Sebuah pertarungan memalukan yang teramat sarkastis karena keduanya menggunakan milik negara/publik bernama frekuansi.

Keterlibatan MNC Grp dalam politik tidak terlepas dari sang pemilik Harry Tanoesudibjo yang menjadi juga terlibat di politik praktis. Pada awalnya pemilik MNC Grup ini berjalan beriringan dengan Surya Paloh membangun sebuah lembaga swadaya masyarakat bernama Nasional Demokrat yang kemudian berubah menjadi Partai nasdem.. Karena kecewa dengan beragam kebijakan Surya Paloh, Harry Tanoesudibjo, loncat dan menjadi cawapres Partai Hanura bersama Wiranto. Namun, pasangan bakal calon ini gagal melaju lebih jauh karena tidak memiliki kursi yang cukup untuk menjadi calon tetap pada pilpres 2014. Harry Tanoesudibjo kemudian loncat dan mendukung pasangan Prabowo-Hatta, padahal Partai Hanura mendukung Jokowi-JK. Harry Tanoesudibjo kini memiliki partai sendiri. Ia mendirikan Partai Perindo dan bersiap mengikuti Pemilu 2019.

Karena pemilik berada dalam satu kubu pasangan calon, keberpihakan Harry Tanoesudibjo menjadikan semua berita MNC Grup pun bermasalah secara

prinsip dan etika jurnalistik. Sebab semua sumber dan kaidah berita diarahkan untuk memenangkan pasangan Prabowo-Hatta.

Dengan demikian, selama kampanye pilpres 2014, berita MNC Grup (harian Koran Sindo, RCTI, dan sindonews.com) bermasalah secara prinsip dan etika sama dengan yang dilakukan oleh Media Grup. Hanya saja mereka bertentangan dari sudut kepentingan politik selama kampanye pilpres 2014.

2.4. Informan Level Makro (Sosio Kultural)

Sedangkan untuk analisis level makro (*social culture practice*), berikut daftar informan yang berhasil diwawancarai.

Tabel 18
Informan Level Sosio Kultural/Makro

No	Narasumber	Jabatan/Lembaga	Wacana yang Diteliti	Waktu dan Tempat
1	Ferry Kurnia Rizkyansyah	Komisioner Komisi Pemilihan Umum 2012-2017	Kecurangan Pilpres dan Debat Capres-Cawapres	Perumahan Nomor 57 Depok, Jakarta Pusat
2	Haris Azhar	Mantan Koordinator Badan Pekerja KontraS	Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo	Jalan Velodrom Nomor 61 A Rawamangun, Jakarta Timur
3	Prof. Dr. Tommy F. Awuy	Guru Besar Filsafat Universitas Indonesia	Konser Salam 2 Jari	Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat
4	M. Alfan Alfian	Direktur Riset Akbar Tanjung	Keberpihakan Presiden	Kantor Akbar Tanjung

		Institute	Susilo Bambang Yudhoyono dan Kecurangan Pilpres	Institute Kompleks Perdatam Mas Blok A-1 Pancoran, Jakarta Pusat
5	Suwarjono	Ketua Umum Aliansi Jurnalis Independen	Implikasi Paradigmatis dan Teoritis dari Wacana yang Diteliti	Sekretarian Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Pusat Jalan Kembang Raya Nomor 6 Kwitang, Jakarta Pusat
6	Farid Gaban	Wartawan Senior/Pemimpin Redaksi Geotimes.com	Implikasi Paradigmatis dan Teoritis dari Wacana yang Diteliti	Kantor Geotimes.com Jalan Jambu Nomor 51, Menteng, Jakarta Pusat
7	Bekti Nugroho	Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) 2013-106	Implikasi Paradigmatis dan Teoritis dari Wacana yang Diteliti	Pasific Plaza, Senayan Jakarta Pusat/28 Juli 2017
8	Nezar Patria	Anggota Dewan Pers 2013-2016	Implikasi Paradigmatis dan Teoritis dari Wacana yang diteliti	Gedung The Jakarta Post Jalan Palmerah Barat 142-143 Jakarta, Rabu, 9 Agustus 2017

BAB III

HASIL PENELITIAN

Untuk mempermudah dalam membongkar representasi, relasi, dan identitas serta intertekstualitas/interdiskursivitas konstruksi wacana pada objek penelitian tingkat mikro (teks berita), di bawah ini disajikan bagan analisis untuk setiap berita. (Norman Fairclough, 1995), (Norman Fairclough, 2005), (Ruth Wodak and Michael Meyer, 2001), (Haryatmoko 2016).

3.1. ANALISIS WACANA KRITIS TEKS DAN PRAKTIK WACANA

3.1.1. Kompas Grup

3.1.1.1. Kecurangan Kampanye Pilpres

Tabel 19
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Harian Kompas

Kompas Grup	
Nama Media	Koran Kompas
Judul Berita	Waspadai Kecurangan Pemilu
Edisi	Kamis, 19 Juni 2014
Wacana	Kecurangan Pilpres
JAKARTA, KOMPAS Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden yang akan digelar 9 Juli 2014 tinggal 20 hari lagi. Belajar dari pelaksanaan Pemilu Legislatif 9 April 2014, berbagai praktik kecurangan terjadi di setiap tahapan. Semua pihak perlu mewaspadainya agar kejadian itu tidak terulang. Berdasarkan data Badan Pengawas Pemilu yang dihimpun *Kompas* hingga Rabu (18/8), tren pelanggaran pada pemilu legislatif lalu berbagi dua, yakni administrasi dan pidana. Dari 7.184 temuan/laporan pelanggaran administrasi, pada tahap pemutakhiran data pemilih terjadi 935 pelanggaran, pada tahap kampanye ditemukan 4.581 pelanggaran, serta pada tahap pemungutan dan penghitungan suara terjadi 992 pelanggaran. Pada tahap pemutakhiran data pemilih, pelanggaran berupa tidak diumumkannya daftar pemilih sementara (DPS), serta DPS yang tidak memuat	

nomor induk kependudukan pemilih.

Pada tahap kampanye, antara lain pelibatan kepada desa sebagai pelaksana kampanye.

Pelanggaran pada tahap pemungutan dan penghitungan suara terdiri dari pencoblosan terhadap sisa surat suara, perubahan perolehan suara dalam formulir C-1, serta pendistribusian surat suara yang tidak sesuai dengan daerah pemilihan.

Pelanggaran pada tahap rekapitulasi perolehan suara berupa perubahan perolehan suara. Pelanggaran pada tahap ini tercatat 250 temuan/laporan.

Terkait pelanggaran pidana pemilu, dari 170 temuan/laporan, Bawaslu mencatat, tren kecurangan paling banyak terjadi pada tahap kampanye, yakni 71 pelanggaran, serta pada tahap pemungutan dan penghitungan suara, yakni 54 pelanggaran.

Kecurangan pidana pada tahap kampanye berupa politik uang, perusakan alat peraga, pelibatan PNS dalam kampanye, dan kampanye di luar jadwal.

Pada tahap pemungutan dan penghitungan suara berupa politik uang. Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang tidak memberikan surat suara kepada pemilih yang punya hak pilih, serta penggunaan suara lebih dari satu kali.

Prabowo amankan berlapis

Tim Pemenangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa mengaku sudah menyiapkan strategi untuk mengamankan perolehan suara saat pemungutan suara pada 9 Juli mendatang maupun setelah pemungutan suara.

“Kami akan amankan perolehan suara Prabowo-Hatta secara berlapis,”ujar Ketua Umum Partai Gerindra Suhardi di Markas Tim Pemasangan Prabowo-Hatta di Jakarta kemarin.

Berlapis dalam arti menempatkan saksi di setiap tempat pemungutan suara (TPS) untuk mengawasi proses pemungutan suara hingga penghitungan suara berakhir. Kemudian, menempatkan saksi untuk mengawasi rekapitulasi suara di tingkat desa di Panitia Pemungutan Suara (PPS), di Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), di tingkat Komisi Pemilihan Umum (KPU) kota/kabupaten dan provinsi, hingga tingkat KPU pusat.

“Kami memiliki sumber daya manusia yang melimpah dan sudah terlatih untuk mengawasi perolehan suara Prabowo-Hatta guna mencegah potensi kecurangan,”kata dia.

Pengawasan terhadap perolehan suara Prabowo-Hatta, selain dilakukan oleh kader dari enam partai politik pengusung, juga oleh para sukarelawan.

Jokowi harapkan Bawaslu

Secara terpisah, anggota tim kampanye nasional Joko Widodo-Jusuf Kalla, Teten Masduki, di Cirebon, mengingatkan, KPU dan Bawaslu di tingkat daerah harus berani memberikan sanksi kepada panitia pmeilih di tingkat daerah yang terindikasi melakukan pelanggaran.“Patut diduga, yang terjadi pada pemilu legislatif, kan, adanya pembelian panitia pemilih,”kata Teten.

Oleh karena itu, KPU dan Bawaslu harus tegas dan memberikan sanksi atau tindakan mulai saat ini. Dengan demikian, praktik kecurangan dalam pemilu presiden dapat dikurangi atau dicegah.

Teten meyakini, KPU dan Bawaslu sudah mengetahui praktik-praktik kecurangan yang terjadi. "Yang dibutuhkan adalah tindakan tegas, misalnya memecat panitia pemilu yang terindikasi melakukan pelanggaran termasuk praktik politik uang,"ujarnya.

Partai koalisi pengusung. Jokowi-JK, menurut Teten, hanya dapat memperkuat keberadaan saksi-saksi, terutama di TPS-TPS dan kecamatan. "Selain itu mengawasi dan menerapkan sistem TI untuk pelaporan, tanya.

Masyarakat ikut menjaga

Dewan Perwakilan Rakyat juga mengajak seluruh elemen masyarakat untuk turut mengawasi penyelenggaraan pemilu presiden. Pengawasan dari berbagai pihak diperlukan untuk mewujudkan pemilu yang damai serta sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. "Tanpa peran masyarakat, pemilu yang aman dan damai tak akan terwujud,"kata Ketua DPR Marzuki Atie.

Ketua Komisi II Agun Gunandjar Sudarsa juga mengingatkan sleuruh tim sukses dan simpatisan kedua pasangan kandidat untuk menghindari kampanye hitam. Pasalnya, kampanye hitam berpotensi menimbulkan konflik bahkan kerusuhan.

Purnawirawan diingatkan

Jenderal (Purn) Try Sutrisno mengingatkan para purnawirawan yang menjadi anggota sukses pasangan capres dilantikkan bersikap etis dengan menyebarkan fitnah. Para purnawirawan diminta menghentikan kampanye negatif yang memicu pertikaian dan pemecahan.

"Situasi semakin dinamis. Kami minta agar purnawirawan lebih bijaksana dan tidak bertindak liberal yang tidak sesuai nilai-nilai bangsa,"kata Try seusai pernyataan sikap dan seruan Forum Komunikasi Purnawirawan TNI/Polri.

Dalam pernyataan sikap itu, kedua pihak yang berkompetisi diharapkan menghentikan kampanye hitam dan desepsi informasi. Kampanye diharapkan mengedepankan persatuan dan kesatuan bangsa.

Sekjen Forum Komunikasi Purnawirawan TNI/Polri Saiful Sulun mengatakan purnawirawan harus mampu mengendalikan diri untuk tidak menambah panas situasi.

Tabel 20
Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Harian Kompas

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat	Demokrasi prosedural, kecurangan pemilu, menghindari keterlibatan aparat negara (PNS

	Istilah	dan TNI/Polri), purnawirawan TNI, persatuan dan kesatuan bangsa
2	Metafora	Kampanye hitam, kampanye negatif, politik uang
3	Struktur Teks	1. Kecurangan pemilu secara makro 2. Nilai-nilai demokrasi 3. Tanggapan kubu Prabowo-Hatta 4. Tanggapan kubu Jokowi-JK 5. Tanggapan Ketua DPR Marzuki Alie 6. Tanggapan Ketua Komisi II DPR Agun Gunandjar Sudarsa 7. Tanggapan Ketua Forum Komunikasi Purnawirawan TNI/Polri Jenderal (purn) Try Sutrisno 8. Tanggapan Sekjen Ketua Forum Komunikasi Purnawirawan TNI/Polri Saiful Sulun
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Dalam berita ini Kompas berusaha seimbang dan netral. Tidak ada kata, kalimat, dan istilah keberpihakan Kompas pada salah satu pasangan capres-cawapres. Ia hanya ingin menyampaikan tema besar bahwa pemilu harus berlangsung aman dan damai. Jangan ada kecurangan dalam pilpres seperti yang terjadi dalam pemilu legislatif yang dilaksanakan sebelumnya. Oleh sebab itu, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) dan semua elemen harus menjaganya. Kompas berusaha menampilkan pendapat semua elemen (*cover all sides*). Sayangnya justru ada elemen terpenting yang terabaikan, yakni, masyarakat umum/awam/biasa. Kompas terpaku pada kedua kubu pasangan dan orang yang memiliki nama besar (ketokohan). Kompas melupakan suara masyarakat umum yang seharusnya diangkat. Dengan demikian, ada pendidikan politik, khususnya, bagai kaum awam dalam kampanye pilpres kali ini.

Dari semua berita yang dianalisis, baik dari Kompas Grup maupun dua grup yang lain, Media Grup dan MNC Grup, inilah berita yang paling baik secara

prinsip, kaidah, dan etika jurnalistik. Pun, dari sudut berita politik. Harian Kompas tidak berpihak (netral), independen, objektif, dan *cover all sides*.

"Kompas berkepentingan dengan penyelenggaraan Pilpres yang berlangsung aman, damai, dan demokratis," kata Sutta Dharmasaputra, Wakil Redaktur Pelaksana Harian Kompas ketika diwawancarai.

Pernyataan tersebut mudah dipahami. Selain menjadi tugas mulia media untuk memberitakan pemilu atau pilpres yang sesuai aturan main, bagi Kompas rezim demokratis adalah yang sesuai dengan perjalanan sejarah mereka. Kompas pernah dilarang terbit dan dibredel oleh rezim otoriter, Orde Baru, 1965 dan 1978. (Atmakususmah, 2009), (David T. Hill 2011). Pembelajaran dari kecurangan pemilu selama masa Orde Baru yang menghasilkan rezim otoriter yang mengancam keberlangsungan perusahaan tentu saja harus dilawan. Berita ini salah satunya. Kompas memiliki trauma dengan masa lalu di bawah rezim otoriter. Wajar jika mereka berharap pada rezim demokratis seperti saat ini.

Di sisi lain, sebagai koran yang awalnya berideologi minoritas, Katolik dan China, Kompas bermain aman. Apalagi jika berkaitan dengan isu-isu krusial seperti agama. Kasus pembredelan Tabloid Monitor pada 1985 dan ketidakpuasan Front Pembela Islam (FPI) terhadap berita Islam versi Kompas 2015 lalu membenarkan asumsi trauma ideologi minoritas (Atmakusumah 2009). Sebagai pemimpin pasar di media massa, tentu saja Kompas tidak mau konyol memberitakan yang merugikan atau menggerus segmen pasar mereka. Kompas lebih mementingkan keberlangsungan perusahaan (ekonomi dan bisnis) daripada

memperjuangkan ideologi atau pers sebagai anjing pengawas kekuasaan (*watchdog*). (Atmakusumah 2009).

Gagasan dasar yang diangkat Kompas dalam berita ini adalah demokrasi prosedural. Ia berjalan sesuai dengan aturan main. Demokrasi seperti ini terkadang melupakan substansi demokrasi. Misalnya, penindakan terhadap pelanggaran kampanye dilakukan partai politik semasa pemilihan legislatif (pileg). Tidak ada tindakan dan pengadilan tentang ratusan pelanggaran yang dilakukan. Artinya, pelanggaran administratif dan pidana yang dilakukan partai politik dibiarkan Kompas.

Yang dilupakan Kompas adalah suara publik/masyarakat. Dalam tulisan yang sangat panjang itu semuanya kutipan tokoh. Padahal masyakat awam adalah pemilih terbesar dan harus diedukasi dalam bidang pemilu/pilpres. Tidak satu pun suara masyarakat tentang pelanggaran kampanye dan pemilu demokratis yang diusung Kompas. Prinsip jurnalisme *voice to the voiceless* terabaikan. Ketidakhadiran suara arus bahwa menjadi indikasi Kompas lebih menghargai pembacanya yang mayoritas kelas menengah ke atas dari pada kepentingan suara masyarakat yang buta tentang pelanggaran kampanye di setiap tahapan pemilu.

Tabel 21
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas TV

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas TV
Judul Berita	Babinsa Arahkan Pilih Prabowo
Edisi	Kompas TV 9 Juni 2014
Wacana	Kecurangan Pemilu

Pembaca Berita	: Selama sepekan isu pengarahan warga oleh Babinsa Bintara Pembina Desa untuk salah satu pasangan capres-cawapres ramai diperbincangkan. Jadi ceritanya, dugaan ini bermula dari laporan warga di wilayah Jakarta Pusat yang mengaku didatangi aparat Babinsa yang berupa mengarahkan warga untuk memilih pasangan Prabowo-Hatta pada pilpres 9 Juli mendatang. Salah satu warga mengaku anggota Babinsa yang datang beralasan melakukan pendataan untuk perbaikan daftar pemilih tetap atau DPT. Tapi setelah mendata, petugas malah bertanya mengenai pilihan warga sambil menunjuk pasangan nomor urut satu (1) atau pasangan Prabowo-Hatta Rajasa. Isu dugaan pengarahan suara oleh Babinsa ditanggapi kubu pasangan capres-cawapres Joko Widodo-Jusuf Kalla tim sukses menilai, pengarahan Babinsa untuk pemenangan salah satu calon dalam pilpres sama dengan melecehkan kepala negara, tim pemenangan pasangan nomor urut dua (2) ini mendesak TNI tetap menjaga netralitas. Sementara pihak Prabowo-Hatta merasadi fitnah atas tindakan oknum Babinsa, tim sukses pasangan ini menegaskan tidak pernah melakukan aksi curang untuk mengarahkan pilihan warga Menanggapi laporan warga, Badan Pengawas Pemilu mengingatkan TNI tetap netral, aparat yang kedapatan melanggar ketentuan soal netralitas terancam hukuman pidana, Dari penelusuran TNI sejak tanggal lima (5) hingga delapan (8) Juni 2014, ada dua (2) nama yang dijatuhi sanksi, mereka adalah Koptu Rusfandi dan Kapten Infantri Saliman dari Komandan Rayon Militer Gambir, Jakarta Pusat.

Tabel 22
Tabel Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Selama sepekan, pengarahan warga oleh Babinsa, netralitas TNI, fitnah, melecehkan kepala negara, oknum Babinsa, dijatuhi sanksi,
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Tidak ada kutipan narasumber secara langsung. Berita bercerita tentang kronologis kejadian dugaan pengarahan massa oleh Babinsa.
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Berita mendeskreditkan Prabowo-Hatta

		Berita yang sumir. Minim verifikasi fakta Menyebut dua anggota TNI yang dijatuhi sanksi tetapi tidak dijelaskan kesalahannya, yakni mengarahkan warga.

Selain harian Kompas, dua media grup Kompas, yakni Kompas TV dan Kompas.com menurunkan berita masalah Babinsa ini. Jika dilihat secara sepintas, harian Kompas sangat hati-hati dalam menyikapi realitas sehingga mereka memilih tidak menurunkannya. "Kita tanyakan kepada Kompas.com tentang Babinsa ini. Di rapat redaksi, isu ini tidak jadi diberitakan," kata Sutta Dharmasaputra Wakil Redaktur Pelaksana Harian Kompas.

Tidak adanya berita Babinsa di harian Kompas menunjukkan isu Babinsa cenderung sumir dan dimanfaatkan untuk memukul capres Prabowo yang memang berasal dari kalangan militer. Harian Kompas dengan segala reputasinya tidak mau ambil risiko menurunkan berita ini dengan mengorbankan kredibilitasnya. Di tengah pertarungan dua kandidat yang sangat keras menurunkan isu Babinsa sangat sensitif. Tuduhan keberpihakan tidak bisa terelakkkan.

Kompas TV memberitakan dengan memberi kesan bahwa keterlibatan Babinsa berlangsung lama, terstuktur, sistematis, dan massif. Padahal baru satu kali dan hanya satu tempat saja di Jakarta Pusat. Itu pun di wilayah yang tidak disebutkan. Faktanya sumir. Tidak ada ungkapan langsung yang terlibat atau tangat pertama. Yang disajikan malah dari Badan Pengawas Pemilu yang bukan

sumber pertama. Artinya, berita ini menjadi masalah pada verifikasi fakta. (Haris Jauhari, 2012 : 142).

Tabel 23
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas.com

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas.com
Judul Berita	Datangi Rumah ke Rumah, Anggota Babinsa Arahkan Warga Pilih Prabowo
Edisi	Kamis, 5 Juni 2014
Wacana	Kecurangan Pilpres
JAKARTA, KOMPAS.com — Menjelang pemilu presiden, warga di kawasan Jakarta Pusat diresahkan oleh pendataan siapa calon presiden dan calon wakil presiden yang akan dipilih. Pendataan itu dilakukan oleh orang yang mengaku bintara pembina desa (Babinsa). Masalahnya, dalam pendataan itu, warga diarahkan untuk memilih pasangan yang diusung Partai Gerindra, Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Sebut saja Rifki, salah satu warga di kawasan Jakarta Pusat yang ikut didata. Ia bercerita, didatangi seorang pria bertubuh gemuk pada Sabtu (31/5/2014). Kepada Rifki, pria yang datang dengan menggenggam sebuah handy talkie (HT) itu mengaku ingin melakukan perbaikan daftar pemilih tetap (DPT) untuk pemilihan presiden. Rifki baru pertama kali melihat pria itu. Ia pun bertanya-tanya. “Untuk apa Pak didata lagi? Kan kita tidak tinggal di gunung,” ujar Rifki ketika menceritakan peristiwa itu kepada Kompas.com. Meski heran dengan kehadiran pria bergaya aparat itu, Rifki tetap mempersilakannya masuk ke dalam rumah. Tanpa basa-basi, pria itu langsung meminta Kartu Tanda Penduduk milik Rifki. KTP lalu diberikan. Ketika pria itu mencatat data-data di dalam KTP, Rifki menanyakan identitas pria itu. Pria tersebut mengaku anggota babinsa yang baru dipindahkan bertugas ke daerah perumahan Rifki. Untuk diketahui, di perumahaan tempat tinggal Rifki, 90 persen warganya adalah keturunan Tionghoa dan beragama Kristen. Petugas itu, kata Rifki, bercerita bahwa dia ditugaskan oleh atasannya untuk mendata warga. Pria itu juga mengaku berdinas di bawah kontrol Koramil. Setelah pencatatan data Rifki selesai, petugas itu kemudian bertanya. “Bapak nanti pilih ini kan, ya?” tanya dia. Di kertas data yang dipegang petugas itu, Rifki sudah dituliskan akan memilih Partai Gerindra dalam pilpres 9 Juli mendatang. Melihat catatan itu, Rifki pun terkejut. Dia langsung menunjukkan kekesalannya dengan menanyakan maksud petugas itu menulis preferensi pilihannya. “Apa urusan Anda mendata pilihan saya apa?” tukas Rifki ketika itu.	

Atas kemarahan Rifki, pria itu langsung meralat ucapannya.
“Jadi Bapak akan pilih Jokowi?” tanyanya lagi.
Rifki sempat berdebat dengan babinsa itu. Alhasil, tulisan Gerindra dicoret, lalu diganti Jokowi.
“Saya sudah kesal. Jadi terserahlah mau ditulis siapa di situ, yang tahu pilihan saya kan cuma saya dan Tuhan,” ucap Rifki.
Menurut Rifki, bukan hanya dirinya yang didata oleh babinsa. Seorang tetangga keturunan Tionghoa yang bersebelahan dengannya juga didata. Tetangganya itu, sebut Rifki, sangat ketakutan didatangi babinsa.
“Mereka takut apa maksudnya didata seperti itu? Jadi mereka mengikuti apa pun kata orang itu. Saya sih memahami, karena mereka memang punya trauma masa lalu,” ujarnya.
Rifki bercerita, saat kerusuhan di Jakarta pada 1998, kelompok masyarakat Tionghoa menjadi sasaran amuk massa. Situasi di perumahannya saat itu mencekam. Warga-warga berpatroli siang dan malam.
“Mungkin, ya ada masih ketakutan-ketakutan seperti ini,” kata Rifki.
Datangi Koramil
Rifki sempat mendatangi Koramil di dekat lingkungannya untuk mengecek soal identitas petugas babinsa itu. Di dalam Koramil, dia melihat whiteboard yang bertuliskan jadwal piket petugas babinsa.
Sementara itu, di atas meja, Rifki melihat secarik kertas folio dengan banyak data yang sudah tersusun rapi. Isi data itu yakni daftar nama dan alamat warga, serta daftar preferensi memilih dalam pemilu presiden mendatang.
Di sana juga terdapat rekapitulasi hasil preferensi memilih, yakni 90 persen dituliskan memilih capres Prabowo Subianto dan 10 persen memilih Jokowi.
“Saya tanya soal babinsa itu, petugas di Koramil membenarkan dan bilang dia baru dipindahtugaskan ke sini. Saya lalu tanya, data yang dikumpulkan untuk apa?” kata Rifki.
Rifki lalu mendapat jawaban bahwa pendataan dilakukan untuk survei pilihan warga. Ia juga diminta untuk memberikan pengertian kepada warga di lingkungannya soal aktivitas babinsa belakangan ini.
Rifki berharap agar babinsa, yang seharusnya bisa memberikan ketenangan dan kenyamanan bagi warga, bisa bersikap netral. “Kalau sudah mengerahkan babinsa itu tandanya sudah takut kalah,” ujar dia.
Update:
Ditemui di Markas Kodim 0501 Jakarta Pusat, Kamis (5/6/2014), Komandan Kodim Letnan Kolonel Infantri Yudi Pranoto mengatakan, telah terjadi kesalahpahaman antara warga dan anggota bintara pembina desa (babinsa).
"Ini hanya miskomunikasi saja. Ada salah paham antara warga dan anggota babinsa," ujar Yudi (baca: Dandim 0501 Jakpus: Ada Salah Paham antara Warga dan Babinsa).
Di Kompleks Parlemen Senayan, Jakarta, Kamis, Kepala Pusat Penerangan Markas Besar TNI, Mayjen TNI Fuad Basya, mengatakan, Tentara Nasional Indonesia (TNI) berjanji akan menindak anggotanya yang mendukung salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam pemilu presiden 9 Juli mendatang. TNI juga terus menelusuri gerak gerik anggotanya terkait

netralitasnya.
Panglima TNI Jenderal Moeldoko yang juga berada di tempat yang sama enggan berkomentar secara spesifik perihal perilaku bintara pembina desa. Kendati begitu, dalam kesempatan sebelumnya, Moeldoko menegaskan bahwa TNI akan netral dalam pemilu (baca: TNI Akan Menghukum Anggotanya yang Tidak Netral).
Wakil Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra Hashim Djojohadikusumo membantah pihaknya mengerahkan anggota Babinsa untuk memobilisasi warga memilih pasangan Prabowo-Hatta.
"Enggak ada. Tidak ada," ujar Hashim saat ditemui di sela-sela penyerahan Kalpataru dari Wakil Presiden Boediono di Istana Wakil Presiden, Jakarta, Kamis (baca: Soal Anggota Babinsa Arahkan Warga Pilih Prabowo, Ini Tanggapan Hashim).
Juru Bicara Tim Pemenangan pasangan Prabowo-Hatta, Tantowi Yahya membantah pihaknya sengaja mengerahkan Bintara Pembina Desa (Babinsa) untuk mengarahkan pilihan warga (baca: Kubu Prabowo-Hatta Bantah Kerahkan Babinsa).

Tabel 24
Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Kompas.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Warga diarahkan, ketyrunan Tionghoa, beragama Kristen, kontrol Koramil, trauma masa lalu
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Naras sumber tunggal Rifki (bukan nama sebenarnya) Pernyataan Komandan Kodim Letnan Kolonel Infantri Yudi Pranoto (narasumber update) Hashim Djojohadikusumo (nara sumber update)
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Narasumber bukan nama sebenarnya

Kompas.com adalah media yang pertama kali memberitakan tentang keterlibatan Babinsa dalam kampanye pilpres ini. (A. Soni BL de Rosari (ed), 2004 : 63). Dengan gaya khas berita *online* yang berprinsip pada kecepatan (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2010 : 45), maka berita ini terdiri dari dua kali penayangan. (Carlson and Seth C. Lewis (ed). 2015 : 41). Pertama, tanpa

konfirmasi dari pihak yang dituduh kubu Prabowo-Hatta dan berita kedua tentang bantahan dari kubur yang dirugikan.

Gaya penulisan situs berita ini menafikan prinsip paling mendasar dari komunikasi *intangible* (tidak bisa kembali ke bentuk semula). Misalnya, kondisi atau pendirian pihak yang membaca berita ini tidak akan sama dengan sebelum membacanya, baik pengetahuan, sikap atau pun perilakunya terhadap pasangan Prabowo-Hatta. Pun, tidak semua/diketahui orang yang membaca berita pertama akan membaca berita klarifikasinya. Ini tentu menjadi masalah sendiri bagi situs berita karena melanggar prinsip komunikasi.

Pemberitaan tentang keterlibatan Babinsa berbau gaya Orde Baru yang mempergunakan tentara untuk mengarahkan warga memilih partai politik pada tujuh kali pemilu. Sistem politik yang represif ini berujung pada kerusuhan massal 1998 yang membuat warga keturunan Tionghoa trauma. Kompas.com menemukan fakta pengarahan ini di wilayah yang 90 persen warga Tionghoa. Artinya, warga keturunan ini bisa ditakut-takuti seperti era Orde Baru.

Berita Kompas.com ini kemudian menyebar ke Kompas TV dan disambar pula oleh Media Grup yang melihat berita ini sangat menguntungkan Jokowi-JK dan menghantam Prabowo-Hatta. Makanya, Media Grup secara massif memberitakannya baik di Media Indonesia, Metro TV dan metrotvnews.com.

Kelemahan utama berita Babinsa ini adalah penggunaan nama samaran, Rifki sebagai narasumber tunggal. Seolah-olah Rifki ini sumber yang harus dilindungi karena keselamatannya terancam. Padahal kalau dilihat konteksnya

tidak ada yang perlu ditakutkan dengan kejadian ini. Apalagi era kebebasan pers dan pers bebas sedang dinikmatinya.

Pengunaan narasumber tunggal pada berita yang sangat sensitif ini patut dipertanyakan karena beberapa faktor. Antara lain, situasi dan kondisi sedang berkompetisi secara ketat. Ini menimbulkan kecurigaan ada keberpihakan Kompas.com kepada salah satu capres-cawapres. Kedua, Kompas.com bisa menunda berita ini sampai ada *cover both sides* bukan menggunakan prinsip pukul dulu tanggung jawab belakangan.

3.1.1.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo

Tabel 25
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Harian Kompas

Kompas Grup	
Nama Media	Koran Kompas
Judul Berita	Wiranto : Penculikan Inisiatif Prabowo Sendiri
Edisi	Jumat, 20 Juni 2014
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto
JAKARITA. KOMPAS - Mantan Menteri Pertahanan dan Keamanan/Panglima ABRI Jenderal (Purn) Wiranto, Kamis (19/6), menegaskan, penculikan aktifis pada 1998 oleh Komando Pasukan Khusus,yang melibatkan Prabowo Subianto, bukan perintah atasan, melainkan inisiatifnya sendiri. Namun, penjelasan Wiranto dibantah Letjen (Purn) Suryo Prabowo yang ditunjuk Prabowo untuk menjadi juru bicaranya. Menurut Suryo, Wiranto tidak jujur. "Itu bohong, "kata mantan Kepala Staf Umum TNI itu. Dalam jumpa pers di Jakarta, Wiranto yang didampingi Wakil Sekretaris Jenderal DPP Partai Hanura M Fariza Irawadi menambahkan, penculikan mahasiswa dan aktivis merupakan inisiatif Prabowo dari hasil analisis keadaan saat ini. "Penculikan dilakukan mulai Desember 1997 sampai Februari 1998 dan panglima ABRI adalah Jenderal (alm) Feisal Tanjung. Saat kasus terungkap, sekitar Maret 1998, saya menggantikan posisi beliau. Kebijakan Panglima TNI saat itu, untuk menghadapi para aktivis dan demonstran mengedepankan cara-cara persuasif, dialogis, dan komunikatif, serta menghindari tindakan bersifat kekerasan atau represif. Aksi penculikan itu jelas tidak sesuai dengan kebijakan penipuan," ujar Wiranto yang kini Ketua Umum DPP Partai Hanura.	

Wiranto mengatakan tidak tahu-menahu siapa yang dimaksud atasan oleh Prabowo saat debat calon presiden dan calon wakil presiden beberapa waktu lalu. Saat menjawab pertanyaan calon wapres Jusuf Kalla soal peristiwa 1998, Prabowo hanya mempersilakan menanyakan langsung kepada atasannya.

"Siapa itu, yang pasti bukan saya ataupun Jenderal Faisal Tanjung yang benar-benar tidak pernah memberikan perintah atau merestui langkah-langkah kekerasan atau penculikan saat menghadapi masyarakat," ucap Wiranto yang membagikan delapan lembar penjelasan tertulisnya.

Soal istilah diberhentikan atau dipecat dengan tidak hormat. Wiranto mengaku tak ingin terjebak pada istilah. "Secara normatif, seorang prajurit diberhentikan dari dinas keprajuritan pasti ada sebabnya. Diberhentikan dengan hormat jika yang bersangkutan habis masa dinasnya, meninggal, atau sakit parah sehingga tak bisa melaksanakan tugasnya, cacat akibat operasi tempur atau kecelakaan atau permintaan sendiri," katanya. Rul Razi, Samsul Jalal, dan Wiranto berkonspirasi," kata Suryo.

DKP, tambah Suryo adalah produk politik Wiranto pribadi untuk membunuh karakter dan mematikan karier Prabowo. Hal itu juga untuk kepentingan Wiranto. "DKP cacat hukum. Seharusnya, sesuai SK Panglima ABRI No. 838/III/1995 pada 27 November 1995 tentang Petunjuk Administrasi DKP, dalam ketentuan Nomor 7, pembentukan DKP hanya bisa dilakukan setelah ada putusan hukum. Putusan ini dijatuhkan pengadilan milik. Hingga kini, Prabowo juga pernah diadili lewat pengadilan militer,"ucap Suryo.

Soal pemberhentian Prabowo, Suryo mengatakan, sudah ada penjelasan tertulis dari Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, saat itu sebagai anggota DKP.

Menyusul penjelasan Wiranto. Tim Advokasi Capres dan Cawapres Prabowo Subianto-Hatta Rajasa melaporkan Wiranto kepada Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Habiburokhman, Ketua Tim Advokasi Prabowo-Hatta, mengatakan, perkataan Wiranto dikategorikan sebagai kampanye hitam dan fitnah. Dalam laporannya, Habiburokhman melampirkan bukti rekaman televisi yang berisikan pernyataan Wiranto dalam acara jumpa pers.

Istilah diberhentikan dengna tidak berniat karena perbuatannya melanggar Sapta Marga dan Sumpah Prajurit atau melanggar hukum sehingga tak pantas sebagai Prajurit TNI. Pemberhentian Prabowo sebagai Pangkostrad di sebabkan keterlibatannya dalam penculikan saat menjabat sebagai Komandan Jenderal Kopassus sehingga perbuatannya dianggap melanggar Sapta Marga, Sumpah Prajurit," kata Wiranto.

Tentang pembentukan Dewan Kehormatan Perwira (DKP), dilakukan untuk memastikan seberapa jauh keterlibatan Pangkostrad. Selanjutnya, DKP secara bulat merekomendasikan Prabowo dipecat dari dinas keprajuritan.

Sejauh ini berdasarkan catatan Komisi untuk Orang hilang dan Korban Tindak Kekerasan (Kontras), sebanyak 23 orang diduga diculik selama 1997-1998. Dari jumlah itu, sebanyak 9 orang sudah kembali, 13 orang hingga kami masih dinyatakan hilang, serta seorang di antaranya ditemukan meninggal.

Wiranto, dalam kesempatan itu juga menjawab 10 persoalan yang selama ini muncul pada 1997-1998, seperti persaingannya dengan Prabowo dan

kerusuhan di Jakarta.

Konspirasi

Menurut Suryo, apa yang disampaikan Wiranto melengkapi yang sudah disampaikan sejumlah jenderal lainnya. “Lengkap sudah, Luhut Panjaitan, Agum Gumelar, Hendropriyono. Namun, komisioner Bawaslu, Nelson Simanjuntak, meminta laporan sebaiknya disampaikan Prabowo langsung. “Tim advokasi sebenarnya tidak bisa mewakili pernyataan Prabowo, baik dalam pelaporan maupun saat pengadilan,” katanya.

Viva Yoga Mauladi, anggota tim sukses Prabowo-Hatta, juga mempersilakan Wiranto mendatangi Komnas HAM jika memang memiliki bukti hukum baru untuk membuktikan keterlibatan Prabowo.

Sementara itu, peneliti Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat, Wahyudi Djafar, meminta kejaksaan segera memanggil dan memeriksa Wiranto. Koordinasi Badan Pekerja Kontras Haris Azhar mengatakan selama ini, hasil pemeriksaan DKP tidak pernah masuk ke ranah hukum. Oleh karena itu, Ketua Badan Pengurus Setara Institut Dardi mendesak Prabowo dipanggil untuk menjalani sidang pengadilan HAM.

Dari Fiji, Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan Djoko Suyanto membenarkan adanya keputusan DKP yang merekomendasikan pemecatan Prabowo dan surat keputusan presiden yang memberhentikan Prabowo dengan hemat.

Tabel 26
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Harian Kompas

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Penculikan aktivis, bukan perintah atasan, inisiatif sendiri, kebijakan penipuan, persuasif, dialogis, komunikatif, diberhentikan dengan hormat, diberhentikan dengan tidak hormat, dan DKP, Sapta Marga, fitnah
2	Metafora	Membunuh karakter, mematikan karier Prabowo, kampanye hitam
3	Struktur Teks	Pernyataan Wiranto (Tim sukses Jokowi-JK) Pernyataan Suryo Prabowo (Tim sukses Prabowo-Hatta) Pernyataan Habiburokhman (Tim advokasi Prabowo) Pernyataan Viva Yoga Mulyadi (Tim sukses Prabowo-Hatta) Pernyataan Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat (Elsam) Wahyudi Djafar

		Pernyataan Koordinator Badan Pekerja Komisi Nasional untuk Korban Kekerasan (KontraS) Haris Azhar Pernyataan Setara Institute Hendardji Menkopulhukman Djoko Suryanto
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Judul yang menyudutkan Prabowo/Berpihak ke pasangan Jokowi-JK

Berita ini menunjukkan keberpihakan Kompas kepada Jokowi-JK. Mereka tidak netral. Asas objektivitas dijunjung redaksi dengan verifkasi fakta seakurat mungkin. Pemberian suara (narasumber) kepada yang diangkat dalam berita ini seimbang. Benar adanya proses produksi berita berlangsung independen atau ditentukan oleh rapat redaksi secara mandiri, tetapi dalam konteks pemberitaan kampanye pilres berita ini menjadi bias dan masalah bagi warga negara yang mendukung Probowo-Hatta.

"HAM adalah isu utama Kompas," kata Wakil *Redaktur* Pelaksana Harian *Kompas* Sutta Dharmasaputra membela diri.

Dalam wilayah dan situasi panas kampanye berita ini menjadi kabar baik bagi pendukung Jokowi-JK. Penyebutan Prabowo sebagai pihak yang bertanggung jawab (secara pribadi) dalam judul dan diperkuat dengan foto *headshot* Jenderal (purn) Wiranto memanfaatkan pendukung dari kalangan purnawirawan TNI dan LSM penggiat HAM untuk menghantam Prabowo dengan isu dugaan pelanggaran HAM. Kompas ingin menunjukkan bahwa penculikan urusan dan kesalahan pribadi Prabowo. Tidak ada hubungannya dengan institusi TNI. Prabowo yang saat itu masih Danjen Kopassus 'didakwa' Wiranto melalui Kompas sebagai orang yang bersalah. Padahal Wiranto saat itu adalah Panglima

TNI. Ia menggantikan Jenderal (purn) Feisal Tanjung. Struktur TNI adalah garis komando.

Sesungguhnya isu pelanggaran HAM Prabowo sudah selesai di tingkat Dewan Kehormatan Perwira (DKP) tetapi terus diungkit dan dijadikan peluru untuk menjegal Prabowo termasuk pada Pilpres 2009 ketika menjadi Cawapres Megawati Soekarnoputri. Isu pelanggaran HAM menjadi bagian kampanye yang disuarakan banyak lembaga swadaya masyarakat seperti Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Kekerasan (KontraS) dan Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat (Elsam) serta Setara Institute, tetapi dalam konteks kampanye pilpres, pendukung Jokowi-JK menjadikannya sebagai isu 'murahan.'

Dengan demikian yang menjadi masalah dalam berita ini adalah Kompas menempatkan beritanya dengan tidak netral. Benar adanya konfirmasi dari kubu Prabowo-Hatta, tetapi pemilihan diksi dan judul menunjukan Kompas berada di kubu Jokowi-JK. Seharusnya prinsip *cover all sides* dalam jurnalistik yang dipakai Kompas untuk memperkuat misi dan misi mereka tentang HAM bukan untuk menghantam Prabowo-Hatta dalam pencalonan pilpres kali ini. Sebenarnya Kompas bisa saja memilih judul yang lebih netral atau *soft* jika tanpa kepentingan untuk memojokkan Prabowo dan membela Jokowi-JK di sisi lainnya. Dengan judul itu sulit untuk mengatakan Kompas tidak berada di kubu Jokowi-JK dalam kampanye Pilpres 2014.

Tabel 27
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas TV

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas TV
Judul Berita	Tanggapan Jenderal (purn) Wiranto
Edisi	Kompas TV 20 Juni 2014
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo

Pembaca Berita : Saudara, merasa disebut dalam debat capres sebagai atasan langsung Prabowo yang saat itu menjabat sebagai Pangkostrad, Kamis kemarin. Jendral (purn) Wiranto akhirnya bicara, Wiranto menjelaskan duduk persoalan pemberhentian Prabowo Subianto dari dinas kemiliteran. Saudara kami cuplik tiga (3) menit, dari sekitar 44 menit penjelasan Wiranto, berikut ini :

Konferensi Pers : Dalam debat calon presiden, pak Prabowo menyatakan apa yang dilakukan sekitar 1998 merupakan bagian dari tugasnya untuk membela negara. Selebihnya tanyakan saja kepada atasan saya ya. Sebagai Panglima ABRI saat itu bapak adalah atasan dari pak Prabowo, terus terang masyarakat menunggu penjelasan dari bapak. Nah ini banyak di bertanya kepada saya (sambil menggumam), saya ngak ikut perdebatan tapi ikut terlibat nama saya di sana dan harus menjawab.

Jend. Pur. Wiranto

Memberikan penjelasan secara normatif ya... penculikan itu atau aksi penculikan oleh a... oknum ya, saya katakan oknum ya... kopasus angkatan darat itu dilakukan dalam medio Desember 1997 sampai dengan Maret 1998 ya... pada saat penculikan berlangsung, Panglima ABRInya waktu itu masih Jendral (purn) almarhum sekarang, Faesal Tanjung. Nah... pada saat bulan Maret, 7 Maret tepatnya ya... pada saat kasus itu harus dibongkar, mengganti sebagai Panglima ABRI ya... dengan demikian waktu kasus itu terjadi Panglimanya masih yang lama, waktu pengusutan Panglimanya yang baru, saya. Saudara sekalian, saya koordinasi dengan Pak Panglima Faesal Tanjung waktu itu, saya tanyakan kepada beliau, "pak, apakah bapak pernah memerintahkan untuk menculik, apakah bapak pernah memerintahkan untuk melakukan aksi-aksi represif?".

Beliau mengatakan, "tidak. Tidak pernah saya" dan begitu "betul-betul tidak pernah" saya pun mengatakan

	juga tidak pernah, saya melanjutkan kebijakan ABRI waktu itu menghadapi mahasiswa, aktivis, demonstran, dengan cara-cara persuasif, dialogis, komunikatif, bukan dengan cara-cara represif. Cara-cara kekerasan dan represif hanya digunakan apabila terpaksa dan betul-betul atas perintah Panglima itu, ya... e... tidak ada kebijakan dari... pimpinan TNI atau pimpinan ABRI yang ekstrim waktu itu untuk memerintahkan, melakukan penculikan tidak ada. Dan, pada saat saya dialoh dengan pak Prabowo Subianto saat itu pada saat saya menanyakan ke mana, kenapa melakukan hal itu, maka saya yakin bahwa itu dilakukan atas inisiatif sendiri, atas dasar analisis keadaan yang berlaku saat itu.

Tabel 28
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Penanganan persuasif, dialogis, komunikatif, bukan dengan cara-cara represif, penculikan, oknum kopassus, inisiatif sendiri
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Penjelasan tunggal mantan Panglima TNI Jenderal (purn) Wiranto
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaraan kata dan makna cenderung merugikan pasangan Prabowo-Hatta Narasumber tunggal, Jenderal (purn) Wiranto, tim sukses Jokowi-JK

Yang menjadi masalah dalam berita ini adalah sumber berita tidak berimbang. Tidak berasal dari kedua belah pihak. Mantan Panglima TNI Jenderal (purn) Wiranto yang menjadi tim sukses Jokowi-JK menjadi narasumber tunggal. Tentu saja tanpa pembanding atau *cover both sides* dari kubu Prabowo-Hatta.

Dalam suasana kampanye pilpres, berita yang tanpa berimbang akan menjadi masalah. Apapun alasannya. Dengan leluasa Wiranto menuduh secara

sepihak kepada Prabowo sebagai dalang penculikan. Sebaliknya, Prabowo tidak diberikan waktu untuk menangkalnya atau memberikan suaranya.

Dari kosa kata dan pilihan istilah yang dipaparkan redaksi Kompas TV dapat disimpulkan bahwa Prabowo bersalah menurut Wiranto. Bukan bersalah menurut pengadilan. Ini yang disebut *trial by press*. Apalagi dalam teks berita ditegaskan bahwa penculikan adalah inisiatif Prabowo sendiri.

Dalam perspektif itulah struktur berita ini membentuk sebuah kohesi yang secara jelas merugikan Prabowo. Makna berita ini akan sangat berbeda jika ada suara dan pembelaan dari Prabowo atau minimal dari tim sukses Prabowo-Hatta.

Pengungkapan dugaan pelanggaran HAM Prabowo oleh sesama elite mantan TNI menunjukan tentara adanya kepentingan TNI untuk tetap di panggung kekuasaan. Meski capres-cawapresnya sipil tetapi kekuatan militer tidak bisa diremehkan untuk memukul lawan politiknya, termasuk dengan isu basi dugaan pelanggaran HAM.

Tabel 29
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas.com

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas.com
Judul Berita	Wiranto: Prabowo Terbukti Terlibat Penculikan, Jangan Terjebak Istilah
Edisi	Kamis, 19 Juni 2014
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto
JAKARTA, KOMPAS.com — Mantan Menhankam/Panglima ABRI Jenderal TNI (Purn) Wiranto menilai istilah pemberhentian dengan hormat atau dipecat terhadap Prabowo Subianto dari ABRI tidak relevan untuk diperdebatkan. Menurut Wiranto, yang terpenting adalah substansi mengapa	

sampai Prabowo keluar dari militer.

"Diberhentikan dengan hormat atau tidak dengan hormat tidak lagi relevan diperdebatkan. Terpulang kepada masyarakat membuat istilah. Jangan terjebak istilah, tapi substansi," kata Wiranto saat jumpa pers di Jakarta, Kamis (19/6/2014).

Hal itu disampaikan Wiranto ketika diminta penjelasan soal status Prabowo, apakah diberhentikan dengan hormat atau dipecat dari ABRI.

Wiranto mengaku tidak ingin terjebak dengan perdebatan istilah. Ia lebih memilih berbicara di wilayah normatif atau sebab akibat. Seorang prajurit, kata dia, diberhentikan dengan hormat bila sudah habis masa dinasnya, cacat akibat operasi, sakit kronis, atau atas permintaan sendiri dan diizinkan oleh atasan.

Di sisi lain, kata Wiranto, pemberhentian dengan tidak hormat ialah karena melanggar Sapta Marga, sumpah prajurit, etika, atau hukum.

"Prabowo sebagai Panglima Kostrad nyata-nyata oleh Dewan Kehormatan Perwira telah dibuktikan, beliau terbukti terlibat dalam kasus penculikan (aktivis 1998). Maka, tentu diberhentikannya dengan norma yang berlaku," kata Ketua Umum DPP Partai Hanura itu.

Sebelumnya, beredar surat keputusan Dewan Kehormatan Perwira (DKP) yang berisi rekomendasi pemberhentian Prabowo dari ABRI. Salah satu penandatangan surat tersebut, mantan Wakil Panglima ABRI, Letnan Jenderal (Purn) Fachrul Razi, membenarkan substansi surat yang beredar (baca: Pimpinan DKP Benarkan Surat Rekomendasi Pemberhentian Prabowo dari ABRI).

Namun, tim kampanye pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa menganggap beredarnya surat keputusan DKP sebagai kampanye hitam untuk menjatuhkan Prabowo. Apa pun isi surat tersebut, Prabowo tetap dianggap diberhentikan dengan hormat dari ABRI. (baca: Soal Surat DKP, Kubu Prabowo-Hatta Tuding Ada yang Ingin Perburuk Suasana).

Tabel 30
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Kompas.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Prabowo Terbukti Terlibat Penculikan, Dewan Kehormatan Perwira (DKP), substansi surat, dipecat, diberhentian dengan hormat
2	Metafora	Kampanye hitam
3	Struktur Teks	Pernyataan mantan Panglima TNI Jenderal (purn) Wiranto Pernyataan mantan Wakil Panglima ABRI, Letnan Jenderal (Purn) Fachrul Razi,
4	Tata Bahasa dan	Pembendaharaan kata dan makna cenderung

	Kohesi	menyudutkan Prabowo

Berita Kompas.com tentang dugaan pelanggaran HAM Prabowo berjudul Wiranto: Prabowo Terbukti Terlibat Penculikan, Jangan Terjebak Istilah ((Matt Carlson and Seth C. Lewis (ed). 2015 : 38), nyaris sama dengan harian Kompas yang berjudul : Wiranto : Penculikan Inisiatif Prabowo Sendiri. Diksi Prabowo sendiri, inisitif Prabowo adalah ingin menegaskan TNI cuci tangan dari dugaan penculikan aktivis mahasiswa, di satu sisi, dan membebankan kesalahan pada Prabowo pada sisi yang lainnya.

Berita ini polanya sama dengan konser "Salam 2 Jari' sebagai momentum yang dikonstruksi tim sukses Jokowi-JK, media memberitakannya sebagai sesuatu yang dianggapa memiliki 'nilai berita.' Padahal isu ini basi dan hanya untuk menghantam Prabowo-Hatta semata. Isu ini sudah bergulir sejak 2009 ketika Prabowo menjadi Cawapres Megawati Soekarnoputri. Ironisnya tuduhan dugaan pelanggaran HAM ini dituduhkan kelompok yang membela Megawati-Prabowo

Lima tahun sebelumnya. Dengan demikian, bisa dipastikan isu dugaan pelanggaran HAM Prabowo hanya politis bukan yang sebenarnya.

Seperti berita dalam situs *online* yang lain, berita ini menggunakan narasumber tunggal. Mantan Panglima TNI Jenderal (purn) Wiranto sebagai salah satu anggota tim sukses Jokowi-JK menggelar konferensi pers dengan tajuk klarifikasi keterkaitan TNI dengan penculikan aktivis, padahal intinya menghantam Prabowo dengan isu HAM ini.

3.1.1.3. Debat Capres-Cawapres

Tabel 31
Berita Debat Capres-Cawapres Harian Kompas

Kompas Grup	
Nama Media	Koran Kompas
Judul Berita	Ketegasan Capres Terlihat
Edisi	Senin, 23 Juni 2014
Wacana	Debat Capres-Cawapres

JAKARTA, KOMPAS – Masyarakat dapat melihat secara lebih jelas bagaimana ketegasan sikap, baik pada diri Prabowo Subianto maupun Joko Widodo, yang akan bertanding dalam Pemilu Presiden 9 Juli 2014, khususnya terkait kebijakan politik luar negeri dan ketahanan nasional.

Hal itu terlihat dalam debat yang diadakan di Hotel Holiday Inn Kemayoran, Jakarta, Minggu (22/3). Debat ketiga yang diadakan Komisi Pemilihan Umum itu disiarkan secara langsung dan dimoderatori Hikmahanto juwano, Guru Besar Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Prabowo, yang mengenakan kemeja putih serta peci hitam, menekankan pada konsep kemakmuran masyarakat. Ia mengatakan politik luar negeri adalah cermin dari kondisi dalam negeri.

"Kunci Politik luar negeri kita, kalau ekonomi kaum rakyat sejahtera, maka ketahanan akan kuat," kata Prabowo tegas.

Dalam bidang politik internasional, Prabowo mengedepankan prinsip *good neighbour policy*, politik bertetangga yang baik, santun, bertenggang rasa.

"Kita tidak ingin punya musuh. Seribu kawan terlalu sedikit, satu lawan terlalu banyak. Kita damai dengan semua orang kita pertahankan ketahanan nasional kita, "kata Prabowo.

Namun, terkait kedaulatan negara, dia menegaskan tidak boleh ada sejengkal tanah pun dari negeri ini yang lepas.

Poros maritim dunia

Jokowi, yang kali ini mengenakan kemeja batik, menekankan konsep ketahanan nasional dengan prinsip Indonesia sebagai poros maritim dunia.

"Dengan demikian, Indonesia menjadi berwibawa dan dibor mati negara-negara lainnya, "kata Jokowi.

Ia juga mengangkat perlunya *drone* atau pesawat tanpa awak untuk melindungi sumber daya alam Indonesia dari ancaman luar. "Kalau ada benturan dengan negara lain, misalnya, masalah tapal batas, tentu yang kita utamakan adalah diplomasi pemerintah dan pemerintah. Semua pasti ada solusinya. Kita lakukan tanpa mengedepankan senjata dan perang, "kata Jokowi.

Dalam konteks politik luar negeri. Jokowi juga tegas menyatakan sikapnya mendukung Palestina menjadi negara yang merdeka serta berdaulat,

juga menjadi anggota penuh dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Ketegasan Jokowi semakin terlihat menjawab pertanyaa Prabowo mengenai strategi kebijakan ketika wilayah nasional Indonesia diklaim negara lain.

"Kalau masalah batasnya belum jelas, diplomasi pemerintah ke pemerintah akan saya kedepankan. Akan tetapi, kalau pulau itu jelas menyangkut wilayah kedaulatan kita, akan kita buat *rame*, Pak," ujarnya kepada Prabowo, disusul tawa dan tepuk tangan penonton, termasuk Prabowo.

Prabowo pun berulang kali berhasil mengundang tawa penonton di studio dengan menyatakan persetujuannya dengan argumen-argumen Jokowi. Suasana menjadi lebih cair.

Perbedaan terlihat

Peneliti Senior Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Cornelis PF Luhulima melihat ada pola pendekatan yang berbeda dari kedua calon. Prabowo lebih mengedepankan pendekatan makro, sedangkan Jokowi lebih mikro. Dalam relasi internasional, kedua pendekatan itu diperlukan Luhulima mengaku sulit menilai yang lebih unggul.

"Saat mendengarkan Joko Widodo, misalnya, saya teringat dengan Obama. Saat ia datang dulu, ia juga tidak dianggap sama sekali. Akan tetapi, setelah terpilih, selama dua bulan secara intensif staf ahlinya memberikan masukan terus-menerus tentang isu Asia-Pasifik," kata Luhulima.

Meneliti Senior LIPI Dewi Fortuna Anwar juga menilai Prabowo masih berbicara di tataran makro, sementara Jokowi lebih suka ke hal-hal konkret.

"Secara substansi, Prabowo seperti tren sebelumnya, berbicara pada hal-hal makro. Saat berbicara soal rinci, dia berkali-kali menggarisbawahi pentingnya memperkuat negara dan kondisi dalam negeri," ujar Dewi.

Secara mengejutkan, Jokowi, tambah Dewi secara konkret menyatakan mendukung Palestina menjadi negara merdeka. Selain itu, Jokowi juga melontarkan gagasan baru, seperti pemanfaatan teknologi pesawat pemantau tanpa awak (*drone*) dan teknologi siber.

Namun, Dewi juga mencatat sejumlah kekurangan dari setiap kandidat. Dalam konteks perlu tidaknya Indonesia memfokuskan diri pada upaya diplomasi secara aktif, Prabowo, menurut Dewi, cenderung meremehkan kekuatan diplomasi.

"Dia selalu menekankan pada pentingnya penguatan dalam negeri. Akan tetapi, harusdiingat, boleh saja suatu negara kuat di dalam. Namun, jika tidak punya kemampuan diplomasi, tak akan punya peran berarti," ujarnya.

Sementara itu, mengenai kekurangan Jokowi. Dewi menyoroti pernyataannya saat menangapi isu penanganan sengketa di Laut Tiongkok selatan.

Jokowi, menurut dia terkesan tidak terlalu menganggap keterlibatan Indonesia perlu dalam isu itu lantaran tidak menjadi bagian negara pengklaim.

"Dia lupa kalau Indonesia betulnya punya kepentingan besar agar kawasan Asia Tenggara termasuk di Laut Tiongkok Selatan, tetap aman dan stabil, papar Dewi.

Meski demikian, para pendukung tetap optimistis dengan jagonya masing-masing. Di sekitar area hotel disediakan dua layar untuk menonton acara debat. Para pendukung yang tak bisa masuk ke dalam hotel menonton acara debat di dua layar tersebut. Mereka menonton dengan semarak.

Tabel 32
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Harian Kompas

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Politik luar negeri, ketahanan nasional, kebijakan makro, kebijakan mikro, diplomasi, Laut Tiongkok Selatan, Palestina, Perserikatan Bangsa Bangsa, poros maritim dunia, drone (pesawat pemantau tanpa awak)
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Prabowo Pernyataan Jokowi Pernyataan peneliti LIPI Cornelis Luhulima Pernyataan peneliti LIPI Dewi Anwar
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi Foto massa pendukung dan atribut partai politik Prabowo Foto Jokowi yang mengacungkan dua jari dengan latar belakang Monumen Nasional di tengah lautan massa pendukungnya

Dukungan Kompas kepada Jokowi-JK selain melalui teks berita juga terlihat jelas melalui foto yang ditampilkannya. Kompas menampilkan dua foto dalam berita ini. Yang satu pendukung Prabowo-Hatta dengan bendera partai politik masing-masing sedangkan foto lainnya adalah Jokowi berdiri tegak mengacungkan dua tangan sebagai nomor dua (nomor Jokowi-JK dalam pilpres) dan juga sebagai simbol kemenangan (*victory*).

Dari sudut efek kampanye, foto Jokowi lah yang paling mempengaruhi massa. Sebab dalam pilpres yang dipakai adalah memilih orang bukan partai politik. Kompas tidak menampilkan foto perbandingan yang sama (*apple to apple*). Jadi foto Jokowi di sini menjadi masalah bagi jurnalistik karena menjadi tidak netral dan tidak berpihak pada publik, tetapi berpihak pada kepentingan politik tertentu. Bandingkan dengan foto pendukung dan atribut partai politik. Tidak berpengaruh secara signifikan kepada pemilih. Pilpres Indonesia menganut *one man one vote* dan langsung memilih orang (calon) bukan *electoral vote*, seperti di Amerika Serikat, misalnya.

Dari sudut teks yang diambil oleh Kompas juga relatif seimbang. Kompas mengambil *angle* tetangga yang baik dari Prabowo. Dan, itu hanya satu kalimat. Bandingkan dengan teks pada Jokowi. Ada dua isu besar yang diangkat Kompas dari gagasan Jokowi. Salah satunya dengan memakai sub judul : Poros Maritim Dunia. Tema Jokowi lain yang diangkat Kompas dalah dukungan kepada Palestina. Strategi Kompas menampilkan dukungan Palestina merdeka adalah untuk meraih suara 'Islam Tradisional' atau 'Islam konservatif' yang relatif tidak mendukung Jokowi. Palestina merdeka adalah tuntutan kalangan 'Islam Tradisional' atau 'Islam konservatif' yang memandang konflik Palestina-Israel sebagai konflik berbasis agama.

Sedangkan gagasan Poros Maritim Dunia menunjukkan bahwa gagasan Jokowi tersebut unik dan memiliki nilai berita tinggi sehingga harus dijadikan bagian tersendiri dengan sub judul. Bandingkan dengan gagasan Prabowo yang

tidak diangkat secara spesifik. Indikator tersebut menunjukkan dukungan Kompas kepada Jokowi-JK.

Tabel 33
Berita Debat Capres-Cawapres Kompas TV

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas TV
Judul Berita	Prabowo sempat bingung ditanya TPID oleh Jokowi
Edisi	20 Juni 2014
Wacana	Debat Capres-Cawapres
---------Suara musik------	
Lead (*voice offer*)	: Berada di panggung debat terbuka di hadapan jutaan mata rakyat Indonesia memang tidak mudah bagi seorang calon presiden dan wakil presiden. Penguasaan materi, olah tubuh, hingga penampilan d panggung menjadi modal yang harus dikuasai oleh calon yang sedang berkontestasi. : Malam tadi calon presiden Prabowo Subianto dan Joko Widodo beradu argumen mengenai visi dan misi mereka. Dalam sebuah sesi tanya jawab, Prabowo terlihat kesulitan ketika ditanyai mengenai TPID.
Jokowi	: Singkatan TPID bagaimana pak? : TPID ini... a... untuk tim pengendali inflasi daerah Pak Prabowo, terima kasih.
Moderator	: Oke... silahkan Pak Prabowo
Prabowo	: Ya... saya kan tidak menguasai setiap singkatan (suara tertawa tim sukses samar), bagaimana meningkatkan peranan... (suara nafas di mic), TPID kalau itu adalah fungsi daripada pemerintahan,bagaimana meningkatkan peranan itu adalah tugas seorang kepala daerah.
(*voice offer*)	: Hahaha... gugup atau memang tidak tau Pak Prabowo. Dan tidak hanya Prabowo, Joko Widodo pun sempat kesulitan ketika ditanya mengenai cara menekan angka kelahiran di Indonesia. Berusaha untuk santai Jokowi pun menjawab “dua anak saja cukup”, mmm... tapi anak bapak ada tiga (3) ya pak...
Jokowi	: Kita harus melihat BKKBN, ini harus dihidupkan dan diaktifkan kembali sehingga mereka berkampanye untuk masalah kelahiran, masalah pertumbuhan penduduk, ini harus dimulai lagi dari... mulai dari bawah, kampenye dimulai dari bawah lagi, sehingga masyarakat sadar ada kesadaran bahwa... bahwa dua... dua... anak itu cukup, bahwa dua anak itu cukup. Karena sekarang ini kenapa

	mereka kembali ke... (menggoyangkan tangan) ke... anak yang tiga (3) dan empat (4) dan lima (5), karena kampanye kita kampanye mengenai kelahiran ini mulai menurun kembali, oleh sebab itu BKKBN sebagai institusi yang membidangi itu harus di perkuat lagi, baik anggarannya, baik untuk terjun kebawah sehingga masyarakat sadar bahwa dua... (mengacungkan 2 jari dari tangan kanan) dua anak itu cukup.
(*voice offer*)	: Nah semoga saja, apa yang disampaikan kedua pasang calon capres ini dalam debat tadi malam dapat dipertanggung jawabkan kepada seluruh rakyat Indonesia.
Closing	: Tim liputan, Kompas TV.

Tabel 34
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Kompas TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Gugup atau memang tidak tahu Pak Prabowo, BKKBN, dua anak cukup
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Prabowo Penjelasan Jokowi
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Tidak seimbang antara durasi bicara Prabowo dan Jokowi. Lebih lama Jokowi

Dalam berita debat capres-cawapres, Kompas TV mengambil *angle* ketika Prabowo tidak bisa menjawab pertanyaan Jokowi. Yakni, singkatan TPID (Tim Pengendali Inflasi Daerah). Sudut pandang ini menarik karena seorang Capres Prabowo tidak menjawab sesuatu yang sangat sepele. Yakni, persoalan singkatan. Tetapi kalau ditelusuri pertanyan ini tidak penting dan sangat teknik. TPID bukan urusan presiden terpilih. Sangat teknis dan tidak penting, tetapi justru *angle* inilah yang dipilih Kompas TV. Ini menunjukkan Kompas TV membingkai Jokowi menang debat dan Jokowi tidak bisa menjawab pertanyaan yang sepele sekali pun. Sesungguhnya Kompas TV bisa mengambil *angle* lain tetapi itu tidak dilakukan.

Kompas lebih memilih ketidakmampuan Prabowo menjawab pertanyaan Jokowi yang bukan kewenangannya. TPID adalah kewenangan daerah.

Selain itu, dari narasi Kompas TV, Jokowi sangat perkasa. Ia menyita nyaris semua berita ini. Penjelasan Jokowi tentang Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) sangat panjang yang berkaitan dengan keluarga berencana. Dengan leluasa Jokowi mendapat waktu lebih panjang untuk memperkenalkan dirinya kepada publik daripada Prabowo.

Tabel 35
Berita Debat Capres-Cawapres Kompas.com

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas.com
Judul Berita	Singgung soal Mafia, Jokowi Tonjolkan Kekuatan Koalisi Tanpa Syarat
Edisi	Sabtu, 6 Juli 2014
Wacana	Decat Capres-Cawapres

JAKARTA, KOMPAS.com - Calon presiden Joko Widodo mengingatkan bahwa koalisi tanpa syarat sangat penting sebagai upaya menghalangi munculnya mafia-mafia dalam berbagai sektor pembangunan.

Hal itu disampaikan oleh Jokowi saat menyampaikan paparan penutup dalam debat calon presiden dan wakil presiden periode kelima atau terakhir di Hotel Bidakara, Jakarta, Sabtu (6/7/2014) malam. Jokowi mengatakan, bangsa Indonesia memiliki banyak problem. Indonesia juga memiliki banyak pakar yang dapat mencari jalan keluar atas seluruh permasalahan itu.

Namun, Jokowi menilai ada kelompok-kelompok yang menghalangi tercapainya solusi atas permasalahan tersebut. "Memang yang selalu menghalangi adalah kelompok-kelompok kepentingan-kepentingan tadi, ya mafia-mafia tadi," kata Jokowi.

Ia mengatakan, untuk mengatasi hal itu, ia bersama calon wakil presiden Jusuf Kalla membangun kerja sama koalisi partai tanpa syarat. Jokowi-JK ingin menghadirkan perubahan, terobosan dan langkah nyata untuk membangun bangsa Indonesia.

Di akhir paparannya, ia mengucapkan terima kasih kepada kader, relawan, dan simpatisan partai pendukungnya yang telah bekerja keras mewujudkan cita-cita

membangun Indonesia. Sebagaimana pernah disampaikan dalam debat pertamanya, Jokowi mengatakan bahwa ia dan JK hanya tunduk pada konstitusi Indonesia dan kehendak rakyat.

Jokowi kemudian menutup paparannya dengan mengucapkan doa sapu jagat, "*Rabbana atina fiddunya hasanah, wa fil-akhirati hasanah,wa qina 'adzabannar*."

Tabel 36
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Kompas.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Jalan keluar seluruh permasalahan, koalisi tanpa syarat, kader, relawan, doa kebaikandunia dan akhirat
2	Metafora	Mafia
4	Struktur Teks	Pernyataan Jokowi
5	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Jurnalisme mengalami pergeseran pola dan nilai. Dari kaidah dua arah (*two sides*) menjadi satu arah (*one side*). Media *online* mempraktikkannya. Berita ini adalah salah satu contohnya. Inilah yang menjadi masalah bagi semua jurnalistik *online*. Berita tidak perlu memandang keadilan, juga tak perlu memperhitungkan keberimbangan. Semuanya bisa dilakukan kemudian dalam berita yang lain.

Dalam konteks kampanye pilpres, berita yang dihasilkan jurnalisme online mirip sebagai teks kampanye daripada sebuah karya jurnalistik. Ia bisa dipergunakan untuk propaganda, kampanye, dan sejenisnya. Pertimbangan etika, moral, dan prinsip jurnalistik bisa dilakukan kemudian dan dalam waktu yang berlainan.

Teks berita Kompas.com ini lebih mirip sebagai teks kampanye daripada karya jurnalistik. Dari awal hingga akhir, ungkapan Jokowi yang ditampilkan. Semuanya bagus. Termasuk ada doa sapujagat yang snagat popular dari umat Islam. Tidak ada kritik atau pembanding dari ungkapan kampanye Jokowi. Kalau pun berita ini disebut sebagai sebuah karya jurnalistik adalah sesuatu jurnalistik yang dipaksakan. Sebenarnya redaksi Kompas.com dan semua redaksi media berita bisa membuat tulisaan sebagai sebuah berita berita dengan menahan beberapa waktu mencari pembanding atau pengkitik Jokowi, misalnya.

Gagasan koalisi tanpa syarat yang diungkapkan Jokowi dalam sistem politik prisidensial adalah utopia. Dari sudut pandang politik, dalam sistem multi-partai tidak ada partai yang dominan.Konsekuensinya dalam koalisi. Itu artinya, banyak kepentingan yang bermain. Semakin banyak tangan yang ikut campur dalam koalisi, kian banyak kepentingan. Di sinilah mafia—dalam istilah Jokowi—masuk.

3.1.1.4. Konser Salam 2 Jari

Tabel 37
Berita Konser Salam 2 Jari Harian Kompas

Kompas Grup	
Nama Media	Koran Kompas
Judul Berita	Giliran Rakyat Bersuara
Edisi	Minggu, 6 Juli 2014
Wacana	Konser Salam 2 Jari
"Andai aku jadi raja, mau apa tinggal minta…./ Nikmatnya jadi raja dengan menjetikkan jari/ dan lambaian tangan, maka akan terpuaskan nafsuku// Tapi aku bukan raja// Aku hanya orang biasa// Yang selalu dijadikan alas kaki para raja…" Lagu bermuatan satire sosial berjudul "Raja" itu dibawakan band 'rif dalam konser "Salam 2 jari" di Gelora Bung Karno (GBK), Jakarta, Sabtu (5/7).	

Konser ini melibatkan sekitar 200 musisi dan penyanyi yang mendukung pencalonan Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Di antara musisi dan penyanyi itu terdapat Ian Antono, Yuni Shara, Glenn Fredly, Oppie Andaresta, Ello, Dira Sugandi, Gita Gutawa, Sam Bimbo, band /rif, Slank, Kahitna, dan Jogja Hip Hop Foundation.

Di antara puluhan ribu penonton yang memadati sebagian besar tribune dan area lapangan terdapat Engkong Min (86), warga Radio Dalam, Jakarta, yang datang bersama rombongan menyewa metromini. “Semoga saya masih bisa merasakan pemimpin yang jujur dan kehidupan yang sejahtera,” kata Engkong Min.

Datang pula Masal (49) dan anaknya, Ahmad Derwanto (17), dari Karanganyar, Jawa Tengah, dengan mengayuh becak selama sepekan. “Sepanjang jalan, kami tidur di becak, di masjid, di mana saja,” kata Masal.

Para penggemar Slank-Slankers juga berdatangan dari sejumlah daerah, seperti Rangkasbitung, Bogor, Sukabumi, dan Bandung (Jawa Barat). Kegembiraan relawan tampak dari gerakan bergelombang yang diciptakan dengan berdiri bergantian di tribune. Tak terlihat atribut partai politik di sini. Pengunjung datang dengan atribut hasil kreativitas masing-masing, di antaranya topeng, topi, kostum, kaus, pin dan ikat kepala.

Sebelum konser dibuka, panggung dimeriahkan penyanyi-penyanyi asal Nusa Tenggara Timur yang menyanyikan lagu “Yamko Rambe Yamko”. Penyanyi Titiek Puspa juga mengajak berdoa bagi presiden terpilih mendatang.

Tak melulu hanya musisi, atlet kebanggan Richard Sambera, Susy Susanti, dan Taufik Hidayat juga hadir di Panggung. Konser utama kemudian dibuka dengan lagu kebangsaan “Indonesia Raya”.

Semangat gotong royong

Abdee Negara, gitaris Slank, salah seorang penggagas pergelaran, mengatakan, konser itu berangkat dari keprihatinan atas kondisi bangsa. Reformasi yang diharapkan membawa perubahan ternyata tidak sesuai harapan. Terjadi kemerosotan moral luar biasa, korupsi merajalela. “Itu yang harus diubah. Kami membutuhkan pimpinan yang bisa mengubah keadaan,”kata Abdee.

Konser digelar dengan semangat gotong royong. Artis secara sukarela tampil tanpa meminta bayaran. Ada yang menyumbang kerja dan peralatan. Ada vendor yang mau dibayar setengah harga. Bahkan, menurut Dhany Wxijanarko salah seorang koordinator pergelaran, untuk kebutuhan berkumpul dalam latihan, artis merogoh uang dari kocek masing-masing. “Rata-rata mereka bergerak sendiri untuk ikut.”kata Dhany.

“Semua kerja sukarela. Siapa mau nyanyi, ya, menyanyi, yang mau menjadi MC, ya, menjadi MC,”ujar Albert Hutapea, *floor manager* konser itu.

“Ini faktor luar biasa. Ini panggilan. Pada Pilpres 2004 atau 2009 pun, cuforia tidak seperti ini,”kata penyanyi Glenn Fredly.

“Kami semua bergerak, berdiri bersama-sama, untuk memperjuangkan apa yang kami anggap benar. Jadi, lebih sebagai gerakan hati nurani,”kata Oppie Andaresta.

Bahkan, para artis membawa bekal sendiri-sendiri untuk buka puasa. “Kami kembalikan semangatgotong royong milik Indonesia,”kata Abdee.

“Kami juga menggunakan semangat damai dan cara-cara yang bersih. Momentum untuk semangat itu adalah Ramadhan,”kata Abdee. Dalam semangat Ramadhan itu pula, Sam Bimbo tampil membawakan lagu “Rindu Rasul”.

Konser didukung orang-orang yang selama ini berada di belakang pertunjukkan-pertunjukkan besar. Mereka antara lain Jay Subiarto sebagai pengarah kreatif. Inet Leimena sebagai *show director*, dan Toto Aryo sebagai direktur produksi. Konser menggunakan panggung berukuran 26 meter x 14 meter dengan tata suara berdaya 150.000 watt. Panitia juga membangun sebuah “lidah” panggung atau semacam *catwalk* yang menjorok ke arah penonton sepanjang 18 meter.

Gerakan sosial

Glenn Fredly yakin seni bisa menjadi alat yang kuat, dan pekerja seni bisa menggulirkan opini besar. Musisi hip hop asal Yogyakarta. Marzuki Mohamad alias Kill the DJ, menyatakan, menyatakan seniman bukanlah profesi suci yang harus bebas dari politik praktis. Namun, gerakan politik seniman tidak berorientasi kepada kekuasaan. Dalam baris-baris rap-nya. Marzuki menegaskan sikapnya. “….*Setelah pilihan dan kemenangan, kami akan mundur menarik dukungan. Membentuk barisan parlemen jalanan, mengawasi amanah kekuasaan…..”*.

Pengamat sosial dan dosen Universitas Indonesia. Tommy F Awuy, mengatakan, konser di GBK itu merupakan gerakan sosial yang mirip dengan Festival Woodstock, New York. Amerika Serikat, tahun 1969. Secara individu-individu orang-orang bergerak atas dasar kesadaran menginginkan perubahan.

“Konser ini jelas sebuah gerakan sosial yang menginginkan perubahan. Perubahan negara ke arah yang lebih menghormati kepastian dalam banyak hal,”kata Tommy.

Budaya massa atau *pop culture*, sebagaimana juga dimanfaatkan para musisi di Woodstock, menjadi *soft medium* untuk menyatukan aspirasi yang tadinya terpendam di antara individu. Konser menjadi dium masyarakat perkotaan, terutama Jakarta, untuk menyatakan sikap. Budaya massa seperti musik, kata Tommy, menjadi ruang yang sangat terbuka untuk menampung berbagai aspirasi individu masyarakat. Dalam musik ada idola-idola yang memiliki banyak pengikut. Oleh karena itu, konser ini akan efektif untuk menarik suara yang selama ini masih mengambang.

Hal yang paling penting untuk dicatat, kata Tommy, konser di mana para individu disatukan oleh kehendak akan perubahan, di mana-mana bergerak secara sukarela. “Orang yang disatukan oleh aspirasi sama sangat mudah bergerak,” kata Tommy.

Tabel 38
Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Harian Kompas

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Konser 2 Jari, ratusan artis, perubahan, pemimpin yang jujur, penggemar Slank (Slankers) kehidupan yang sejahtera, budaya populer, kemerosotan moral, korupsi yang merajalela, gotong royong, opini besar, solawat, Ramadhan Rindu Rasul, buka puasa bersama, Indonesia Raya
2	Metafora	*Soft medium*, steril dari politik
3	Struktur Teks	- Pernyataan Engkon Min (penduduk Radio Dalam , Jakarta) - Pernyataan Masal dan Ahmad Derwanto (warga Karanganyar, Jawa Tengah) - Pernyataan Abdee Negara (gitaris Slank) - Pernyataan Dany Wijanarko (koordinator pergelaran) - Pernyataan Albert Hutapea (floor manager) - Pernyataan Glenn Fredly (artis) - Pernyataan Appie Andaresta (artis) - Pernyataan Marzuki Mohamad (penyanyi hip hop) - Pernyataan Tomy F Awuy (dosen filsafat Universitas Indonesia)
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi Berita Kompas paling bermasalah dari semua berita (selama kampanye) dan empat berita yang dianalisis. Masalah utamanya adalah keberpihakan politik yang sangat kasat mata. Foto Jokowi di tengah lautan massa yang menggunakan baju kotak-kotak di Gelora Bung Karno, Jakarta. Lead berita menegaskan mendukung pasangan Jokowi-JK Tidak ada *cover both sides*. Koran sekelas Kompas tidak menerapkan elemen jurnalistik yang paling fundamental. Menyedihkan. Keberpihakan secara politik bukan kepada kepentingan publik. Media sebagai alat politik

		Slangkers dari Rangkasbitung Sukabumi, Bogor, (untuk menyatakan bahwa konser ini dihadiri oleh orang non Jakarta atau warga dari jauh Jakarta.

Dari semua teks koran Kompas, teks berita ini yang paling bermasalah. Teks ini cenderung sebagai teks kampanye daripada sebuah karya jurnalistik (berita). Berita ini menjadi masalah mulai dari foto, *caption* foto, *lead* dan semua aspek berita. Tidak ada suara lain selain dukungan untuk Jokowi-JK. Dengan teks ini sulit untuk tidak mengatakan Kompas mengglorikan/mengkampanyekan Jokowi-JK sama seperti halnya yang dilakukan Media Grup. Hanya saja pemilihan diksinya saja yang berbeda. Kompas lebih *soft* (sesuai dengan karakternya) sedangkan Media Indonesia lebih vulgar.

Kalau dalam edisi debat, Kompas masih menampilkan foto pendukung Prabowo sebagai perbandingan, tetapi dalam edisi ini (hari terakhir kampanye pilpres), foto *headlines* Kompas *full* Jokowi di tengah ribuan pendukungnya yang menggunakan simbol kampanye, baju kotak-kotak. (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 27).

Dalam teks dan foto berita edisi ini tidak ada satu kata pun yang menyangkut Prabowo-Hatta, padahal berita ini tentang kontestasi dan kampanye dua calon di pilpres. Kompas secara vulgar dan penuh mendukung Jokowi-JK. Benar adanya—mungkin—proses pemberitaan ini independen ditentukan redaksi, tetapi menafikan kepentingan publik dan kampanye secara luas seperti yang digaungkan Kompas di teks-teks awal kampanye.

Kompas menggaungkan Jokowi-JK dengan memanfaatkan momentum budaya populer (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 19) (konser musik Salam 2 Jari) (Dominic Strinati, 2007 : 267-268) sebagai *newspeg* (cantolan berita). Konser ini ditulis secara jelas oleh Kompas sebagai "mendukung pencalonan Joko Widodo dan Jusuf Kalla." Bandingkan dengan Koran Sindo dengan edisi yang sama yang tidak menulis tentang konser ini. Koran Sindo memilih dukungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono kepada Prabowo-Hatta. Suara Kompas sama dengan suara Media Indonesia dalam edisi yang sama.

Tabel 39
Berita Konser Salam 2 Jari Kompas TV

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas TV
Judul Berita	Relawan dan Pendukung Jokowi-JK Ramaikan Konser Salam Dua Jari
Edisi	5 Juli 2014
Wacana	Konser 2 Jari
Pembaca Berita	: Mengakhiri masa kampanye, kubu Joko Widodo dan Jusuf Kalla menggelar konser di Stadion Utama Gelora Bung Karno. Tak kurang dari 200 artis Ibukota memeriahkan kampanye terakhir pasangan nomor urut dua (2) ini. Lalu bagaimana kemeriahannya, kita simak laporan Melisa Gilbert berikut ini.
Reporter	: Saudara, konser salam dua (2) jari ini sudah dimulai pada pukul 14.30 waktu Indonesia bagian barat. Para penonton pun mencoba untuk berebut masuk sehingga tadi sempat didepan ada perebutan atau mereka ingin cepat-cepat bisa masuk ke dalam Stadion Gelora Bung Karno ini. Dan saudara, acara konser ini bisa terlaksana akibat adanya kerjasama antar musisi yang diawali dari Adi "Slank"dan kami tadi juga sempat mewawancarai beberapa artis mengenai apa alasan mereka ikut mendukung konser Salam Dua (2) Jari ini. Berikut wawancara kami.
Wawancara	: Aaa... ini hati saya terpanggil, memang saya memilih
Happy Salma (Artis/Seniman)	

	beliau dari dulu, karena dari beberapa fakta yang sudah ada, saya beberapa kali bikin kegiatan kebudayaan, beliau membantu e... secara... besar ya... dengan bukan hanya *support*, tapi kebijakan dan lain sebagainya. Dan saya merasa, waduh kalo dia presidennya, orang seperti saya pasti bisa hidup dengan aman, nyaman, dan juga maksudnya em... sebagai warga negara, saya terjamin gitu.
Wawancara Gogon (Artis/Seniman)	: Ya... kalo kita cuma punya harapan semoga pak Jokowi karena semua banyak yang apa ya... banyak yang memilih gitu, artinya menurut survei itu udah banyak ya, harapan kita ya semoga pak Jokowi juga e... bisa membawa indonesia ini kan, bisa memimpin Indonesia dan melaksanakan program-programnya yang... yang... yang di programkan dia apa programnya.
Wawancara Olga Lidya (Artis/Seniman)	: Demokrasi Kita itu memang bebas, tapi kemudian pada saat pemilihan kebanyakan masih beranggapan... kalo memilih itu harus mendapatkan sesuatu, nah saat ini kita sudah sampai tahap yang kedua, dimana kalo kita mendukung seseorang dan kita ingin bersih, kita juga ikut harus menyumbangkan sesuatu untuk dia. Nah kami para seniman, musisi, menyumbangkan talenta di konser Salam Dua (2) Jari.
Reporter	: Dan saudara, rencananya akan ada sekitar 200 artis yang ikut meramaikan konser Dua (2) Jari ini. Dan untuk penonton sendiri direncanakan mereka berjumlah sekitar 100 ribu orang lebih berada dalam Stadion Gelora Bung Karno ini. Dan pada konser ini ternyata tidak hanya konser musik saja karena didalamnya juga ada tausyiah, ada buka bersama, dan juga salat Maghrib berjamaah.
Closing	: Melisa Gilbert, Guntur Sribowo, Kompas TV Jakarta.

Tabel 40
Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Kompas TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Tak kurang dari 200 artis Ibukota, 100 ribu orang, doa, sholawat, dan buka puasa bersama, sholat magrib berjamaah
2	Metafora	Konser Salam 2 Jari, relawan
3	Struktur Teks	Pernyataan Happy Salma (artis) Pernyataan Gogon (pelawak) Pernyataan Olga Lydia (artis)
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Keberpihakan pada Jokowi-JK

Seperti harian Kompas dan Kompas.com, Kompas TV pun menyiarkan Konser Salam 2 Jari yang digagas grup musik Slank ini. Acara yang digagas tim sukses Jokowi-JK ini sepenuhnya dibuat untuk mengkampanyekan Jokowi-JK. Seperti liputan media lain tentang konser ini, Kompas TV terbuai dengan fakta tetapi tidak mempertimbangkan keadilan sedang kampanye pilpres. Apalagi event ini digagas di akhir kampanye. Jadi secara jelas, dalam liputan ini Kompas TV mengabaikan asas keadilan. Apalagi tidak ada suara dari kubu Prabowo-Hatta.

Dari awal hingga akhir, berita ini hanya satu tujuannya : mengglorikan Jokowi-JK. Narasumber, disksi, dan istilah yang ada dalam berita ini sangat terasa untuk mengkampanyekan Jokowi-JK. Teks berita ini lebih sebagai kampanye daripada karya jurnalistik. Asas keadilan atau keberimbangan liputan kontestasi dua capres-cawapres tidak terpenuhi.

Di sisi lain, semua media pendukung Jokowi-JK memanfaatkan budaya populer sebagai sarana kampanye. Musik, salah satu sarana kampanye dikemas untuk mendukung dan tujuan politik. Dibungkus dan didukung nuansa agama seperti buka puasa bersama, shalat berjemaah, tausiyah dan shalawat badar menjadikan momentum konser musik ini sebagai kampanye daripada budaya populer biasa. Dan, ini berhasil dikonstruksi tim kampanye Jokowi-JK untuk disantap media.

Tabel 41
Berita Konser Salam 2 Jari Kompas.com

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas.com
Judul Berita	Foto Bareng "Jokowi-JK" Wajib di Konser Salam Dua Jari
Edisi	Sabtu, 5 Juli 2014
Wacana	Konser 2 Jari

JAKARTA, KOMPAS.com - Ada yang menarik dari sisi luar Konser Salam Dua Jari, tepatnya di Parkir Timur Senayan, Jakarta pada Sabtu (5/7/2014). Ada sebuah panggung dengan tinggi 20 cm yang ramai didatangi massa pendukung Joko Widodo-Jusuf Kalla.

Panggung persegi panjang itu terletak sekitar 150 meter dari panggung konser salam dua jari di Parkir Timur Senayan. Panggung berukuran sekitar 2X1 meter ini beralaskan kain merah. Berdiri pula papan sepanjang panggung berlatar putih tertulis "Menangkan Jokowi Presiden" dengan lambang Taruna Merah Putih di atas tulisannya.

Panggung itu merupakan lokasi *Photobooth* yang disediakan untuk massa pendukung pasangan capres-cawapres nomor urut dua tersebut. Di panggung tersebut, massa dapat berfoto dengan replika Jokowi dan JK yang berbahan triplek.

Dalam gambar tersebut terpampang Jokowi yang mengenakan kemaja kotak-kotak khasnya menggenggam *microphone* dan mengangkat telunjuk dan jari tengahnya sebagai tanda salam dua jari. Gaya serupa juga terlihat dari JK yang mengenakan kemaja putih polos.

Beberapa orang mengaku berfoto dengan gambar "Jokowi-JK" itu, karena belum tentu dapat berfoto langsung dengan pasangan tersebut. "Ini mumpung ada gambarnya kan kita foto. Kalau nunggu ketemu, saya belum tentu bisa sebelahan gini sama Pak Jokowi," kata Anis.

Ia mengatakan, Jokowi-JK adalah sosok pemimpin Indonesia pilihannya karena dapat membawa perubahan dengan cara merakyat. Ia pun berharap, pada 9 Juli mendatang, Jokowi-JK menang telak dan menjadi pemimping bangsa.

Sementara Ari yang datang dari Karawang, mengatakan, ikut andil dalam konser salam dua jari sebagai bentuk dukungan terhadap Jokowi. "Datang buat Jokowi. Barusan juga foto bareng Jokowi, ya meskipun bukan asli," ujarnya terkekeh-kekeh.

Mereka kebanyakan berfoto mengikuti gaya Jokowi atau JK dengan mengangkat dua jari tangannya. Seorang lainnya, Buren, terlihat diam dan mengernyitkan kening sambil melihat hasil foto dirinya dan Jokowi. Saat ditanya, ia mengatakan ingin memastikan gayanya sesuai dengan gaya Jokowi. "Kalau gayanya salah, saya mau foto lagi. Masa iya foto sama presiden beda gaya," katanya sambil memandangi foto.

Tak lama kemudian ia mengangkat kepala dan mengatakan sudah sama gaya salam dua jarinya. "Eh, udah sama deh gayanya. Ya, udah saya ke dalam

sekarang (GBK)".

Tabel 42
Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Kompas.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Pemimpin Indonesia pilihan, merakyat, dukungan terhadap Jokowi
2	Metafora	Salam 2 Jari
3	Struktur Teks	Pernyataan seorang warga bernama Anis Pernyataan warga Karawang, Ari Pernyataan seorang warga bernama Buren
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Dengan berbagai rangkaian berita yang dipilih sulit untuk tidak mengatakan Kompas.com berpihak terhadap pasangan Jokowi-JK. Berita berjudul "Foto Bareng "Jokowi-JK" Wajib di Konser Salam Dua Jari," ini contohnya. Penggunaan "wajib" sebagai diksi yang dipih menunjukan redaksi Kompas.com ingin menekankan bahwa Jokowi-JK harus dijadikan gandengan atau kebersamaan dalam pilpres kali ini. Foto bareng artinya bersama Jokowi-JK.

Tengoklah diksi lain dari awal hingga akhir bahwa semua teks Kompas.com adalah untuk mendukung Jokowi-JK. Spanduk "Menangkan Jokowi Presiden" yang dikutip menegaskan dukungan berita ini terhadap pencalonan Jokowi-JK dalam pilpres kali ini.

Berbagai narasumber yang dipilih mengesankan bahwa konser "Salam 2 Jari" ini didatangi dari berbagai wilayah. Artinya, yang mendukung Jokowi-JK berasal dari banyak daerah di Indonesia. Penanaman makna Jokowi sebagai

pilihan pendukung konser adalah salah satu bentuk dari ekspansi budaya popular di ranah politik. Musik, salah satu bentuknya, menjadi *vote getter* untuk mengumpulkan massa sebagai unjuk kekuatan (*show of power*). Artis sebagai pelaku utama budaya popular menjadi penuntun warga masyarakat untuk memilih Jokowi. Tidak peduli artis apa. Yang terpenting adalah populer.

3.1.1.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

Tabel 43
Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Kompas.com

Kompas Grup	
Nama Media	Kompas.com
Judul Berita	JK: Dulu SBY Pecat Prabowo, Kenapa Sekarang Dukung?
Edisi	Selasa, 1 Juli 2014
Wacana	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
JAKARTA, KOMPAS.com — Calon wakil presiden Jusuf Kalla menilai, dukungan yang diberikan Partai Demokrat kepada kubu Prabowo Subianto-Hatta Rajasa adalah sesuatu yang terbilang aneh. Ini sebab Ketua Umum DPP Partai Demokrat Susilo Bambang Yudhoyono adalah salah satu perwira tinggi yang memberhentikan Prabowo melalui surat keputusan Dewan Kehormatan Perwira. "Kalau SBY, beliau mendukung, dilema berat bagi negeri ini. Beliau, kan, yang *mecat* Pak Prabowo, kenapa sekarang tiba-tiba dukung?" kata JK di Jakarta, Selasa (1/7/2014). Surat DKP terkait pemecatan Prabowo sempat beredar di media sosial beberapa waktu lalu. Dalam dokumen yang beredar itu terlihat, SBY menjadi salah satu perwira yang membubuhkan tanda tangannya di sana. Berbagai perwira tinggi yang ikut menandatangani, hingga Panglima ABRI saat itu, Wiranto, telah angkat suara terkait beredarnya surat DKP itu. Namun, SBY belum pernah berkomentar langsung terkait masalah itu. Dengan pertimbangan itu, JK mengaku tidak terlalu percaya jika Partai Demokrat sudah resmi mendukung Prabowo-Hatta atas kontrol dari SBY. Saat deklarasi dukungan di DPP Partai Demokrat kemarin, SBY memang tidak hadir. Deklarasi itu hanya dipimpin oleh Ketua Harian DPP Partai Demokrat. "Ya, kan, itu kan teman-teman demokrat, kalau yang dukung SBY langsung, saya percaya," ujar JK.	

Tabel 44
Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Kompas. com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Terbilang aneh, memberhentikan Prabowo, beredar media sosial
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Jusuf Kalla
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Dalam politik tidak ada teman dan kawan abadi. Yang ada kepentingan yang abadi. Inilah tema yang diangkat Kompas.com dalam berita tentang dukungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono terhadap Prabowo-Hatta. JK adalah wakil presiden ketika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pertama kali menjabat 2004-2009. Namun dalam kontestasi kali ini JK menuding Presiden SBY melakukan tindakan aneh dengan mendukung orang yang dipecatnya ketika aktif menjadi TNI.

Dukungan Kompas.com kepada Jokowi-JK dengan mengangkat *angle* ini. "Dulu SBY Pecat Prabowo, Kenapa Sekarang Dukung?" Bandingkan dengan berita sindonews.com yang mendukung Prabowo-Hatta atau situs lain yang tidak memiliki kepentingan, misalnya.

Dengan narasumber tunggal media *online* leluasa memainkan kepentingannya. Atas nama kecepatan dan jurnalisme yang berubah situs berita bisa menurunkan berita apapun tanpa ketakutan karena kesalahan bisa diperbaiki

secepatnya dan dalam berita itu juga sekaligus dengan tulisan *up date*. Ini dilakukan Kompas.com dalam berita tentang Babinsa di atas.

3.1.2. Media Grup

3.1.2.1. Kecurangan Kampanye Pilpres

Tabel 45
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Harian Media Indonesia

Media Grup	
Nama Media	Koran Media Indonesia
Judul Berita	Babinsa Arahkan Warga Pilih Prabowo
Edisi	Jumat, 6 Juni 2014
Wacana	Kecurangan Pemilu

KSAD Jenderal Budiman akan menangani dugaan keberpihakan Babinsa terhadap capres tertentu.

Di sore akhir pekanitu warga yang bermukim di Kelurahan CidengBarat, Jakarta Pusat, lebih memilih tinggal di rumah untuk melepas penat.

Suasana di kawasan perumahan di depan RSUD Tarakan tersebuttampaklengang. Hanyasatu dua kendaraan yang melintas.

Di suasana senyap itulah sejumlahaparat anggota Bintara Pembina Desa (Babinsa)setempat mendatangi rumah-rumah warga untuk mendata gerangan siapa presiden pilihan warga pada Pilpres 2014.

Seberapa warga yang kebetulan duduk di teras rumah melihat langsung kedatangan anggota Babinsa berpakaian lengkap.

"Kalau enggak salah Sabtu (31/5) atau Minggu (1/6). Waktu Babinsa datang, ayah saya yang menemui," kata sumber *MediaIndonesia*, kemarin.

Belum hilang rasa kagettuan rumah ataskedatangan Babinsa itu, tanpa tedengaling-aling salah seorang anggota mendesak warga untuk memilih pasangan capres-cawapres nomor urut 1, PrabowoSubianto-Hatta Rajasa.

Menurut sumber *Media Indonesia*,sekitar pukul 19.30 WIB itu dia berada dalam kamar tetapi sekonyong-konyong mendengar nada bicara ayahnya yang tiba-tiba meninggi.

Karena penasaran, sumber Media Indonesia beranjak dari dalamkamar untuk mengetahui siapa sesungguhnya tamu yang datang tersebut.

"Saya keluar (kamar) untuk bertanya ada apa gerangan karena saya mendengar nada bicara papa sudah tinggi, tetapi petugas Babinsa sudah keburu pergi. Kata papa orang itu mencoba menakut-nakuti," ujar sumber *Media Indonesia.*

Sang ayah melanjutkan kisahnya bahwa anggota Babinsa datang untuk mengatahui pilihan warga dan keluarga dalam pilpres mendatang.

"Dia (Babinsa) *nanyain* nanti pilpres *milih* Gerindra atau PDIP. Papa

saya dicatat memilih Prabowo. Besoknya papa cerita lagi kalau sudah mengecek ke Koramil. Ternyata ada laporan data pemilih di situ. Papa bertanya untuk apa? Petugas Koramil menjawab ini survei saja," ungkap sumber *Media Indonesia* itu.

Seorang anggota satuan pengamanan (satpam) dilingkungan setempat membenarkan ihwal kedatangan anggota Babinsa ke rumah warga.

"(Mereka) datang, saya lagi salat magrib. Saya kenal semua anggota Babinsa di sini. Hanya, (anggota) yang datang ke rumah warga itu staf baru," jelas anggota satpam itu.

"Enggak ada yang cerita. Saya sudah tanya ke Koramil untuk lapor ada orang mengaku anggota. Apa betul itu anggota,"lanjut satpam itu.

Usut Tuntas

Saat menanggapi aksi anggota Babinsa itu, KSAD Jenderal Budiman mengaku pihaknya akan menangani dugaan keberpihakan Babinsa terhadap capres-cawapres tertentu.

"KSAD akan mengusut secara tuntas,"jelas Kadispen TNI-AD Brigjen Andika Perkasa lewat pesan singkat.

Adapun Wakil Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra Hashim Djojohadikusumo membantah mobilisasi yang dilakukan anggota Babinsa di Jakarta Pusat untuk memenangkan pasangan Prabowo-Hatta.

"Engga ada itu," kata Hashim seusai peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia di Istana Wakil Presiden, kemarin. (X).

Tabel 46
Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Media Indonesia

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Aparat Babinsa, arahkan warga, petugas Koramil, mendesak untuk memilih Prabowo, usut tuntas, TNI netral
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pengakuan warga Pernyataan satpam Pernyataan KSAD Jenderal Budiman Pernyataan Kadispen TNI AD Brigjen Andika Perkasa
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Berita ini bermasalah sejak awal. Keberpihakan

Semua teks berita Media Grup, termasuk yang ada di harian Media Indonesia, secara jurnalistik bermasalah. Keberpihakan politik secara tegas dan

clear, very clear, (dalam istilah Abdul Kohar, Deputi Direktur Pemberitaan Media Indonesia ketika diwawancarai) kepada salah salah satu pasangan calon, Jokowi-JK, adalah penyebab utamanya. Masalah teks berita tentu saja berasal dari semua aspek dari proses jurnalistik, yakni, penugasan, pengumpulan, evaluasi, dan penulisan. (dalam Goerge S. Hage, Everette E. Dennis, and Arnold H. Ismach. 1976 : 5).

Dari empat berita yang ditemukan untuk lima wacana, masalahnya terletak pada semua elemen sebuah berita *headlines*. Mulai dari pemilihan foto, kata atau diksi, kalimat, dan narasumber, semuanya berpihak dan menguntungkan Jokowi-JK. Posisi pasangan Prabowo-Hatta dalam berita Media Indonesia sangat marginal. Kalau tidak dikatakan hanya sebagai pelengkap yang bernama *cover both sides*. Semua prinsip jurnalistik seperti objektif, keadilan (*fairness*), *cover both sides*, dan verifikasi fakta diterapkan dalam berita tetapi dipergunakan untuk keuntungan Jokowi-JK. Standar Kode Etik Jurnalistik menjadi abu abu, kabur, dan simpang siur. Bahkan, dipermainkan. Inilah yang disebut Julia Kristeva dengan abjeksi moral. (Yasraf Amir Piliang, 2003).

Dalam berita ini, Media Indonesia menghantam Prabowo-Hatta dengan tuduhan "Babinsa Arahkan Warga Pilih Prabowo." Kasus yang hanya terjadi di beberapa titik di Jakarta Pusat digeneralisir dan dijadikan wacana yang mencoreng dan merugikan pencalonan Prabowo-Hatta. Generalisasi ini adalah salah satu bentuk ketidakadilan berita.

Dengan menggunakan sumber anonim, berita ini dipintal menjadi besar sehingga menjadi wawacara seolah-olah TNI dan beragam perangkatnya memihak salah satu calon. Padahal sesuai dengan Undang-Undang TNI harus netral dalam kontestasi politik. (Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2004, Pasal 39 Ayat 2 tentang Tentara Nasional Indonesia) Dalam jurnalistik, sumber anonim bisa dipakai dengan persyaratan yang sangat ketat. Salah satunya mengancam keselamatan sumber anonim tersebut.[13]

Untuk menyiasasti berita ini seimbang atau *cover both sides*, Media Indonesia memuat bantahan dari kubu Prabowo-Hatta melalui Hashim Djojohadikusumo, adik kandung Prabowo, di akhir berita. Tentu saja pengutipan Hashim tidak sebanding dengan paparan dan penjelasan tentang keterlibatan Babinsa yang menghabiskan dari awal sampai akhir.

Tabel 47
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres Metro TV

Media Grup	
Nama Media	Metro TV
Judul Berita	Pengerahan Babinsa untuk Memilih Prabowo-Hatta
Edisi	
Wacana	Kecurangan Pilpres
Pembaca Berita : Ya merespon mencuatnya pemberitaan pengerahan Babinsa untuk mengerahkan atau mengarahkan pilihan masyarakat ke salah satu calon presiden dan wakil presiden. Hari ini Bawaslu memanggil redaktur salah satu media yang memberitakan dugaan kecurangan pemilu ini. Untuk informasi selengkapnya kita bergabung bersama Jessica Wowor yang berada di Gedung Bawaslu. Pembaca berita berbincang secara interaktif dengan reporter	

[13] http://www.andreasharsono.net/2005/02/tujuh-kriteria-sumber-anonim.html. Terakhir diakses 25 Juni 2017 Pukul 12.26 Wib

Pembaca Berita	: Jessica keterangan apa yang digali Bawaslu dari pihak media yang memberitakan dugaan kecurangan ini?
Reporter	: … Ya terkait dengan adanya laporan pengarahan Babinsa untuk mendata sejumlah warga dengan mengarahkan memilih salah satu calon a … salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden tertentu memang sudah diterima oleh Bawaslu dan saat ini Bawaslu meminta keterangan dari salah satu media *online* yaitu Kompas.com untuk memberikan keterangan saksi dan klarifikasi terkait dengan adanya isu yang mencuat e … diwarga melalui pemberitaan yang sudah ditayangkan. Nah untuk mendapatkan informasi lebih jelas dan lebih lengkap, saat ini sudah bergabung bersama dengan saya Wakil Redaktur Pelaksana Kompas.com Wishnu Brata. Selamat sore Bapak.
Wawancara dengan Wishnu Brata	
Wawancara	: Sore
Reporter	: a … Pak mungkin bisa diceritakan kembali kepada kami kronologis bagaimana isu ini sebenarnya mencuat hingga mencuat di redaksi Anda, sehingga berita atau isu ini diangkat dan ditayangkan oleh a … Kompas.com sendiri ?
Wawancara	: Ya awalnya kami mendapat laporan warga a … yang menyebutkan bahwa, di daerahnya itu ada oknum Babinsa yang melakukan pendataan. Pendataan a … oknum ini menyebutnya pendataan untuk memperbaharui daftar a ... pemilih, daftar pemilih. Tapi kemudian, a … narasumber ini a … sedikit terkejut karena ada pertanyaan yang a … seolah-olah mengarahkan atau menanyakan pilihan warga untuk pilpres mendatang. Nah informasi kita kemudian kami a … tindak lanjuti, kami konfirmasi, lalu kami mengirimkan reporter untuk meluruskan berita itu. Kurang lebih seperti itu.
Reporter	: Nah dari pemeriksaan yang sudah dilakukan oleh Bawaslu sendiri, kira-kira a … pemeriksaan atau keterangan seperti apasih yang dimintakan Bawaslu kepada redaktur Kompas.com sendiri terkait penelusuran mengenai laporan adanya pengarahan untuk memilih salah satu calon pasangan presiden ini ?
Wawancara	: a … sebenarnya kami datang kesini memenuhi undangan sebagai saksi pelapor a … terkait berita tersebut. a … pertanyaan yang diajukan seputar a … pihak-pihak, pihak yang bersangkutan siapa aja, lokasi dimana, lalu kronologis dan sebagainya. Kurang lebih seperti itu.
Reporter	: Ada berapa pertanyaan Pak yang diajukan pihak

	komisioner Bawaslu untuk mendapatkan kejelasan dari isu ini, apakah ini benar atau hanya isu belaka ?
Wawancara	: Kurang lebih … ada lima belas pertanyaan tapi mungkin pertanyaan intinya hanya sekitar 6 atau 7
Reporter	: Pertanyaan terakhir Pak dari a … investigasi atau keterangan yang sudah bapak berikan dengan pihak Bawaslu a … penjelasan yang sudah anda berikan, klarifikasi yang sudah anda berikan, apakah ada tindak lanjut dari Bawaslu a … untuk menangani kasus ini ?
Wawancara	: a … mungkin bukan kami yang apa, yang yang bisa menyampaikan ini, ya mungkin pihak Bawaslu yang akan menyampaikan tapi saya dengar memang a … dari pihak Bawaslu akan menindaklanjuti kasus ini, antara lain mungkin menghadirkan pihak-pihak yang terkait untuk dimintai keterangan, kurang lebih seperti itu.
Reporter	: Baik terima kasih Bapak atas waktunya. Demikian untuk sementara yang dapat kami sampaikan.

Tabel 48
Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres Metro TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Kejelasan isu, pengerahan Babinsa, dukung calon tertentu, Bawaslu menangani, penelusuran laporan
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Wawancara dengan Wakil Redaktur Pelaksana Kompas.com Wishnu Brata.
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Semua berita Media Grup bermasalah karena keberpihakan secara politik. Secara etika, jurnalistik tidak boleh berpihak pada kepentingan politik tertentu, terutama dalam suasana kontestasi seperti pilpres kali ini. Produk jurnalitik akan menjadi bias dan tidak adil jika ada keberpihakan politik (Franklin, Bob, et.al. 2005 : 25). Karena tidak mungkin redaksi menjelekan atau menulis sesuatu yang buruk tentang yang dipilihnya.

Berita berjudul “Pengerahan Babinsa untuk Memilih Prabowo-Hatta” ini adalah salah satu contoh produk jurnalistik yang bermasalah. Kata “Pengerahan” adalah berkaitan dengan jumlah yang banyak massif, terstruktur, dan sistematis, tetapi dalam berita kita tidak menemukan hal tersbut. Artinya, antara judul dan isi berita berlainan.

Dalam berita ini tidak ada satu pun fakta adanya pengerahan Babinsa. Yang ada adalah opini dari Wakil Redaktur Pelaksana Kompas.com Wishnu Brata tentang dugaan keterlibatan Babinsa di satu daerah untuk memilih calon pasangan tertentu. Tetapi Metro TV dengan percaya diri menyebutkan pengerahan Babinsa secara massal. (Haris Jauhari (ed), 2012 : 142).

Tabel 49
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres metrotvnews.com

Media Grup	
Nama Media	Metrotvnews.com
Judul Berita	Bawaslu: Jokowi Tak Langgar Kampanye
Edisi	Sabtu, 7 Juni 2014
Wacana	Kecurangan Kampanye
Metrotvnews.com, Jakarta: Setelah meminta keterangan dari Capres Joko Widodo pagi tadi, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) telah menetapkan bahwa Jokowi tidak bersalah. Putusan ini menanggapi laporan kubu Prabowo-Hatta mengenai pidato Jokowi usai menerima nomor urut dalam Pemilihan Presiden 2014 di KPU. Anggota Bawaslu, Nelson Simanjuntak, mengatakan berdasarkan dari kajian hukum yang dilakukan Bawaslu, pidato Jokowi di KPU saat penentuan nomor urut peserta Pemilihan Presiden 2014 bukan merupakan pelanggaran hukum. "Menurut pasal 1 tidak masuk dalam struktur kampanye. Terlapor mengatakan pilih nomor 2 bukan ajakan memilih," kata Nelson dalam siaran persnya, Jakarta, Sabtu (7/6/2014). Dia mengatakan, kampanye harus memiliki indikator bahwa ada penyampaian visi misi dan program. Saat berpidato usai menerima nomor urut peserta pemilihan presiden, Jokowi tidak menyampaikan visi misinya. Pidato yang disampaikan Jokowi saat itu hanyalah spontanitas.	

"Dia hanya menjelaskan makna angka dua dan mengapresiasi bahwa ia telah mendapatkan nomor 2. Tidak pernah bermaksud berkampanye di KPU," kata dia. (Fit)

Tabel 50
Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres metrotvnews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Jokowi tidak bersalah, hanya spontanitas, tidak ada pasal yang dilanggar, bukan pelanggaran kampanye
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan anggota Bawaslu, Nelson Simanjuntak
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Berita ini bermula dari laporan tim Prabowo-Hatta kepada Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Laporan itu tentang tuduhan Jokowi mencuri star kampanye. Namun setelah diselidiki Bawaslu memutuskan Jokowi tidak melanggar kampanye.

Dengan diksi dan kalimat yang tegas, metrotvsnew.com menulis “Bawaslu : Jokowi Tak Langgar Kampanye.” Berita ini tidak ada di MNC Grup. Yang ada justru Jokowi diduga langgar kampanye di Monas. Berita ini ada di sindonews.com dengan judul “Bawaslu Putuskan Kampanye Jokowi di Monas Pelanggaran Pemilu.” Sama-sama berita tentang kampanye, sama sama situs berita tetapi memilih berita yang berbeda dan *angle* yang berlainan.

Situs berita adalah bentuk media yang mengutamakan kecepatan. (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2010 : 45). Ia menggunakan metode *hit and run*. Akurasi dan kelengkapan berita tidak diutamakan. Yang pertama adalah dinaikkan

beritanya. Unsur ralat jika salah, kelengkapan jika kurang bisa dimasukan kemudian di bawah berita yang sudah tayang. Enak sekali. Pelanggaran kode etik jurnalistik bisa diralat dengan menghapus berita.

Baik metrotvnews.com maupun sindonews.com mengambil narasumber Bawaslu. Ia sebagai institusi yang berwenang memutuskan sesuatu pelanggaran atau bukan dalam kampanye. Dari sudut ini tidak menjadi masalah. Yang menjadi perkara adalah keberpihak secara politik sehingga memilih *angle* dan berita menurut kepentingan politiknya.

3.1.2.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo

Tabel 51
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Harian Media Indonesia

Media Grup	
Nama Media	Koran Media Indonesia
Judul Berita	Presiden Terpilih Bebas Noda HAM
Edisi	Kamis, 12 Juni 2014
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto

Kasus penculikan aktivis pada 1998 harus dituntaskan demi kepastian hukum.

Calon wakil Presiden Jusuf Kalla QK) menjelaskan presiden terpilih harus bersih dari kasus pelanggaran hak asasi manusia (HAM). Oleh karena itu, lembaga yang kompeten harus mengambil tindakan terhadap pihak yang diduga melanggar HAM.

"(Kasus) HAM itu kan harus diperiksa, baik oleh pengadilan maupun oleh lembaga independen. Sebenarnya itu sudah ada keputusannya. DKP (Dewan Kehotntatan Perwira)," kata Jusuf Kalla di kediamannya seusai kampanye di Iapangan Karebosi. Makassar, Sulawesi Selatan. kemarin.

Pertanyaan JK terhadap capres nomor taut 1 Prabowo Subianto pada debatcapres di Balai Sarbini, Jakarta,senin(9/6),soalpenanganan pelanggaran HAMdi mass lalu berujung pada pengakuan mantan Danjen Kopassus itu.

"Di sini sebagai mantan prajurityangtelah melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya,' tandas Prabowo. (Media lndonesta,10/6).

Pengakuan mantan Pangkostrad itu langsung menjadi perbincangan, tedebih beredar dokumen keputusan DKPdenganNomorKEP/03/VIII/1998/DKP yang memberhentikan Letjen Prabowo Subianto dari dinas keprajuritan. Dua

mantan anggota DKP, Jenderal (purn) Agum Gumelar, dan Jenderal (purn) Fachrul Razi. serta mantan Danpuspom Mayjen (purn) Syamsu Djalal membenarkan keabsahan dokumen tersebut.

Dalam dokumen setebal empat halaman itu disebutkan sejumlah keabsahan Prabowo, di antaranya keterlibatannya dalam kasus penculikan aktivis prodemokrasi.

Menteri Pertahanan Purnomo Yusgiantoro mengaku sudah meminta klarifikasi Panglima TNI Jenderal Moeldoko. "Itu tidakdari mereka (TNI)," ujarnya di Jakarta, kemarin.

Kepastian hukum

Secara terpisah, Ketua Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI) Alvon Kurnia Palma mengatakan Prabowo Subianto harus dibawa ke pengadilan demi kepastian hukum. "Kepastian hukum tidak hanya bagi bangsa dan negara ini, tetap juga bagi Prabowo sendirl. Tidak boleh lagi ada yang kebal hukum," ujarnya saat dihubungi tadi malam.

Menurut dia, Kejaksaan Agung harus memproses hukum karena Komnas HAM sudah memberikan ringkasan eksekutif kasus tetsebut. Komisioner Komnas HAM Nurcholis menegaskan sudah menyampaikan laporan kasus penculikan ke Kejagung pada 2008. Namun, lembaga penegak hukum itu mengembalikannya kepada Komnas HAM pada minggu lalu. "Alasannya, penyelidikannya belum lengkap," ujarnya.

Terkait dengan pertanyaan JK ke Prabowo soal HAM, Sekjen Partai Golkar Idrus Marham mengatakan tidak masalah. "Itu merupakan peluang bagi Prabowo untuk menjelaskan bahwa apa yang dituduhkan selama ini tidak benar." ujar Idrus, di Rumah Polonia, Jakarta, kemarin. (X)

Tabel 52
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Media Indonesia

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Penculikan aktivis, pelanggaran HAM, kepastian hukum, DKP, pengakuan Prabowo,
2	Metafora	Aktivis prodemokrasi, dokumen bocor
3	Struktur Teks	Pernyataan Jusuf Kalla Pengakuan Prabowo (latar belakang) Pernyataan Menteri Pertahanan Purnomo Yusgiantoro Komisioner Komnas HAM Nurcholis Pernyataan Ketua YLBHI Alvon Kurnia Palma Pernyataan Idus Marham
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Judul dan lead berita menunjukan keberpihakan

		kepada pasangan Jokowi-JK

Sama dengan berita sebelumnya, berita ini pun sama menghantam Prabowo. Dalam masa kampanye pilpres kali ini hanya ada dua tipe berita Media Indonesia dan Media Grup. Yaitu, menghantam Prabowo-Hatta atau mengangkat nama Jokowi-JK. Tidak ada wilayah abu-abu. Keberpihakan Media Grup terhadap Jokowi-JK tidak saja membelah jurnalistik dalam dua oposisi biner secara tegas tetapi juga menyisakan masalah. Yakni, kaburnya pandangan baik dan benar serta ketidakjelasan etika, prinsip, dan nilai-nilai jurnalisme.

Penegakan HAM yang seyogyanya menjadi tugas mulia media massa, namun ketika kampanye pilpres dipintal oleh Media Grup untuk menghajar Prabowo yang diduga terlibat penculikan aktivis menjelang reformasi. Isu pelanggaran HAM menjadi bias politik. Objektivitas sebuah berita pun kemudian dipertanyakan karena diangkat berbarengan dengan kepentingan media. (Ibnu Hamad 2004).

Tabel 53
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Metro TV

Media Grup	
Nama Media	Metro TV
Judul Berita	Sejumlah Jenderal Benarkan Prabowo Dipecat
Edisi	
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto
Pembaca Berita	: Pemirsa, sejumlah jendral purnawirawan membenarkan isi surat Dewan Kehormatan Perwira DKP tentang pemberhentian Prabowo Subianto sebagai perwira tinggi militer pada tahun 1998 yang beredar di masyarakat. Namun, sejauh ini Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang namanya juga tercantum dalam surat itu belum membenarkan atau menyangkalm isi surat. Sejumlah

	pengamat menilai, presiden perlu mengeluarkan pernyataan terkait kebenaran isi surat itu.
(*voice offer*)	: Sejumlah jendral penandatangan isi surat Dewan Kehormatan Perwira tentang pemberhentian Prabowo Subianto sudah membenarkan isi surat, mereka juga membenarkan bahwa salah satu alasan pemberhentian terhadap Prabowo Subianto adalah karena terlibat dalam kasus penculikan sejumlah aktivis.
Wawancara Jendral Pur. Fachrul Razi (Mantan anggota DKP)	: Ya... kalo dari aspek dewan kehormatan... kehormatan..., kode kehormatan perwira, maka dia memang kesalahannya banyak sekali. Dia melakukan penculikan meskipun awalnya tidak diakui tapi belakangan diakui dan itu kan sangat... sangat luar biasa. Dia menggunakan satuan Kopasus, padahal Kopasus ini kan satuan elite yang dilatih dan sangat disegani oleh dunia, malah kenapa digunakan untuk penculikan.
Wawancara Jendral Pur. Agum Gumelar (Mantan anggota	: Ya akhirnya rekomendasi dari setelah bekerja memeriksa kasus ini, DKP merekomendasikan supaya dia dipecat. Tetapi, tetapi ya sekali lagi ya karena statusnya sebagai mantu, mantu presiden waktu itu, mantu Pak Harto ya diperlunak lah.
(*voice offer*)	: Selain nama Fachrul Razi dan Agum Gumelar, nama jendral lain yang tanda tangannya tercantum dalam surat itu adalah Susilo Bambang Yudhoyono. Namun, sejauh ini presiden belum mengomentari tentang surat itu. Padahal menurut koordinator Kontras, Hariz Azhar, presiden sebagai kepala negara dapat membuka dokumen DKP untuk mencegah kasus pelanggaran HAM seperti ini semakin berlarut.
Wawancara Hariz Azhar (Koordinator Kontras)	: Harusnya SBY bicara, SBY harusnya bicara, menjelaskan, dan dia punya banyak ahli hukum di sekitarnya sebagai kepala negara, kepala pemerintahan, dan dia bisa merumuskan hari ini harus ngapain, apa yang harus dilakukan sebagai kepala negara. Pertanggung jawabannya kan kepada konstitusi , dan bertanggung jawab kepada keluarga korban, dia bertanggung jawab bangsa ini. Kalo kita gagal selesaikan ini, ini jadi buruk buat pemerintahan kedepan, kenapa??? Artinya kejahatan-kejahatan ini gaperlu dihukum, artinya siapapun boleh melakukan nanti, bahaya dong.
(*voice offer*)	: Kasus pelanggaran HAM berupa penculikan sejumlah aktivis memang masih menggantung dengan masih ditemukannya 13 aktivis.
Closing	: Tim liputan, Metro TV.

Tabel 54
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Metro TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Surat DKP tentang pemberhentian Prabowo, penculikan aktivis masih menggantung, Presiden SBY harus berpendapat
2	Metafora	
3	Struktur Teks	1. Jendral (purn) Fachrul Razi (mantan anggota DKP) 2. Jendral (purn) Agum Gumelar (mantan anggota DKP) 3. Koordinator Kontras Haris Azhar
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung memojokkan Prabowo-Hatta Narasumber pembela Jokowi-JK

Berita berjudul "Sejumlah Jenderal Benarkan Prabowo Dipecat" adalah opini. (Haris Jauhari, (ed) 2012 : 140). Ini adalah salah satu bentuk jurnalistik baru. Ini adalah jurnalistik pernyataan. (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2010 : 35). Fakta dari jurnalisme gaya ini adalah bukti benarnya penyataan narasumber. Faktanya Prabowo tidak pernah pecat. Prabowo diberhentikan dengan hormat melalui sidang Dewan Kohormatan Perwira (DKP). Penyebutan pemecatan Prabowo oleh Metro TV adalah salah. Ini membenarkan jurnalistik berpihak secara politik menghasilkan *fakenews* (berita palsu).

Untuk memperkuat penyebaran makna ke khalayak tentang 'pemecatan' Prabowo, Metro TV meminjam tangan Koordinator Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Kekerasan (KontraS) Haris Azhar. Ia memperkuat penyataan Jenderal (purn) Fachrul Razi (mantan anggota DKP) dan Jenderal (purn) Agum Gumelar (mantan anggota DKP) yang merupakan tim sukses Jokowi-JK.

Semua diksi dan kalimat Metro TV diarahkan untuk menyatakan bahwa Prabowo bersalah. Karenanya tidak layak untuk dipilih sebagai presiden. Berita ini lebih sebagai propaganda daripada karya jurnalistik.

Desakan kepada Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang disampaikan Haris Azhar memperkuat dukungan secara politik bahwa Prabowo bersalah seperti yang diungkapkan dua narasumber lainnya.

Jika dipotret pemberitaan HAM selama kontestasi politik Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta, HAM menjadi komoditas politik; alat untuk memukul lawan politik.

Tabel 55
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo metrotvnews.com

Media Grup	
Nama Media	Metrotvnews.com
Judul Berita	Secara Tersirat, Wiranto Sebut Prabowo Diberhentikan dengan Tidak Hormat
Edisi	Kamis, 19 Juni 2014 15:09 wib
Wacana	Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto

Metrotvnews.com, Jakarta: Banyak pertanyaan yang muncul seiring beredarnya surat Dewan Kehormatan Perwira yang merekomendasikan pemberhentian Pangkostrad Prabowo Subianto pada 1998. Keingintahuan apakah Prabowo diberhentikan dengan hormat atau justru dipecat dari dinas kemiliteran semakin besar sehingga Wiranto memberikan klarifikasi soal itu.
Wiranto mengaku tak mau terjebak dalam istilah dengan hormat tau tidak hormat dan diberhentikan atau dipecat. Ia hanya menjelaskan secara normatif dan berhubungan dengan sebab-akibat.
Berhenti dengan hormat, menurut Wiranto adalah ketika karena masa dinas seseorang di kemiliteran sudah habis. Bisa pula karena cacat akibat operasi, mengalami sakit kronis sehingga tak bisa lagi melanjutkan tugas, dan atas permintaan sendiri lalu diizinkan oleh atasan.
Di sisi lain, tambah Wiranto ada pemberhentian tidak dengan hormat karena melanggar Sapta Marga, Sumpah Keprajuritan, melanggar Hukum, UU, ataupun etika keprajuritan.

"Maka tatkala Prabowo Subianto sebagai Letnan Jenderal, Pangkostrad nyata-nyata oleh DKP telah dibuktikan terlibat dalam kasus penculikan, maka tentu diberhentikannya itu, sesuai dengan norma berlaku. Dengan demikian tidak dengan hormat tak usah diperdebatkan, sudah jelas. Berpulang ke masyarakat menggunakan istilah apa," ujar Wiranto dalam klarifikasi yang disampaikan Di jakarta, Kamis (19/6/2014). (Oje)

Tabel 56
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo metrotvnews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Prabowo dinyatakan bersalah oleh DKP, diberhentikan dengan tidak hormat
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Jenderal (purn) TNI Wiranto
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Berita berjudul "Secara Tersirat, Wiranto Sebut Prabowo Diberhentikan dengan Tidak Hormat" merupakan berita plintiran. Tidak sesuai dengan fakta. Tidak ada ucapan Wiranto tentang pemberhentian tidak hormat terhadap Prabowo. (George Lazaroiu. 2012 : 28). Berdasarkan hasil sidang Dewan Kehormatan Perwira (DKP) Prabowo diberhentikan dengan hormat dari dinas kemiliteran. Keputusan ini dikuatkan dengan Keppres yang dikeluarkan oleh BJ Habibie. Apapun alasan Wiranto dan metrotvnews.com tentang pemberhentian tidak hormat Prabowo adalah tidak faktual. Berita yang melanggar Kode Etik Jurnalistik.

Dalam konteks pemberhentian Prabowo istilah menjadi penting. Apakah diberhentikan dengan hormat atau diberhentikan dengan tidak hormat. Pemberhentian dengan tidak hormat artinya dipecat. Ia melanggar peraturan yang

berlaku di dunia militer. Sedangkan pemberhentian dengan hormat tidak ada yang dilanggar. Artinya, metrotvnews.com membuat berita yang tidak sesuai buktinya. “Kata “tersirat” adalah tebakan. Ia tidak terlihat. Ia bukan fakta atau sesuatu yang bisa diindera. Sesuatu yang tidak diungkapkan. Tidak dikatakan oleh narasumber tetapi ditebak oleh metrotvnews.com. Pers seperti ini berbahaya.

Pilihan diksi dan kalimat yang cenderung menyudutkan Prabowo selalu dikemukakan oleh Media Grup dalam kasus dugaan pelanggaran HAM. Media Grup, termasuk metrotvnews.com cenderung mencari celah untuk terus menjelekkan Prabowo atas nama pelanggaran HAM dalam berbagai beritanya.

3.1.2.3. Debat Capres-Cawapres

Tabel 57
Berita Debat Capres-Cawapres Media Indonesia

Media Grup	
Nama Media	Koran Media Indonesia
Judul Berita	Jokowi-JK Unggul Telak
Edisi	Selasa, 10 Juni 2014
Wacana	Debat Capres-Cawapres
Nada bicara capres Prabowo sempat meninggi ketika ia ditanya soal penanganan pelanggaran HAM masa lalu. Terima kasih untuk ibu saya, istri saya Iriana, ibu Mufidah Kalla, anak-anak saya, dan anak anak Pak JusufKalla yang telah memberikan dukungan dan doanya untuk mengabdi,” kata calon presiden Joko Widodo alias Jokowi memungkasi segmen VT pada debat caprescawapres putaran I di Balai Sarbini, Jakarta, tadi malam. "Pak JK (Jusuf Kalla) mau menambahkan?" tanda moderator ZainalArifin Mochtar, Direktur Pusat Kajian Antikorupsi Universitas Gadjah Mada (UGM). “Tidak,” jawab calon wakil presiden Jusuf Kalla sembari memberikan isyarat dengan dua tangan tanda menolak. Aplaus pun membahana untuk pasangan Jokowi-JK. Darienam segmen debatyang berlangsung sekitar 2jam, pasangan nomor urut 2 itu nyaris menguasai panggungkarenajawabanmerekalugas, konkret, rasional, dan tidakbertele-tele. Pengalaman JK ikut memberikan bobot di dalamnya.	

Debatmengambiltema *Pembangunan demokrasi, pemerintahan bersih dan kepastian hukum*.Jokowitampil kompak memakai jas warna hitam bersama JK. Adapunpasangan nomorurut 1 capres Prabowo Subianto dan cawapres Hatta Rajasa mengenakan kemejaputih.

Pelanggaran HAM

Dari enam segmen, segmen kelimalahyangmemanas, yakni sesi bertanya antarpeserta debat. Jusuf Kalla langsung menyodok Prabowo Subianto dengan pertanyaan soal cara menanganikasus pelanggaran HAM mass lalu dan menjagaHAM ke depannya bila kelak ia terpilih.

"Saya sekian tahun membela kemerdekaan, HAM, danmencegah kelompok radikal,kelompok yang merakit bom.Mereka inilahancamannegara." kata Prabowo.

"HAM tidak hanya soal membuat bom." sambut JK.

Bagaimana saya menjaga HAM karena saya pelanggar HAM, kira-kira begitu kan arahnya? Tidak apa, saya di sini mantan prajurit dan sudah melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya. Saya pembela hak asasi manusia yang keras di Republik ini," tegas mantan Danjen Kopassus itu.

Hatta menambahkan tidak boleh ada diskriminasi dalam hukum.'Istilah tumpul ke atas, tajam ke bawah, tidak boleh. Apa pun latar belakang, agama, pendidikan," ujarnya. Pertanyaan JK soal HAM langsung menjadi trending topic di media sosial.

Pada bagian lain, moderator bertanya soal upaya menjaga *Bhineka Tunggal lka. "Bhineka Tunggal Ika* sudah final," kata Jokowi seraya menyebut penunjukan Lurah Lenteng Agung. Jakarta Selatan, Susan Jasmine, sebagai contoh.

"Meski (Susan) didemo (karena agama), saya tetap pertahankan karena itu hasil proses seleksi transparan," kata dia.

Prabowo pun menimpali pihaknya juga mencalonkan kadernya, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), sebagai Wagub DKI Jakarta.

Giliran Prabowo bertanya soal pemilukada yang mahal ongkosnya dan kepala daerah yang membangkang kepada pusat. "Kita akan mainkan politik anggaran, kita berikan *reward* dan *punishment* ke daerah," tutur Jokowi.

Debat berikutnya pada 15 Juni dengan tema *Pembangunan ekonomi dan kesejahteraan sosial*. Debat akan disiarkan *Metro TV* dan *Bloomberg.* (Wes/X-5)

Tabel 58
Tabel Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Media Indonesia

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Aplus untuk Jokowi-JK, pelanggaran HAM, trending topic di media sosial, bhineka tunggal ika, *reward and punishment,* nyaris menguasai

		panggung debat
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Jokowi Pernyataan moderator debat Zainul Arifin Mochtar Pernyataan Prabowo Pernyataan Hatta Radjasa Pernyataan Jokowi
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Judul bermasalah, berpihak, tanpa verifikasi fakta, indikator yang jelas, atau skala/pengukuran yang valid, lebih sebagai opini bukan fakta

Judul berita "Jokowi-JK Unggul Telak" sangat jelas sumir. Tanpa skala yang jelas dan ukuran yang valid, Media Indonesia menulis "Jokowi-JK Unggul Telak" dalam debat Capres-Cawapres. Judul tersebut mungkin bisa diterima akal sehat jika ada ukuran yang jelas. Walaupun sebenarnya dalam perdebatan tidak ada yang kalah atau menang karena hanya sebatas mengeksplorasi gagasan. Debat dalam kampanye pilpres bukan pertandingan antarkontestan. Ia hanya sebagai sarana menyampaikan visi, misi, dan strategi calon ketika kelak terpilih menjadi Presiden dan Wakil Presiden.

Dari sudut kaidah utama jurnalisme, berita ini jelas melanggar prinsip jurnalistik paling mendasar, yaitu, verifikasi fakta. (Bill Kovach and Tom Rosentioels, 2007). Judul berita ini sepenuhnya opini. Tanpa penjelasan yang memadai. Tanpa ukuran kaidah kebenaran ilmiah, Media Indonesia menulis dengan penuh kenyakinan padahal tanpa basis data. Verifikasi fakta adalah jantung jurnalisme. Tanpa verifikasi fakta berita tidak ada bedanya dengan propaganda, teks kampanye, agitasi, dan sejenisnya yang bersifat ultra-subjektif.

Dalam berita ini tidak tercantum adu gagasan yang jelas. Pun, tidak ada visi, misi, dan strategi yang jelas dari kedua calon. Berita ini hanya memuat kutipan dan penggalan yang sangat jelas tidak bisa dijadikan patokan menang dan kalah; benar dan salah atau pun sejenisnya. Penulisan "Jokowi-JK Unggul Telak" sangat jelas upaya membangun opini bahwa Jokowi-JK lebih kompeten dibandingkan Prabowo-Hatta.

Benar adanya dalam berita ini Media Indonesia menampilkan kutipan dari gagasan Prabowo, tetapi maksud kutipan ini hanya sebatas *lips service* semata; memenuhi unsur etika jurnalitik yang dipaksakan. Kalau dilihat secara keseluruhan berita ini, tidak ada hubungannya antara judul dan tubuh berita. Hanya ada dua kemungkinan perspektif dari berita ini. Berita ditulis oleh orang yang sangat amatir karena ia tidak mampu mensinkronkan judul dan tubuh berita atau berita sangat berpihak karena kepentingan sesaat. Itu saja.

Tabel 59
Berita Debat Capres-Cawapres Metro TV

Media Grup	
Nama Media	Metro TV
Judul Berita	Program Capres Jokowi Disukai Nitizen
Edisi	
Wacana	Debat Capres-Cawapres
Pembaca Berita	Hasil survei pasca debat menunjukkan calon presiden Joko Widodo lebih banyak memaparkan program kerja yakni sebesar 52,8%, lebih banyak dibandingkan Prabowo Subianto yang memaparkan program kerjanya sebanyak 36,4% dari total presentasi dalam debat. Dalam hal penguasaan masalah, Joko Widodo juga lebih unggul yakni mampu menjelaskan masalah ekonomi dan kesejahteraan sebesar 51,8%. Semetara Prabowo Subianto sebesar 36,9%.

	Cara berkomunikasi kedua calon presiden, juga mendapat perhatian dari para responden, Joko Widodo mendapatkan skor terbesar 49,2% dan Prabowo Subianto sebesar 41,8%. Sebelum debat dukungan untuk Prabowo Subianto ada di kisaran 36,5%, sesudah debat dukungan untuk Prabowo menjadi 41,5%. Capres Joko Widodo sebelum debat meraih dukungan sebesar 47,3%. Sesudah debat meningkat menjadi 51,2%. Secara keseluruhan dukungan untuk Prabowo Subianto sebesar 40,6% dan untuk calon presiden nomor urut dua (2), Joko Widodo, dukungan mencapai 51,6%.
Pembaca Berita Yose Rizal (Direktur Political Wave)	: Debat calon presiden 2014 putan ke-2 yang digelar minggu, 15 Juni kemarin, menarik perhatian besar pengguna sosial media, berdasarkan hasil survei Political Wave, para pengguna sosial media atau *netizen* lebih menyukai pemaparan dan penampilan capres Joko Widodo. Dari hasil pengamatan Political Wave, selama debat capres berlangsung minggu malam, para *netizen* atau pengguna sosial media lebih merespon positif penampilan dan penjelasan yang disampaikan oleh Joko Widodo, sementara untuk capres Prabowo Subianto, para *netizen* merespon positif hanya selama segmen kedua berlangsung. Berdasarkan pengamatan ini Political Wave juga menyimpulkan calon presiden Joko Widodo lebih direspon positif oleh pengguna sosial media selama acara debat calon presiden putaran kedua berlangsung.
Wawancara	: Mungkin sampai saat ini pasangan Jokowi-JK merupakan pasangan yang paling banyak dipercakapkan oleh *netizen* dan juga sentimennya lebih positif daripada pasangan Prabowo-Hatta sehigga kalau hasil ini bisa terus dipertahankan... a... sampai tanggal 9 Juli ya... kemungkinan dari pengalaman kita a... pasangan Jokowi-JK lebih unggul dan berpeluang untuk memenangkan pemilu.

Tabel 60
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Metro TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Jokowi-JK lebih unggul, sentimen dan direspon positif, banyak dipercakapkan, pengguna media sosial, memenangkan pemilu
2	Metafora	Nitizen
3	Struktur Teks	Narasumber tunggal Direktur Political Wave Yose Rizal
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Kehadiran media sosial dimanfaatkan Metro TV untuk membentuk makna kepada khalayak bahwa Jokowi-JK adalah lebih baik dan diterima oleh khalayak. Berbasis penelitian di media sosial dan meminjam tangan lembaga survei Political Wave, Metro TV menyatakan Jokowi-JK akan menang dalam pilpres ini. (Steven Barnett. 2011 : 249).

Sesungguhnya kalau mau cermat, survei melalui media sosial sangat lemah dijadikan sumber daya untuk jurnalistik. Media sosial adalah media yang minim pertanggung awaban. Bandingkan dengan jurnalisme yang harus bertanggung jawab terhadap pemberitaannya. Bagaimana mungkin sesuatu yang harus dipertanggungjawabkan mengambil data dari sesuatu yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Data dari media sosial terlalu banyak kelemahannya.

Di media sosial banyak akun palsu. Banyak *buzzer*.[14] Banyak duit untuk membayar *buzzer*. Semakin uang semakin banyak akun yang bisa dibayar. Banyak uang berarti menang dalam pertarungan di media sosial. Sudah bukan rahasia lagi di media sosial sebagai akun bodong dan bisa diperjualbelikan.

Narasumber lembaga survei merangkap konsultan politik juga menjadi masalah. Salah satu unsur terpenting dalam jurnalistik adalah kualitas narasumber. Narasumber ini penting karena wartawan tidak sellau bisa hadir dalam setiap

[14] http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/buzzer. Diakses terakhir 16 Juni 2017pukul 06.30 Wib

peristiwa untuk melakukan reportase. Ketika konsultan politik capres tertentu tentu akan memenangkan apa yang didukungnya. Di sinilah berita menjadi bias.

Penggunaan kata nitizen, sebagai warga digital atau yang menggunakan akses internet adalah salah satu terobosan penggunaan bahasa. Salah satu fungsi media massa adalah untuk pengembangan bahasa. Pengunaan nitizen dalam berita ini adalah salah satu hasil dari fungsi pengembangan bahasa melalui media massa.

Tabel 61
Berita Debat Capres-Cawapres metrotvnews.com

Media Grup	
Nama Media	Metrotvnews.com
Judul Berita	Retorika Prabowo Terkesan Menjiplak, Pidato Jokowi Merakyat
Edisi	Selasa, 4 Juni 2014 19:47 wib
Wacana	Debat Capres-Cawapres
Metrotvnews.com, Jakarta: Gaya komunikasi dan pidato kedua calon presiden baik Prabowo Subianto dan Joko Widodo sontak menjadi perbincangan di masyarkat pasca-acara 'Deklarasi Damai dan Berintegritas' di Jakarta, Selasa (3/6/2014) malam. Pakar komunikasi politik Universitas Diponegoro, Triyono Lukmantoro mengatakan, gaya komunikasi dan pidato Prabowo terkesan menjiplak Soekarno sedangkan Jokowi terlihat orisinal yakni merakyat dan sederhana. "Prabowo terkesan kerap meledak-ledak atau eksplosif dan sangat emosional sedangkan Jokowi menggunakan bahasa sehari-hari, sederhana, dan biasa digunakan banyak orang. Jokowi menjadi diri sendiri," kata Triyono saat dihubungi wartawan di Jakarta, Rabu (4/6/2014). Analisis Triyono tidak hanya soal pidato di acara deklarasi tersebut tetapi juga di berbagai kegiatan dan sejumlah kesempatan. "Jokowi membahas masalah pedagang di pasar dengan bahasa sederhana. Prabowo kerap membahas tentang nasionalisme, kapitalisme, dan neoliberalisme. Ia menganggap masyarakat sudah paham tentang nasionalisme dan istilah-istilah itu," ujarnya. Ia menambahkan orientasi Jokowi bukan panggung politik karena ingin menyatu dengan rakyat. Inilah yang membuat masyarakat Indonesia lebih menyukai cara dan gaya komunikasi Jokowi. "Dia tidak menjual retorika, mengejar panggung seperti Prabowo, tetapi kedekatan dengan masyarakat," terang Triyono. (*)	

Tabel 62
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres metrotvnews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Retorika Prabowo menjiplak, Jokowi bahasa sehari-hari, masyarakat menyukai bahasa Jokowi
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan pakar komunikasi politik Universitas Diponegoro, Triyono Lukmantoro
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Berita berjudul cenderung tendensius dan tebakan. "Retorika Prabowo Terkesan Menjiplak, Pidato Jokowi Merakyat." Kata "Kesan" adalah sesuatu yang tidak terindera. Ia ada dalam pikiran manusia. Dengan menggunakan narasumber pro Jokowi-JK metrotvnews.com mencoba mencari kelemahan Prabowo dan keunggulan Jokowi.

Narasumber tunggal pakar komunikasi politik Universitas Diponegoro, Triyono Lukmantoro adalah masalahnya. Ia yang mengatakan Prabowo terkesan menjiplak Soekarno sedangkan Jokowi terlihat orisinal yakni merakyat dan sederhana. Berita ini akan berbeda jika ada narasumber lain yang pro Prabowo. Berita akan berimbang. Keadilan dalam berita terpenuhi. Masyarakat akan mendapat informasi yang seimbang, tetapi metrotvnews.com memilih tidak melakukan semua itu.

Berita yang sejenis adalah gaya penulisan dari situs berita yang berbeda dengan jurnalisme surat kabar. Tampaknya, situs berita memiliki Kode Etik Jurnalistik tersendiri. Akhirnya memang harus dibedakan antara nilai berita,

prinsip, dan etika surat kabar, televisi, dan situs berita. Dan, ini perlu disosialisasikan sehingga masyarakat memahaminya.[15]

3.1.2.4. Konser Salam 2 Jari

Tabel 63
Berita Konser Salam 2 Jari Media Indonesia

Media Grup	
Nama Media	Koran Media Indonesia
Judul Berita	Jokowi-JK Selangkah Lagi
Edisi	Senin, 6 Juni 2014
Wacana	Konser 2 Jari

Rakyat berharap pemimpin baru yang berkuasa bukan karena nafsu, melainkan karena berkomitmen menyelesaikan masalah.

Kami datang dengan uang sendiri, tanpa dibayar, karena kami ingin terlibat dalam gema Revolusi Mental," ujar Sapto, S7, dari Tangerang, Banten, di Stadion Utama Gelora Bung Karno (GBK), Jakarta. Sapto ke GBK bersama rombongan berjumlah sekitar 100 orang.

"Saya jauh-jauh dari Pandaan,Jawa Timur. Ini menegaskan garis perjuangan rakyat. Jokowi-JK akan menegaskan perjuangan rakyat itu," tandas Lujeng Sudarto.

Sapto dan rombongannya serta Lujeng ialah bagian dari puluhan ribu warga yang datang ke GBK, kemarin. Lapar dan dahaga karena berpuasa dan cuaca terik tidak mencegah tekad mereka. Semua bergembira menyambut datangnya pemimpin baru di Konser Salam Dua Jari kemarin.

Konser itu digawangi grup music Slank. Saat Slank mulai menyanyikan lagu *SalamDua Jari*, gemuruh meruak. Sambil mengacungkan dua jari, hadirin menggemakan'Salam Dua Jari'.

Selain Stank, konser yang dimulai pukul 14.00 WIB diisi musisi artis, dan pelaku seni lainnya seperti Ian Antono, Titiek Puspa, KLA Project, Sys NS, Yuni Shara, Edo Kondologit, GlennFredly, dan Butet Kertaradjasa. Dari jajaran musisi muda, ada Gita Gutawa, Ello, Trio Lestari. Delon, Kerispatih, dan Sherina Munaf.

Di tengah konser, sejumlah tokoh nasional berorasi, di antaranya Ketua Umum Partai NasDem Surya Paloh, Ketua Badan Pemenangan Pemilu PDIP Puan Maharani, dan KetuaUmum PKB Muhaimin Iskandar.

"Indonesia butuh perubahan dengan Jokowi presidennya. Mengapa? Karena Jokowi dapat menjaga kepercayaan rakyat,"lukas Surya.

Tidak ada satu pun atribut parpol yang tampak di tengah lapangan ataupun seluruh sudut tribune. Hanya bendera "Salam Dua Jari" dan berbagai

[15] http://dewanpers.or.id/pedoman/detail/167/pedoman-pemberitaan-media-siber. terakhir diakses, Selasa, 9 Juni 2017, pukul 09.27

atribut yang dibawa warga untuk menunjukkan dukungan mereka kepada pasangan capres-cawapres nomor 2 Joko Widodo-Jusuf Kalla (Jokowi-JK).

Maklumat

Suasana semakin gegap gempita ketika Jokowi tiba di tengah panggung. Sambil berlari-lari kecil, Jokowi menghampiri penonton. Tangannya pun mengacungkan dua jari sambil berseru,"Salam Dua jari"

Pada kesempatan itu, Jokowi menyampaikan 'Maklumat Jokowi-JK'. 'Saudara-saudara semua, adalah sebuah sejarah dan sejarah baru sedang kita buat. Itulah yang menjadi alasan mengapa saya dan Pak JK berdiri di sini,"ujarnya.

Jokowi menegaskan dirinya bersama JK hadir bukan karena nafsu untuk berkuasa. "Buat generasi muda, adik-adik saya, kalian adalah pemilik masa depan lndonesia, izinkan kakakmu ini mengajak kalian semua, untuk ikut arah Indonesia. Jalan tinggal selangkah lagi, jaga TPS kita semuanya."

Seusai Jokowi membacakan maklumat, Zastrow Al Ngatawi, yang dikenal sebagai pendamping Gus Dur, menyampalkan tausiahnya. "Untuk menguatkan keyakinan dan keteguhan, hanya dengan selawat yang juga bagian dari Revolusi Mental," tegas dia yang menyambungnya dengan Selawat Badar dan diikuti hadirin.

Setelah itu, tausiah juga disampaikan oleh KH Quraish Shihab. "Ketenangan dan ketenteraman harus terus kita jaga. Yakinlah, kita pada jalan yang benar dan diridai Allah SWT," ujarnya.

Acara diakhiri dengan doa dan dilanjutkan dengan berbuka puasa bersama. (AB/X-4)

Tabel 64
Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Media Indonesia

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Perjuangan rakyat, maklumat Jokowi-JK, kepercayaan rakyat, tokoh nasional, tidak ada atribut partai, sholawat badar, doa dan buka puasa bersama
2	Metafora	Salam 2 Jari, revolusi mental
3	Struktur Teks	Pernyataan warga Tangerang, Banten, Sapto Pernyataan warga Jawa Timur, Lujeng Sudarto Pernyataan Surya Paloh Pernyataan Jokowi Pernyataan Zastrow al Ngatawi Pernyataan Quraish Shihab
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Judul dan seluruh isi berita bermasalah. Memperlihatkan dukungan secara politik dengan memainkan etika jurnalisme

Media Indonesia dan Kompas, sama-sama menurunkan berita bertajuk Konser Salam 2 Jari ini. Konser ini dilaksanakan pada hari terakhir kampanye seperti ditetapkan Komisi Pemilihan Umum (KPU). Acara yang digagas oleh tim kampanye Jokowi-JK ini sepenuhnya disantap dan disajikan kedua koran tersebut ke khalayak tanpa filter apapun. Kedua media harian ini secara sempurna mengglorikan Jokowi-JK. Hal ini bisa dilihat mulai penempatan berita sebagai *headelines*, foto berita, *caption* foto, kutipan, nara sumber dan pelengkap berita lainya. Semuanya mendukung Jokowi-JK.

Naskah berita ini lebih layak disebut sebagai teks kampanye daripada sebuah karya jurnalistik. Foto yang dipakai pun-- Jokowi dan pendukungnya dengan baju kotak-kotak—lebih mirip sebagai poster kampanye. Dalam konteks ini, musik sebagai budaya populer secara tepat dimanfaatkan Jokwi-JK untuk menggaet massa, terutama massa mengambang atau rakyat yang belum menentukan pilihannya.

Dibumbui dengan nama-nama artis nasional, ulama kharismatik, dan syair agama berupa sholawat badar menjadikan berita memiliki daya tarik tersendiri. Ungkapan doa dan buka puasa bersama adalah bumbunya. Di sinilah agama sebagai alat politik.

Dalam situasi kontestasi yang melibatkan dua capres-cawapres, terutama di masa akhir kampanye, berita yang hanya mengangkat satu calon adalah benar-

benar tindakan jurnalistik yang tidak beradab. Sepanjang berita ini tidak ada sedikitpun suara lawan politik Jokowi-JK, Prabowo-Hatta

Tabel 65
Berita Konser Salam 2 Jari Metro TV

Media Grup	
Nama Media	Metro TV
Judul Berita	Surya Paloh Pidato di Konser Slank
Edisi	5 Juli 2014
Wacana	Konser Salam 2 Jari

Pembawa Acara	**:** Baik. Dan sekarang kita akan ikuti dulu … orasi dari Surya Paloh
Surya Paloh	**:** Bersama dengan para Budayawan, Seniman, Musisi, kita, dan para relawan kita. Para pejuang-pejuang yang membawa hati nurani masyarakat Bangsa Indonesia hari ini (Gemuruh) kita bersama dengan mereka semuanya, benarkah itu ?
Relawan	**:** Benar …. (Berteriak bersama)
Surya Paloh	**:** Kita ingin menekatkan tekat dan semangat tujuan cita-cita bersama untuk apa ? Untuk apa ? Untuk Indonesia yang lebih …
Relawan	**:** Baik …
Surya Paloh	**:** Untuk Indonesia yang lebih …
Relawan	**:** Baik …
Surya Paloh	**:** Memang benar untuk Imdonesia yang lebih baik dan untuk itulah saudaraku semua. 96 jam kedepan, di hari-hari yang amat menentukan, pergerakan perjalanan kehidupan kebangsaan kita, karena pada hari itu adalah hari pemilihan presiden Republik Indonesia saudaraku. Siapa calon kita ?
Relawan	**:** Jokowi …
Surya Paloh	**:** Siapa calon kita ?
Relawan	**:** Jokowi
Surya Paloh	**:** Siapa calon kita ?
Relawan	**:** Jokowi
Surya Paloh	**:** Jokowi, Jokowi, Jokowi, Jokowi. Karena apa Jokowi ? Karena apa Jokowi ? Kenapa Jokowi ? Memang Jokowi menang saudaraku semua. Pada tanggal berapa? Tanggal berapa ?
Relawan	**:** Sembilan …
Surya Paloh	**:** Inilah doa dan harapan kita semuanya, Indonesia memerlukan perubahan, Indonesia membutuhkan

	pemimipin yang lahir dari rakyat, yang mengerti rakyat, yang tetap bisa menjaga amanah rakyat. Dan itu ada pada siapa ? Ada pada siapa ? Ada pada siapa ?
Relawan	**:** Jokowi
Surya Paloh	**:** Itu ada pada Jokowi saudaraku semuanya. Maka bulatkanlah tekat, semangat, teguhkan hati kita. Tanggal 9 Juli Insya Allah Indonesia akan mengalami perubahan, perubahan, perubahan, dan perubahan itu dipimpin oleh presiden baru yang bernama ? Yang bernama ? Yang bernama ?
Relawan	**:** Jokowi …
Surya Paloh	**:** Maka ketika matahari terbit dari ufuk timur dan dia akan tenggelam diufuk barat, Insya Allah dengan seluruh hasil kerja keras para relawan, relawan yang ada diseluruh persada tanah air. Dari Sabang sampai Merauke, dari Sabang sampai Sorong Merauke saudaraku, bersama dengan doa dan tekat harapan mereka bersama kita, Insya Allah Jokowi akan …? Jokowi akan ?
Relawan	**:** Menang
Surya Paloh	**:** Demikianlah saudara, maka saya haturkan selamat untuk kita semuanya, terima kasih. Wabillahi taufik walhidayah. Wassalamualaikum wr.wb.

Tabel 66
Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari Metro TV

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Presiden baru, Insya Allah, doa dan harapan kita, Jokowi menang, Wabillahi taufik walhidayah. Wassalamualaikum wr.wb.
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pidato Surya Paloh
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Dari semua berita yang diteliti, berita inilah yang paling bermasalah dari sudut pandang jurnalistik. Vulgar. Tidak tahu etika. Partisan. (Grenz, Stanley J. 2001. : 56). Menggunakan frekuensi publik untuk bisnis dan hasrat politiknya dan sebagainya. (Grenz, Stanley J. 2001. : 57). Bahkan, berita ini sulit untuk

dijelaskan oleh kata-kata dalam penelitian ini. (Denis Mcquail. 2013 : 58). Ada azas megalomania dalam berita ini. Singkat kata berita ini menunjukan Metro TV mengangkangi prinsip dan etika jurnalistik dalam segala aspeknya. (Yasraf Amir Piliang, 2011 :64-65), (Danny Schecter 2007 : 3), (Ignatius Haryanto 2014:71).

Tabel 67
Berita Konser Salam 2 Jari metrotvnews.com

Media Grup	
Nama Media	Metrotvnews.com
Judul Berita	Jokowi-JK Tutup Konser Dua Jari dengan Shalawat dan Doa
Edisi	Sabtu, 5 Juli 2014 18:55 wib
Wacana	Konser Salam 2 Jari
Metrotvnews.com, Jakarta: Calon presiden dan cawapres nomor urut dua, Joko Widodo-Jusuf Kalla, menutup kampanyenya dengan Konser Salam Dua Jari di Stadion Gelora Bunga. Usai membacakan maklumatnya bersama JK, Jokowi mengajak simpatisan yang hadir di konser revolusi mental untuk bershalawat bersama. Serentak ribuan hadirin dan ratusan pengisi acara melantunkan bacaan shalawat. "Sholatullah Salamullah 'Alaa Thoha Rosulillah Sholatullah Salamullah 'Alaa Yasiin Habibillah," seru mereka kompak, di Stadion Gelora Bung Karno, Senayan, Jakarta, Sabtu (5/7/2014). "Allahu Akbar...! Allahu Akbar!!" teriak pembawa acara di sela-sela pembacaan shalawat. Sholawat ditutup dengan pembacaan doa untuk pemilu 9 Juli yang dipimpin oleh Quraish Sihab. "Bila pasangan yang terpilih bukanlah pasangan pilihan kami, maka bantulah kami menerimanya dengan kepatuhan dan keikhlasan hati. Jika yang terpilih, pasangan pilihan kami, bantulah mereka melaksanakan amanat dari kami," tutur Quraish Sihab.(Bob)	

Tabel 68
Konstruksi Wacana Konser Salam 2 Jari metrotvnews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Revolusi Mental, ribuan hadirin, shalawat, doa Quraish Shihab, "Allahu Akbar...! Allahu Akbar!!"
2	Metafora	

3	Struktur Teks	Pernyataan Jokowi Suara hadirin
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Jokowi

Seperti berita-berita lainnya, metrotvnews.com terus mengkampanyekan pasangan Jokowi-JK. Berita ini adalah salah satu puncak dari keberpihakan metrotvnews.com dalam masa kampanye pilpres. Berita yang berbasis konser Salam 2 Jari ini ini dikonstruksi metrotvnews.com dengan bumbu agama. "Allahu Akbar...! Allahu Akbar!! sholawat dan doa dari KH Quraish Shihab. Pertautan agama dan politik salam berita ini sangat kental.

Selain maklumat Jokowi tentang Revolusi Mental, tidak ada narasumber lain. Narasumber tunggal dalam berita pasti menjadi masalah. Minimal tentang asas keberimbangan, tetapi asas ini tampaknya tidak pernah diindahkan oleh pengelola situs berita, khususnya metrotvnews.com dalam kampanye pilpres kali ini. Semua sumber daya dan berita diarahkan untuk dua hal. Mengkampanyekan Jokowi-JK atau memburukkan citra Prabowo-Hatta. Tidak ada yang lain.

Kemunculan situs berita memang menimbulkan paradoks. Di satu sisi, ia menjadi akselerator informasi dan berita untuk masyarakat. Di sisi yang lainnya mengorbankan kualitas dan prinsip jurnalitik. (Jim Hall, 1992 : 4-5). Berita berjudul “Jokowi-JK Tutup Konser Dua Jari dengan Shalawat dan Doa” adalah contoh paradoks tersebut. Masyarakat mengetahui apa yang terjadi di sebuah peristiwa, di sisi lain, berita dibuat sesuai keinginan sendiri. Tidak peduli sisi yang lainnya.

Pilihan kata, istilah dan rangkaian kalimat dalam berita ini dikonstruksi untuk membentuk makna di masyarakat bahwa Jokowi hebat dan religius. Kata sholawat dan doa adalah terminologi agama. Penggunaan mengesankan bahwa kegiatan konser musik yang mendukung Jokowi-JK sesuai nilai agama.

Penyebutan ulama seperti Quraish Shihab adalah wujud bagaimana agama (ulama) sebagai daya tarik dan *vote gatter*. Di tengah dunia yang kian mengglobal, budaya populer (musik) dan agama bersatu. Ia menjadi bumbu politik. (Yasraf Amir Piliang 2011).

3.1.2.4. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

Tabel 69
Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
metrotvnews.com

Media Grup	
Nama Media	Metrotvnews.com
Judul Berita	SBY Cipika-cipiki dengan Prabowo-Hatta di Cikeas
Edisi	Jumat, 4 Juli 2014 21:46 wib
Wacana	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
Metrotvnews.com, Bogor: Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ber-cipika-cipiki dengan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 1, Prabowo Subianto-Hatta Rajasa (Prabowo-Hatta). "Kemesraan" itu terlihat ketika Prabowo-Hatta menyambangi kediaman SBY di Puri Cikeas, Bogor, Jawa Barat, Jumat (4/7/2014) sekira jam 21.20 WIB. Pertemuan SBY dan Prabowo-Hatta terkesan dalam suasana formil. Baik sohibul bait maupun tetamu berpakaian serba putih. Berpeci putih, SBY duduk di ujung meja, di hadapan rombongan Prabowo-Hatta yang duduk saling berhadapan. SBY menyampaikan lima wejangan buat Prabowo-Hatta yang akan bertarung dengan capres-cawapres, Joko Widodo-Jusuf Kalla, pada 9 Juli nanti. Lima nasihat SBY itu; Pertama, meminta Prabowo-Hatta sabar andai kelak menjadi pemimpin Indonesia. Kedua, SBY meminta Prabowo-Hatta terus bekerja. Ketiga, mengutamakan kepentingan rakyat. Keempat, menyayangi semua golongan dan bersikap adil. Kelima, SBY mengingatkan demokrasi adalah pilihan. "Mudah-mudahan cita-cita Bapak Prabowo dan Hatta dikabulkan (menjadi	

presiden dan wapres). Demi kebaikan bangsa dan negara kita," kata SBY mengakhiri pertemuannya dengan Prabowo-Hatta. Lalu, SBY kembali menyalami dan kecup pipi kiri kanan dengan Prabowo, Hatta, dan rombongan. (Ich)

Tabel 70
Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono metrotvnews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Pertemuan tereksan dalam suasana formil, Cipika-cipiki, kemesraan, pesan Presiden SBY
2	Metafora	Cipika Cipiki
3	Struktur Teks	Pernyataan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Berita dipaksakan, berita sambil lalu

Judul berita "SBY Cipika-cipiki dengan Prabowo-Hatta di Cikeas" dibuat dengan terpaksa dan cenderung sinis. Kata "cipika-cipiki" adalah wajud dari nada sinis metrotvenews.com terhadap pertemuan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Prabowo serta tim suksesnya. Berita ini tidak memiliki "daging" (makna inti yang bisa disampaikan kepada pembaca).

Metrotvnews.com melewatkan begitu saja makna terpenting dari pertemuan ini, yakni, dukungan Presiden SBY kepada Prabowo. Metrotvnews.com memilih mengemukakan lima pesan Presiden SBY yang terkesan basa-basi. Pembaca tidak membutuhkan informasi pesan Presiden SBY, tetapi memerlukan kata dukungan untuk Prabowo dalam pilpres kali ini.

Berita ini hanya sebagai *lips service* bahwa metrotvnews.com juga memberitakan Prabowo lho! Tidak hanya Jokowi-JK. Kata "kemesraan" dipakai

situs berita ini untuk memberikan pengertian kepada pembaca bahwa bukan yang sebenarnya. Pertemuan ini hanya kamuflase. Dukungan palsu. (Jim Hall, 1992 : 175).

3.1.3. MNC Grup

3.1.3.1. Kecurangan Kampanye Pilpres

Tabel 71
Berita Kecurangan Kampanye Pilpres sindonews.com

MNC Grup	
Nama Media	Sindonews.com
Judul Berita	Bawaslu Putuskan Kampanye Jokowi di Monas Pelanggaran Pemilu
Edisi	Senin, 30 Juni 2014 − 17:31 WIB
Wacana	Kecurangan Kampanye

JAKARTA - Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) memutuskan dugaan kampanye dengan menggunakan fasilitas pemerintah oleh Calon Presiden (Capres) Joko Widodo masuk pelanggaran pemilu.
Anggota Bawaslu, Nasrullah menyampaikan, berdasarkan hasil rapat pleno, Bawaslu memutuskan kegiatan yang dilakukan capres nomor urut 2 yang biasa disapa Jokowi itu di Monas termasuk pelanggaran administratif.
"Setelah kami pelajari, menggunakan Monas dalam kegiatan yang kami klasifikasikan sebagai kampanye tersebut tidak sesuai dengan Perda dan PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) yang ada," ujar Nasrullah, di Gedung Bawaslu, Jakarta, Senin (30/6/2014).
Nasrullah mengatakan, keputusan ini selanjutnya diserahkan kepada Komisi Pemilihan Umum (KPU). Bawaslu berharap KPU segera memberi surat teguran kepada tim pemenangan Jokowi-JK. "Untuk diberikan sanksi berupa teguran," ucapnya.
Sebelumnya, Jokowi dilaporkan tim advokasi Prabowo-Hatta ke Bawaslu. Jokowi diduga melanggar kampanye karena menggunakan fasilitas pemerintah saat kegiatan lari pagi di lapangan Monas dan Bundaran Hotel Indonesia (HI), Minggu 22 Juni 2014 lalu. (kur)

Tabel 72
Konstruksi Wacana Kecurangan Kampanye Pilpres sindonews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Pelanggaran kampanye, pelanggaran administratif, penggunaan fasilitas pemerintah, pemberian teguran, laporan tim advokasi Prabowo-Hatta
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan anggota Bawaslu Nasrullah
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Penggunaan istilah yang memojokkan Jokowi-JK sekaligus pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo-Hatta

Judul berita "Bawaslu Putuskan Kampanye Jokowi di Monas Pelanggaran" sindonews.com ini berbanding terbalik dengan judul yang dibuat metrotvnews.com. Sama-sama berbicara tentang pelanggaran kampanye pilpres. Hanya saja sindonews.com mengambil peristiwa yang di Monas sedangkan metrotvnews.com peristiwa di KPU. Benar adanya peristiwanya berbeda, tetapi pemilihan *angle* berbeda dan peristiwanya menyiratkan sesuatu : adanya *framing* dan wacana yang dipilih redaksi untuk kepentingan politik.

Kedua situs berita yang memiliki preferensi politik berbeda ini juga menjadi Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) sebagai narasumber tunggal. (Levi Obijiofor and Folker Hanusch. 2011 : 189). Keberpihakan politik kedua situs berita itu menjadikan mereka diwajibkan untuk membuat baik pasangan capres-cawapres yang didukung dan sebaliknya menghantam pasangan capres-cawapres yang tidak didukungnya.

Pemilihan kata, istilah, dan kalimat dengan teori belah bambu (mengangkat satu sisi dan menginjaknya pada sisi yang) menjadikan berita ini bias kepentingan politik. Bukan saja kepentasan dan prinisp jurnalistik yang diabaikan, tetapi etika juga terlewatkan. Prinisp keseimbangan dan keadilan tidak dilakukan dalam berita sindonews.com seperti ini.

3.1.3.2. Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo

Tabel 73
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Koran Sindo

MNC Grup	
Nama Media	Koran Sindo
Judul Berita	Prabowo Dikorbankan Para Jenderal
Edisi	Sabtu, 28 Juni 2014
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto
CIREBON- Prabowo Subianto merupakan tumbal (dikorbankan) para jenderal dalam kerusuhan Mei 1998. Karena itulah, mantan Presiden KH Abdurrahman Wahid sampai menyebut Prabowo sebagai orang paling ikhlas untuk bangsa ini. Penyataan tersebut disampaikan Ketua Umun Pengurus Besar Nabdlatul Ulama (PBNU) KH.Said Aqil Siradj dalam Halaqah Nahdliyin Ulama se-Jawa Barat di Pondok Pesantren (Ponpes) Kempek Palimanan, Cirebon, kemarin. Artinya apa, dia (Prabowo) siap berkorban, siap dilengserkan dari pangkostrad, siap dicabut dari kedudukannya, sebab kalau bukan dia, siapa lagi tumbalnya, Beliau sadar dia hanya tumbal dari jenderal-jenderal yaug lain,"ungkap Said. Selain Said, Prabowo juga hadir dalam pertemuan itu. Tampak pula Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan, pimpinan Ponpes Kempek Palimanan, Cirebon Mustofa Aqil Siradj, dan pimpinan Jamiyah Ahlutariqah AI Mu'tabarah Annahdiyah Habib Muhammad Luthfi bin Ali bin Yahya, serta Ketua Pemenangan Prabowo-Hatta untuk. Jawa Barat Irianto MS Syafiuddin. Ribuan santri turut bergabung dalam acara tersebut. Said juga menyebut Prabowo bukan dalang kerusuhan. Sebagai pangkostrad, Prabowo tidak mengetahui apa-apa mengenai kerusuhan tersebut. Said memahami hal tersebut karena dirinya saat itu menjabat sebagai wakil ketua tim pencari fakta (TPF) yang diketuai Marzuki Darusman. Selain itu, TPF di dalamnya juga ada Bambang Widjojanto yang saat itu menjabat sebagai ketua LBH, Hakim Garuda Nusantara, dan Nursyahbani Katjasungkana. "Kesimpulannya bahwa Prabowo bukan dalang kerusuhan,"katanya. Disinggung soal penculikan aktivis mahasiswa yang dipersoalkan mantan Pangab Jenderal (purn) Wiranto, dia menegaskan, apa yang disampaikan berbeda	

dengan kesimpulan thn pencari fakta. “Saya sebagai wakil tim pencari fakta kerusuhan Mei kesimpulannya, Pak Prabowo tidak ikut campur sama sekali dengan kerusuhan,”ucapnya.

Said juga menuturkan betapa dekatnya Prabowo dengan Gus Dur. Dia teringat ketika terjadi tragedi Mei di Jakarta pada masa reformasi, mantan danjen Kopassus ini seringkali berkunjung ke kediaman Gus Dur di Ciganjur, Jakarta Selatan. Said mengaku sering menemani Prabowo untuk berkonsultasi dengan Gus Dur bersama Muhaimin Iskandar dan Syaifullah Yusuf. Konsultasi kadang dilakukan pada malam hari. Dalam dialog antara keduanya, Gus Dur mengatakan kelak suatu saat Prabowo akan menjadi pemimpin.

“Anda masih muda sabar duIu, nanti akan menjadi pemimpin ketika sudah tua,”ucapnya menirukan Gus Dur. Said meyakini apa yang disampaikan Gus Dur selalu terbukti. Dia mencontohkan ketika cucu dari pendiri NU Hasyim Asyari ini mengatakan, Jenderal Polisi Sutarman akan menjadi pemimpin. Padahal saat itu Kapolri masih menjadi ajudan berpangkat Kombes Polri.

“Gus Dur kalau ngomong terbukti. Sutarman, Bapak nanti menjadi Kapolda Metro, kemungkinan Kapolri betul. Ngomong ke saya, *sampeyan* nanti kalau sudah umur 56 tahun akan menjadi Ketua PBNU, betul juga setelah 56 tahun,”tuturnya.

Lebih lanjut dia menuturkan, Gus Dur sangat senang bila bertemu Prabowo, Purnawirawan Jenderal bintang tiga ini memiliki kelebihan bisa mengobati orang sakit dengan tenaga dalam. “Jadi Gus Dur, kalau susah tidur, oleh Pak Prabowo diterapi dari kepala sampai kaki itu bisa tidur,”ucapnya.

Prabowo mengaku kedekatannya dengan para kiai dan ulama. Prajurit tempur sebelum berjuang didaerah operasi selalu mendatangi para kiai untuk meminta doa. ”Saya sekarang seperti prajurit muda. Karena itu, saya minta mandat dari rakyat dalam suatu perjuangan yang suci menjaga bangsa dan rakyat Indonesia. Ulama bagi saya adalah soko guru masyarakat:"ucapnya.

Prabowopun merundaskan, pertahanan terkuat adalah rakyat yang sejahtera, bukan tentara dengan persenjataan lengkap. Menurut dia, jika rakyat kuat. “Saya berjanji akan menjalankan amanah dengan sebaik-baiknya dan meminta pendapat kepada para ulama dalam memutuskan suatu persoalan,”ungkapnya.

Sementara itu, mantan Dansuspom TNI Mayjen (Purn) Syamsu Djalal menegaskan, anggota Tim Mawar yang melakukan penculikan terhadap aktivis sudah diadili melalui Mahkamah Militer dan tidak terkait Prabowo Subianto. Dia menuturkan, Tim Mawar itu semula bertugas untuk mengamankan Sidang Umum MPR. Namun, ternyata Tim Mawar menyalahgunakan wewenangnya.

Syamsu Djalal mengatakan hal tersebut karena diri sendiri yang menangani kasus itu. Dia diminta menhankam saat itu untuk segera menyelesaikan kasus tersebut. “Prabowo hanya merasa bertanggungjawab, dalam militer tidak ada prajurit yang bersalah, yang salah komandannya, “katanya di Jakarta.

Dia pun meminta masalah Dewan Kehormatan Perwira (DKP) tldak perlu diungkit-ungkit lagi karena persoalan Prabowo sudah diputuskan melalui ketetapan presiden. “Pemberhentian dengan hormat oleh presiden (Habibie) itu

paling tinggi, tidak bisa dibantah lagi. DKP tidak usah diungkit-ungkit lagi,"katanya.

Di tempat terpisah, Ketua Tim Pemenangan Pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa, Mahfud MD, mengatakan bahwa fase turbulensi survei capres-cawapres sudah terlewati. Menurut dia, secara matematis tidak ada iagi kenaikan fluktuatif atau penurunan angka yang tajam. Angka survei relatif konsisten ditempatnya. "Saat ini sesuai survei kita unggul 46%. Sedangkan pasangan Jokowi-JK 41%. Sisanya belum memilih. Misalnya dibagi rata, sudah selesai. Kita masih unggul,"kata Mahfud MD, di Blitar kemarin.

Tabel 74
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo Koran Sindo

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Ribuan santri, tim Mawar, NKRI, Tim Perncari Fakta (TPF), Mahkamah Militer, DKP, tidak ada prajurit yang salah, kepres
2	Metafora	Fase turbulensi, dalang kerusuhan
3	Struktur Teks	Pernyataan Ketua Umum PBNU Said Agil Siradj Pernyataan mantan Danpuspom TNI Mayjen (purn) Syamsu Djalal Ketua Tim Pemenangan Prabowo-Hatta Mahfud MD
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Judul sudah bermasalah, minim verifikasi fakta, keberpihakan politik menjadi masalah bagi etika jurnalisme. Tidak ada usra kubu Jokowi-JK atau yang netral tentang HAM. Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Judul berita "Prabowo Dikorbankan Para Jenderal" dalam wacana dugaan pelanggaran HAM Prabowo adalah kebalikan dengan judul Media Indonesia (Presiden Terpilih Bebas Noda HAM) dan Kompas (Wiranto : Penculikan Inisiatif Prabowo Sendiri). Dengan demikian, sesungguhnya wacana HAM dalam kampanye pilpres dipergunakan oleh setiap media untuk kepentingannya masing-masing. Perbedaan kepentingan membuat perspektif berlainan. Berbedaan itu pula

mengakibatkan konstruksi berita (pemilihan kata, kalimat, paragraf, narasumber dan foto) pun saling bertentangan di antara dua kubu pendukung masing-masing capres-cawapres. (Brian McNair, 2000 : 70), (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2010 : 35).

Perspektif berbeda yang diambil Koran Sindo adalah dengan menautkan Prabowo dengan Gus Dur (Nahdhatul Ulama) melalui Ketua Umumnya Said Agil Siradj. Ini artinya ada pertautan politik dan agama. Politik melalui kampanye pilpres, sedangkan agama disambungkan oleh Nahdhatul Ulama. Pemilihan diksi dan kalimat bernuansa agama sangat kental dalam berita Koran Sindo ini. Ribuan santri, Halaqah Nahdliyin Ulama, kiai, Jamiyah Ahlutariqah AI Mu'tabarah Annahdiyah adalah beberapa diksi yang membangun kalimat untuk membela Prabowo dari serangan dugaan pelanggaran HAM. Tidak lupa berita ini memperkuat sangkalan Prabowo dalam dugaan pelanggaran HAM dengan hasil Tim Pencari fakta (TFP) Kerusuhan Massal Mei 1998. Bahwa Prabowo tidak terlibat. Pun, memuat pernyataan mantan Danpuspom Mayjen (purn) Syamsu Djalal yang secara tegas Prabowo diberhentikan dengan hormat melalui Keppres yang ditandatangani Presiden BJ Habibie. Sedangkan dalam kasus Tim Mawar, Koran Sindo memutar balikkan pernyataan yang ada di Kompas dan Media Indonesia bahwa Prabowo adalah pahlawan. Ia sebagai komandan yang membela anak buahnya.

Tabel 75
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo RCTI

MNC Grup	
Nama Media	RCTI
Judul Berita	Pensiunan Polisi dan Mahasiswa Dukung Prabowo.
Edisi	
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto
Pembaca Berita : Pemirsa, dukungan terhadap capres-cawapres nomor satu (1) Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa tetap berlangsung. Dukungan datang dari pensiunan polisi hingga mahasiswa. Tak hanya dukungan, para pendukung berharap, Indonesia tetap damai siapapun presiden yang di dukung. ---------Suara Musik Gamelan------- (*voice offer*) : Ratusan pensiunan TNI/Polri berpangkat kopral ini menggelar apel bersama, dengan tema "Selamatkan NKRI, Pancasila, dan UUD 1945", di kecamatan Jiwan, Madiun, Jawa Timur. Apel ini juga sebagai pernyataan sikap atas dukungan mereka kepada capres-cawapres Prabowo-Hatta. Para purnawirawan ini juga menolak adanya upaya memecah belah TNI dalam pilpres mendatang. Mereka juga menilai segala tuduhan yang menimpa Prabowo saat ini tak lebih sekedar kantong hitam. Dukungan untuk Prabowo-Hatta juga datang dari Jaringan Mahasiswa Nusantara atau JAMAN di Salatiga, Jawa Tengah. Mereka berkumpul di Bundaran Taman Sari untuk menyampaikan orasi dukungan terhadap capres-cawapres nomor urut satu (1). Di Dompu, Nusa Tenggara Barat, Jaringan Mahasiswa Nusantara juga berkomitmen mendukung pasangan Prabowo-Hatta, mereka bergabung dengan warga sekitar yang antusias menyambut kampanye damai ini. Closing : Tim liputan Kontributor RCTI melaporkan.	

Tabel 76
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo RCTI

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Apel besar, antusias, dukungan capres-cawapres, Selamatkan NKRI
2	Metafora	Kantong hitam, pecah belah
3	Struktur Teks	Dukungan untuk Prabowo, Dukungan dari

		mahasiswa, dukungan dari purnawirawan, dukungan dari berbagai daerah
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Keberpihakan secara politik Media Grup dan MNC Grup sangat terlihat dari berita dugaan pelangaran HAM Prabowo. Jika di Metro TV, Prabowo dihajar dengan pemecatan tidak hormat, maka di MNC Grup, khusunya RCTI, berita ini dibalik dengan dukungan mahasiwa dari berbagai daerah dan purnawirawan yang mendukung Prabowo dengan *angle* menolak pecah belah TNI dan purnawirawan.

Dengan tajuk "Selamatkan NKRI, Pancasila, dan UUD 1945", pernyataan sikap atas dukungan mereka dengan menolak adanya upaya memecah belah TNI dalam pilpres mendatang. Mereka juga menilai segala tuduhan yang menimpa Prabowo saat ini tak lebih sekedar kantong hitam. Sedangkan dukungan dari mahasiswa datang dari Jaringan Mahasiswa Nusantara atau JAMAN di Salatiga, Jawa Tengah. Mereka berkumpul di Bundaran Taman Sari untuk menyampaikan orasi dukungan terhadap capres-cawapres nomor urut satu.

Semua diksi dan kalimat serta gambar yang diutampilkan sangat menguntungkan Prabowoi-Hatta. Tidak ada suara dari pihak yang netral. Pengamat, misalnya. Penyebutan dari berbagai daerah menguatkan indikasi bahwa Prabowo di dukung dari seluruh rakyat Indonesia.

Tabel 77
Berita Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo sindonews.com

MNC Grup	
Nama Media	Sindonews.com
Judul Berita	Mahasiswa Nilai Isu HAM Bentuk Kepanikan Pesaing Prabowo

Edisi	Senin, 30 Juni 2014 − 18:33 WIB
Wacana	Pelanggaran HAM Prabowo Soebianto

JAKARTA - Maraknya tudingan terhadap Calon Presiden (Capres) Prabowo Subianto terlibat pelanggaran HAM menculik sejumlah aktivis antara 1997-998 dinilai sebagai bentuk kepanikan pesaingnya di Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014.

Ketua Keluarga Mahasiswa (KM) Universitas Moestopo Beragama, Marta Sri Anggara menilai kepanikan itu muncul karena elektabilitas Prabowo terus meningkat mendekati pelaksanaan Pilpres 9 Juli 2014.

"Informasi dari media yang telah kami pelajari menunjukkan bahwa Prabowo bersih. Orang-orang terdekat Prabowo sudah mengklarifikasi dan membuktikan bahwa mantan Danjen Kopassus itu tidak terlibat pelanggaran HAM, apalagi penculikan," ujar Marta di Kafe Bengawan Solo, Jakarta Selatan, Senin (30/6/2014).

Pada kesempatan itu Marta juga menyampaikan keprihatinannya atas tindak kekerasan yang dilakukan simpatisan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) terhadap karyawan dan mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta pada 17 Juni 2014 lalu.

"Kami akhirnya tau siapa PDIP dan Jokowi sebenarnya. Saat Indonesia sedang gegap gempita dalam pesta demokrasi untuk mencari pemimpin baru, seharusnya semua pihak dapat berusaha menjaga keamanan dan ketertiban," tukasnya.

Atas dasar itu, mereka akhirnya menegaskan dukungan kepada pasangan capres nomor urut 1 Prabowo-Hatta. "Mulai hari ini kami telah bulat menentukan sikap, dengan memilih Prabowo-Hatta pada 9 Juli nanti," tandasnya.

Sebelumnya ketika kampanye PDIP dalam mendukung pasangan capres nomor urut 2 Joko Widodo-Jusuf Kalla di Yogyakarta, Senin, 17 Juni 2014 diwarnai insiden terhadap mahasiswa dan karyawan Universitas Islam Indonesia (UII). Insiden penganiayaan ini dilakukan simpatisan PDIP di depan kampus tersebut.(kur)

Tabel 78
Konstruksi Wacana Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Mahasiswa mendukung Prabowo, pesaing Prabowo panik, tidak terlibat penculikan, elektabilitas naik, insiden penganiyaan oleh simpatisan PDIP, bulat menentukan sikap memilih Prabowo-Hatta
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Ketua Keluarga Mahasiswa (KM) Universitas Moestopo Beragama, Marta Sri Anggara
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Keberpihakan secara politis juga kental terasa dalam wacana dugaan pelanggaran HAM oleh Prabowo. Jika Media Grup, utamanya, metrotvnews.com menulis tentang pemecatan dengan tidak hormat, sindonews.com menurunkan berita sebaliknya. "Mahasiswa Nilai Isu HAM Bentuk Kepanikan Pesaing Prabowo" adalah judul yang diambilnya. (Wilson Lowrey and Peter J. Gade. 2011 : 76) Dengan narasumber mahasiswa, sindonews.com ingin menegaskan bahwa penculikan (beberapa korban penculikan adalah mahasiswa) adalah isu yang digulirkan untuk membuat reputasi Prabowo buruk. Dengan berbasis survei yang tidak disebutkan mahasiswa mendukung Prabowo-Hatta.

Berita ini jelas sepihak. Sumir. Dipaksakan. Pembaca tidak bisa mengetahui survei elektabilitas Prabowo yang kian naik sehingga yakin memenangi pilpres. Pemilihan narasumber mahasiswa ingin menandaskan bahwa mahasiswa sebagai *agent social of change* tidak terpengaruh dengan isu dugaan pelanggaran HAM Prabowo.

Selain mengangkat Prabowo, *angle* tulisan juga menghantam PDIP yang kadernya diduga menyerang mahasiswa di Yogyakarta. Menyerang PDIP berarti menyerang Jokowi-JK yang diusung PDIP. Mengangkat isu kekerasan terhadap mahasiswa menunjukan berita ini juga dimanfaatkan untuk menurunkan elektabilitas dan nama baik Jokowi-JK.

3.1.3.3. Debat Capres-Cawapres

Tabel 79
Berita Debat Capres-Cawapres Koran Sindo

MNC Grup	
Nama Media	Koran Sindo
Judul Berita	Prabowo Kuasai Panggung Debat
Edisi	Senin, 23 Juni 2014
Wacana	Debat Capres-Cawapres

JAKARTA- Debat calon presiden (capres) semakin menarik. Prabowo Subianto tampak menguasai panggung daripada Joko Widodo (Jokowi) dalam debat capres ketiga yang diselenggarakan Komisi Pemilihan Umum (KPU) diJakarta tadi malam.

Hal itu bisa dilihat dari enam sesi debat yang kali ini dimoderatori pakar hukum Internasionai Universitas Indonesia Hikmahunto Juwana. Daiam debat yang bertema "Politik Internasional dan Ketahanan Naional" tersebut Prabowo juga tampil rileks dan lebih menguausai menteri ketimbang Jokowi. Pada beberapa kesempatan Prabowo sempat memberikan pertanyaan yang cukup membuat repot. Jokowi seperti masalah penjualan Indosat diera pemerintahan Megawati Soekarnoputri hingga penanganan konflik Laut China Selatan.

Pengamat politik Universitas Murcubuana Heri Budianto memilai Prabowo jauh mengungguli Jokowi dalam debat capres ketiga tadi malam. Keunggulan Prabowo tidak hanya dalam konteks penguasaan materi tentang ketahanan nasional dan militer, tapi juga terkait visi politik luar negeri."Jadi debat malam ini makin menunjukkan bahwa Prabowo unggul. Prabowo sangat unggul jauh", kata Heri tadi malam. Menurut dia perayataan Prabowo yang menyatakan bahwa sejengkal tanah pun tidak akan lepas apabila mendapatkan ancaman dari luar merupakan komitmen yang selama ini ditunggu publik.

Komitmen tersebut menunjukkan ketegasan seorang prabowo. "Saya nilai publik mendapat jawaban ketegasan dari Prabowo. Misalnya bagaimana sikap kita menghadapi ancaman dari luar,"ujarnya. Heri meniiai positif konsistensi Prabowo sejak debat pertama hingga debat ketiga yang selalu manekankan kemandirian bangsa, kesejahteraan, dan kemakmuran. Sebab, dalam konteks politik luar negeri yang diperlukan bagaimana membangun sistem yang kuat terlebih dahulu di dalam negeri "Permasalahan yang ada di dalam negeri memang seharusnya diselesaikan terlebih dahulu,"tandasnya.

Indonesia dinilai sulit dipandang negara lain jika tidak kuat secara ekonomi, kondisi masyarkatnya masih miskin, dan tidak mandiri. Dalam konteks ini, politik luar negeri dan ketahanan nasional punya relasi yang cukup kuat dengan kondisi yang teriadi di dalam negeri. Jadi bagaimana kita diakui negara luar kalau negara tidak kuat secara ekonomi, warga miskin, serta tidak mandiri," jelasnya.

Pakar diplomasi Universitas Paramadina Dinna Wisnu berpendapat debat capres tadi malam tergolong sangat informatif. Menurut dia, kedua capres saling

melengkapi tidak ada perbedaan kontras dalam melihat pemasalahan yang ada sehingga cukup melegakan. Soal Laut China Selatan, kata Dinna, kedua pihak punya poin penting, Prabowo mengangkat bahwa ada kepentingan Indonesia yang terganggu. Jokowi merasa belum cukup alasan untuk eskalasi ke ketegangan yang lebih tinggi. “Artinya ada derajat ukuran toleransi melihat ini sebagai masalah besar atau belum. Sayang belum ada cukup eksplorasi dari kedua belah pihak dalam debat tadi,”tegasnya.

Namun, dia mengapresiasi debat ketiga ini sebagai Iebih menghibur, “Moderator tidak kelihatan kaku atau tegang, dia punya ruang memodifikasi pertanyaan. Formatnya cukup bagus dibandingkan debat pertama sehingga kedua capres punya kesempatan saling menggali,”jelasnya.

Dewan Penasihat Tim Pemenangan Prabowo-Hatta, Akbar Tanjung, mengakui Prabowo sangat memahami persoalan politik internasional dan ketahanan nasional Indonesia serta solusi yang ditawarkannya. Sementara Jokowi lebih banyak memberikan opini dalam debat ketiga tersebut. Bahkan, Akbar menilai Jokowi tidak begitu menguasai isu-isu nasional, terutama masalah pertahanan dan politik luar negeri. Misalnya, soal konflik Laut China SeIatan, Jokowi tampak tidak memahami betul persoalan tersebut, padahal konflik atau juga terkait dengan kepentingan lndonesia. “Jokowi mengatakan seolah-olah tidak ada masalah serius dalam konflik (Laut China Selatan) tersebut ujarnya sesuai debat tadi malam.

Menurut Akbar, di level seorang presiden, semestinya jawaban lebih pada kebijakan, baru kemudian berbicara soal program. Dia melihat jawaban-jawaban Prabowo memosisikan dirinya sebagai seorang kepala negara. "Dan Jokowi terlihat lebih teknis sehingga tidak menjiwai,"sebut mantan Ketua DPR itu.

Dalam debat tersebut. Prabawo mengatakan, mengamankan kekuatan nasional dan kekayaan nasional merupakan suatu keharusan. Apalagi, Indonesia berada diantara dua benua dan dua samudra besar yang di dalamnya lintas perdagangan melewati lndonesia.

Banyak negara bergantung pada kondisi keamanan Indonesia. “Kunci dari suatu politik luar negeri (adalah) kalau kita kuat, rakyat kita cukup sandang, pangan, papan, dan sejahtera, maka ketahanan nasional kita akan aman. Karena ketahanan nasional kita ada di kesejahteraan rakyat,”papar Prabowo.

Dia menambahkan, sebelum masuk ke politik internasional, dirinya akan terus-menerus meningkatkan kekuatan nasional dan kekayaan nasional terlebih dahulu. Karena politik luar negeri itu cermin kondisi dalam negeri sehingga diperlukan upaya memperkuat daya tawar lndonesia di hadapan bangsa lain.

"Apabila masyarakat lndonesia miskin, helikopter kurang gaji hakim dan polisi kurang, maka kita tidak punya wibawa dan tidak dihormati bangsa lain sehingga kita dilecehkan,”kata Prabowo.

Selain itu Prabowo menekankan kekayaan nasional Indonesia merupakan seluruh kekayaan yang dimiliki Indonesia di seluruh wilayah. Kekayaan nasional itu menurut dia harus diamankan karena banyak yang bocor."Misalnya bauksit yang digunakan untuk membut alumunium di jual gelondongan keluar negeri, tetapi Indonesia mengimpor alumunium. Kondisi itu yang saya maksud (dengan) terjadinya kebocoran,”katanya.

Prabowo berkomitmen membangun diplomasi dan dialog dalam menyelesaikan masalah politik luar negeri dengan bangsa lain dan menekankan kepentingan nasional "Kita harus berdialog (dalam menyelesaikan masalah dengan bangsa lain), prinsip saya adalah seribu kawan terlalu sedikit, tetapi satu lawan terlalu banyak,"kata Prabowo.

Dia mengatakan tugas pemerintah menjaga kepentingan nasional dan apabila itu terusik harus dipertahankan. Prabowo menekankan dalam upaya diplomasi, ada hal yang tidak bisa ditawar, yaitu keutuhan dan kedaulatan NKRI. "Ada kepentingan inti yang tidak bisa ditawar-tawar, yaitu keutuhan NKRI. Tidak boleh sejengkal pun wiiayah Indonesia lepas atau diserahkan kepada bangsa lain,"tegasnya.

Sementaraku Jokowi menegaskan ada empat prioritas untuk mencapai kebijakan politik Iuar negeri Indonesia yang bebas aktif. *Pertama*, perlindungan warga negara Indonesia (WNI) yang bekerja di luar negeri. "Pada malam ini, saya menyampaikan dukacita atas kecelakaan kapal TKI (tenaga kerja Indonesia) di perairan Malaysia," katanya.

Kedua, menurut dia, adalah perlindungan sumber daya alam maritim. Karena sebagian besar wilayah Indonesia adalah maritim sehingga potensi sumber daya alam maritim yang sangat besar perlu dilindungi. Kemudian, *ketiga*, adalah meningkatkan produktivitas dan daya saing sehingga Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara lain di dunia internasional. *Keempat*, keamanan regional dan menjaga ketertiban dunia.

Pada kesempatan teesebut, Jokowi juga mengatakan pasangan Jokowi-JK berkomitmen untuk mendukung penuh Palestina menjadi negara yang berdaulat dan benar-benar masuk menjadi anggota penuh PBB. "Dalam menjalankan program-program diatas, (strateginya) dilakukan melalui diplomasi antar pemerintah, antar pengusaha, serta antarmasyarakat,"ujarrrya.

Jokowi menegaskan politik luar neger perlu dididukung ketahanan nasional yang kuat. "Pasangan Jokowi-JK akan menguatkan sistem pertahanan nasional dengan menguatkan dan memodernisasi alutsista (alat utama sistem senjata),"katanya.

Menurut Jokowi, penguatan dan modernisasi alutsista ini menjadi salah satu faktor utama penguatan sistem partahanan nasional. Hal lainnya yang perlu mendapat perhatian adalah kesejahteraan prajurit yang dapat menjadi faktor pendukung profesionalismeTNI.

Pada kesempatan tersebut, Jokowi juga menegaskan, pergeseran geopolitik dan geoekonomi dari Barat ke Asia saat ini menjadi momentum yang tepat untuk membangun Indonesia menjadi negara besar di Asia. Bangsa Indonesia, kata dia, harus dapat memenangi pertarungan dengan negara-negara lain, baik di darat maupun di lautan. "Saya meyakini, suatu saat lndonesia bisa menjadi poros maritim di Asia. Kita ingin menjadikan Indonesia negara yang berwibawa dan dihormati,"sebutnya.

Tabel 80
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres Koran Sindo

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Membuat repot Jokowi, masalah internasional, kemandirian bangsa, kesejahteraan rakyat, dukungan ke Palestina, TKI, poros maritim Asia
2	Metafora	Kebocoran anggaran
3	Struktur Teks	Pernyataan pengamat politik Heri Budianto Pakar diplomasi Dinna Wisnu Dewan Penasihat tim Prabowo-Hatta Akbar Tanjung Pernyataan Prabowo Pernyataan Jokowi
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Judul bermasalah, minim verifikasi fakta, lebih sebagai opini daripada fakta. Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Sama seperti Media Indonesia, semua berita Koran Sindo bermasalah secara jurnalistik. Semua teks berita MNC Grup, termasuk yang ada di harian Media Indonesia, secara jurnalistik bermasalah. Keberpihakan politik secara tegas kepada pasangan Prabowo-Hatta adalah penyebab utamanya. Konstruksi teks berita tentu saja berasal dari semua aspek dari proses jurnalistik, yakni, penugasan, pengumpulan, evaluasi, dan penulisan. (Goerge S. Hage, Everette E. Dennis, and Arnold H. Ismach. 1976 : 5)

Dari tiga berita yang ditemukan untuk lima wacana, masalahnya terletak pada semua elemen sebuah berita *headlines*. Mulai dari pemilihan foto, kata atau diksi, kalimat, dan narasumber, semuanya berpihak dan menguntungkan Prabowo Hatta. Posisi pasangan Jokowi-JK dalam berita Koran Sindo sangat marginal. Kalau tidak dikatakan hanya sebagai pelengkap yang bernama *cover both sides*.

Semua prinsip jurnalistik seperti objektif, keadilan (*fairness*), *cover both sides*, dan verifikasi fakta diterapkan dalam berita tetapi dipergunakan untuk keuntungan Prabowo-Hatta. Standar Kode Etik Jurnalistik menjadi abu abu, kabur, dan simpang siur. Bahkan, dipermainkan. Inilah yang disebut Julia Kristeva dengan abjeksi moral. (Yasraf Amir Piliang, 2003).

Judul berita "Prabowo Kuasai Panggung Debat" sangat jelas sumir. Tanpa skala yang jelas dan ukuran yang valid, Koran Sindo menulis "Prabowo Kuasai Panggung Debat" dalam debat Capres-Cawapres. Judul tersebut mungkin bisa diterima akal sehat jika ada ukuran yang jelas. Walaupun sebenarnya dalam perdebatan tidak ada yang kalah atau menang karena hanya sebatas mengeksplorasi gagasan. Debat dalam kampanye pilpres bukan pertandingan antarkontestan. Ia hanya sebagai sarana menyampaikan visi, misi, dan strategi calon ketika kelak terpilih menjadi Presiden dan Wakil Presiden.

Dari sudut kaidah utama jurnalisme, berita ini jelas melanggar prinsip jurnalistik paling mendasar, yaitu, verifikasi fakta. (Bill Kovach and Tom Rosentiels, 2007). Judul berita ini sepenuhnya opini. Tanpa penjelasan yang memadai. Tanpa ukuran kaidah kebenaran ilmiah, Koran Sindo menulis dengan penuh kenyakinan padahal tanpa basis data. Verifikasi fakta adalah jantung jurnalisme. Tanpa verifikasi fakta berita tidak ada bedanya dengan propaganda, teks kampanye, agitasi, dan sejenisnya yang bersifat ultra-subjektif.

Dalam berita ini tidak tercantum adu gagasan yang jelas. Pun, tidak ada visi, misi, dan strategi yang jelas dari kedua calon. Berita ini hanya memuat

kutipan dan penggalan yang sangat jelas tidak bisa dijadikan patokan menang dan kalah; benar dan salah atau pun sejenisnya. Penulisan "Prabowo Kuasai Panggung Debat" sangat jelas upaya membangun opini bahwa Prabowo lebih kompeten dibandingkan Jokowi.

Benar adanya dalam berita ini Koran Sindo menampilkan kutipan dari gagasan Prabowo, tetapi maksud kutipan ini hanya sebatas *lips service* semata; memenuhi unsur etika jurnalitik yang dipaksakan. Kalau dilihat secara keseluruhan berita ini, tidak ada hubungannya antara judul dan tubuh berita. Hanya ada dua kemungkinan perspektif dari berita ini. Berita ditulis oleh orang yang sangat amatir karena ia tidak mampu mensinkronkan judul dan tubuh berita atau berita sangat berpihak karena kepentingan sesaat. Itu saja.

Tabel 81
Berita Debat Capres-Cawapres RCTI

MNC Grup	
Nama Media	RCTI
Judul Berita	Prabowo Sudutkan Jokowi dengan Laut China Selatan
Edisi	Minggu, 22 Juni 2014
Wacana	Debat Capres-Cawapres
Moderator	: Selanjutnya saya akan persilahkan Pak Joko Widodo untuk memulai pertanyaan
(*voice offer*)	: Banyak yang menarik dari debat tadi malam, salah satunya saat Prabowo menanyakan perihal pentingnya posisi Laut Cina Selatan bagi Indonesia
Prabowo	: Bagaimana pandangan bapak tentang peran Indonesia dalam masalah Laut Cina Selatan? Terima kasih
(*voice offer*)	: Mendengar jawaban Jokowi, Prabowo mencoba memperdalam pertanyaan bahwa ada wilayah NKRI yang turut diklaim dalam sengketa di Laut Cina Selatan. Namun Jokowi tetap pada pendirian bahwa Indonesia tidak perlu ikut campur dalam permasalahan tersebut.
Jokowi	: Adalah urusan negara yang lain dengan negara yang lain, tetapi kalo kita bisa masuk dan berperan juga lebih baik,

	tetapi perlu harus kita amati, perlu harus kita cek, apakah kita masuk ke sebuah konflik yang justru membuat kita menjadi berhubungan tidak baik dengan Tiongkok atau kita bisa memberikan jalan keluar atau solusi bagi konflik itu.
(*voice offer*)	: Pengamat politik Heri Budiarto menyoroti kemampuan kedua capres memandang posisi Indonesia dalam peranannya di Laut Cina Selatan.
Talk Show Heri Budiarto (Pengamat Politik)	: Nah saya kira Prabowo mengetahui betul ya bahwa Laut Cina Selatan itu adalah sangat strategis bagi Indonesia, terutama itu yang tadi disebutkan ada empat (4) negara yang terkait di situ. Nah, sementara Jokowi melihat pada posisi saya kira dia e... *wait and see* saya kira ya... dalam posisi itu menunggu dan... dan memberikan solusi bahwa *act statemen*nya sangat tegas mengatakan apa... eh... kita eh... harus melihat dulu kondisinya seperti apa, lalu kemudian bersikap kita itu jelas e... apa namanya untuk e... menjaga bagaimana hubungan Indonesia dengan negara-negara yang terlibat.
(*voice offer*)	: Memang, di level seorang calon prsiden, pemahaman seorang capres seharusnya lebih menekankan soal kebijakan secara umum baru berbicara program. Jika seorang capres tidak menguasai posisi Indonesia dalam hubungan internasional, maka dipastikan program yang digulirkan juga akan sia-sia.
Closing	: Tim liputan RCTI melaporkan.

Tabel 82
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres RCTI

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Konflik Laut China Selatan, debat capres-cawapres, sengketa, hubungan internasional
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Prabowo Jawaban Jokowi Pernyataan Heri Budianto (pengamat politik)
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Berlanjut pada debat capres-cawapres, beritanya tetap bertolak belakang. RCTI mengambil sudut pandang "Prabowo Sudutkan Jokowi dengan Laut China

Selatan," sedangkan Metro TV membela Jokowi dengan berita yang lain. Dengan berita yang ditayangkan RCTI sangat jelas keberpihakan ke Prabowo-Hatta. Kalimat "Prabowo Sudutkan" sangat jelas bahwa Prabowo menguasai masalah sedangkan Jokowi terpepet dan akan kalah. Ibarat petinju yang berada di sudut ring adalah tanda-tanda akan kalah. RCTI memilih diksi ini untuk menyatakan Prabowo lebih baik dari Jokowi.

Keberpihakan RCTI diperkuat dengan pernyataan Heri Budianto sebagai pengamat politik yang diwawancarainya. Narasumber adalah salah satu sumber berita. Pemilihan narasumber menandaskan arah berita. Oleh sebab itu, narasumber yang berpihak mengindikasikan arah keberpihakan media tersebut.

Keberpihakan secara jurnalistik di berita televisi lebih berbahaya daripada berita yang ada di situs berita dan surat kabar. Selain teks berita, unsur audio visual adalah aspek yang mempengaruhi khalayak. Apalagi dalam konteks Indonesia, televisi adalah media yang paling banyak dinikmati.

Tabel 83
Berita Debat Capres-Cawapres sindonews.com

MNC Grup	
Nama Media	Sindonews.com
Judul Berita	Jokowi Keteteran di Debat Capres Jilid III
Edisi	Senin, 23 Juni 2014 − 21:06 WIB
Wacana	Debat Capres-Cawapres
JAKARTA - Calon Presiden (Capres) Prabowo Subianto dinilai mampu menguasai panggung debat antar capres yang diselenggarakan Komisi Pemilihan Umum (KPU), pada Minggu 22 Juni 2014 malam. Hal itu disampaikan anggota Tim Pemenangan Prabowo-Hatta, Priyo Budi Santoso. Menurut dia, Prabowo mampu menguasai materi debat yang memiliki tema politik internasional dan ketahanan nasional. "Pak Prabowo bicara dalam posisi sebagai pemimpin sebuah negara besar yang	

menguasai problem yang dihadapi oleh bangsa," kata Priyo saat dihubungi wartawan, Senin (23/6/2014).
Pemandangan berbeda terjadi pada capres nomor urut dua Joko Widodo (Jokowi). Dirinya berpendapatan, Jokowi terjebak pada masalah teknis dari dua tema itu.
"Jokowi itu sering terjebak pada masalah teknis dan mikro dan agak keteteran dalam menghadapi ini. Meski perlu juga saya puji terhadap kesiapan beliau untuk mempertaruhkan apa, meskipun ada nilai yang bagus. secara umum panggung semua dikuasai oleh Prabowo," terangnya.
Dalam kesempatan ini, Priyo juga sejalan dengan program Prabowo yang mengedepankan kemakmuran rakyat serta keadilan dalam membangun ketahanan nasional.
"Baru kita membangun sebuah armada tentara kita yang kuat dengan alat senjata yang kuat ini kelihatan sekali lagi Prabowo menguasai tentang hal itu, tidak sekadar bicara tentang hal-hal drone dan seterusnya yang justru menjadi titik lemah karena ketika alat-alat strategis kita dijual pada masa sebelumnya," ujar dia.
Dengan gambaran itu, Ia pun meyakini elektabilitas mantan Danjen Kopassus tersebut akan meningkat, terlebih dalam survei internal yang mereka laksanakan terjadi peningkatan pada elektabilitas Prabowo.
"Survei internal Pak Prabowo melampaui meskipun angkanya tipis satu sampai dua digit, tapi itu tidak pernah kita *publish*. Ada kenaikan signifikan dari Prabowo Subianto pada hari-hari ini, jadi menuai menuai simpati. Justru ketika Prabowo banyak diserang oleh beberapa jenderal pendukung," ungkapnya.
"Setelah penampilan Prabowo dua kali debat memanen simpati, ini buktinya tren Prabowo sudah naik dan sudah mulai seimbang kalau tidak menyalip dikit karena waktunya masih ada waktu dua minggu saya kira tren kenaikan ini patut fenomena yang bagus untuk menuju kemenangan," pungkasnya. (maf)

Tabel 84
Konstruksi Wacana Debat Capres-Cawapres sindonews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Jokowi keteteran, Prabowo memanen simpatik, tren kenaikan elektabilitas, menguasai problem bangsa, program kesejahteraan rakyat, keadilan
2	Metafora	Keteteran
3	Struktur Teks	Pernyataan Anggota Tim Pemenangan Prabowo-Hatta, Priyo Budi Santoso.
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Berbasis narasumber salah satu anggota Tim Pemenangan Prabowo-Hatta, Priyo Budi Santoso berita ini menyatakan “Jokowi Keteteran di Debat Capres

Jilid III.” Hanya modal opini Priyo berita ini ditayangkan. Tanpa verifikasi fakta dan keseimbangan berita ini disuguhkan ke pembaca. Maknanya akan berlainan jika sindonews.com memberi perspektif lain atau pendapat berbeda dengan Priyo sehingga akan terasa keseimbangannya.

Judul yang dirancang untuk mendukung Prabowo khususnya dalam momentum debat capres-cawapres. Berita untuk memojokkan. Tanpa skala atau ukuran yang jelas Jokowi keteteran. Berita ini lebih sebagai selebaran kampanye bukan karya jurnalistik (berita) yang memilkii tata aturan, etika dan prinsip tersendiri. Selebaran atau pamplet bisa dilakukan tanpa ukuran dan standar apapun. Pun, bisa dipakai untuk apapun juga.

Dari awal hingga akhir berita semuanya dikonstruksi bahwa Prabowo unggul atas Jokowi dalam masalah hubungan internasional dan ketahanan pangan. Penjelasan Priyo satu-satunya ukuran Jokowi kepepet dan Prabowo menguasai masalah. Ironisnya hal itu dikemukakan oleh salah satu anggota tim sukses Prabowo. Inikah jurnalistik?

3.1.3.4. Konser Salam 2 Jari

Tidak ada berita tentang konser Salam 2 Jari di tiga media dari MNC Grup (Koran Sindo, RCTI, maupun sindonews.com).

3.1.3.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

Tabel 85
Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Koran Sindo

MNC Grup	
Nama Media	Koran Sindo
Judul Berita	SBY Restui Prabowo-Hatta
Edisi	Sabtu, 5 Juli 2014
Wacana	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

JAKARTA- Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) secara terbuka menyampaikan dukungan dan restunya terhadap pencalonan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa sebagai presiden dan wakil presiden.

Dukungan Ketua Umum DPP Partai Demokrat itu disampaikan saat menerima kunjungan Prabowo-Hatta dan tim Koalisi Merah Putih di kediamannya di Puri Cikeas, Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, tadimalam.

Dalam pertemuan tersebut SBY menyebut bahwa kemarin pagi dia menerima surat dari tim kampanye nasional Prabowo-Hatta yang ingin bertemu dan beraudiensi diCikeas "Saya baca (surat yang dikirim tim kampanye Prabowo-Hatta) yang ditujukan kepada saya, SBY, bukan sebagai presiden, dengan demikian saya senang dan sah menerima," ujar SBY.

Pertemuan yang berlangsung sekitar 30 menit mulai pukul 21.00 WIB itu diliputi suasana penuh keakraban dan saling menghargai. Kedatangan Prabowo-Hatta didampingi oleh sejumlah anggota koalisi Merah Putih.

Ada Ketua Umum DPP Golkar Aburizal Bakrie, Ketua Umum DPP Partai Gerindra Suhardi, Wakil Ketua Umum DPP Gerindra, Sekjen Partai Golkar Idrus Marham, Sekjen Partai Amanat Nasional (PAN) Zulkifli Hasan, Sekjen DPP Partai Persatuan Pembangunan (PPP) Romahunnuziy, CEO MNC Group Hary Tanoesoedibjo (HT), serta anggota koalisi lain.

Dalam kesempatan itu SBY mengaku mengikuti perkembangan kegiatan Prabowo-Hatta beserta tim kampanye berkeliling Tanah Air. “Saya mendengar dengan saksama tadi niat Bapak baik untuk datang pada malam hari ini (tadi malam). Semoga Allah memberikan rida-Nya. Allah tentu mendengar niat baik dari siapa pun. Semoga Allah kabulkan niat baik Bapak-Bapak sekalian; kata SBY. Lebih jauh, SBY berharap Prabowo-Hatta juga meminta restu dan doa kepada seluruh rakyat Indonesia.

SBY kemudian menyampaikan lima pesan kepada Prabowo-Hatta seandainya mereka diberi amanat memimpin bangsa Indonesia untuk periode 2014/2019. Presiden dua periode ini menyatakan tidak menyiapkan catatan yang dinilai bermanfaat bagi pasangan capres-cawapres dan dinilai dapat membawa kebaikan bagi bangsa dan negara. “Saya harus berhati-hati untuk menyampaikan pesan ini, saya khawatir di anggap menggurui. Saya hanya menyampaikan hal ini

berangkat dari yang saya alami, penuh suka dan duka, penuh romantika. Banyak pelajaran yang saya petik, saya ingin berbagi, kata mantan menteri koordinator politik dan keamanan ini.

Pesan pertama, SBY mengingatkan bahwa menjadi pemimpin, termasuk menjadi presiden, harus memiliki sikap sabar, tegar, dan kuat. "lndonesia kini berada di era kebebasan, kritis. Saudara kita memiliki harapan tinggi, seringkali di luar kemampuan pemerintah. Dalam konteks ini ada masyarakat yang mudah menyalahkan, kritik tidak puas dan kecewa. Kalau sudah begitu, yang jadi sasaran presiden, kemudian wapres, baru menteri, kemudian gubernur atau bupati walikota,"katanya.

Hal kedua yang dititipkan oleh Kepala Negara adalah teruslah bekerja dan berikhtiar. "Persoalan tidak ada habis-habisnya. Kadang masyarakat kita kritis, atau bahkan bisa juga (kita) dihujat dan disalahkan, namun harus (direspons dengan) terus bekerja dan ikhtiar,"kata presiden.

Pesan ketiga adalah banyaknya kepentingan ketiga seseorang menjadi pemimpin negara. SBY berharap, jika Prabowo-Hatta memimpin negara ini maka keduanya wajib mengutamakan kepentingan rakyat di atas kepentingan partai, kelompok, maupun keluarga. "Banyak godaan, karena itu harus kokoh dan tidak mudah tergoda,"tegasnya.

"Yang keempat, rakyat berharap, bila memimpin harus pimpin semua, adil, termasuk saudara kita yang tidak pilih Bapak. Pemimpin tidekt boleh memendam amarah, apalagi dendam. Begitu dapat mandar, se-mua jadi rakyat kita,"ujarnya.

Terakhir SBY mengingatkan, demokrasi dan kebebasan yang berkembang saat ini harus terus dihargai dan dikembangkan. "Dengan demokrasi yang belum matang, kadang *rule of law* belum terbentuk dengan baik, politik jadi gaduh. Karena itu, sasaran kembarnya politik stabil ekonomi tumbub, kesejahteraan rakyat bisa terwujud dengan tetap hormati nilai demokrasi,"kata Presiden.

Prabowo, dalam kesempatan itu, mengucapkan terimakasih dan penghargaannya atas masukan-masukan yang di sampaikan Presiden. Dia berjanji akan melanjutkan program pemerintah yang sudah berjalan dengan baik. "Bapak sebagai tokoh nasional,negarawan bangsa, kami ucapkan terimakasih. Bagi kami, ini amanat dan pesan. Kami hanya ingin sampaikan penghargaan dan rasa hormat kami atas semua yang telah Bapak lakukan kata Prabowo kepada SBY

Dukungan Moral Luar Biasa

Pengamat komunikasi politik dari Mercu Buana Jakarta, Heri Budianto, menilai pertemuan tersebut merupakan simbol dukungan riil Presiden SBY kepada pasangan Prabowo-Hatta. "Intinya oke (bagus) dukungan itu. Itu dukungan moral yang luar biasa,"ujarnya kepada KORANSINDO tadi malam. Dia mengatakan dukungan tersebut perlu dikelola dengan baik oleh tim pemenangan Prabowo-Hatta. Pasalnya pengaruh SBY hingga kini masih cukup besar. "Pengikut SBY cukup banyak. Jika dukmgan SBY ini dimaksudkan, dukungan kepada Prabowopun juga akan besar,'katanya.

Hal senada disampaikan pejngamat politik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Iswandi Syahputra. Diterimanya Prabowo-Hatta dam tim koalisi

Merah Putih ke kediaman SBY tadi malam sangat efektif untuk menambah elektabilitas pasangan nomor urut 1. Bagaimanapun, SBY masih menjadi presiden yang sah. “SBY masih punya efek ketokohan yang akan berpengaruh signifikan untuk Prabowo-Hatta,”kata Iswandi tadi malam.

Menurut lswandi, ada tiga faktor yang membuat SBY ber pengaruh signifikankan untuk Prabowo-Hatta. Pertama, SBY merupakan kepala negara dan kepala pemerintahan resmi. Meski SBY tidak bisa mengambil keputusan strategis, tapi tentu kormando birokasi bisa dikendalikan sepenuhnya oleh SBY. “SBY masih memiliki kapasitas (memimpin),”ungkapnya.

Kemudian, benar bahwa pamor Partai Demokrat menurun, namun dalam Pemilu 2014 membutikan bahwa partai berlambang bintang Mercy itu masih dipercaya masyarakat dengan perolehan suara. Hingga 10%. Padahal sebelumnya suara Demokrat diprediksikan menurun. “Ini bukti kerja keras caleg Demokrat dan efek ketokohan SBY. Ini (dukungan) signifikan, dan konkret,”ujar Iswandi.

Terakhir, kedekatan SBY dan Prabowo dapat membawa keyakinan dunia internasional terhadap Prabowo. Ini juga membuktikan bahwa tidak ada ancaman dalam diri Prabowo dalam berdiplomasi ditingkat global jika terpilih nanti. Penjelasannya, selama 10 tahun memerintah SBY berhasil menerapkan diplomasi internasional dengan kebijakan politik luar negeri yang sejuk. "Meskipun dipancing oleh konflik regional oleh Malaysia, Singapura, atau Australia, konflik itu berhasil diselesaikan dengan baik,”paparnya.

Secara formal dan verbal sebagai kepala negara, memang SBY harus tetap netral, tapi sebagai ketua umum partai, SBY tidak mungkin netral karena Partai Demokrat telah mendeklarasikan dukungan kepada kubu Prabowo-Hatta. “Intinya, kedekatan SBY dengan Prabowo menambah nilai jual Prabowo-Hatta di mata pemilih,”kata Iswandi.

Tabel 86
Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
Koran Sindo

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Koalisi Merah Putih, Allah meridhoi, doa seluruh rakyat Indonesia, era kebebasan kritis, menambah elektabilitas dukungan moral, *rule of law*, tokoh nasional, negarawan
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan pengamat politik Heri Budianto Pernyataan pengamat komunikasi politik Iswandi Syahputra
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo Foto SBY dan Tim sukses Prabowo-Hatta

		Judul bermasalah, kental dengan kepentingan politik bukan kepentingan jurnalisme Berita sebagai kampanye bukan untuk urusan publik secara makro Tidak ada suara dari pihak Jokowi-JK

Berita berjudul "SBY Restui Prabowo-Hatta" adalah 'eksklusif' Koran Sindo. Berita ini tidak ada di Media Indonesia dan Kompas. Apapun alasan dari ketiga koran tersebut memuat dan tidak memuat menjadi persoalan serius bagi jurnalisme. Di satu pihak, dukungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) terhadap capres-cawapres memiliki nilai berita (*news values*) yang sangat tinggi sehingga peristiwa ini layak menjadi berita. Di sisi lain, peristiwa ini hanya diketahui sendiri oleh Koran Sindo sehingga Kompas dan Media Indonesia tidak atau enggan memuatnya.

Dari sudut kontestasi dukungan dari Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sangat bernilai tinggi. Selan menjabat sebagai Presiden, SBY adalah Pendiri dan Ketua Umum Partai Demokrat yang memiliki jumlah pemilih tidak sedikit. Artinya, dengan adanya pertemuan tersebut pemilih Demokrat yang mengambang akan terpengaruh untuk memilih Prabowo-Hatta karena faktor SBY.

Di sisi lain, dukungan SBY pun disebabkan pertautan darah. SBY dan Hatta Rajasa besanan. Edhy Baskoro Yudhoyono, putra bungsu SBY menikah dengan putri Hatta Rajasa, Aliya Rajasa. Dalam politik hubungan perkawinan sudah dipraktikan sejak zaman dahulu. Jadi sesuatu yang lumrah bila SBY mendukung pasangan Prabowo-Hatta. Sebaliknya sesuatu yang anomali jika SBY

mendukung Jokowi-JK yang notabene SBY tidak akur dengan Megawati karena persoalan pribadi.

Tabel 87
Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono RCTI

MNC Grup	
Nama Media	RCTI
Judul Berita	Prabowo Bertemu Presiden Susilo Bambang Yudhoyono di Cikeas
Edisi	4 Juli 2014
Wacana	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
Reporter	: Selain Prabowo dan Hatta Rajasa, hadir juga dalam pertemuan itu, tim kemenangan dari koalisi tim Merah-Putih dari enam (6) partai pengusung Prabowo, tampak juga semua partai pengusung Prabowo, hadir juga dalam. Hadir juga Harry Tanoesudibjo dalam sillaturrahmi bersama presiden Susilo Bambang Yudhoyono, seperti diketahui pasangan Prabowo sebagai capres nomor urut satu (1) diusung oleh koalisi Merah-Putih dari enam (6) partai seperti Gerindra, PAN, PPP (P3), PKS, PBB, serta Golkar.
Closing	: Ya, pemirsa demikian Breaking News RCTI. Saya Tasya Syarif, terima kasih, dan selamat malam.

Tabel 88
Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono RCTI

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Kesamaan visi dan misi, Partai Demokrat bergabung dengan Koalisi Merah Putih
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Breaking news
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Berita berbasis dari peristiwa. Dalam kejadian ada sejumlah fakta. Rangkaian fakta itu dikonstruksi menjadi beda dengan menggunakan kaidah 5W + 1H. Pertimbangan sebuah kejadian dan fakta menjadi berita adalah adanya nilai berita (*news value*). Dengan demikian, nilai berita ini adalah syarat utama sebuah peritiwa menjadi berita.

Nilai berita banyak jenisnya. Yang paling utama adalah penting. Apa itu penting? Berita itu disebut penting jika berkaitan dengan tiga hal. Yakni, menyangkut nyawa, ancaman nyawa (bencana alam), dan materi. Nah fungsi utama berita adalah menyampaikan sesuatu yang penting ke khalayak.

Dalam berita televisi dikenal dengan nama *breaking news*. Jenis berita ini adalah sesuatu peristiwa yang harus sesera disampaikan ke masyarakat karena sangat penting. *Breaking news* adalah acara atau tayangan yang mengganjal atau menghentikan acara yang sedang tayang. Begitu pentingnya berita tersebut hingga mengalahkan acara-acara yang lain. Artinya, peristiwa ini ada di puncak peritiwa yang paling penting.

Nah, RCTI meletakkan pertemuan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan Prabowo dan tim suksesnya dalam katagori sangat atau teramat penting bagi publik. Teramat dipaksakan. Kalau dipotret dari tiga kriteria penting di atas (kehilangan nyawa, ancaman bencana alam, dan kehilangan materi), pertemuan Presiden SBY dan Prabowo tidak masuk kriteria *news value* penting. Inilah yang disebut *breaking news* sebagai mitos. (Stephen Cushion. 2011 : 74).

Tabel 89
Berita Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sindonews.com

MNC Grup	
Nama Media	Sindonews.com
Judul Berita	Koalisi Merah Putih Klaim Demokrat Resmi Bergabung
Edisi	Rabu, 11 Juni 2014 − 20:51 WIB
Wacana	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
JAKARTA - Kubu capres-cawapres nomor urut satu Prabowo Subianto-Hatta Rajasa membenarkan kabar bergabungnya Partai Demokrat ke barisan Koalisi Merah Putih dalam Pilpres 2014. Sebelumnya, dalam kampanye akbar yang dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara, pada Rabu (11/6/2014), Prabowo sempat mengucapkan terimakasih kepada partai-partai pendukung. Salah satunya adalah Partai Demokrat. Anggota Dewan Penasihat Tim Pemenangan Nasional Zulkifli Hasan mengatakan, Partai Demokrat telah bergabung ke dalam Koalisi Merah Putih setelah Prabowo menyampaikan visi misinya di depan kader partai pimpinan SBY tersebut di Hotel Syahid, 1 juni 2014 lalu. "Sudah, memang Demokrat sudah gabung sama kita sejak visi misi itu," ujar Zulkifli di Rumah Polonia, Cipinang Cempedak, Jakarta Timur, Rabu (11/6/2014). Dengan bergabungnya Partai Demokrat, Koalisi Merah Putih pimpinan Prabowo telah didukung oleh tujuh partai, diantaranya, Partai Gerindra, Partai Golkar, PPP, PAN, PKS, dan PBB. (maf)	

Tabel 90
Konstruksi Wacana Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sindonews.com

No	Konstruksi Wacana	Keterangan
1	Kosa Kata Kalimat Istilah	Kesamaan visi dan misi, Partai Demokrat bergabung dengan Koalisi Merah Putih
2	Metafora	
3	Struktur Teks	Pernyataan Anggota Penasihat Tim Pemenangan Nasional Prabowo-Hatta, Zulkifli Hasan
4	Tata Bahasa dan Kohesi	Pembendaharaan kata dan makna cenderung menguntungkan Prabowo

Berita berjudul "Koalisi Merah Putih Klaim Demokrat Resmi Bergabung" ditayangkan menjelang akhir-akhir kampanye. Teka teki sikap politik Presiden

Susilo Bambang Yudhoyono dan Partai Demokrat ditunggu masyarakat karena pemilih Demokrat masih *undecided voter* atau belum menentukan Jokowi-JK atau Prabowo-Hatta. Apalagi Presiden SBY yang merupakan Ketua Dewan pembina Demokrat saat itu memiliki pengikut fanatik yang tidak sedikit. Minimal, Presiden SBY dipilih 60 persen pada pilpres 2009.

Berita ini hanya klaim Koalisi Merah Putih. Partai Demokrat belum menentukan pilihan. Jadi hanya klaim semata. Berbasis pendapat anggota Dewan Penasihat Tim Pemenangan Nasional Zulkifli Hasan (Ketua Umum Partai Amanat Nasional) berita ini tidak memiliki basis atau kekuatan data. Tidak bisa diverifikasi. (Jim Hall, 1992 : 54).

Di samping pembendaharaan kata dan kalimat yang menguntungkan Prabowo-JK, berita ini tidak ada pembanding lain. Maknanya akan berbeda jika sindonews.com berlaku seimbang dengan mencari dan mencantumkan narasumber yang berbeda secara politik dengan Zulkifli Hasan.

3.2. Praktik Sosio Kultural

3.2.1. Kecurangan Pilpres

Justifikasi kecurangan pada masa kampanye pilpres 2014 justeru sering dilakukan oleh media massa atau *trial by press*. Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) yang berwenang belum memutuskan apapun tetapi media sudah lebih dahulu menjatuhkan vonis bersalah kepada kandidat atau partai politik tertentu. Ini yang berbahaya. Penghakiman oleh media dipicu oleh keberpihakan media tersebut terhadap partai politik dan kandidat tertentu.

Sesungguhnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Bawaslu memiliki mekanisme tersendiri untuk mengatasi kecurangan kampanye pilpres. Biasanya kalau ada dugaan kecenderungan akan dikanalisasi terlebih dahulu. Setelah melalui proses dan mekanisme tersendiri diputuskan apakah diteruskan ke Bawaslu yang bersifat administratif atau kepolisiaan jika kecurangan tersebut menyangkut kriminalitas. Sedangkan pelanggaran di bidang penyiaran ada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang mengawasinya. KPU, KPI, dan Dewan Pers sudah menandatangani nota kesepahaman tentang pelanggaran tentang berita di televisi. Kalau ada kesalahan-kesalahan media cetak sepanjang itu melanggar kode etik ada Dewan Pers. Oleh sebab itu, KPU tidak khawatir akan muncul potensi-potensi yang dikhawatirkan banyak pihak selama tidak di justifikasi oleh media tersebut sebagai kecurangan .

Sesungguhnya kecurangan dalam kampanye pilpres 2014 tidak perlu dilakukan pasangan capres-cawapres. Masyarakat sudah lebih cerdas dalam menentukan pilihan. Jadi tidak dibutuhkan kecurangan unutk menang. Hanya saja harus diakui bahwa tetap ada pihak yang menjadikan kecurangan sebagai jalan untuk memenangi kontestasi. Oleh sebab itu tidak dapat dipungkiri bahwa kedua tim sukses kandidat (Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK) melakukan upaya-upaya yang tidak sesuai peraturan yang ada atau berlaku untuk memainkan trik-triknya. Persoalan pengemasannya dan gaya oleh pasangan tim calon. Tetapi kalau yang disajikan dalam kampanye di luar konteks ketentuan yang ada hal tersebut sudah upaya manipulasi. Sebab peraturan kampanye sudah sangat jelas tentang larangan-larangannya. Misalnya, tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang Dasar

1945, jangan menghina SARA, jangan berselisih atau konflik. Larangan-larangan tersebut sudah ada hukumannya, yaitu, pidana .

Bentuk kecurangan lain adalah *money politic*. Bagi sebagian masyarakat yang materialistis politik uang menjadi sesuatu yang dinanti, tetapi bagi masyarakat yang memiliki pilihan dengan mantap politik uang tidak akan menggoyahkan pilihannya. Di sinilah kecerdasan masyarakat diuji. Selain kandidat, biasanya politik uang dilakukan dilakukan oleh partai politik pengusung kandidat tersebut.

Dugaan kecurangan lain adalah keterlibatan di tingkat penyelenggara pemilu daerah (KPUD). Keterlibatan penyelenggara pemilu dalam berbentuk kecurangan bisa terjadi akibat iming-iming uang juga jabatan purna-tugas atau ketika kandidat yang didukungnya memenangi konstestasi. Dalam konteks kecurangan yang dilakukan penyelenggaran pemilu, maka DKPP (Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu) yang berwenang dalam menyelesaikan masalah ini.

Untuk menghindari kecurangan ketika pilpres, banyak langkah yang bisa dilakukan. Antara lain, pertama, sosialisasi informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan tentang pilpres. Untuk wilayah perkotaan mungkin sosialisasi tidak menjadi masalah, tetapi bagi wilayah yang sulit dijangkau dengan teknologi komunikasi membutuhkan cara alternatif yang berbeda. Tidak bisa disamakan atau dipukul rata untuk semua warga negara, Begitu juga perbedaan tingkat pendidikan, strata sosial dan sebagainya membutuhkan sosialisasi yang berbeda pula.

Kedua, pemahaman aturan main oleh tim kampanye. Biasanya kecurangan pemilu dilakukan dengan cara menyiasati aturan oleh tim sukses atau tim kampanye pasangan capres-cawapres. Berbagai peraturan yang seharus ditaati terus dicari celah dan kelemahannya. Oleh sebab itu, pemahaman yang komprehensif di tim kampanye menjadi kunci utama untuk menghilangkan kecurangan dalam pilpres. Ketiga, *punishment* atau hukuman terhadap penyelenggara pemilu harus jelas. Tidak boleh *punishment* mengambang atau tidak jelas sehingga akan menimbulkan permasalahan di kemudian hari. Keempat, penyelenggara pemilu tidak bermain-main. Kalau penyelengaraannya harus konsisten. Kalaupun ada kesalahan perhitungan sangat manusiawi apalagi dengan kerja keras yang sangat luar biasa yang menyita waktu dan konsentrasi. Tetapi tidak dalam konteks potensi untuk ke arah kecurangan yang sistematis, massif, atau terstruktur.

Dalam praktik politik uang harus dilihat dari dua sisi (Saldi Isra, 2009 : 25). Ada penawaran dan juga permintaan. Di sini hukum ekonomi berlaku. Oleh sebab itu salah satu rantainya harus diputus untuk mengakhiri praktik tersebut. Dalam konteks negeri kita, praktik politik uang masih subur karena kondisi ekonomi warga negara belum mapan. Kemiskinan masih menjadi realitas di mana-mana. Oleh sebab itu sosialisasi terhadap pemilih harus terus digenjot.

Di sisi lain, faktor yang menyuburkan praktik kotor adalah tingkat kenyakinan atau mentalitas calon. Kalau kandidat tidak optimistis memenangi pertarungan, maka kecurangan menjadi salah satu alternatif untuk menggapai takhta yang diincarnya ((Agus Sutisna, 4 Juli 2017). Seharusnya visi, misi, dan

program kerja yang dikedepankan, karena kalah dalam survei pendahuluan politik uang dan kecurangan adalah jalan pintasnya.

Banyak laporan kecurangan pemilu hanya pada tahap etis sehingga Bawaslu kesulitan untuk menindaklanjutinya. Pada tataran teknis pelanggaran hukum pemilu membutuhkan waktu lama dan kesabaran sehingga melelahkan semua pihak. Makanya penegakah hukum pemilu masih sesuatu yang susah ditegakkan. Sampai saat ini sudah tiga pilpres langsung (2004, 2009, dan 2014) tidak pernah terdengar atau ada keputusan Bawaslu yang menghukum pasangan sehingga bisa membatalkan kemenangan satu pasangan. Oleh sebab itu, hingga kini etika politik hanyalah isu yang menjadi catatan kaki. Paling jauh etika politik hanya menjadi indikator kualitas demokrasi. Apakah demokrasi di Indonesia, baik, menengah, atau buruk. Tegasnya, pelanggaran etika tidak membatalkan hasil pemilu.

Penegakan hukum pemilu sangat tergantung pada aturan/hukum pemilu yang ada. Selama ini peraturan yang ada tidak mengkover atau tidak mendesain dirinya untuk pemilu berlaku jurdil, maka pelanggaran hukum pemilu akan terus berulang. Sudah menjadi rahasia umum atau kritik yang biasa dilontarkan menjelang penyusunan peraturan pemilu. Bahwa aturan main pemilu kerap kocar-kacir atau banyak celah dan bolong yang bisa dimanfaatkan oleh partai politik untuk melakukan kecurangan. Hal ini terjadi sebab yang membuat peraturan juga sekaligus berfungsi pemainnya. Ia wasit juga pemain.

Political will dan komitmen pihak yang membuat peraturan dan hukum pemilu tidak pernah menjadi agenda utama atau sesuatu yang dianggap penting.

Padahal, banyak kalangan sipil atau yang berada di luar partai yang memandang isu peraturan pemilu ini sangat krusial dan justru yang terpenting. Aturan main seperti keuangan partai politik, laporan dana kampanye, audit sumbangan dari luar partai tidak pernah menjadi agenda utama partai politik sebagai penyusun peraturan (Saldi Isra, 2009 : 3). Partai politik di DPR lebih konsen membuat peraturan ambang batas suara mengajukan capres-cawapres, pembagian suara di daerah pemilihan dan sebagainya. Intinya kepentingan partai politik *first*, peraturan yang mengawasinya menyusul (kalau mau).

Tabel 91
Analisis Komprehensif tentang Kecurangan Kampanye Pilpres

Kecurangan Kampanye Pilpres		
No	**Element CDA Norman Fairclough**	**Keterangan**
1	Menfokuskan pada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotika	1. Pilihan diksi, kata, dan kalimat Kompas Grup cenderung netral walaupun dalam beberapa bagian khususnya Kompas TV dan Kompas.com menyudutkan pasangan Prabowo-Hatta 2. Media Grup memilih diksi, angle, dan kalimat yang menguntungkan pasangan Jokowi-JK dan kerap memilih kata dan kalimat yang merugikan Prabowo-Hatta 3. MNC Grup berkebalikan dengan Media Grup. Mereka memilih kata dan kalimat jurnalistik yang menguntungkan Prabowo-Hatta dan kerap menyudutkan pasangsan Jokowi-JK
2	Identifikasi hambatan-hambatan untuk menangani ketidakberesan sosial tersebut	1. Kondisi masyarakat yang belum dewasa dalam demokrasi, di satu sisi dan kian pramatis, pada sisi yang lainnya 2. TNI masih dianggap superior atas sipil

3	Apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial tersebut	1. Pihak yang melanggar beranggapan akan menang. Jika tidak curang maka tidak akan menang 2. Lemahnya penegakan hukum (Bawaslu dan Polri) 3. Masyarakat permisif atau menganggap biasa terjadinya pelanggaran Pemilu 4. Masyarakat takut melapor kecurangan yang diketahuinya
4	Mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan tersebut	1. Edukasi masyarakat agar melek Pemilu yang Luber 2. Memperkuat Panwas/Bawaslu

3.2.2. Dugaan Pelanggaran HAM Probowo[16]

Ada beberapa faktor tentang kegagalan penegakkan HAM di Indonesia. Pertama, faktor kelompok pelaku dan dari situasi pelaku. Mereka menciptakan apapun cara dan situasinya supaya tidak ada pertanggungjawaban HAM. Biasanya itu berasal dari kelompok tentara atau aparat keamanan polisi dan militer. Mereka memang terikat secara ideologi dari histori dari para seniornya yang nama-namanya tidak bertanggung jawab. Mereka selalu bilang mengadili individu pelanggar HAM berarti mengadili institusinya. Padahal yang namanya pertanggungjawaban HAM adalah tanggung jawab pidana dan individu. Pertanggungjawaban kriminal itu personal, tetapi institusi tentara menjadi momok kalau mereka yang diminta pertanggungjawab tentang HAM.

Para mantan militer yang diduga melanggar HAM bekerja di negara karena mempunyai uang, memiliki akses, dan bermain politik. Semua energi

[16] Atas rekomendasi dan persetujuan dari Haris Azhar, beberapa bagian dari tulisan tentang wacana dugaan pelanggaran HAM Prabowo diambil dari tulisannya yang dimuat di berbagai media online. Salah satunya di http://www.beritametro.news/opini/lima-salah-kaprah-tentang-hak-asasi-manusia yang diakses terakhir 7 Juli 2017 pukul 05.44 Wib. Pun hasil wawancara dengannya di Jalan Velodrom Nomor 61 A Rawamangun, Jakarta Timur

dipakai untuk menciptakan situasi yang tersembunyi. Kejahatan yang dilakukan sebisa mungkin tidak disentuh hukum. Kondisi ini dibuat karena mereka memakai akses terhadap kekuasaan/negara. Mereka mau menggunakan uang dan supaya daya upaya agar tidak ada yang menuntut pertanggungjawaban dari negara.

Kedua, menciptakan situasi masyarakat di lingkungan yang seperti disebutkan pada nomor pertama; menyeret individu berarti menyeret institusi. Dengan mengurus HAM negara tidak akan bisa maju; melelahkan. Situasi masyarakat ini yang membuat menjadi netral terhadap HAM. Sebetulnya konsentrasi pada HAM bukannya tidak populer tetapi masalah di sini, yang namanya menegakan keadilan bagi masyarakat, kesetaraan, pemenuhan HAM untuk masyarakat kalau berhadapan terhadap pejabat negara dan aparat adalah sangat melelahkan; membuthkan energi yang luar biasa.

Ketiga, kredibilitas penguasa, yang juga tersandra oleh politik-politik para orang-orang lama atau institusi yang menjadi pelaku pelanggaran HAM. Kecuali Gus Dur (Presiden Abdurahman Wahid), Presiden Megawati, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dan Presiden Jokowi mengandalkan tentara untuk menjaga stabilitas negara dan kekuasaan. Bahkan situasi di era Presiden Jokowi lebih parah dibandingkan masa Presiden SBY. Presiden Jokowi memang bukan aktor politik. Ia bukan agen politik. Presiden Jokowi orang yang mendapat durian runtuh.

Meski demikian, rezim penguasa menggunakan isu HAM untuk sama-sama mengambil keuntungan (Benny Susetyo. 2004. : 155). Apalagi faktor penegakkan HAM tidak mungkin satu. Makanya setiap rezim identik dengan salah satu atau kelompok pelanggaran HAM. Setiap calon. Wiranto, SBY, Prabowo,

dan Jokowi semuanya memiliki pelanggar HAM di belakangnya. Contohnya, Presiden Jokowi tidak bisa dilihat dari personal. Presiden itu lembaga. Siapapun ada rezimnya; apa dan siapa di belakang lembaga itu. Kita tidak bisa melihat personalnya. Kalau dia *chief* untuk membuat kue itu personal, tapi kalau presiden dia tidak bisa personal. Banyak pendukung Jokowi seolah-olah memperjuangkan HAM, padahal mereka tidak mengetahui apa yang diperjuangkan. Anda tahu tidak kritik dan protes dua hal yang berbeda. Jadi mempunyai pekerjaan untuk mengeritik tetapi tujuanya sebenarnya ingin menjadi penguasa.

Wacana HAM harus terus dipelihara; harus terus menjaga. Terus menggelora, menggelorifikasikan tuntutan HAM. Harus diwacanakan. Viral dan tidak mengecil dan membesar tapi yang stabil. Saat ini yang bisa kita lakukan hanyalah melihara sembari mencari terobosan, membangun sejumlah terobosan kecil-kecil tentang HAM. Oleh sebab itu, penegakkah HAM sangat tergantung pada media. Pers, sosial media, alternatif media, gerakan pheripherial, dan dokumentasi-dokumentasi tentang HAM. Memutar-mutar kembali ingatan HAM masa lalu; terus direproduksi setiap saat.

Penegakkan HAM di Indonesia dan dunia mengalami situasi yang agak paradoks. Makin memenuhi ruang-ruang publik wacana-wacana HAM dan rujukan-rujukan tertulis. Prinsip, tafsir dan semuanya itu terproduksi dengan sangat baik sekali. Wacana dan gerakan HAM di dunia internasional sukses mengepung mulai dari reproduksi akademik, jaringan akademiknya, dan lembaga-lembaganya. Dan, itu menyebalkan bagi banyak orang. Sisi yang lainya, menjadi paradoks itu Indonesia mengadopsi nilai HAM sekaligus melanggarnya.

Menciptakan institusi dan memuncul aturan-aturan HAM justru bukan bertambah cerdas justru membodohi publik tentang HAM. Menuntut TKI di luar negeri tidak dihukum mati dan pada saat yang bersamaan di dalam negeri terus mengeksekusi narapidana mati narkotika. Di tingkat konstitusional, wacana dan implementasi HAM di Indonesia sudah mengalami perbaikan selama 12 tahun. Namun pada kenyataan, kondisi HAM masih tidak memuaskan. Kekerasan baru cenderung dibiarkan terjadi, sementara kekerasan lama tak pernah terselesaikan. Kasus pelanggaran HAM 1965, Tanjung Priuk, Talangsari, Lampung, Semanggi I dan II dan sebagainya hingga kini tidak jelas nasib penangannya..

Di Indonesia, mayoritas masyarakat belum melek HAM seutuhnya. HAM masih dianggap sebagai ajaran dan agenda Barat (Muhammad Munib dan Islah Bahrawi. 2011). Pandangan dan kenyakinan ini pun ada di sebagian kaum muslimin sebagai mayoritas penduduk negeri ini. Meski demikian, pandangan minor terhadap HAM ini tidak bisa dipandang salah seluruhnya. Ada potongan sejarah yang membuat umat Islam trauma dengan isu HAM. Kasus pembrontakan PKI 1965 adalah pemicunya. Bagi sebagian kalangan umat Islam memandang Presiden Soeharto adalah orang yang berjasa menghancurkan komunis yang dianggap diametral dengan ajaran Islam. Karena menumpas PKI pasca-tragedi 30 September 1965, Soeharto dianggap melanggar HAM.

"Kepahlawanan" Soeharto menumpas PKI dipandang turun ke Prabowo Soebianto, yang merupakan menantunya (kini mantan). Prabowo dianggap representasi kalangan Islam. Padahal Prabowo dipandang sebagian kalangan melanggar HAM dalam kasus penculikan aktivis ketika era reformasi. Pendek

kata menuduh atau mengadili Soeharto dan Prabowo dalam kasus dugaan pelanggaran HAM berarti mengadili umat Islam, sang mayoritas negeri ini.

Setidaknya ada lima saja salah kaprah tentang HAM di Indonesia. Pertama, HAM bertentangan dengan nasionalisme dan budaya lokal. HAM dianggap sebagai budaya barat yang memuja individualisme dan mengganggu kesatuan Indonesia. Padahal, rasa kritis setiap orang datang dari ketiadaan pelayan negara. Atau hilangnya faktor penopang keberadaan setiap manusia. Daya kritis ini bisa muncul dari setiap orang yang berada di tengah komunitas dan bisa meluas hingga menjadi daya kritis bersama. HAM harus dipahami sebagai sebuah nalar kritis dari tiap insan, dapat muncul secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, dan ditujukan kepada penguasa. Baik penguasa di rumah, lingkungan, pemerintah (termasuk lokal) atau di mana saja selama terdapat pembagian tugas. Nasionalisme tidak boleh jadi pembenaran setiap orang boleh disiksa, dihilangkan, ditangkap semena-mena atau bahkan dibunuh. Nasionalisme dan budaya seharusnya menjadi instrumen penjamin HAM, bukan mengurangi apalagi mengancam. Aktivis hak asasi dan aktivis politik di Aceh dan Papua adalah contoh korban dari salah kaprah seperti ini.

Kedua, reformasi di Indonesia sudah kebablasan. Kebebasan di Indonesia dianggap sudah tanpa batas, sehingga orang bisa dan boleh melakukan apa saja -- termasuk menghina atau mengecam satu kelompok. Namun kebebasan yang diperjuangkan bersama HAM sebenarnya tidak tanpa batas. Kebebasan tersebut tidak boleh digunakan untuk melanggar atau mengganggu kebebasan mendasar orang atau kelompok lainnya. HAM juga mengisyaratkan bahwa pertentangan hak

harus diatur lewat kebijakan tegas dan diuji di jalur hukum. Masalahnya di Indonesia, tidak ada pengadilan yang pernah menguji pertentangan kebebasan yang mendasar ini. Yang terjadi adalah "pasar bebas" pertentangan definisi kebebasan dan klaim dari masing-masing pihak. Kasus kekerasan terhadap minoritas merupakan bukti otentik dari salah kaprah ini. Para pelaku kekerasan menikmati kebebasan berekspresi yang disalahgunakan sedangkan polisi, dalam berbagai kesempatan, selalu berdalih "khawatir dianggap melakukan pelanggaran hak asasi". Pihak minoritas selalu dianggap menghina identitas kelompok mayoritas, atau keberadaannya tidak diinginkan komunitas setempat.

Ketiga, kejahatan kemanusiaan boleh dilakukan bila perlu. Anggapan yang salah ini muncul karena banyak kalangan tidak mengetahui ukuran hak-hak fundamental. Dalam HAM dikenal konsep "hak-hak yang tidak dikurangi dalam keadaan apapun" contohnya penyiksaan dan kejahatan terhadap kemanusiaan. Konsep ini terkait dengan konsep hostis humanis generis, yaitu kejahatan terhadap hak-hak di atas merupakan musuh bagi seluruh umat manusia. Salah kaprah ini berakibat serius pada sejumlah hal, misalnya (ketika itu) Menteri Koordinator Keamanan Djoko Suyanto pernah mengatakan, kekerasan yang terjadi pada 1965 dan seterusnya, terhadap sejumlah orang yang dituduh PKI merupakan hal wajar demi menyelamatkan negara. Pernyataan senada juga datang dari (ketika itu) Wakil Ketua Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI Priyo Budi Santoso, yang mengatakan peristiwa 1965 tidak perlu diungkap kembali. Nah, model pernyataan-pernyataan seperti ini menunjukkan ketidakberpihakan para pejabat negara pada ukuran kewajiban negara di bidang HAM.

Keempat, HAM adalah hasil konsensus dan komitmen politik. Cara berpikir seperti ini perlu dibedah lebih jauh. Bahwa pelaksanaannya juga merupakan sebuah konsensus dan membutuhkan komitmen. Tetapi sampai sejauh ini, instrumen pemerintah dan instrumen hukum masih menunjukkan kinerja buruk dan rentan dipolitisasi. Lihat saja, bagaimana polisi berjanji dengan pin yang ditempel di baju dinas kepolisian tentang "Anti Kekerasan dan Anti Korupsi". Namun kenyataannya banyak aparat polisi masih melakukan kekerasan. Keanehan lain, bisa dilihat dari tingkat regional di mana ASEAN pada tahun 2013 mengesahkan Deklarasi HAM. Sejumlah kalangan seperti Menteri Luar Negeri saat itu Marty Natalegawa dan Perwakilan Indonesia di Komisi HAM ASEAN Rafendi Djamin menyatakan bahwa deklarasi ini sebagai sebuah kemajuan dan kristalisasi hasil dari sebuah konsensus politik di ASEAN. Bagaimana deklarasi ini akan berjalan bila setiap negara ASEAN memiliki komitmen dan implementasi yang rendah pada HAM? Terlebih deklarasi HAM ASEAN juga masih memberikan ruang penyelewengan dengan ukuran lokalitas masing-masing negara dan konteks keamanan nasionalnya. Atau lihat juga dengan janji Kementerian Pertahanan saat dipimpin oleh Purnomo Yusgiantoro yang menyatakan bahwa masyarakat tidak perlu panik dengan adanya Rancangan Undang-Undang Keamanan Nasional karena tidak akan digunakan sebagai alat represi di masa depan. Tapi di sisi lain tidak lama setelah adanya pernyataan tersebut, TNI AU justru melakukan kekerasan terhadap jurnalis.

Kelima, HAM hanyalah wacana bukan substansi penegakan hukum apalagi perumusan kebijakan. Hasil ketidakpahaman dan ketiadaan komitmen

dalam penanganan persoalan HAM, akhirnya hanya berujung pada saling lempar wacana dan tanggung jawab. Perdebatan HAM hanya melahirkan nama-nama populis dan antogonis tanpa sebuah kemajuan pada kasus, isu dan masa depan yang ingin dibangun. Suciwati tetap hampa menunggu keadilan atas kasus suaminya, Munir. Demikian juga Sumarsih, Widodo, dan banyak nama keluarga korban lainnya. Bahkan mereka menjadi renta satu per satu dimakan semangat dan penantian keadilan dan kebenaran.

Tabel 92
Analisis Komprehensif tentang Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo

Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo		
No	**Element CDA Norman Fairclough**	**Keterangan**
1	Menfokuskan pada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotika	1. Pemberitaan Kompas Grup tentang dugaan pelanggaran HAM Prabowo cenderung menyudutkan pasangan Prabowo-Hatta, di satu sisi. dan menguntungkan Jokowi-JK pada sisi yang lainnya. Pilihan kata, kalimat, judul dan paragraf menunjukan keberepihakan Kompas kepada pasangan Jokowi-JK 2. Pilihan judul, kata, kalimat, dan semua rangkaian berita Media Grup diarahkan untuk menghajar dan menghabisi serta mengkuliti Prabowo dari beragam aspek dugaan pelanggaran HAM Prabowo. Di sisi lain, pemberitaan pun diarahkan untuk menguntungkan Jokowi-JK yang dianggap bebas noda pelanggaran HAM. 3. Sebaliknya dengan Media Grup, MNC Grup menjadikan kata, diksi, kalimat, paragraf dan pemberitaan tentang dugaan pelanggaran HAM

		Prabowo menjadi arena klarifikasi dan pembelaan Prabowo. Pun, menyudutkan tim sukses Jokowi-JK yang juga diduga terlibat dugaan pelanggaran HAM.
2	Identifikasi hambatan-hambatan untuk menangani ketidakberesan sosial tersebut Struktur Logika : (Islam vs PKI) (PKI vs Soeharto) (Prabowo –mantan-- menantu Soeharto) Mengadili Soeharto/Prabowo : Mengadili umat Islam yang membasmi PKI.	1. Belum ada Pengadilan HAM, padahal UU Pengadilan HAM sudah ada 2. Strategi untuk meraih dukungan para purnawirawan 3. Banyak purnawirawan yang terlibat sehingga tidak mungkin saling membuka aib masing-masing 4. Prabowo simbol dan representasi kelompok "Islam" 5. Mayoritas umat Islam belum 'Ngeh" tentang HAM/ HAM masih dipandang sebagai agenda Barat untuk merusak ajaran Islam
3	Apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial tersebut	Struktur Logika : (Islam vs PKI) (PKI vs Soeharto) (Prabowo –mantan-- menantu Soeharto) Mengadili Soeharto/Prabowo : Mengadili umat Islam yang membasmi PKI.
4	Mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan tersebut	1. Edukasi masyarakat Islam tentang HAM 2. Pembentukan Pengadilan HAM

3.2.3. Debat Capres Cawapres

Debat capres-cawapres adalah salah satu metode dalam proses kampanye pilpres 2014. Yang menjadi alat kampanye selain alat peraga, pertemuan terbatas, tatap muka, juga ada yang namanya iklan serta debat capres-cawapres. Debat ini dirancang KPU dengan model yang lebih mengarah ke perdebatan bukan hanya sekedar dialog atau sekedar biasa-biasa saja. Dalam kampanye, debat menjadi satu agenda untuk melihat sejauh mana kegiatan pemaparan visi, misi, dan program capres-cawapres ke hadapan masyarakat. Untuk lebih luas implikasinya maka

disiarkan secara luas oleh lembaga penyiaran baik itu swasta ataupun lembaga publik.

KPU mencoba membuat mekanisme debat dengan beberapa langkah. Antara lain, merekrut para pakar yang kompeten di berbagai bidang. Para pakar ini untuk mengkerucutkan tema yang akan dibahas seperti politik, ekonomi, lingkungan, budaya, sosial dan sebagainya. Para pakar ini juga mendesain pertanyaan-pertanyaan yang akan dilontarkan moderator. Nama moderator diusulkan kepada masing-masing tim kampanye pasangan calon sehingga memunculkan nama moderator-moderator yang bisa diterima kedua pasangan calon. Mekanisme ini diharapkan menaga kenetralan KPU sebagai penyelenggara debat. KPU mengupayakan secara detail mekanisme yang ada dalam sisi materi. Dari sudut penyiaran, KPU mengupayakan semua lembaga penyiaran menayangkan secara langsung dan tanpa biaya sepeser pun.

Yang menarik dalam konteks debat ini adalah bagaimana proses debat ini menjadi satu referensi untuk masyarakat dalam menentukan pilihan. Para kandidat menonjolkan visi, misi, dan program yang nanti dikerjakan dalam kurun waktu lima tahun masa kepemimpinannya. Tidak tertutup kemungkinan ada intrupsi sesama capres-cawapres jika visi dan misi di antara kandidat bertentangan.

Secara umum penyelenggaraan debat capres-cawapres 2014 relatif berjalan normal. Yang terasa sangat muncul tarik menarik dan kekhawatiran tentang moderator, misalnya. KPU menyiapkan lima orang nama moderator yang diterima kedua pasangan calon. Problemnya figur-figur yang dicalonkan KPU seakan-akan sudah terobsasi dengan kedua kepentingan kandidat sehingga

penyiar-penyiar di salah satu media tidak menerima. Akhirnya dimunculkan dari kalangan dosen atau guru besar yang dianggap netral sehingga bisa diterima oleh kedua pihak. Dari sudut materi debat, KPU memandang tidak ada hambatan signifikan kecuali munculnya isu-isu tentang kebocoran soal dan materi debat, tetapi KPU terus menyakinkan bahwa tidak ada yang di luar konteks yang disajikan. Debat akhirnya berjalan fair.

KPU mengakui banyak pihak yang berniat mengarahkan agar tidak netral. Namun, secara tegas menampiknya karena berkaitan dengan integritas dan independensi penyelenggara pemilu. Yang terpenting dalam penyelenggaraan debat ini adalah soal transparansi. Dengan keterbukaan ini tidak akan ada komitmen atau 'main mata' dengan kandidat. Publik mengetahui dan mengontrol persoalan debat dari awal sampai akhir.

Dalam sebuah masyarakat demokratis, pemilih atau masyarakat harus mengetahui *track record*, integritas, dan wawasan capres-cawapres sehingga debat menjadi sesuatu yang dibutuhkan sebagai referensi untuk menentukan pilihan. Dengan begitu pemimpin dan masyarakat memiliki ikatan. Bahwa masyarakat memilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan rasional. Di sinilah peran vital media massa dalam memberikan informasi yang faktual menemukan momentumnya. Efek media, khususnya televisi, akan sangat terlihat ketika pengetahuan masyarakat tentang kapabelitas, integritas, dan pengetahuan kandidat meningkat.

Meski demikian, di sisi lainnya hadir politik pencitraan dari masing-masing kandidat. Pun, ada saling serang tentang kelemahan kandidat. Prabowo,

misalnya, memiliki kelemahan di bidang penegakkan HAM. Ini dijadikan peluru untuk menyerang Prabowo oleh Jokowi-JK.

Dalam konteks Indonesia, harus diakui bahwa debat capres-cawapres masih lebih sebagai pencitraan kandidat daripada penyampaian visi, misi, dan strategi pembangunan kalau terpilih. Debat capres-cawapres belum menyentuh substansinya, yakni, janji kampanye/politik. Ia masih sebagai perkenalan ke publik sebagai pribadi bukan calon pemimpin dengan visi dan misi yang akan membawa kesejahteraan rakyatnya. Dalam setiap debat capres-cawapres tidak ada pertarungan konsep dan substansi. Semuanya datar saja. Bandingkan dengan debat di beberapa negara demokratis lainnya. Misalnya di Amerika Serikat antara kandidat dari Partai Republik dan Partai Demokrat; di Inggris antara partai Buruh dan Konservatif.

Citra berarti gambaran. Ia sesuatu yang abstrak. Secara lengkap citra dapat didefinisikan konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya di masyarakat. Sedangkan pencitraan berarti proses pembentukan citra melalui proses yang diterima oleh khalayak baik secara langsung maupun melalui media sosial atau media massa (Anwar Arifin, 2006). Karena itulah citra berkaitan dengan empat hal. Yakni, (1) representasi di mana citra merupakan cermin realitas; (2) ideologi di mana citra menyembunyikan dan memberi gambaran yang salah tentang realitas: (3) citra menyembunyi bahwa tidak ada realitas, dan (4) citra tidak memiliki sama sekali hubungan dengan realitas apapun (Anwar Arifin, 2011 : 178).

Jika ditautkan dengan politik, citra politik bisa diartikan gambaran seseorang tentang politik. Dunia politik berkaitan dengan kekuasaan, otoritas, pengaruh, dan kerja sama, konflik, dan konsensus. Citra politik memiliki makna meski tidak menggambarkan sesuatu yang sebenarnya. Dengan demikian sesungguhnya pencitraan bukan gambaran sejati dari sosok yang dicitrakan. Apalagi pencitraan yang dihasilkan oleh media massa. Sebab berita yang diterima dan mempengaruhi khalayak bukan realitas yang sebenarnya. Ia menjadi realitas buatan atau realitas kedua (*second hand reality*) atau realitas buatan. Bahkan, berita merupakan realitas bayangan (*shadow reality*). Realitas yang tidak memiliki jiwa ((Anwar Arifin, 2011 : 178-181).

Dalam negara demokratis seperti di negeri kita, pencintraan sangat penting. Hal ini disebabkan adanya persaingan atau kompetisi dengan orang lain. Dalam demokrasi tidak penting suara siapa (kualitas) yang mendukung. Yang terpenting dan menentukan adalah suara mayoritas (kuantitatif). Dalam konteks ini, sosok calon di mata khalayak/pemilih menjadi faktor penentunya. Pemilih akan memberikan suaranya kepada yang dikenal, baik, dan membela kepentingannya. Oleh sebab itu, dalam dunia politik di negara demokratis/liberal yang terpenting dikenal publik, bukan moralitas pribadi atau kendaraan politik. Makanya, di negara negara demokratis seperti di negara kita popularitas yang dihasilkan oleh media massa merupakan faktor kunci meraih pencitraan.

Jika mengikuti definisi di atas bahwa pencitraan adalah proses pembentukan citra melalui proses yang diterima oleh khalayak baik secara langsung maupun melalui media sosial atau media massa, maka dalam perspektif

ilmu komunikasi, ia berada dalam dapur komunikator. Oleh sebab itu, jika mengikuti pola komunikasi ala Lasswell, analisis yang digunakan adalah analisis kontrol atau analisis sumber. Dengan kata lain pencitraan adalah segala upaya yang dilakukan komunikator politik (menurut Dann Nimmo (1989), komunikator politik ada tiga, yaitu, politisi, aktivis, dan profesional) untuk memperoleh gambaran baik tentang dirinya. Upaya itu bisa dilakukan secara langsung maupun media massa dan media sosial.

Dalam dunia modern citra dibentuk melalui media massa (cetak, elektronik, dan media akses seperti internet yang dipakai untuk jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*). Dengan demikian konstruksi citra yang dibentuk oleh media massa tersebut menggelinding menjadi opini publik. Terbangunnya citra positif seseorang tidak bisa dilepaskan dari kemampuan berkomunikasi dan membangun relasi dengan media massa. Hubungan baik ini kemudian dicitrakan atau dipantulkan media massa ke benak khalayak. Karena terus diulang, pesan media tentang citra seseorang terbentuk di khalayak.

Meski demikian, komunikator politik tidak bisa membabi buta atau tanpa rancangan dalam membentuk citra di mata khalayak. Ia harus menggunakan strategi atau manajemen untuk menghasilkan citra yang baik. Mengikuti pandangan Firmanzah (Firmanzah, 2008) marketing politik yang menggunakan empat variabel segmentasi pasar, yakni geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku, dan variabel sosial-budaya. Dalam konteks inilah, kesuksesan politik pencitraan ditentukan oleh yang dinamakan STP (*segmentation, targeting, and positioning*).

Tabel 93
Segmentasi dan Positioning Politik
(Firmanzah, Obor Indonesia, Jakarta, 2007 : 214)

Segmentasi Pasar Politik	Targeting Pasar Politik
1. Identifikasi dasar segmentasi pemilih 2. Menyusun profil dari hasil segmentasi pemilih	1. Menyusun kriteria pemilihan segmen pemilih 2. Memilih target segmen pemilih 3. Menyusun strategi positioning di setiap segmen 4. Menyusun marketing di setiap segmen politik

Sedangkan *positioning* adalah menempatkan --meminjam istilah surat kabar-- *tagline* ke benak publik melalui media. Sasaran *positioning* adalah benak, dalam hal ini benak pemilih (Silih Agus Wasesa. 2011 : 190). *Positioning* menyangkut persoalan *image* kandidat atau parpol, *track record*, program, serta reputasinya di dalam alam pikiran pemilih. Dalam konteks itulah, politik pencitraan membutuhkan strategi yang diusung oleh *segmentation, targeting, and positioning*. Semakin spesifik rumusan STP-nya, kian mendekati tujuan dalam politik pencitraannya.

Ukuran yang paling kentara dari keberhasilan sebuah usaha politik pencitraan adalah terbangunnya opini publik yang positif tentang komunikator politik di benak khalayak. Anwar Arifin mendefinisikan opini publik sebagai pendapat yang sama dan dinyatakan oleh banyak orang yang diperoleh melalui diskusi intensif sebagai jawaban atas pertanyaan dan permasalahan yang menyangkut kepentingan umum. Ada tiga unsur dalam opini publik. Yaitu isu yang aktual dan menyakut kepentingan umum, yang disiarkan media, adanya sejumlah orang yang mendiskusikannya, dan pendapat itu diekspresikan melalui

lisan, tulisan, dan gerak-gerik (Anwar Arifin, 2010 : 11-13) Sambil menyitir E. Rogers dan Shoumakers, Anwar Arifin (2010 : 91), menyatakan ada lima tahap terbangunnya opini publik yang disebabkan media massa. Yaitu, kesadaran, perhatian, evaluasi, coba-coba, dan adopsi. Kesadaran dan perhatian menjadi pintu utama masuknya pengaruh media yang kemudian membentuk opini publik.

Terbentuknya opini publik yang positif tidak lepas dari kecermatan dalam menyusun strategi komunikator politik dalam empat hal. Yakni, memahami khalayak, menyusun pesan persuatif, menetapkan metode, dan memilih dan memilah media. Memahami khalayak berarti memisahkan atau memverifikasi sasaran pesan politik yang dilontarkan komunikator politik berdasarkan geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku, dan variabel sosial-budaya. Dengan tersegmentasinya khalayak, komunikator politik kian mudah menyusun pesan politik yang mengena atau tertanam dalam benak dan hati pemilih. Pesan yang baik adalah yang sesuai dengan karakteristik sasaran.

Penyampaian pesan politik kepada khalayak yang sudah tersegmentasi tidak akan efektif jika gagal dalam memilih metode penyampaian pesan politik dari komunikator politik. Oleh sebab itu, metode yang baik sangat menentukan hasil politik pencitraan. Meski demikian, tiga langkah komunikator politik kemungkinan gagal jika salah dalam memilih dan memilah media. Dengan demikian, kunci sukses pencitraan politik adalah kesatuan yang organik, sistematis, dan komprehensif antara memahami khalayak, menyusun pesan persuatif, menetapkan metode, dan memilih dan memilah media.

Di sisi lain, tidak semua khalayak bisa menerima pesan politik yang disampaikan komunikator politik sebab ia memiliki filter konseptual. Khalayak yang enggan menerima pesan politik itu disebut dengan khalayak kepala batu. Mereka yang tidak mengekspresikan ketidaksetujan terhadap pesan politik yang disampaikan komunikator politik disebut dengan kelompok yang berada dalam lingkar kebisuan.

Kebalikan dari politik pencitraan yang berada di wilayah komunikator, pencitraan politik dalam perspektif ilmu komunikasi dapurnya di khalayak atau komunikan. Mengikuti teori Lasswell, pencitraan politik berkaitan dengan kesan yang ditangkap khalayak atau efek dari media massa akibat pesan politik yang disampaikan komunikator politik. Dengan demikian, analisis yang dipakai adalah analisis khalayak dengan model atau paradigma psikologi dan pragmatis karena berkaitan dengan kesan khlayak terhapa pesan politik dari komunikator politik di wilayah politik pencitraan.

Model psikologis mengadopsi teori strimulus respons (S-R). Bahwa pesan yang disampaikan akan berdampak pada komunikator sesuai dengan kadar yang diberikan komunikator. Dalam media massa, agenda setting adalah salah satu teorinya. Teori ini menyatakan bahwa media massa memiliki agenda tersendiri. Publik atau khalayak diasumsikan pasif dan menerima agenda yang dimiliki media. Teori lain adalah jarum suntik atau jarum hipodermik. Bahwa apa yang dilontarkan ke publik akan menimbulkan efek yang kuat. Publik yang pasif hanya bisa menerima saja apa yang disuntikkan oleh media.

Pencitraan media berkaitan dengan pengetahuan, sikap, dan perilaku publik. Pengetahuan dan sikap masuk wilayah paradigma psikologi, yakni tentang gambaran (citra) publik terhadap sesuatu pesan politik. Sedangkan perilaku khalayak masuk pada paradigma pragmatisme karena berkenaan dengan tingkah laku publik terhadap politik pencitraan yang dilakukan komunikator politik.

Pencitraan politik adalah pencitraan untuk kepentingan politik. Dalam negara demokratis, pencitraan politik di kesan di khalayak sangat penting. Karena publiklah yang menentukan komunikator politik bisa atau tidaknya meraih tujuan politik dengan doktrin *one man one vote*. Di sini berlaku jumlah suara (kuantitaif) bukan kualitas suara (kualitatif). Oleh sebab itu, semakin publik memiliki kesan baik terhadap komunikator, kian terbuka komunikator politik memperoleh dukungan dari khalayak.

Dalam era informasi, publik disuguhi beragam informasi khususnya melalui media massa. Retorika, agitasi, propaganda, agitasi, lobi, dan tindakan politik dilakukan komunikator untuk menanamkan kesan baik di pikiran khalayak. Public relation, kampanye, dan pemasaran dilakukan komunikator politik dengan satu tujuan, benak publik merekamnya sehingga ketika pemilihan umum yang menentukan nasib komunikator politik, publik memilihnya berdasarkan gambaran tentang pencitraan politik yang pernah diterimanya.

Dalam konteks dunia modern, di mana media massa merupakan sesuatu mutlak atau bahkan yang *given*, publik akan mendapat beragam informasi tentang citra komunikator politik (politisi, aktivis, dan profesional) dalam berbagai

tampilan dan berbagai informasi, baik atau buruk. Bisa dipastikan berita atau tampilan tentang komunikator politik di media massa menjadi kunci keterpengaruhan publik terhadap pilihan politiknya.

Dengan terpaan media massa yang berulang dan terus menerus, khalayak dipaksa untuk menerima agenda yang disajikan oleh komunikator politik melalui media massa. Keterpengaruhan khalayak diwujudkan dalam bentuk partisipasi politik khususnya dalam pemilihan umum. Ada tiga bentuk partisipasi publik yaitu gaya, motif, dan konsekuensi partisipasi. Dari partisipasi inilah komunikator politik mengharapkan efek dari pesan media masa menjatuhkan pilihan politik khalayak kepadanya.

Meski demikian tidak semua khalayak bisa menerima pesan politik yang disampaikan komunikator politik sebab ia memiliki filter konseptual atau kesadaran aku. Khalayak yang enggan menerima pesan politik itu disebut dengan khalayak kepala batu. Mereka yang tidak mengekspresikan ketidaksetujaan terhadap pesan politik yang disampaikan komunikator politik disebut dengan kelompok yang berada dalam lingkar kebisuan.

Tabel 94
Analisis Komperehensif tentang Debat Capres-Cawapres

Debat Capres-Cawapres		
No	**Element CDA Norman Fairclough**	**Keterangan**
1	Menfokuskan pada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotika	1. Kompas Grup cenderung menguntungkan Jokowi-JK. Memberi porsi yang lebih banyak bagi pasangan ini. Sebaliknya, pasangan Prabowo-Hatta tidak terlalu diunggulkan dalam pemberitaan Kompas Grup. 2. Karena keberpihakan politik Media Grup terhadap pasangan Jokowi-JK sudah bisa dipastikan pilihan kata dan kalimat jurnalistik yang menguntungkan Jokowi-JK dan merugikan Prabowo-Hatta sebagai rival yang harus dihabisinya. 3. Keberpihakan politik kepada Prabowo-Hatta menuntun MNC Grup untuk membela pasangan ini. Kata dan kalimat jurnalistiknya dipakai untuk selalu menguntungkan pasangan Prabowo-Hatta atau merugikan Jokowi-JK.
2	Identifikasi hambatan-hambatan untuk menangani ketidakberesan sosial tersebut	Debat Capres-Cawapres masih dianggap masyarakat sebagai pencitraan dan formalitas semata
3	Apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial tersebut	1. Mayoritas masyarakat tidak butuh debat Capres-cawapres 2. Masyarakat memilih bukan berdasarkan visi, misi dan strategi Capres-Cawapres tetapi nilai pramatisme (uang), koncoisme, ikatan primordial (SARA)
4	Mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan tersebut	Edukasi masyarakat tentang pentingnya memilih secara rasional berdasarkan visi, misi, dan strategi pembangunan Capres-Cawapres

3.2.4. Konser Salam 2 Jari

Merebaknya budaya popular di masyarakat bisa dipotret dalam dua hal, yaitu sebagai sesuatu yang *given* dan kontruksi. Sesuatu yang *given* artinya mengacu pada sebuah, kesadaran metodologis tentang objek, baik material dan formal yang sudah tersedia. Ketersediaannya itu karena ada asumsi bahwa realitas terjadi secara alami tidak niat begitu saja. Artinya, ia mengacu pada sesuatu yang sudah pasti atau apa adanya. Kalau percaya itu sesuatu yang alamiah berarti ada hukum alam yang mengatur. Jika dikatakan hukum alam yang mengatur ini seperti kenyakinan-kenyakinan pada kesadaran-kesadaran matematis dan kesadaran memang sudah ada kebenaran di dalam hukum alam itu (hukum alam/*natural law*). Kebenaran seperti itu mempunyai asumsi matematis; sesuatu yang sudah pasti; tidak bisa ditawar lagi. Sebaliknya, jika mengikuti pola berpikir budaya popular sebagai konstruksi, masalahnya terletak pada bahasa sebagai sebuah perjanjian sosial. Ini adalah paham strukturalisme dan post-strukturalisme.

Budaya populer sebagai konstruksi adalah ketika kita menamakan sesuatu dan orang mengakuinya (Douglas Kellner. 2010 : 44-45). Kontruksi karena kita menamakan sesuatu (seperti nama) adalah arbiter atau suka-suka. Karena itu kebenaran konstruksi adalah kebenaran konvensi. Kontruksi itulah cikal bakal sampai ke dunia modern atau postmodern. Kemudian, kalau kita daratkan konstruksi pada teori-teori sekarang, dua-duanya bisa relevan. Ia bisa dijadikan untuk alat analisis hanya problemnya tergantung pada objek analisis kita. Meneliti media, contohnya, lihatlah dari asumsi, media itu dikontruksi atau tidak. Tampaknya di dunia ini tidak ada sesuatu yang berjalan secara alamiah; semuanya

konstruksi. Konstruksi adalah persoalan media. Semuanya serba-konstruksi. Kontruksi itu melalui bahasa sebagai variabel utamanya.

Salah satu bentuk bahasa yang populer hari ini adalah musik (Dominic Strinati. 2007 : 267). Musik dikonstruksi ketika kampanye Jokowi-JK 2014 dalam konser Salam 2 Jari. Konser yang digagas Slank itu dikonstruksi untuk memenangkan Jokowi-JK. Hal ini berangkat dari anggapan bahwa musik adalah salah satu, artis khususnya *vote gatter* dalam pemilu. Apakah musik harus terlibat dalam konteks politik? Apakah musik, bahasa, ataupun artis adalah paling efektif sebagai penarik pemilih? Adalah pertanyaan lanjutan.

Kontruksi itu selalu berpihak dan ada keinginan (target dan tujuan) yang harus dicapai. Sama dengan konser musik Salam 2 Jari. Ia ada maunya, yaitu memenangkan pasangan Jokowi-JK dalam pilpres 2014. Di sinilah kepentingan konser musik tersebut. Dalam konteks media politik dan media komunikasi, konser musik itu dikontruksi sesuai dengan keinginan partai pengusungnya. Sudah dengan sendirinya variabel yang tidak dijelaskan bahwa kepentingan partai adalah cara mengkontruksi masyarakat melalui Slank yang dianggap sangat populer. Hal tersebut merupakan bagian pendekatan retorika dari kepentingan partai. Dan hal tersebut pasti ada retorikanya. Retorika adalah ilmu untuk meyakinkan dan membujuk massa. Di dalam komunikasi, retorika bertujuan masyarakat mengikuti keinginan dari sang komunikator. Dalam konteks itulah retorika sebagai bagian dari cara untuk menyalurkan atau membuat kepentingan-kepentingan berhasil. Retorika disampaikan melalui kampanye yang semuanya itu bergantung pada keinginan politik. Kepentingan politik jelas sekali semuanya dikontruksi.

Pada awalnya media massa bukan sebagai budaya popular. Seiring dengan pergeseran waktu dan perkembangan zaman, ia berubah menjadi budaya populer. Tetapi kalau media dilihat dari perspektif alat untuk menarik massa, ia bisa dikatakan sebagai media populer. Dalam sejarahnya media berusaha untuk mempengaruhi massa sebanyak-banyaknya. Inilah yang dinamakan budaya pop (popular) atau yang disukai banyak orang; menyangkut selera kebanyakan orang. Perkembangan teknologi kemudian bertemu dengan media massa jadilah ia sebagai media populer. Kini jadilah media massa sebagai *tool* dan juga sebagai bagian budaya popular (Stuart Allen (ed). 2010 : 117).

Dengan demikian, media massa yang mendukung Jokowi-JK pada kampanye pilpres 2014 bertemu dengan konser musik Salam 2 Jari yang merupakan bagian dari budaya popular, maka pengaruhnya meningkat dua kali lipat. Jika menyangkut televisi yang merupakan budaya audio visual. Ia tontonan tidak membutuhkan literasi. Artinya, literasi hanya ada untuk media cetak.

Merebaknya budaya popular menjadi masalah tersendiri bagi terwujudnya masyarakat demokratis (Dominic Strinati. 2007 : ix). Televisi sebagai agen media popular berakar dan bertujuan ekonomi, meraih *rating* dan *share* setinggi-tingginya. Dengan begitu pemasukan melalui iklan akan datang berbondong-bondong. Makanya hari ini tidak ada media yang bukan agen kapitalisme. Ini sudah menjadi persoalan sosial. Tetapi persoalan yang paling mendasar adalah pada ideologi media itu sendiri. Kalau media massa memiliki ideologi kapitalistik semuanya dilakukan untuk mendapat *rating* dan *share* setinggi-tingginya. Artinya,

media itu harus popular di mata masyarakatnya (Stuart Allen (Ed). 2010 : 116-117).

Ungkapan *the medium is the massage* dari Marshall McLuhan, harus dipahami medium itu sendiri adalah ideologi. Ia mengkonstruksi diri dan kepada orang-orang lain untuk menyampaikan ideologi media tersebut. Semua konstruksi media pasti memiliki ideologi tersendiri. Dalam ideologi ada kepentingan tersembunyi. Dalam konteks berita konser Salam 2 Jari tersembunyi kepentingan politik untuk memenangkan Jokowi-JK dalam pilpres 2014.

Tabel 95
Analisis Komperehensif tentang Konser Salam 2 Jari

Konser Salam 2 Jari		
No	**Element CDA Norman Fairclough**	**Keterangan**
1	Menfokuskan pada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotika	1. Dalam wacana ini Kompas Grup bermain *all out* untuk mengkampanyekan Jokowi-JK. Semua potensi Kompas Grup dikembangkan untuk memenangkan Jokowi-JK dalam pilpres kali ini melalui wacana konser Salam 2 Jari. Foto, kata, dan kalimat serta sudut pandang diarahkan untuk membuat aspek positif Jokowi-JK. 2. Sama seperti Kompas Grup, Media Grup mengglorifikasi Jokowi-JK dalam wacana ini. Semua aspek tentang konser ini diarahkan untuk mengkampanyekan Jokowi JK. 3. Ketiadaan berita tentang konser Salam 2 Jari ini menunjukan keberpihakan MNC Grup kepada Prabowo-Hatta. Mereka tidak mau berita yang bagus untuk Jokowi-JK ada di MNC Grup.
2	Identifikasi hambatan-	1. Hegemoni budaya popular

	hambatan untuk menangani ketidakberesan sosial tersebut	2. Artis sebagai panutan 3. Tidak semua artis adalah orang baik 4. Artis sebagai vote gatter
3	Apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial tersebut	1. Tontonan menjadi tuntunan dan tuntunan menjadi tontonan 2. Masyarakat dalam kondisi spatacle society
4	Mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan tersebut	Melek media kampanye

3.2.5. Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

Dalam pilpres 2014 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono tidak memiliki pilihan selain berada di pihak pasangan Prabowo Soebianto-Hatta Rajasa. Beberapa alasan yang melatarbelakangi pilihan ini antara lain, pertama, sudah menjadi rahasia umum Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memiliki hubungan atau komunikasi personal yang kurang baik dengan mantan Presiden Megawati Soekarnoputri. Penyebabnya adalah pemecatan Susilo Bambang Yudhoyono ketika menjabat Menteri Koordinator Politik dan Keamanan ketika Megawati menjadi Presiden. Lantas, Susilo Bambang Yudhoyono pun dua kali mengalahkan Megawati dalam pemilihan presiden secara langsung pada pilpres 2004 dan 2009. Pada pilpres 2004, Megawati berpasangan dengan Cawapres (almarhum) KH Hasyim Muzadi. Sedangkan pada pilpres 2009, ia menjadikan Prabowo sebagai cawapresnya

Kedua, hubungan kekerabatan atau kekeluargaan dengan Hatta. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono merupakan besan Hatta. Keduanya terikat hubungan kekeluargaan karena putra Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, Edhy Baskoro

Yudhoyono menikah dengan putri Hatta, Aliya Rajasa. Dalam politik hubungan kekeluargaan adalah sesuatu yang normal untuk saling dukung di antara mereka. Justru akan menjadi sesuatu yang tidak normal jika Presiden Susilo Bambang Yudhoyono tidak mendukung pasangan Prabowo-Hatta dalam kontestasi pilpres 2014.

Ketiga, kebanggaan korps sebagai sesama alumni militer yang terjun ke dunia politik. Apalagi Prabowo bukan politisi yang susah diajak komunikasi. Ia tipe politisi rasional yang relatif mudah diajak komunikasi. Sehingga pilihan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono merapat ke pasangan Prabowo-Hatta sangat rasional. Hubungan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Prabowo dalam karier militernya tidak menjadi masalah. Berbeda dengan hubungan Prabowo dan mantan Panglima TNI Wiranto yang penuh intriks dan kepentingan di antara keduanya.

Keempat, tidak ada titik temu kepentingan politik antara Partai Demokrat (Presiden SBY sebagai pendiri, Ketua Dewan Pembina, dan Ketua Umum Partai Demokrat) dan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (Megawati sebagai Ketua Umum PDIP). Apalagi PDIP tidak membutuhkan suara Partai Demokrat untuk mengusung pasangan Jokowi-JK karena persyaratan 25 persen suara gabungan partai politik untuk mengusung pasangan capres-cawapres sudah terpenuhi. PDIP berkoalisi dengan partai Nasdem, Partai Kebangkitan Bangsa, dan Partai Hanura.

Kalau dalam konteks pilpres 2014 pilihan politik adalah sesuatu yang etis. Karena dalam kontestasi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono harus memilih.

Meski Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai kepala negara tetapi dia juga sebagai Ketua Dewan Pembina dan Ketua Umum Partai. Yang menjadi perdebatan adalah tentang rangkap jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai pejabat partai dan pejabat negara. Tetapi dalam konteks Indonesia isu etika politik adalah sesuatu isu yang terpinggirkan oleh dinamika dan praktik-praktik politik keseharian. Etika politik hanya ada dalam tataran wacana yang melangit pada riil politiknya berbicara tentang etika politik menjadi tidak relevan.

Etika politik berbeda dengan hukum. Etika politik hanya memiliki sanksi moral atau sosial. Sedangkankan hukum memiliki sanksi hukum seperti implikasi pidana, misalnya. Etika lebih fleksibel daripada hukum. Etika itu 'lazim' dilanggar. Dalam banyak aspek politik banyak yang melanggar etika politik tetapi tidak melanggar hukum. Karena itu biasa-biasa saja dan tidak memiliki konsekuensi logis apapun. Etika itu elasttis dan subjektif sedangkan hukum bersifat tegas dan objektif yang mendudukan semua dalam posisi yang sama. Penggunaan isu primordial, SARA, dan *money politics* yang tidak terditeksi Bawaslu dalam kontestasi politik, misalnya adalah melanggar etika politik, tetapi dari sudut hukum kalau tidak ada pasal-pasal yang menjeratnya, maka kemenangan pasangan yang menggunakan cara melanggar etika tidak bisa dibatalkan. Oleh sebab itu selama tidak melanggar hukum apapun alasannya kemenangan kandidat yang melanggar etika tidak bisa dibatalkan.

Tabel 96
Analisis Komperehensif tentang Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono		
No	**Element CDA Norman Fairclough**	**Keterangan**
1	Menfokuskan pada ketidakberesan sosial dalam aspek semiotika	1. Kompas Grup jelas tidak bermain dalam wacana ini. Kompas grup hanya menurunkan satu berita tentang hal ini. Itu pun sangat siongkat dan hanya ada di Kompas.com. 2. Sama dengan Kompas Grup, Media Grup hanya menurunkan berita 'pura-pura' di metrotvnews.com tentang wacana keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ini. 3. Tidak menurunkan berita tentang Konser Salam 2 Jari, MNC Grup secara *full* mengkampanyekan keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ini di semua media mereka (koran, televisi, dan situs berita). Semua kata, kalimat dan sudut pandang diarahkan untuk menjelaskan Presiden SBY beraad di pihak Prabowo-Hatta.
2	Identifikasi hambatan-hambatan untuk menangani ketidakberesan sosial tersebut	Etika politik hanya sebagai isu pinggiran atau catatan kaki. Di sisi lain, nafsu kekuasaan masih sangat besar dalam menggapai kekuasaan.
3	Apakah tatanan sosial membutuhkan ketidakberesan sosial tersebut	Presiden masih dianggap banyak memiliki pengikut sehingga bisa dijadikan vote gatter
4	Mengidentifikasi cara-cara yang mungkin untuk mengatasi hambatan tersebut	Membuat Undang-Undang yang mengatur jabatan publik dan jabatan politik secara ketat

BAB IV

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian (Bab III) yang menganalisis wacana dalam tiga level (mikro, meso, dan makro) dengan menggunakan empat langkah metode penelitian Norman Fairclough, peneliti memperoleh beberapa temuan menarik. Antara lain,

Pertama, konstruksi wacana yang dilakukan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup bisa disimpulkan seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 97
Konstruksi Wacana Kompas Grup

	Nama Wacana	**Nama Media**	**Posisi Wacana**
	Kecurangan Kampanye Pilpres	Koran Kompas	Cenderung netral
		Kompas TV	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Kompas.com	Menyudutkan Prabowo-Hatta
	Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo	Koran Kompas	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Kompas TV	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Kompas.com	Menyudutkan Prabowo-Hatta
	Debat Capres-Cawapres	Koran Kompas	Menguntungkan Jokowi-JK
		Kompas TV	Cenderung netral
		Kompas.com	Menguntungkan Jokowi-JK
	Konser Musik Salam 2 Jari	Koran Kompas	Menguntungkan Jokowi-JK
		Kompas TV	Menguntungkan Jokowi-JK
		Kompas.com	Menguntungkan Jokowi-JK
	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Koran Kompas	Tidak ada
		Kompas TV	Tidak ada
		Kompas.com	Menyudutkan Prabowo-Hatta

Tabel 98
Konstruksi Wacana Media Grup

	Nama Wacana	Nama Media	Posisi Wacana
	Kecurangan Kampanye Pilpres	Koran Media Indonesia	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Metro TV	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Metrotvnews.com	Menyudutkan Prabowo-Hatta
	Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo	Koran Media Indonesia	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Metro TV	Menyudutkan Prabowo-Hatta
		Metrotvnews.com	Menyudutkan Prabowo-Hatta
	Debat Capres-Cawapres	Koran Media Indonesia	Menguntungkan Jokowi-JK
		Metro TV	Menguntungkan Jokowi-JK
		Metrotvnews.com	Menguntungkan Jokowi-JK
	Konser Musik Salam 2 Jari	Koran Media Indonesia	Menguntungkan Jokowi-JK
		Metro TV	Menguntungkan Jokowi-JK
		Metrotvnews.com	Menguntungkan Jokowi-JK
	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Koran Media Indonesia	Tidak ada
		Metro TV	Tidak ada
		Metrotvnews.com	Cenderung netral

Tabel 99
Konstruksi Wacana MNC Grup

o	Nama Wacana	Nama Media	Posisi Wacana
	Kecurangan Kampanye Pilpres	Koran Sindo	Tidak ada
		RCTI	Tidak ada
		Sindonews.com	Menyudutkan Jokowi-JK
	Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo	Koran Sindo	Menguntungkan Prabowo-Hatta
		RCTI	Menguntungkan Prabowo-Hatta
		Sindonews.com	Menguntungkan Prabowo-Hatta
	Debat Capres-Cawapres	Koran Sindo	Menguntungkan Prabowo-Hatta
		RCTI	Menguntungkan Prabowo-Hatta
		Sindonews.com	Menguntungkan Prabowo-Hatta
	Konser Musik Salam 2 Jari	Koran Sindo	Tidak ada
		RCTI	Tidak ada
		Sindonews.com	Tidak ada
	Keberpihakan Presiden Susilo	Koran Sindo	Menguntungkan Prabowo-Hatta
		RCTI	Menguntungkan Prabowo-Hatta

	Bambang Yudhoyono	Sindonews.com	Menguntungkan Prabowo-Hatta

Selain analisis teks, di bawah ini disajikan tabel beberapa prinsip jurnalistik yang terdapat dalam teks berita dan pengakuan informan melalui wawancara. Beberapa prinsip jurnalistik yang dianalisis adalah tentang keadilan, objektivitas, *cover both sides*, imparsialitas, dan independensi.

Tabel 100
Bagan Pemahaman Kode Etik Jurnalistik

Keadilan	
Definisi Teoritis :	
Kompas Grup	50 : 50/Fifty-fifty
Media Grup	Mengglorikan Jokowi yang tidak memiliki privillage
MNC Grup	Mendukung Prabowo yang minim publikasi karena bukan pejabat publik
Objektif	
Definisi Teoritis :	
Kompas Grup	Faktual, cenderung berorientasi bisnis
Media Grup	Faktual dalam memilih fakta berdasarkan referensi politik
MNC Grup	Faktual dalam memilih fakta berdasarkan referensi politik
Cover both Sides	
Definisi Teoritis :	
Kompas Grup	Seimbang, 50:50
Media Grup	Ada konfirmasi, 70:30 berdasarkan referensi politik
MNC Grup	Ada konfirmasi, 70:30 70:30 berdasarkan referensi politik
Netralitas/Imparsialitas	
Definisi Teoritis :	
Kompas Grup	Tidak memihak partai politik
Media Grup	Tidak netral
MNC Grup	Tidak netral
Independensi	
Definisi Teoritis :	
Kompas Grup	Tidak berada dalam partai politik tertentu
Media Grup	Indepedensi etis dan independensi organisatoris
MNC Grup	Tidak independen

Tabel 101
Hasil Analisis Teks, Praktik Wacana, dan Sosio Kultural

	Kompas Grup	Media Grup	MNC Grup
Teks	Memihak	Memihak	Memihak
Praktik Wacana	Tidak Memihak	Memihak	Abu Abu
Sosio Kultural	Memihak	Memihak	Memihak

Dari tabel di atas bisa dilihat bahwa teks berita politik sebagai representasi dari wacana Kompas Grup berbeda dengan dua grup lainnya, Media Grup dan MNC Grup. Sedangkan Media Grup dan MNC Grup relatif sama karena memiliki keberpihakan politik pada masing-masing pasangan capres-cawapres. Perbedaan itu dilatarbelakangi banyak faktor seperti sejarah dan perjalanan media bersangkutan, peta politik dan kontestasi capres-cawapres, kekuatan ekonomi media, keterlibatan media dalam politik, dan sebagainya.

Kehadiran dua pasangan capres-cawapres menghasilkan realitas yang tidak tunggal. Dari sinilah media menentukan pilihannya berdasarkan latar belakang dan konstruksi media masing-masing. Pilihan mendukung, tidak mendukung calon tertentu, atau abstain membiarkan kandidat berkompetisi tanpa dukungan media tertentu. Kondisi ini berbeda ketika era Orde Baru yang hanya satu capres sehingga tidak ada pilihan selain mendukung. Kalau pun ada pilihan lain pasti menghasilkan risiko pembredelan oleh rezim penguasa.

Tetapi dalam ranah jurnalistik kontemporer tampaknya tidak mendukung capres-cawapres tertentu secara tersurat atau tersurat sebagai pilihan yang tidak populer. Terlepas dari argumentasi (jurnalisme, politik, etika, atau apapun) yang disodorkan pemihakan pada calon tertentu dalam kontestasi politik adalah keniscayaan bagi media sebagai aktor politik seperti ditegaskan Brian McNair.

Di sinilah ditemukan perbedaan pandangan yang cukup tajam di antara grup media yang diteliti dalam menentukan realitas ketika kampanye pilpres 2014. Dalam beragam aspeknya pilpres menyodorkan realias yang plural. Lima pilihan wacana yang diambil dan menjadi fokus penelitian mencerminkan pemberitaan ketiga grup berbeda dan memiliki perspektif masing-masing.

Kedua, sepanjang penelitian ditemukan banyak perbedaan antara teori, praktik, dan etika jurnalistik seperti tercantum dalam tabel praktik wacana di atas. Dengan sikapnya masing-masing media mengklaim mentaati kode etik jurnalistik. Berdasarkan penelitian terhadap lima prinsip jurnalistik yang disebutkan di atas (keadilan, objektivitas, *cover both sides*, imparsialitas, dan independensi), ketiga grup media mengaku mentaatinya dengan perspektif tersendiri. Dalam konteks ini, setiap redaksi memiliki pengertian, persepsi, dan konsep tentang kelima pilar jurnalistik tersebut. Artinya, ada pluralisme atau pemahaman yang berbeda di setiap redaksi media yang diteliti.

Keberagaman pemahaman redaksi terhadap pilar dan teori jurnalisme bisa ditinjau dari dua aspek. Di satu sisi, bisa dilihat adanya kekurangpahaman redaksi terhadap pilar dsan teori jurnalistik atau ada pihak atau kepentingan lain yang menunggangi, terutama faktor bisnis-ekonomi da politik-kekuasaan dalam setiap pemberitaan. Kalau ditinjau dari mementum kampanye pilpres 2014, kemungkinan besar kepentingan politik kekuasaan yang sangat mempengaruhinya. Hal ini bisa dipotret dari pemberitaan Media Grup dan MNC Grup yang memiliki referensi politik masing-masing. Meskipun, Kompas Grup pun bisa dibaca kecenderungan politiknya.

Ketiga, harus diakui ada kegagapan atau kegamangan epistemologi di kalangan redaksi tiga grup yang diteliti. Kegamangan epistemologis minimal ini dipicu oleh dua faktor. (1) Kehadiran teknologi komunikasi dan informasi, khususnya internet pada dunia jurnalisme. Hal ini bisa dilihat dari pola perubahan jurnalisme dari cetak (koran) dan televisi yang konvensional ke *online* (situs berita) yang menggunakan internet. (2) Faktor pemilik atau pendiri yang memiliki kepentingan di luar jurnalisme, baik itu bisnis-ekonomi ataupun politik kekuasaan. Jurnalisme pada hakikatnya sebagai penyambung lidah kaum tertindas atau tidak memiliki akses informasi (*voice for voiceless*) dan pengontrol kekuasaan berubah fungsi. Faktor bisnis-ekonomi ataupun politik kekuasaan menjadikan jurnalisme menjadi barang dagangan (komodifikasi) atau sesuatu yang dipertukarkan (nilai tukar) dan menjadi sesuatu yang menandai personal atau komunal (nilai tanda). Dengan demikian, di era kapitalisme ini jurnalisme mengalami pergeseran nilai fungsi yang sangat signifikan.

Kegagapan dan kegamangan tersebut bukan hanya menghinggapi kru media massa atau redaksi sebagai produser berita. Pun, terjadi pada khalayak sebagai konsumen teks berita tentang perubahan tersebut. Dalam konteks inilah sesungguhnya perubahan sosio kultur secara makro berimplikasi pada skala meso (praktik wacana) dan mikro (teks berita). Begitu juga sebaliknya. Masing-masing level yang dianalisis saling mempengaruhi secara organik dan sistemik.

Kegamangan epistemologi ini pun merambah dan bisa dilihat dari sudut pandang etika jurnalistik. Etika yang menjadi ukuran baik dan buruk menjadi

sangat cair dan elastis. Ia bisa ditarik ke sana kemari sesuai dengan kepentingan dan hasrat media yang bersangkutan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian, pemberitaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup selama kampanye pilpres 2014 merepresentasi satu keadaan, yakni, krisis atau kegalauan epistemologi; tidak memiliki epistemologi yang ajeg. Penyebabnya adalah (1) tekanan politik-kekuasaan dan ekonomi-bisnis di setiap grup media yang diteliti. (2) Realitas yang kian kompleks yang dipicu oleh perkembangan pesat teknologi komunikasi dan informasi sehingga unsur, prinsip, realitas, dan etika jurnalistik menjadi kabur. Ketika realitas tidak lagi tunggal; etika tidak lagi tegak dipastikan tidak ada kebenaran tunggal atau munculnya kebenaran plural. Masing-masing grup media memiliki dan mendefinisikan realitas, kebenaran, dan etika jurnalistik menurut versinya masing-masing. Tidak ada yang salah dengan hal tersebut karena ketiga grup media yang diteliti memiliki alasan tersendiri.

Dengan demikian, berdasarkan Hasil Penelitian (Bab III) maka dalam Bab Pembahasan (Bab IV) ini, ada tiga poin yang akan dibahas. Yaitu, perbedaan konstruksi wacana yang dibangun ketiga grup yang menjadi objek penelitian. Kedua, perbedaan antara teori, praktik, dan etika jurnalistik pada tingkat praktik wacana. Ketiga, kegagapan atau kegamangan epistemologi di kalangan redaksi tiga grup yang diteliti yang dipicu oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dan tarikan politik-kekuasaan dan ekonomi-politik, khususnya para pemilik media.

4.1. Media sebagai Aktor Politik

Pada kampanye pilpres 20914 sangat terasa pilihan-pilihan politik media terhadap pasangan capres-cawapres tertentu. Pilihan politik itu harus hati-hati diambil media karena akan berbenturan dengan sikap independensi media. Beberapa hrup media seperti Metro TV, MNC, dan Viva memiliki keterkaitan dengan partai politik. Ini harus disikapi secara hati-hati oleh wartawan yang bernaung di bawah perusahaan media tersebut. Di sisi lain, ada beberapa media tidak memiliki afiliasi dan keterkaitan dengan partai politik tertentu sehingga relative bebas dalam menentukan sikap redaksinya dalam menyikapi kampanye pilpres 2014.

Polaritas pemberitaan di Metro TV, MNC, dan Viva sangat kentara. Metro TV dengan Surya Paloh dan partai Nasdem, Hary Tanusoedibjo di MNC dan Aburizal pada Viva. Masing-masing menggunakan media untuk kepentingan politik para pemiliknya. Televisi khususnya yang menggunakan frekuensi publik seharusnya dipergunakan untuk kepentingan publik bukan untuk kampanye politik golongan tertentu.

Sebenarnya keberpihakan media terhadap partai politik atau kandidat tertentu tidak hanya terjadi di Indonesia. Di luar negeri pun sama saja. Banyak media yang memilih dan berafiliasi dengan partai politik atau simpatisan kandidat tertentu. Inilah salah satu risiko media dikuasai pedagang dan politisi. Pergeseran pola di media ini diawali oleh perpindahan kepemilikan dari wartawan ke pengusaha atau politisi. Para pemilik yang berlatar belakang pengusaha dan politisi tidak memahami kode etik jurnalistik dan undang-undang secara

mendalam. Meskipun kita tidak memungkiri ada beberapa grup media yang tetap melakukan tugas jurnalismenya secara benar (dengan acuan kode etik jurnalistik dan undang-undang). Yang mesti dicermati adalah pergeseran penerapan kode etik jurnalistik pada anggota grup-grup media tersebut. Pergeseran ini terjadi akibat kian besarnya perusahaan media tersebut. Nuansa politik dan kepentingannya sangat kental terasa.

Harus diakui bahwa keberpihakan politik dalam kampanye pilpres 2014 membuat media-media yang berafiliasi atau dimiliki oleh politisi dari partai politik tertentu sangat kualitas beritanya sangat buruk. Bahkan, untuk sekedar memenuhi kode etik jurnalistik saja tidak bisa. Peristiwa dibingkai untuk kepentingan politik pemilik medianya. Untuk memberikan porsi bagi lawan politik sangat sedikit kalau tidak dikatakan sangat terpaksa. Bahkan untuk media-media yang memiliki kepentingan politik tertentu Aliansi Jurnalis Independen (AJI) menghadiahkan mereka dengan julukan "musuh kebebasan pers." Ironis memang. Tetapi kenyataannya menunjukan hal demikian. Mereka mengggunakan frekuensi publik untuk kepentingan politiknya.

Keberpihakan media secara politik lebih baik dideklarasikan secara terbuka. Dengan begitu publik mengetahuinya. Publik akan melihat media yang memiliki afiliasi dengan partai politik tertentu. Ini lebih baik daripada pura-pura independen dan netral dari kontestasi politik tertentu. Sikap pura-pura netral tersebut membohongi publik. Redaksi bisa saja memutuskan mendukung calon tertentu sepanjang diputuskan di ruang redaksi tidak ada intervensi dari pemilik

media. Pemihakan pada calon tertentu karena lebih kredibel dari calon yang lain, misalnya, adalah sesuatu yang sah-sah saja.

Hampir sebagian besar media pada kampanye pilpres 2014 larut ke isu pemilu dan pilpres. Muncul kecenderungan-kecenderungan penilaian terhadap calon tertentu. Namun demikian, yang harus digarisbawahi adalah standar kode etik jurnalistik. Masyarakatlah yang akan menguji dan menilai berita dari satu media. Oleh sebab itu, masyarakat harus sadar bahwa tidak ada media yang netral. Media hanya menyediakan pilihan dan penilaian terhadap calon tertentu. Media memiliki bingkai dan kepentingan tertentu dalam berita-beritanya.

Harus diakui industrialisasi media adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari lagi. Kapitalisme sudah meraksuk ke ranah media massa. Kapitalisme kemudian bersingggungan dengan politik sehingga menimbulkan paradoks dalam dunia jurnalisme. Media yang seharusnya mengawasi politik ternyata harus kalah oleh kepentingan yang diawasinya. Ironisnya kepentingan kapitalisme semakin hari kian kuat. Ini pun terjadi di berbagai belahan dunia. Bahkan, jika konglomerasi media kian hegemonik bukan tidak mungkin dunia jurnalisme yang sehat kian tersisih.

Kecenderungan konglomerasi media bisa menjadi masalah bagi penegakan kode etik jurnalistik. Bahkan, ada kecenderungan kompromistis antara kode etik dengan kepentingan kapitalisme, terutama bagi media-media yang secara ekonomi belum mampu mandiri. Bantuan ekonomi untuk kelangsungan media sangat mempengaruhi independensi media. Di beberapa grup perusahaan, media adalah

bagian kecil yang harus disubsidi oleh pemilik atau perusahaan induk sehingga sulit untuk netral dalam pemberitaannya (Stuart Allen (ed), 2010 : 5).

Di sisi lain ada media yang kuat secara ekonomi, tetapi kompromi dalam masalah dan isu yang sensitif. Misalnya, berkaitan dengan SARA. Demi kelangsungan perusahana media, isu SARA tidak diberitakan meskipun untuk kepentingan publik yang lebih besar. Artinya, media tersebut memilih bermain "aman" atau *safety*. Di sinilah unsur ekonomi dan bisnis lebih besar daripada kepentingan publik dalam masalah SARA. Menghindari pemberitaan masalah SARA bukan saja demi kepentingan masa depan perusahaan media, tetapi juga akibat trauma masa lalu. Perusahaan media itu tidak mau ambil risiko atau konyol dengan melawan arus besar di hadapan mereka yang bisa merusak perusahaannya.

Dalam kampanye pilpres 2014, Media Grup dan MNC Grup sangat kelihatan kepentingan pemiliknya. Sedangkan Kompas Grup pada level redaksi tidak terlihat meskipun mereka memiliki keterkaitan sejarah dengan ideologi partai tertentu. Kompas Grup mendukung Jokowi-JK tentu sudah dipertimbangkan secara matang oleh redaksi mereka. Banyak faktor yang menyebabkan Kompas mendukung Jokowi-JK. Meskipun demikian, pemberitaan Kompas Grup tentang PDIP, misalnya, tidak semasif pemberitaan Media Grup tentang partai Nasdem atau MNC Grup tentang Hary Tanusoedibjo. Kompas Grup lebih kental kepentingan ekonomi dan bisnisnya ketimbang ideologi dan politiknya.

Sementara itu, bagi Media Grup dan MNC Grup keberpihakan politik terhadap pasangan calon—Media Grup di kubu Jokowi-JK dan MNC Grup di

pihak berseberangan, pasangan Prabowo-Hatta—menyebabkan semua produk jurnalistik mereka bermasalah dari sudut Kode Etik Jurnalistik (Steven Barnett. 2011 : 171). Kalau pun mereka menyanggah dan menggunakan standar Kode Etik Jurnalistik adalah sebuah keterpaksaan. Lumrah bila pemberitaan di Media Grup dan MNC Grup selalu bertentangan. Dalam pemberitaan tentang kecurangan kampanye dan dugaan pelanggaran HAM Prabowo, misalnya.

Pemberitaan Metro TV tentang konser musik Salam 2 Jari adalah yang paling buruk dan paling mencolok mata publik tentang keberpihakan Media Grup kepada Jokowi-JK. Surya Paloh, sang pemilik Media Grup, berpidato dengan berapi-api. Dengan menggunakan baju kotak-kotak simbol dan ciri khas kampanye Jokowi-JK, tanpa merasa berdosa Surya Paloh secara terbuka mendukung dan mengkampanyekan Jokowi-JK (Anwar Arifin, 2010 : 11-13).

Begitu juga dengan Koran Sindo. *Headlines* berjudul "SBY Restui Prabowo-Hatta" adalah berita konstruksi tim sukses Prabowo-Hatta. Berita ini tidak ada di media lain selain media-media pendukung Prabowo-Hatta. Pola Koran Sindo dalam berita ini sama dengan keberpihakan secara politik Media Grup dan Kompas Grup ketika menulis konser musik Salam 2 Jari. Tentu saja dengan argumen jurnalistik masing-masing. Masing-masing memiliki perspektif dan klaim tersendiri. Bahwa berita yang mereka siarkan adalah tidak melanggar Kode Etik Jurnalistik dan sesuai dengan kepatutan sosial.

Oleh sebab itu, pemberitaan di Media Grup dan MNC Grup lebih bersifat politis daripada sebuah karya murni jurnalistik (Jeremy Iggers. 1999 : 17). Keberpihakan politik kedua grup tersebut kepada masing-masing kandidat

membuat kepentingan publik secara umum dilanggar. Media yang seharusnya menjadi corong kepentingan publik berubah menjadi kepentingan capres-cawapres atau partai politik. Karena keberpihak itulah Media Grup dan MNC Grup berperan aktif membangun pencitraan dan opini publik yang baik dan sebaliknya bagi kandidat yang didukung mereka (Anwar Arifin, 2010 : 91).

Sementara itu, Komisi Penyiaran Indonesia sudah membaca pertarungan media pada pilpres 2014 akan berlangsung terbuka, vulgar, dan cenderung sarkastis. Oleh sebab itu, KPI bersama Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) membuat kesepakatan tentang rambu-rambu aktivitas media penyiaran. Bahwa ranah publik tidak boleh dipergunakan untuk kepetningan pribadi, kelompok, atau partai politik tertentu. Yang mengeluarkan peraturan tersebut adalah KPU karena institusi itu yang berhak.

Persoalan efektivitas peraturan tersebut bisa dipotret melalui dua sisi. Menurut Aliansi Jurnalis Independen (AJI) banyak media yang melanggar bahkan sangat massif sedangkan KPI juga memantau dan mencatat. Hanya saja pelanggarannya tidak sebesar seperti dikatakan AJI. Di sisi lain, peraturan itu banyak disiasati oleh pemilik media dan partai politik. Para pemilik media ini dimasukkan menjadi sebuah program atau bahkan ada yang menjadi sebuah iklan, bukan *blocking* time. Artinya, peraturan selalu bisa disiasatkan oleh pemilik media. Iklan, contohnya. Para pemilik media berkilah bahwa iklan tidak dilarang. Di sinilah KPI kesulitan karena iklan tidak dilarang, meskipun pada sisi lain kalau KPI berani bisa bertindak keras dan tegas. Dalam konteks inilah sesungguhnya di internal KPI sendiri tidak solid satu suara. Ada suara-suara kritis tetapi dikalahkan

oleh suara mayoritas yang memiliki kepentingan tersendiri. Suara-suara yang untuk menegakkan aturan dikalahkan oleh pesan atau agenda tersembunyi (*hidden agenda*) di internal KPI. Suara minoritas tidak pernah dijadikan suara institusi meskipun benar adanya.

Persoalan lain adalah KPI berhadapan dengan 'orang-orang kreatif.' Mereka akan selalu mempunyai cara dan celah mengakali peraturan. Oleh karena itu KPI mengingatkan dengan membuat surat edaran sebelum pemilu bahwa dengan mengutip pasal 36 Undang-Undang Penyiaran, bahwa frekuensi itu tidak boleh digunakan kepentingan pemilik media dan kelompoknya. Karena ini harus netral.

Dalam konteks netralitas ini pun ada persoalan. Di UU Penyiaran ada istilah netraldan independen. Di Dewan Pers mengacu pada Undang-Undang Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), Undang-Undang Pers tidak mengenal kata "netral" tetapi "independen". Di Undang-Undang Penyiaran munculnya kata "netral." Ini menjadi persoalan. Dewan Pers tidak melarang tetapi KPI itu menganggap sudah netral.

Karena ada persoalan tersebut KPI membuat surat edaran. Persoalan efektivitasnya sama dengan pemilu 2009, tidak ada pengaruhnya. Untuk mempertajam fungsi KPI harus ada instrumen atau *tools* agar pengurus partai tidak boleh menjadi pemilik televisi. Tetapi itu peraturan itu diprotes secara konstitusional. Ini pun menjadi perdebatan di internal KPI meski banyak yang setuju bahwa pemilik partai tidak boleh punya televisi.

Peraturan itu secara yuridis bisa disiasati. Bisa menggunakan orang lain tetapi orang ini akan mengikuti keinginan hasrat sang pemilik partai. Dewan Pers tidak dilarang tetapi membatasinya. Pada edaran atau peraturan KPI akhirnya yang benar diadopsi sama Undang-Undang Pemilu, yakni dibatasi. Itu yang paling *fair*. Jadi iklan dibatasi. Semua *fair* saja. Itu kemudian bisa digunakan untuk iklan tetapi untuk berita tidak bisa. Meski begitu persoalan lain adalah hal tersebut akan bersentuhan dengan Dewan Pers. Untuk menjalankan peraturan supaya efektif dibentuk satgas antara KPI dan Dewan Pers. Di luar persoalan lain, satgas tersebut tidak efektif. Apalagi KPI tidak mempunyai sistem pemantauan yang *real time*. Artinya, hanya manual mengandalkan mata.

Sesungguhnya pertarungan di televisi adalah murni bisnis, bukan ideologi kecuali jika dilihat kapitalisme sebagai ideologi (Yasraf Amir Piliang. 2008 : 298). Tetapi dalam pertarungan pilpres 2014 para pemilik media sangat pragmatis. Inilah salah satu konsekuensi dari demokratisasi karena pada akhirnya adalah pergulatan kekuasaan. Untuk merebut kekuasaan itu, pengusaha atau partai politik akan memanfaatkan segalanya, terutama yang strategis untuk merebut kekuasaan tersebut. Karena demokratisasi itu identik dengan soal mayoritas dan kelompok minoritas, maka akan dicari apa yang bisa menjangkau dan menguasai kekuasaan tersebut. Saat ini yang paling strategis adalah penguasaan media massa (Yasraf Amir Piliang, 2008 : 298). Meskipun sekarang ada fenomena tentang sosial media. Maka ia akan menggunakan itu.

Televisi swasta sejak awal memang murni bisnis. Ini diamini undang-undang bahwa televisi merupakan institusi bisnis sehingga dibolehkan mencari

profit. Tetapi karena menyangkut soal frekuensi yang notabenenya milik negara, maka di situlah diperketat dengan peratuan perundangan-undangan (UU Penyiaran). Di situlah kemudian ada pasal yang menjaga tentang netralitas, independensi, terkait dengan publik, tidak boleh terkait dengan kelompok.

Karena ada kecenderungan kalau tidak dibatasi akan dimanfaatkan. Kecurigaan tersebut benar adanya Tetapi kalau melihat dari sejarah yang muncul waktu itu ada juga yang namanya sejarah dan di UU dikenal empat jenis televisi, yaitu, televisi publik, televisi komunitas, televisi swasta, dan televisi berlangganan. Televisi publik ini yang dibiayai negara dalam rangka menjadi alternatif atau menjadi rujukan atau paling tidak menjadi penyeimbang (Ade Armando. 2016. : 81-114). Namun, hal ini menjadi persoalan serius di Indonesia karena negara tidak mampu menyediakan anggaran yang memenuhi syarat apalagi kemudian desain dari sistem pemilihan di UU televisi publik, anggota dewan atau komisionernya dipilih oleh Komisi I di DPR. Ini menjadi persoalan tersendiri. Yakni, bagaimana mungkin ada orang dipilih memiliki indepedensi dari yang memilih?" Indikatornya bisa dilihat apakah televisi publik mampu sebagaimana yang diharapkan oleh pendesain-pendesain undang-undang itu? Rasanya tidak. Bukan tidak mungkin ada atau terjadi mekanisme (bukan transaksional). Namun 'perselingkuhan' atau apalah namanya antara pemilih dan yang dipilih karena mekanisme di Komisi DPR itu bersifat politis. Politik akan sangat tergantung pada sistem politiknya. Sedangkan sistem politik yang terjadi transaksional. Partai politik bukannya menjadi institusi politik, tetapi menjadi industri politik. Ini

menjadi sebuah lingkaran setan yang tidak ada ujungnya. Makanya KPI tidak akan berubah kalau sistem politik ini tidak berubah.

Dalam televisi antara jurnalisme dan etika harus dibedakan. Dan, memang dalam ranah yang berbeda. Namaun pendekata legal-formal membuat etika tidak berdaya. Etika berkaitan dengan pendekatan moral dan tanggung jawab sosial. Tetapi pemikiran semacam ini tidak populer. Sehingga akhirnya tetap terjebak dengan pemikiran-pemikiran, pendekatan-pendekatan yang legal formal. Padahal pendekatan etis untuk menyelesaikan persoalan di KPI lebih luwes sebenarnya. Kecuali kalau satu kali, dua kali, dan tiga kali pendekatan etis tidak bisa, maka hukum formal harus ditegakkan.

Tetapi kemudian alatnya yang menggebuk itu benar atau tidak. Jangan-jangan alat penggebuknya tumpul. Ini menjadi problem. Sekali lagi persoalan ini menjadi persoalan serius karena informasi itu adalah makanannya pikiran dan makanannya otak. Kalau banyak informasi-informasi yang tidak bergizi, tidak sehat, tidak akurat, terdegradasi, direkayasa akan membuat pikiran masyarakat menjadi tidak sehat. Ini sangat berbahaya.

Jurnalisme pada pilpres 2014 adalah masalah. Akses terhadap televisi tidak menjadi masalah. Msyarakat bisa memilih dan memilah. Di situ sebenarnya peran KPI, Dewan Pers, dan Kementerian Komunikasi dan Informasi untuk menghadapi realitas politik. Yang menjadi masalah adalah dua-duanya, tingkat literasi rendah, aksesnya juga hanya terbatas. Kasus ketika ketika KPI menghentikan hitung cepat (*quickcount*) adalah contohnya. Tingkat literasi media berkolerasi positif dengan tingkat pendidikan memang masih rendah.

Polarisasi televisi pada 209 tampaknya akan terus berulang. Apalagi jika regulator dan pemerintah yang berperan sebagai wasit ikut bermain. Apa ada permainan antara KPI dengan para pemilik media? Semuanya bisa dilihat dari kebijakan KPI terhadap beragam pelanggaran yang dilakukan media. Apakah memberikan efek jera? Tidak juga. Tidak ada ketegasan di KPI. KPI tidak solid ketika berhadapan dengan pemilik media. Meskipun penyakit ketidaksolidan menghinggapi nyaris semua institusi negara seperti Komnas HAM dan KPK, misalnya. Oleh sebab itu, persoalan ketidaksolidan ini harus dikaitkan dengan sistem politik negeri ini. Siapa yang memilih partai politik? Partai politik sumbernya dari mana? Orang-orang yang duduk di komisioner KPI itu dari mana?

Sesungguhnya sistem penyiaran Indonesia sudah benar dengan mengadopsi Pers Pancasila (Anwar Arifin, 2017). Karena pada akhirnya kebebasan 100 persen itu tidak ada. Semua ada batasnya. Di undang-undang pers tidak ada instrumen untuk bagaimana membuat supaya pers itu menjaga moralitasnya. Di Indonesia tidak mempunyai lagi mekanisme kontrol untuk menjaga kebebasan itu. Kalau duhulu masih ada Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUP) sekarang tidak ada. Mestinya bisa diambil jalan tengah. Jalan tengahnya adalah, misalnya, harus mendapat rekomendasi dari Dewan Pers. Jadi ada semacam mekanisme demikian sehingga *check and recheck*. Kalau tidak ada mekanisme *check and recheck* dan keseimbangan lebih baik menggunakan sistem pers yang transaksional. Pada pilpres 2014 pemilik media tidak mempunyai tanggung jawab sosial. Mereka tidak dalam rangka menjalankan itu sebagaimana amanah Undang-Undang. Pemilik media berpikir dan bekerja pragmatis saja.

Mereka hanya cari untung. Ini semuanya sebenarnya bisa berubah di eksekutif memiliki komitmen yang jelas dan tegas. Karena puncak sistem kekuasaan ini adalah eksekutif. Jika eksekutifnya tidak memiliki keberanian, tidak punya ketegasan, tidak punya kebijaksanaan, kondisi media akan seperti ini terus.

Kalau dipilah secara makro, mikro, dan meso maka level makro adalah yang menggambarkan kondisi masyarakat Indonesia. Pada tataran meso DPR dan eksekutif sedangkan mikronya apa yang terjadi pada media. Kita harus akui saat ini yang kuta adalah kapitalisme. Puncak dari demokratisasi yang kemudian ditingkahi dengan kapitalisme itu hanya materi; hanya kekuasaan. Ini bukan cerminan anti-demoktatis. Dalam sistem kapitalistik pola-pola pengambilan keputusannya adalah transaksional, bukan tanggung jawab sosial (James Curran, 2002 : 79). Dengan demikian pertarungan media di 2014 akan terulang pada pilpres 2019. Karena polanya sama.

4.1.1. Kompas Grup

Secara umum pada pemilihan presiden (pilpres) 2014 lalu – terkait peta, peran, dan fungsi media – independensi (Pasal I Kode Etik Jurnalistik) menjadi satu hal yang sangat penting bagi Kompas. Secara garis besar fokus Kompas pada penyelenggaraan pilpres, bukan pada partai pengusung ataupun kedua kandidat. Siapapun yang menang tak persoalan. Yang terpenting bagi Kompas adalah pilpres dilaksanakan secara berkualitas.

Kompas melihat, setelah Indonesia beralih dari rezim otoriter ke demokrasi, Pilpres 2014 merupakan momentum yang sangat penting bagi

Indonesia. Apakah demokrasi bangsa ini akan terus berkembang atau justru kembali ke belakang. Dengan dasar inilah Kompas menyoroti pilpres kali ini.

Dengan dasar independensi itu, dalam peliputan, Kompas membagi tim peliput menjadi dua yang masing-masing meliput kedua kandidat. Litbang Kompas juga dilibatkan untuk memastikan independensi sebagai media.

Kompas banyak mendengar tentang media lain yang berpihak ke salah satu kandidat, intervensi pemilik media pada editorial, intervensi dalam memilih narasumber "ini boleh, ini tidak boleh", tapi di Kompas tidak pernah ada itu. Bahkan, garisnya jelas, jika ada awak redaksi yang masuk partai politik, silakan keluar dari redaksi.

Dalam pemberitaan, independensi sangat Kompas tekankan. Termasuk independen dalam bersikap, bukan memihak (Bennet, James and Niki Strange (ed), 2015 : 196). Artinya, ketika melihat sebuah persoalan terkait pilpres, yang menentukan hal itu penting atau tidak untuk diberitakan murni berdasarkan penilaian redaksi sendiri, bukan karena desakan pihak lain, apalagi karena dibayar. Apabila Kompas memuat atau berpihak pada janji-janji politik tertentu atau kecenderungan tertentu, itu dikarenakan Kompas menilai itu benar. Bahkan, untuk memperkuat penilaian Kompas dan menjaga netralitas (Zulkarimein Nasution, 2015 : 135), Litbang Kompas dilibatkan untuk mengukur proporsionalitas berita dan *magnitude*-nya.

Memang kondisi yang tidak bisa dihindari pada kampanye pemilihan presiden (Pilpres) 2014, masyarakat dan media terbelah secara tajam. Penyebabnya adalah kontestan pilpres yang hanya dua calon, Prabowo Soebianto-

Hatta Rajasa dan Joko Widodo-Jusuf Kalla. Di kalangan media, kondisi ini juga tentu saja membelah media menjadi dua kutub. Tentu saja Kompas TV tidak bisa menyebut satu per satu dan berada di pihak yang mana. Masing-masing media memiliki latar belakang politik yang berbeda. Mereka memiliki subjektivitas tersendiri. Masyarakat bisa melihat media dari berbagai sudut. Mungkin dari pemilik modalnya, pendiri, atau kedekatan dengan partai politik tertentu. Semua latar belakang dan pilihan tersebut mengantarkan masyarakat menyebut media yang demikian sebagai partisan.

Kompas TV melihat lebih jauh dalam peta pertarungan Pilpres 2014 tersebut. Yakni, makna independensi. Selama ia menyampaikan nilai tersebut, media boleh subjektif. Perspektif subjektif tersebut diperbolehkan sepanjang memberi kesempatan kepada orang lain, khususnya dalam konteks Pilpres 2014. Tidak ada saling memblok sebuah tayangan. Televisi adalah media yang berbasis frekuensi yang dimiliki publik (Holli A. Semetko and Margaret Scammell, 2016 : 62).

Media harus independen. Karakter itu seperti yang dilakukan Kompas TV, misalnya. Pada 2014 Kompas TV membuat tayangan hitung cepat (*quick count*) yang secara historis berfungsi untuk mengawal dan menjaga kualitas pemilu dan demokrasi. Nilai independensinya Kompas TV yaitu tidak mau dibiayai siapapun atau kerja sama dalam bentuk apapun. Kompas TV membiayai sendiri

Dalam peraturan peliputan Pilpres (Goerge S. Hage, Everette S. Denis, Arnold S.Ismach, 1976 : 5), Kompas TV mengikuti kaidah-kaidah yang banyak orang sampaikan; memberikan kesempatan yang sama kepada setiap calon. Ini

sesuai dengan etika jurnalistik. Faktor keberimbanggan memberikan kesempatan tersebut memang pada praktiknya sangat sulit di lapangan. Banyak kendala yang dihadapi. Misalnya, di lapangan muncul stigma, Kompas TV anti Prabowo, sehingga di lapangan menemui berbagai kesulitan. Padahal kalau dilihat waktu Prabowo-Hatta mendaftarkan ke Komisi Pemilihan Umum (KPU), Kompas TV total berdiri menyiarkan selama delapan jam. Bandingkan dengan ketika Jokowi-JK yang hanya enam jam, tetapi stigma di masyarakat susah untuk diubah. Oleh sebab itu, Kompas TV kembalikan ke Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai pengawas yang memonitor. Hingga akhir Pilpres tidak ada teguran soal itu.

Yang menyedihkan adalah 'kreativitas' publik pendukung masing-masing calon. Mereka bisa mengedit dan menyebarkan tayangan Kompas TV yang bukan sebenarnya. Ia kemudian menjadi viral dan menyalahkan Kompas TV. Sebenarnya jika pondasi media bagus secara jurnalistik dan tidak ada penguasaan frekuensi publik tentu tidak akan terjadi pertarungan yang kotor seperti Pilpres 2014.

Posisi Kompas TV sebagai bagian dari Kompas Grup tetap mengusung tradisi jurnalisme independen dan humanisme.[17] Humanisme berarti salalu memanusiakan peristiwa. Jadi pendekatan yang dilakukannya adalah mengedepankan nilai nilai kemanusiaan. Dalam peristiwa apapun Kompas TV selalu bertanggung jawab. Kedua, nilai independensi. Kompas TV mempunyai kewajiban menjaga marwah, menjaga martabat jurnalis, khususnya institusi Kompas Grup. Dengan begitu Kompas TV memiliki beban sejarah yang berkaitan

[17] http://kbbi.web.id/humanisme diakses terakhir 14.41 Wib

dengan independensi. Kompas TV tidak peduli siapa yang menang dalam Pilpres. Pilihan independen juga tidak menyenangkan. Kompas TV terlanjur dicap pro Jokowi-JK meski stempel itu salah besar. Waktu Prabowo hadir dalam diskusi dengan Kompas TV, kami sampaikan sikap independensi tersebut. Stempel pro Jokowi-JK adalah ujian buat Kompas TV.

Stempel pro Jokowi-JK sesungguhnya bermula dari pemilihan kepala daerah DKI Jakarta 2012. Dalam berbagai rapat redaksi Kompas TV sampaikan beritanya tentang Jokowi terus. Jawaban para produser adalah segala aktivitas Jokowi memiliki rating yang tinggi sehingga apapun yang dilakukan Jokowi menjadi magnet bagi pemberitaan.

Dalam konteks Pilpres 2014, ada tiga hal yang menjadi titik berat. Pertama, yang paling penting buat Kompas TV adalah pemilih atau masyarakat (*public*). Pemilih dalam pandangan Kompas TV adalah mereka akan jadi konsumen kebijakan. Oleh sebab itu, mereka menjadi perhatian utama Kompas TV. Kedua, penyelenggara pemilu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) KPU dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Sikap Kompas TV terhadap kedua lembaga tersebut adalah selalu kritis. Apa yang keduanya lakukan seperti penyebaran logistik dan DPT, contohnya akan selalu dikritisi. Ketiga, kontestan. Jumlah kontestan yang sedikit tetapi menentukan masuk bagian dari tiga elemen penting pemilu bagi Kompas TV. Dalam menayangkan kontestan ini terkadang Kompas TV diberi lebel jelek dan berat sebelah oleh publik. Dalam Pilpres 2014 kedua pendukung kontestan pernah protes ke Kompas TV. Mereka menganggap kami tidak seimbang di mata kedua kubu yang bertarung.

Tentu saja pertimbangan utama dalam pemberitaan kampanye Pilpres 2014 adalah memenuhi unsur-unsur kode etik jurnalistik. Ini yang menjadi dasar. Apapun beritanya, anggapan di luar atau di dalam termasuk di luar konteks sendiri, selama memenuhi unsur-unsur kode etik jurnalistik termasuk verifikasi fakta, bagi Kompas TV tidak menjadi masalah. Tetapi kalau bicara skala prioritas, Kompas TV akan mengedepankan pemilih. publik. Misalnya liputan tentang kertas suara yang rusak, tata cara mencoblos adalah yang terpenting. Bagi Kompas TV kalau sampai pemilihnya tidak sampai 60 persen, Pilpres dianggap gagal. Ini berarti partisipasinya rendah.

Saat Pilpres 2014, terjadi polarisasi yang kuat di tengah masyarakat, antara pro-Jokowi yang dianggap ikon baru politik di Indonesia dan pro-Prabowo yang sering diidentikkan sebagai bagian masa lalu politik di Indonesia. Tak terkecuali media massa, juga terbelah, ada yang di kubu Jokowi, ada yang di kubu Prabowo, dan ada yang netral. Padahal menurut saya, mestinya, dalam situasi masyarakat yang terpolarisasi seperti itu, media massa seharusnya berperan sebagai pihak ternetral dan berpijak pada kepentingan masyarakat (Brian McNair. 1995). Waktu itu, yang paling mengerikan adalah potensi kerawanan dan perpecahan atas dasar SARA dan media semestinya menjaga agar kekhawatiran itu tidak terjadi.

Kompas.com, sejak dulu dan sampai hari ini, berpendirian keberpihakan harus ke masyarakat, pada kepentingan publik. Demikian juga saat pilpres, Kompas.com tetap mengedepankan prinsip itu. Kompas.com tidak berpihak pada salah satu kubu. Kompas.com independen. Sejak awal media Kompas didirikan pada tahun 1960-an oleh Jakob Oetama dan Petrus Kanisius (PK) Ojong,

disebutkan bahwa keberpihakan Kompas adalah ke masyarakat. Jakob Oetama mengatakan ingin mendirikan media bukan atas nama kelompok, tapi media yang membangun Indonesia, masyarakat. Maka keberpihakan Kompas kepada pluralisme, kebhinekaan. Indonesia, bukan kepada sekelompok masyarakat.

Sejak awal, Jakob Oetama – sebagai pemilik – selalu mengingatkan redaksi untuk memberi ruang pada semua kandidat (Zulkarimein Nasution, 2015 : 131). Namun, tentu saja dalam hal ini bukan tanpa nilai. Dalam pengertian, apapun yang Kompas.com beritakan, apapun yang Kompas.com campuri, diberitakan atau tidak, itu lebih pada penilaian Kompas.com sendiri, bukan karena adanya intervensi pihak manapun, termasuk pemilik media. Kompas.com membuat liputan jurnalistik yang menurut Kompas.com penting untuk semua, untuk para kandidat, dengan dasar keyakinan Kompas.com bahwa yang kita tulis itu bermanfaat, tidak merusak kepentingan masyarakat (Bill Kovach and Tom Rosentiels 2007).

Beruntungnya pemilik Kompas, Jakob Oetama tidak pernah men-*direct* (mengarahkan), malah yang sering Jakob Oetama menggugat, "Eh, ini betul ya begini?," Jadi Kompas.com diajak berpikir ulang ada tidak perspektif lain. Tidak pernah Jakob Oetama memerintahkan ini tidak boleh diberitakan atau narasumber ini tidak boleh.

Dalam melihat liputan, Jakob Oetama sering menilai dan bertanya, ini perkembangannya bagaimana, itu bagaimana, trennya seperti apa. Tapi tidak pernah mengarahkan harus begini atau begitu. Misalnya, dia mempertanyakan Jokowi soal kapasitasnya, yang berasal dari Solo, secara nasional kapasitasnya

kurang, tetapi ada Jusuf Kalla yang dinilai sudah mumpuni. Banyak gugatan-gugatan dari Jakob Oetama. Begitu juga dengan Prabowo, Jakob Oetama menilai kapasitasnya juga mumpuni. Tapi tidak ada pengarahan spesifik dari Jakob Oetama ke liputan dan pemberitaan. Jadi sebetulnya penilaian Jakob Oetama normatif saja, sehingga membuat Kompas terbuka kepada siapapun. Kompas independen, bukan berpihak kepada calon tertentu, tapi kira-kira bagaimana membawa Indonesia ke arah yang lebih baik.

Sosok Jakob Oetama, pendiri dan pemilik Kompas TV, sangat besar pengaruhnya dalam semua pemberitaan. Kompas TV melihat sosok Jakob, selain sebagai pendiri juga panutan, guru, dan senior dalam bidang jurnalistik. Jakob seorang jurnalis yang memberi contoh. Dalam konteks kampanye Pilpres 2014 yang diamanatkan betul oleh Jakob ke (alm) Taufik Miharja (pemimpin redaksi Kompas TV ketika kampanye Pilpres 2014) adalah menjaga independensi dan memberi kesempatan kepada semua warga negara untuk berkontestasi.

"Pak Jakob mengajarkan kepada Kompas TV untuk tidak *underestimate* kepada calon tertentu. Menurutnya, semua orang punya peluang yang sama. Semua harus diberi kesempatan." Jakob, *owner* Kompas TV, sebenarnya bisa saja melakukan apapun dalam waktu kampanye Pilpres 2014. Tetapi dia selalu mengingatkan kita untuk profesional, adil dalam setiap pemberitaan. Di luar itu pasti adalah kepentingan publik yang utama.

Figur Jakob terus mengingatkan betapa pentingnya menjaga kredibilitas berita. Kompas percaya dengan petuah tersebut karena pada faktanya lebih 50 tahun beliau menjaga nama dan reputasi Kompas. Dan, misi Kompas Grup

tentang kemanusiaan selalu diulang kepada redaksi. Itulah watak Jakob yang utama dalam jurnalistik.

Kompas Grup beruntung didirikan dan dimiliki Jakob (bersama Petrus Kanisius Ojong), dua orang jurnalis. Ini berbeda dengan grup lain yang banyak dimiliki pengusaha. Benar adanya media adalah bisnis, tetapi ia berbeda dengan bisnis yang lain. Media adalah bisnis kepercayaan. Bisnis berarti untuk melanjutkan kehidupan membutuhkan uang, tetapi cara memperolehnya harus tetap hormat. Makna iklan, misalnya bagi Kompas TV, diapresiasi, karena mereka memasang berarti orang lain percaya produk-produk Kompas TV. Oleh sebab itu, Jakob berpesan jaga dulu kualitas produk terlebih dahulu. "Sudahlah tidak usah khawatir." Begitu pesan Jakob berulang-ulang. "Nanti orang (pengiklan) datang sendiri."

Ketika seseorang bergabung menjadi bagian Kompas, dia akan teracuni, terintegrasi dengan nilai-nilai yang dibangun Jakob Oetama dan PK Ojong, yakni nilai-nilai kebhinekaan, pluralisme, hati nurani rakyat, berpihak kepada mereka yang menderita, tidak bisa bersuara, korban ketidakadilan. Nilai-nilai itu terwariskan dari generasi ke generasi wartawan Kompas hari ini.

Dengan misi Kompas yang telah digariskan sejak awal tak terlalu khawatir tanggapan pasar terhadap. Hal yang Kompas khawatirkan justru munculnya ketidakpercayaan masyarakat kepada karena memberitakan atau mempertahankan sikap yang keliru, sehingga kredibilitas dipertanyakan. Karena itu, Kompas menjaga jangan sampai keliru. Memberitakan fakta-fakta yang keliru, sehingga orang berpikir Kompas tidak bisa dipercaya.

Misalnya dalam pilpres, ada yang menganggap Kompas pro-Jokowi dan dia tidak percaya pada Kompas. Tetapi, Kompas yakin yang diberitakan itu fakta. Begitu juga dengan hasil survei Litbang Kompas sempat ragu-ragu dikeluarkan hasil survei. Ada kekhawatiran kalau dikeluarkan dianggap pro-salah satu kandidat, tetapi kalau tidak dikeluarkan dianggap pro-kandidat yang lain.

Kompas menulis sesuatu bukan karena selera pasar, melainkan – mungkin agak bombastis – untuk negara ini supaya lebih harmonis, toleran. Meskipun dari sisi pasar suatu sudut pandang berita sangat menarik, Kompas tidak akan mengangkat. Tak salah jika ada yang bilang berita Kompas tidak menarik, tetapi tujuannya adalah untuk menyejukkan, agar negara ini tidak rusuh atau ricuh terus-menerus.

Karakter Kompas memang santun (Ibnu Hamad, 2004). Banyak temuan-temuan yang disimpan sebagai *background*, tak serta merta dilempar ke publik. Walaupun dari sisi jurnalistik menarik, banyak pertimbangan yang harus ditimbang. Jadi, banyak yang dari sisi jurnalistik terpenuhi, namun karena pertimbangan prinsip Kompas korbankan apa yang telah didapat.

Dengan gaya itulah, Kompas menetapkan *positioning* pada pilpres lalu. Kompas menyampaikan pesan secara tidak langsung, kalau istilah Jusuf Kalla itu *gestur*. Nilai-nilai yang Kompas sampaikan samar. Silakan orang menafsirkannya. Gaya seperti ini adalah gaya lembaga, bukan semata-mata karena figur Jakob Oetama yang Jawa. Nyatanya, gaya semacam itu diterima. Jika Kompas frontal, pasti ada yang kecewa dan menjauh, antipasti, dan tidak mendapatkan informasi

lagi dari dia, sehingga Kompas nanti hanya mendapatkan informasi dari sepihak. Namun, dengan gaya itu, justru informasi yang didapat lebih banyak dan utuh.

Hal yang menarik, ketika pilpres lalu, pihak Jokowi justru merasa Kompas tidak adil karena dinilai kurang mengangkat isu prestasi Jokowi. Padahal kalau mau jujur, Jokowi memang berangkat dari "bukan siapa-siapa", minim pengalaman. Katakanlah begitu. Namun, dari pihak Prabowo sebaliknya, menganggap Kompas selalu melihat Prabowo salah melulu. Padahal, jika ditelusuri, Prabowo sudah banyak bertugas. Jadi ada fakta sejarahnya. Masalahnya, fakta yang paling mencolok adalah persoalan hukum tentang dugaan pelanggaran HAM.

Kompas melihatnya tidak setara. Yang satu persoalannya sudah masuk proses hukum, ada pengadilannya, sudah diselidiki sedemikian rupa. Sementara itu yang satu lagi, Jokowi dianggap belum punya kapasitas. Ini juga kekurangan. Namun, kalau dilihat, keduanya tak bisa dibandingkan *apple to apple*.

Misalnya, Kompas mau menulis Prabowo terkait dugaan pelanggaran HAM dan Jokowi miskin pengalaman, semestinya itu harus proporsional, *fifty-fifty*. Nyatanya, kadar dua persoalan itu pasti berbeda. Inilah yang mungkin orang lihat Kompas tidak proporsional, walaupun dari sisi pemberitaan atau tulisan dibikin sama. Artinya personalitas dibandingkan, cara berpakaian dibandingkan dengan cara berpakaian, cara makan bandingkan dengan cara makan, *apple to apple*. Tetapi, lagi-lagi, yang satu punya persoalan hukum, sehingga terasa Kompas membedakan.

Memang, Jokowi sempat dipersoalkan juga secara hukum. Waktu itu terkait pengadaan bus Transjakarta. Persoalan itu ditulis juga, namun tak sekuat

kasus HAM Prabowo, karena soal Transjakarta itu memang belum masuk persoalan hukum, apalagi masuk pengadilan, jadi *tune*-nya berbeda. Meski demikian, tim Jokowi masih menuding Kompas tidak adil karena dinilai kurang mengangkat sisi-sisi positif Jokowi. Kompas takut Prabowo, mendapat tekanan dari kubu Prabowo, kata mereka. Sebaliknya, pihak Prabowo menganggap Kompas terus menghajar.

Nah, jika dilihat kedua kubu memprotes Kompas, itu menunjukkan memang tidak berpihak ke salah satu kandidat. Inilah independensi Kompas. Bahwa pemberitaan Kompas bukan karena intervensi pihak manapun, melainkan murni kebijakan redaksi semata.

Bahkan, demi independensi itu, Kompas juga mempertimbangkan soal iklan pilpres. Pasalnya, ada yang menganggap iklan merupakan penyebab Kompas tidak independen. Kepada bagian iklan, redaksi meminta jika mengirim proposal iklan kepada kedua tim sukses, harus dikirim secara bersamaan dan ada tanda terimanya. Ini perlu dilakukan, karena ada media-media tertentu yang berpihak bahkan dalam iklan sehingga ada kubu yang tidak bisa beriklan di media itu. Entah dengan alasan waktunya tidak memungkinkan membuat desain iklan atau alasan lain, yang tujuannya agar kubu tertentu tak bisa beriklan. Dengan fakta-fakta seperti itu, kepada bagian bisnis Kompas tekankan untuk mengirim proposal bersamaan.

Di saat pertarungan sengit seperti pilpres 2014 memang harus diakui sangat sulit untuk obyektif (Ashadi Siregar, Kompas, 11 Juni 2014), (Steven Maras, 2013 : 11). Namun, Kompas memandang independensi merupakan salah

satu tolak ukur utama obyektivitas yang harus terpenuhi. Bahwa Kompas menulis karena pertimbangan redaksi sendiri, bukan karena tekanan pihak lain. Kompas membentuk dua tim masing-masing ke kedua kandidat, itu juga merupakan upaya obyektivitas. Fakta-fakta di lapangan kita cek terus-menerus dengan konfirmasi ke masing-masing kubu, untuk memastikan, karena khawatir wartawan di lapangan terbawa untuk berpihak. Meski belum tentu juga diberitakan.

Kompas memahami, ketika salah satu kandidat memprotes, mungkin itu salah satu cara mereka untuk mendapatkan porsi lebih dan itu Kompas mengeleminasi kemungkinan-kemungkinan seperti itu. Jika dikatakan independensi berbeda dengan netralitas, maka netralitas bisa dimaknai dengan porsi yang sama, *fifty-fifty*. Bahkan, Kompas sampai mempertimbangkan bahwa di koran itu halaman 3 tentu lebih banyak dilihat dari halaman 2, karena lebih banyak orang melihat ke kanan. Itupun dihitung. Jika foto Jokowi hari ini ada di kanan, maka besoknya foto Prabowo yang di kanan. Begitu juga dengan ukuran foto, semua disamakan.

Lalu, jika ditanyakan soal kepentingan publik yang diusung Kompas pada pilpres 2014 itu, Kompas mendefinisikan kepentingan publik itu pada penyelenggaraan pilpres. Mungkin dibandingkan dengan media lain, Kompas paling banyak menulis soal penyelenggaraan pilpres, bukan kandidat. Kompas fokus pada penyelenggaraan yang demokratis, jujur, dan adil. Kalau bicara kandidatnya, susah, karena masing-masing punya kepentingan dan penafsiran sendiri.

Contohnya, ketika Kompas membahas soal HAM, rasanya tidak ada orang di Indonesia yang tidak setuju, meskipun pada saat pilpres menjadi persoalan. Tapi secara substansi, rasanya tidak ada yang tidak setuju bahwa pelanggaran HAM seperti itu tidak boleh terulang dan pelakunya diusut tuntas. Lalu, apakah dengan membahas itu kepentingan publik terabaikan? Tidak. Namun, kepentingan salah satu kubu bisa jadi "terabaikan" dan Litbang Kompas sempat dituding abal-abal karena melakukan survei soal itu, meski Litbang Kompas itu mungkin satu-satunya lembaga survei yang tidak dibayar atau menjadi konsultan politik.

Kompas menegaskan selalu memperjuangkan HAM bahkan sejak dulu. Jika baru sekarang, atau saat pilpres, kita bicara HAM, maka bahasannya mengaitkan HAM dengan Prabowo patut dipertanyakan. HAM adalah nilai-nilai yang Kompas perjuangkan, bukan karena kepentingan sesaat.

Lucunya, dalam liputan-liputan pilpres, oleh para aktivis HAM, Kompas masih dikeluhkann karena dinilai tidak memuat semua berita soal pelanggaran HAM itu. Sebaliknya, kubu Prabowo menyebut Kompas selalu menyerang. Jadi, jika ditanyakan apakah hati nurani Kompas berpihak kepada salah satu kandidat, saya tegaskan secara lembaga tidak pernah ada keperpihakan itu.

Tugas utama jurnalisme adalah menemukan kebenaran (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2007). Bagi Kompas TV, kebenaran yang diusung adalah turunan dari tajuk rencana/editorial harian Kompas. Tugas media itu mulia. Ia merekam beragam kejadian dan peristiwa. Jurnalisme menjadikan beragam peristiwa dan menjadikan hal itu sebagai diskusi dan perdebatan di ruang publik. Beragam peristiwa itu dijadikan Kompas TV sebagai *noise* ke *voice*. Untuk

menjaga posisi tersebut Kompas TV menjadikan kebenaran sebagai garis batasnya. Benteng yang paling utama adalah *chek and balances*. Kredibilitas dan kepercayaan sesama rekan kerja harus diutamakan. Kalau ada kesalahan yang dilakukan oleh reporter atau wartawan dan sebagainya segera diperbaiki. Kalau kemudian memang kesalahan itu dilakukan karena sistem informasi dan sebagainya berikan sanksi yang terberat. Bagai Kompas TV salah boleh, bohong jangan. Kira-kira itulah prinsip mengejar kebenaran. Ini soal menjaga media. Bagaimana mengubah *noise* menjadi *voice*.

Banyak suara masyarakat di luar sana tentang Kompas TV. Bagi redaksi itu diterima sebagai konsekuensi pekerjaan. Kompas TV memiliki ukuran dalam proses jurnalisme. Redaksi memiliki pilihan dan keputusan. Kebijakan ini disajikan kepada masyarakat. Benar adanya media menggiring opini masyarakat kepada hal tertentu, tetapi penggiringan opini tidak sembarangan. Ia berdasarkan pemikiran dari pakar di bidangnya. Hasil rapat redaksi dan ahli yang diundang. Kompas TV menggiring tetapi tidak sendirian. Karena Kompas TV sadar betul ada keterbatasan kemampuan. Nah itu yang sebenarnya, kalau media berpartner dengan kampus, cendekiawan. Ini bagian dari tanggung jawab media.

Dalam kasus dugaan pelanggaran HAM Prawobo ketika kampanye Pilpres 2014, misalnya, yang terpenting bagi Kompas TV adalah verifikasi fakta. Di sinilah tradisi riset itu menjadi poin paling penting dan dijunjung. Tradisi riset di Kompas sangat kuat. Dugaan pelanggaran HAM Prabowo adalah soal sensivitas. Ini yang hati-hati. Unsur sensivitasnya harus dijaga karena ajang pilpres Kompas

TV tidak dalam posisi sedang menjadi calonnya lawannya Prabowo. Karena hati-hati itulah Prabowo sempat datang ke Kompas TV.

Justifikasi bahwa Kompas TV ada di pihak Jokowi-JK sesungguhnya tidak beralasan. Redaksi Kompas TV banyak mengenal narasumber dari kedua belah pihak. Kompas TV tidak menutup peluang bagi Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta. Kompas TV mencoba bersikap adil dan *fair* dalam semua liputan. Jakob selalu mengingatkan Kompas TV boleh tidak suka dengan kebijakanya; boleh terusik dengannya. tetapi tidak boleh menjatuhkan di lingkunganya. Tidak boleh muncul interest pribadi. Kompas TV tidak boleh masuk wilayah pribadi, termasuk ketika kasusnya Prabowo.

Kompas TV mengesampingkan prinsip netral. Bagi Kompas TV yang lebih penting adalah bersikap independen. Netral itu benar-benar memberitakan A bicara A, B bicara B. Padahal peran dan fungsi media adalah mengkonstruksi realitas. Independen itu kalau Kompas TV harus memilih kebijakan A yang kebetulan didukung oleh pasangan A. Itu bukan karena Kompas TV sedang mau mendukung A, tetapi karena ahli dan pakar Kompas TV mengatakan ini lebih relevan.

Kalau netral diartikan tidak kemana-mana dalam konteks kaidah bahasa mungkin, Kompas TV tidak kemana-mana awalnya. Tetapi dalam konteks jurnalistik Kompas TV lebih memilih menggesampingkan sifat netral (Brian McNair. 1995). Karena kami harus menyodorkan nilai yang kemudian membawa nama insitusi harus independen. Independen itu tidak mudah, karena mempertaruhkan banyak hal. Bagi Kompas TV subjektivitas media itu masih ada.

Menempatkan judul memilih item adalah subjektif. Hal tersebut bisa dipertanggungjawabkan. Dalam konteks-konteks tertentu, misalnya Pilpres 2014, kami menjaga betul kaidah peliputan. Memberikan kesempatan kepada semua, tidak menutup, tidak memblokade, tidak mem-*blacklist*. Tidak menjadi masalah bila publik tidak melihat hal tersebut dalam liputan Komps TV (John Fiske. 1993 : 37).

Kepentingan publik yang diusung Kompas TV pada kampanye Pilpres 2014 adalah ingin membuktikan kepada dunia bahwa Indonesia itu aman. Bahwa Indonesia sebagai negara mayoritas Islam terbesar di muka bumi bisa melaksanakan pemilu secara langsung dengan tertib, tanpa ada *chaos*. Hal tersebut adalah prestasi besar. Karena itu kenapa Kompas TV selalu hati- hati terhadap hal-hal yang berkaitan dengan SARA yang akan memicu koflik horizontal. Bagi Kompas TV, Indonesia negara hukum terbesar yang bisa mempraktikkan pemilu langsung, damai, dan lancar. Peristiwa 1998 adalah pelajaran terpenting bagi bangsa ini. Jangan main-main dengan isu SARA; jangan mencampurkan urusan politik dengan urusan-urusan ras, misalnya. Kompas TV sangat hati-hati dengan isu SARA apalagi nama Kompas sudah distigma di masyarakat. Kompas berada di tengah-tengah masyarakat tidak mungkin terang-terangan melawan mayoritas.

Kompas Grup baru memulai konvergensi pada tahun ini. Ini yang disebut dengan *intregated fashion*. Jadi pada 2014 belum melaksanakannya tetapi ada liputan bersama. Media ideal dalam konteks industri dan media ideal dalam konteks non industri adalah dua hal yang berbeda. Dalam konteks media industri ada unsur kesinambungan perusahaan yang berjalan dengan menjaga kepercayaan

pengiklan. Komposisnya 70 konten dan 30 persen iklan. Negara berhak mengatur karena memiliki frekuensi. Televisi harus mematuhinya.[18]

Kembali ke soal Pilpres 2014, pasti ada orang yang mengatakan Kompas.com berpihak ke Jokowi. Banyak media yang mendapatkan label-label memihak ke salah satu kandidat. Itu anggapan orang. Tidak apa-apa. Sebab, polarisasi yang terjadi sangat kuat, kalau tidak dimasukkan golongan A, pasti masuk golongan B. Setiap berita yang ditampilkan mengandung konsekuensi.

Seperti, misalnya yang mencolok adalah berita soal adanya Babinsa yang mengarahkan masyarakat untuk memilih Prabowo. Kompas.com mendapatkan berita itu dari kawan dekat wartawan Kompas.com yang diarahkan oleh Babinsa. Kompas.com angkat berita itu. Bukan karena Kompas.com berpihak, tetapi karena itu cara Kompas.com mengkritisi praktik-praktik di lapangan yang berpotensi menimbulkan kecurangan dalan situasi yang sedemikian terpolarisasi. Itu adalah tanggung jawab Kompas.com sebagai media untuk menaikkan berita itu.

Pasti, dengan turunnya berita itu, Kompas.com mendapatkan label memihak salah satu kubu, itu tak bisa dihindari. Tetapi, Kompas.com berani tegaskan, tidak ada sama sekali maksud untuk berpihak. Semata-mata Kompas.com melihat ada potensi ketidakjujuran dalam pilpres. Berita yang Kompas.com tampilkan ada faktanya, tidak bohong. Kecuali tanpa fakta, itu namanya Kompas.com berpihak.

Lalu, jika ditanyakan apakah Kompas.com mengangkat juga kritik terhadap Jokowi? Saya ingin katakan, Kompas.com tidak pernah

[18] http://kpi.go.id/index.php/id/. Diakses terakhir 18 Juni 2017 pukul 15.28

menyembunyikan fakta atau menunda-nunda pemberitaan. Jika ditanyakan apakah Kompas.com mengangkat juga masalah bus Transjakarta dan kasus bus berkarat, seingat Kompas.com tidak ada sesuatu yang perlu dipersoalkan dari kasus itu.

Bagi Kompas.com, fakta itu adalah sesuatu yang suci, sehingga apa yang Kompas.com paparkan adalah apa yang lihat sebagai fakta di lapangan. Seperti tadi, soal Babinsa, apakah itu benar? Faktanya ditemukan di lapangan. Tidak ada rekayasa. Fakta-fakta yang kami temukan dipaparkan secara objektif.

Memang, harus diakui dalam keramaian masif seperti pilpres, banyak fakta yang dikontruksi oleh tim sukses. Misalnya soal "Konser Salam 2 Jari." Kompas.com menjelaskan bahwa itu fakta yang diikuti oleh sedemikian banyak orang menjadi viral di media sosial dan itu menjadi magnet memikat banyak orang. Tidak mungkin kami tidak memberitakan.Tidak ada yang salah dengan itu.

Orang bisa saja menuding Kompas.com berpihak. Tetapi prinsipnya, silakan masing-masing tim sukses membuat kontruksi fakta, selagi itu berdampak, membuat *impact* di masyarakat. Itu akan menjadi berita dan Kompas.com akan memberitakan karena memiliki *news value* (nilai berita)

Justru bagi Kompas.com, jika ada media yang tidak memberitakan soal "Konser Salam 2 Jari", jelas media itu memihak ke salah satu kandidat, karena tidak memberitakan sesuatu yang berdampak di masyarakat. Semua orang tahu "Konser Salam 2 Jari" dibuat tim sukses Jokowi-JK. Tetapi yang kita beritakan bukan bahwa itu dibuat tim Jokowi-JK, tapi ramai orang datang ke acara itu.

Lalu, ada juga berita pernyataan JK (Jusuf Kalla, Cawapres Jokowi) bahwa dulu Prabowo dipecat, bukan diberhentikan dengan hormat. Faktanya

memang Prabowo dipecat. Apakah untuk menunjukkan Kompas.com tidak berpihak, Kompas.com harusnya tidak memberitakan hal itu? Justru kalau Kompas.com tidak beritakan akan dituding berpihak ke pihak Prabowo. Jadi Kompas.com memberitakan atau tidak beritakan sama-sama dituding berpihak. Lalu pijakannya apa? Pijakannya adalah fakta. Pijakan kebenaran dalam jurnalistik adalah fakta. Sejauh itu merupakan fakta, berdampak pada publik, maka Kompas.com akan memberitakan. Bahwa setelah memberitakan itu dituding berpihak, itu risiko dari situasi yang terpolarisasi tadi. Memberitakan atau tidak memberitakan akan dituding berpihak.

Dalam pemberitaan pilpres, tidak seperti sebagian media yang jelas-jelas berpihak, tidak ada berita yang ditahan atau tunda-tunda. Tidak ada yang dibatasi. Semua memiliki hak yang sama. Apapun yang dikerjakan oleh kubu A ataupun kubu B, semuanya diberitakan. Apapun yang dilakukan oleh masing-masing kubu mendapat tempat, tidak ada yang ditahan, tidak ada yang ditunda, tidak ada yang dibatasi. Tidak boleh ini, tidak boleh itu, tidak ada di kamus Kompas.com. Satu hal yang membahagiakan di sini, tidak ada intervensi pemilik media untuk membatasi pekerjaan.

Kebanggaan menjadi wartawan Kompas.com adalah soal independensi itu. Tidak ada satu kekuatan politik manapun, bahkan pemilik saham. Satu-satunya pegangan adalah keberpihakan pada kebhinekaan, kepada Indonesia. Independensi di sini, maknanya, tidak terafiliasi dengan kelompok manapun, dengan partai politik apapun, atau pribadi siapapun. Tidak ada.

Sedangkan soal objektivitas, tentu ada subjektivitas dalam sebuah berita, namun ini dalam pengertian bahwa sudut pandnag (*angle*) sebuah peristiwa ditentukan oleh reporter. Mereka yang menulis dari sudut pandang mana, isi kepalanya apa, saat itu wartawan akan mempengaruhi isi. Namun, Kompas.com tegaskan, objektivitas adalah kitab suci di tempat kami. Bahwa fakta tidak boleh dikurang-kurangi atau ditambah-tambahkan dan disampaikan tanpa opini. Faktanya dipaparkan apa adanya, tidak melebih-lebihkan.

Dengan objektivitas itu, berita Kompas.com netral dalam pengertian tidak berusaha mengarahkan pemberitaan pada tujuan-tujuan tertentu, kepentingan tertentu, atau kelompok dan kubu tertentu. Kompas.com berdiri di atas kepentingan publik. Arti kepentingan publik di sini, ketika pilpres, keprihatinan yang muncul adalah potensi benturan di akar rumput terkait SARA. Maka, Kompas.com tak ingin benturan itu terjadi, masyarakat bentrok sesama mereka. Karena itu, Kompas.com menjaga betul agar pemberitaan tidak memperuncing masalah, tidak menjadi minyak tapi air. Misalnya, soal berita Babinsa itu. Kompas.com sangat hati-hati. Rapat redaksi juga lama membahas bagaimana berita itu digarap. Semua harus di-*cover*. Berita tidak boleh sepotong-sepotong, konfirmasi dilakukan untuk semua berita. Juga, jika mendapat berita dari Jawa Timur atau Jawa Tengah, selalu hati-hati sekali agar berita tidak memicu keresahan atau kerusuhan. Kompas.com jaga suasana yang demikian panas tidak makin panas. Polarisasi begitu kuat, potensi benturan sangat rawan. Kepentingan publik yang kami perjuangkan adalah menjaga harmoni, menjaga supaya proses

pemilihan berjalan lancar dan baik, jujur dan adil, sekaligus tanpa benturan di masyarakat.

Media massa itu disebut sebagai pilar keempat demokrasi (George Boyce, 1978 : 23). Dalam posisi itu, media semestinya berperan mengedukasi publik tentang apa yang seharusnya mereka tahu. Kedua, media massa itu merupakan pengawas jalannya pemerintahan, baik di eksekutif, legislatif, maupun yudikatif. Media massa mengawasi dan mengkritisi apa yang terjadi di pemerintahan ((Stuart Allen (Ed), 2010 : 97). Peran ini tak mungkin dilakukan jika sebuah media terafiliasi dengan kekuatan politik atau ekonomi tertentu. Jika itu terjadi, maka media tersebut bisa dipastikan terkooptasi (Stuart Allen, (Ed). 2010 : 3), (Julianne Schultz, 1998 : 37).

Lalu, salah satu yang dinilai sebuah hambatan untuk sebuah pemberitaan yang *fair* dan objektif adalah iklan. Tapi, jangan lupa, hal ini hanya terjadi pada media dengan *space* terbatas, di mana terjadi perebutan tempat antara kepentingan bisnis dan editorial. Ini terjadi di media cetak dan televisi. Namun, untuk media *online*, internet tidak terbatas, sehingga sama sekali tidak terjadi iklan membatasi pemberitaan (komersial (Jeremy Iggers, 1999, : 89). Berita yang ada, naik saja, iklan masuk, tinggal tayang. *Space*-nya ada, tidak ada hambatan berita karena iklan. Demikian juga, kami tidak pernah membatasi perusahaan atau pihak mana saja pasang iklan. Iklan datang, pasang saja. Redaksi Kompas tetap jalan, tanpa ada intervensi kepentingan bisnis (Bill Kovac and Tom Rosentiels, 2007 : 6).

Kembali ke soal pilpres, mungkin kami dari kelompok Kompas dianggap sangat pro-Jokowi, karena begitu banyak berita Jokowi. Jokowi masuk selokan

diberitakan, Jokowi buang air kecil diberitakan. Terus terang kritik itu sampai ke kami. Tetapi, itulah menariknya. Di *online* itu, berapa pembaca sebuah berita itu terlihat. Berita yang laris dibaca itu ketahuan.

Berita Jokowi itu sangat menarik minat pembaca. Apapun berita Jokowi selalu disambar pembaca. Kalau di media cetak atau televisi *space* terbatas, sehingga terjadi pemilihan berita-berita yang dinilai paling menarik. Di media *online*, semua berita bisa tayang (Jim Hall, 1992 : 43). Nah, belum pernah terjadi, berita seorang gubernur (Gubernur DKI Jakarta Jokowi), begitu menarik perhatian. Tak heran, kami banyak memberitakan Jokowi karena pertimbangan menarik pembaca. Artinya, berita Jokowi banyak lebih karena alasan ekonomis. Namun, banyak yang menuding, kami ingin Jokowi yang menang.[19]

Secara jurnalistik Kompas Grup tidak mendeklarasikan mendukung atau memihak kepada salah satu pasangan (Prabowo-Hatta atau Jokowi-JK), tetapi memiliki ikatan historis dengan partai politik tertentu (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan). PDIP—merupakan pecahan PDIP di era Ketua Umum Soerjadi--adalah fusi partai politik 1972. Artinya, tidak mungkin tidak mendukung Megawati Soekarnoputri atau PDIP. Pun, nama Kompas adalah pemberian dari Presiden Soekarno yang merupakan ayah dari Megawati yang sudah 25 tahun menjabat Ketua Umum PDIP.

Secara historis Kompas Grup tidak bertautan dengan Islam atau partai Islam. Tampaknya sesuatu yang agak mustahil Kompas Grup berada di belakang atau mendukung Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Pertemuan Kompas Grup

[19] https://chomsky.info/consent01/. Terakhir diakses 13 Juni 2017 pukul 07.14

dengan Islam atau dengan partai-partai Islam adalah dalam aspek bisnis, seperti iklan, misalnya. Hal ini terjadi karena Kompas Grup adalah grup media yang mendeklarasikan sebagai bisnis kepercayaan.

Dalam konteks analisis terhadap pemberitaan kampanye pilpres 2014, maka Kompas Grup berada dalam posisi independen dan memihak secara jurnalistik. Independen artinya Kompas Grup memutuskan semua pemberitaan kampanye pilpres 2014 dalam dan melalui rapat redaksi. Tidak ada pihak lain selain redaksi yang ikut serta dalam rapat tersebut. Berpihak bermakna pemberitaan Kompas Grup mengkampanyekan/mengglorikan—sama dengan Media Grup—Jokowi-JK. Tidak ada berita Kompas Grup yang merugikan Jokwi-JK. Sebaliknya banyak berita yang menghantam Prabowo-Hatta yang merupakan saingan Jokowi-JK.

Independensi dan berpihak itu pula yang menyebabkan berita Kompas Grup tidak selalu menyertakan dua belah pihak. Dalam wacana konser Salam 2 Jari, misalnya, harian Kompas. Tidak ada suara kubu Probowo-Hatta dalam waktu, halaman, dan porsi yang sama. Berita utama harian Kompas adalah semua tentang Jokowi-JK, termasuk fotonya. Tidak ada liputan tentang Prabowo-Hatta. Tentu saja alasan redaksi adalah konser tersebut menarik perhatian masyarakat banyak, tetapi konstruksi konser itu adalah tim sukses Jokowi-JK. Dan, Kompas pasti mengetahui hal tersebut. Di sinilah letak ketidakberimbangannya.

Oleh sebab itu, pemberitaan tentang even konser Salam 2 Jari, khususnya, lebih sebagai tulisan kampanye daripada berita jurnalistik politik ketika kontestasi pilpres 2014. Asas keberimbangan dan keadilan dalam liputan berita politik akan

sangat menentukan potret media tersebut. Pembingkaian, penggunaan simbol, dan waktu penayangan menjadi sangat menentukan pembentukan opini publik terhadap kandidat yang bertarung. Semakin banyak dan strategis sebuah berita kian terpengaruh publik. Begitu juga sebaliknya.

Seiring dengan perkembangan zaman/teknologi komunikasi, jurnalisme pun mengalami perubahan (Ari Heinonen, 1999 : 21). Perubahan yang paling kentara adalah *update* berita sebagai ciri khas berita *online* dan link berita (Ari Heinonen, 1999 : 37). Pemberitaan tentang dugaan kecurangan kampanye yang melibatkan Babinsa, misalnya, adalah bentuk jurnalisme baru (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2010 : 35-55). Kompas.com memunculkan berita susulan (*update*) dari berita yang sebelumnya tidak ada konfirmasi. Hanya saja pola pemberitan ini mengorbankan atau mengabaikan prinsip komunikasi *irreversible* (tidak bisa kembali ke bentuk semula). Bahwa masyarakat yang membaca berita awal belum tentu membaca berita susulannya. Begitu juga sebaliknya. Meski ada *link* beritanya belum tentu masyarakat mau mengkliknya. Inilah salah satu dari banyak kekurangan situs berita.

Perubahan lain adalah pola pengumpulan berita. Jika sebelumnya berita bersumber dari peristiwa, kini berubah dari media sosial. Wartawan menulis atau menyiarkan berita berasal dari grup di media sosial. Pola berbagi informasi di media sosial adalah sesuatu yang baru, wartawan tinggal melengkapi dengan reportasenya. Sebab wartawan tidak mengetahui semua peristiwa. Hanya saja verifikasi dan reportase sendiri menjadi sandaran utamanya.

4.1.2. Media Grup

Koran dan situs mempunyai hak untuk tidak netral. Media tidak harus netral (Jeremy Iggers. 1999 : 89). Yang harus netral itu adalah media penyiaran kenapa menggunakan frekuensi milik punya publik. Media ini diatur oleh negara. tapi kalau koran atau *online* yang sumber dayanya dimiliki oleh pribadi tidak perlu atau tidak wajib netral. Ya, tapi dia harus tetap imparsial; independen. Artinya bukan berarti dia tidak berpihak. Independen kepada kebenaran dan independen organisasi.[20]

Pada Pilpres 2014, media disodorkan berbagai pilihan. Pilihan itu membuat semua media (cetak dan elektronik) memiliki kecenderung untuk memilih figur tertentu. Banyak alasan yang bisa disodorkan kenapa hal ini terjadi. Media Grup berpandangan bahwa dalam situasi Indonesia saat ini membutuhkan figur seperti Joko Widodo (Jokowi). Figur yang berasal dari kalangan rerata. Artinya orang berasal dari umumnya, bukan berasal dari kalangan elite. Orang dari kalangan rerata bisa merasakan denyut jatuh bangunnya/kehidupan rakyat itu. Jokowi bukan berasal dari istana; bukan berasal dari darah biru; bukan orang yang keturunan atau orang yang pernah mendapat *privilledge* (keistimewaan tertentu). Media Grup melihat hampir semua presiden mempunyai *privilledge*. Bung Karno (Soekarno, Presiden Pertama) punya *privilledge* karena dia proklamator. Soeharto mempunyai *privilledge* karena dianggap menumpas Partai Komunis Indonesia (PKI). BJ Habibie memiliki *privilledge*, karena dia dipanggil Pak Harto pulang. Ia diberikan berbagai macam fasilitas. Megawati Soekarnoputri tinggal di istana dan

[20] https://www.pbhmi.or.id/profil/ad-art. Diakses terakhir 18 Juni 2017 pukul 15.15 Wib

anaknya Bung Karno, putra proklamator. Dia mendapatkan beberapa *privilledge*. KH Abdurahman Wahid (Gus Dur) memiliki darah biru kiai Nahdhatul Ulama. Ia salah satu cucu pendiri NU KH Hasyim Ashari) yang *privilledge* di kalangan NU. Bahkan dia digelari wali oleh para pengikutnya. Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) sebetulnya relatif terbebas dari *privilledge* meskipun dia adalah menantu dari Sarwo Edi (Komandan RPKAD. Kini bernama Kopassus) yang ada. Di kalangan tentara, dia termasuk orang yang mendapatkan beberapa *privilledge* sehingga dia bisa naik jabatan dengan cepat. Nah, Jokowi ini benar-benar murni berangkat dari rerata. Ia orang yang biasa yang mungkin orang tidak bermimpi menjadi presiden, tetapi dia mempunyai denyut, perasaan yang kira-kira satu tarikan napas dengan masyarakat. Oleh sebab itu, ia layak untuk diperjuangkan. Apalagi lawan dari Jokowi adalah seorang yang potensial untuk mendapatkan *privilledge* karena dia jendrral, Kopassus, anaknya Sumitro Djojohadikusumo (salah satu begawan ekonomi Indonesia), salah seorang mantan menantu Presiden Soeharto. Dengan begitu, mungkin inilah saatnya berubah. Pada titik itu, wajar apabila muncul nama Jokowi. Inilah salah satu alasan Media Grup mendukung Jokowi pada Pilpres 2014. Alasan lain adalah Jokowi figur yang relatif tidak memiliki masalah. Bandingkan dengan Prabowo Soebianto yang mempunyai banyak persoalan, terutama masa lampaunya yang berkaitan dengan Hak Azasi Manusia (HAM). Prabowo harus menjelaskan semua itu. Lumrah bila perbedaan figur Jokowi dan Prabowo ini membelah media.

Karena pertimbangan non-*privilledge* inilah Media Grup berada di pihak Jokowi. Sikap ini sangat *clear*. *Very clear* karena dikumandangkan dalam

editorial Media Indonesia dan Media Grup (Herbert J. Gans, 2003 : 24). Sikap mendukung Jokowi menjadi sikap resmi Media Grup. Sikap ini sama seperti *Jakarta Post*. Di Amerika, misalnya, *The Washington Post* pernah mendeklarasikan mendukung salah satu calon presiden pada pemilihan presiden di Amerika.

Pertimbangan lain adalah menyehatkan demokrasi. Demokrasi itu bukan tujuan (Wilson Lowrey and Peter J. Gade (ed). 2011 : 51). Ia adalah sarana untuk mencapai tujuan kesejahteraan, tetapi kita sudah mempunyai konsensus bersama untuk memilih jalan demokrasi. Karena itu demokrasi yang Media Grup kembangkan adalah demokrasi sehat; demokrasi yang memberikan peluang kepada siapa pun; berangkat dari kelompok mana pun; dari individu dengan level status ekonomi apa pun untuk bisa menduduki posisi paling tinggi di republik ini (Presiden). Bayangkan misalnya, jika demokrasi hanya milik orang-orang yang mendapatkan *privilledge*, maka mimpi anak-anak kecil ketika ditanya ingin menjadi presiden adalah impian kosong semata. Dengan keberanian untuk mendukung orang yang memiliki jejak di belakangan (jejak rekam rerata), maka hal itu akan menjadi alternatif; alternatif akan selalu menyehatkan bagi proses demokrasi bangsa ini ke depan.

Secara bisnis, pemihakan politik kepada Jokowi sangat berisiko. Untuk seorang *businessman*, pemihakan secara politik terlalu berisiko. Kalau kalah Jokowi bagaimana? Bisa habis Media Grup. Tetapi pertimbangan risiko itu pasti sudah dilihat ketika mau menentukan hal-hal yang jauh lebih besar; yang lebih luas kadar kepentingan daripada bisnis. Oleh sabab itu, mendukung Jokowi tidak

ada hitung-hitungan bisnis. Kalau kepentingan bisnis, misalnya, oke kalau nanti Jokowi jadi Presiden, Anda akan mendapatkan apa atau partai Anda akan mendapatkan kursi-kursi dan sebagainya. Hal seperti itu adalah hak prerogatif presiden. Presiden cukup tahulah bagaimana harus mengakomodasi. Dan, ternyata memang ada yang diakomodasi. Berarti ketika di tengah jalan ia dianggap tidak *perform*, dan harus di*resuffle,* ya harus terima. Mantan Menteri Koordinator Politik Humum, dan Keamanan, *Tedjo* Edhy Purdjiatno, misalnya, yang diambil dari Partai Nasdem (pemilik Media Grup Surya Paloh sebagai Ketua Umum Nasderm), tetapi di*resuffle*. Buat Media Grup tidak masalah. Harus konsisten. Konsisten untuk menyatakan bahwa kursi menteri bukan segala-galanya. Bahwa kemudian ada aspek-aspek tertentu misalnya orang menyebut mendapatkan *privilledge*. Bisnis sampai sekarang itu tidak ada proyek-proyek besar ditangani oleh Media Grup. Ini berbeda ketika era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Media Indonesia menang tender lelang berkali-kali. Nah, sekarang hilang, terakhir sampai hilang, sekarang masih hilang tak kembali itu

Pernah satu kali Media Grup dikaitkan dengan bisnis minyak (Sonangol EP dari Angola). Buktinya sampai sekarang tidak ada. Nihil. Dugaan saya keberpihakan ini adalah kepuasan batin Surya Paloh atas apa yang dicapai. Ini semacam pengakuan. *"Bahwa ternyata saya berpengaruh lo di dalam politik; saya bisa mempengaruhi massa lo.*" Ia bisa dimintai usul oleh presiden soal *tax amnesty*, bhinnekaan. Itu sudah sesuatu yang wah membanggakan. Kebanggaan setiap orang berbeda.

Media massa ketika Pilpres 2014 terpecah menjadi dua kutub, sesuai dengan pandangan yang diyakini soal calon presiden yang terbaik bagi bangsa ini. Demikian juga di masyarakat. Jadi ada dua sikap editorial yang berbeda. Namun, peran yang dimainkan media di kedua kutub tetap sebagai pengontrol, supaya pilpres berjalan jujur dan adil, sesuai fungsi media sebagai alat kontrol.

Sikap editorial kami jernih melihat apa yang terjadi di masyarakat ketika itu. Bahwa ada yang menyatakan kami media partisan, kami objektif bukan partisan. Memang, jika masyarakat berpikir kami partisan, tidak bisa disalahkan juga, pasalnya pemilik media kami berpolitik, sehingga stigma di masyarakat kita itu berpihak.

Dalam menimbang kedua capres, pertimbangan yang dipakai adalah baik dan buruk, bagaimana bobot mereka, dan yang terpenting adalah mau dibawa ke mana Indonesia.

Satu hal yang kami pegang dalam peliputan dan pemberitaan saat pilpres adalah *cover both sides*. Calon A dan calon B tetap kita akomodasi. Jadi kami tetap memenuhi kaidah jurnalistik. Tidak ada masalah antara keberpihakan dengan kaidah jurnalistik. Tetapi, untuk menilainya tentu bukan kita, tetapi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Dewan Pers, apakah kaidah jurnalistik kami sudah terpenuhi atau belum. Kalau menurut kami, sudah terpenuhi, karena yang kita pegang adalah prinsip *cover both sides*.

Diakui atau tidak secara teoritis, keberpihakan Media Grup secara politik akan mempengarungi terhadap produk jurnalistik (berita). Meski demikian, Media Grup memiliki sudut pandang pribadi terhadap jurnalistiknya sendiri. Misalnya,

tidak ada yang namanya berita yang objektif. Semuanya subjektif. Berita itu realitas yang dikemas/dikonstruksi. Dalam konteks itu kita mengenal teori agenda setting, misalnya. Yang dilarang secara jurnalistik itu antara lain, tidak berimbang, tidak memverifikasi fakta. *Negative campaign* dibolehkan. Yang tidak diperbolehkan adalah *black campaign*. Karena itu secara jurnalistik Media Grup *fair-fair* saja. Yang terpenting secara *frame* tidak salah. Secara kaidah dasar jurnalistik juga tidak salah. Keberpihakannya jelas seperti memuji-memuji Jokowi. Itu boleh saja. Yang penting fakta. Bahwa Jokowi pernah meraih berbagai prestasi. Di sisi lain, memaparkan data-data bahwa Prabowo pernah dipanggil oleh Komisi Nasional Hak Azasi Manusia (Komnas HAM), Prabowo pernah bermasalah di Dewan Kehormatan Perwira (DKP). Itu semua fakta-fakta. Fakta-fakta tersebut Media Grup memunculkan, tetapi tidak ada yang Media Grup *plintir*. Misalnya, Media Grup mengatakan Prabowo itu Katolik, Prabowo Kristen. Padahal Prabowo adalah muslim. Itu artinya *plintir* fakta. Prabowo itu keturunan China misalnya, misalnya. Yang Media Grup lakukan hanya memuji Jokowi, menyampaikan hal-hal baik seorang calon tertentu. Itu sah-sah saja. Meskipun menurut orang-orang tertentu ini dianggap berlebihan. Artinya secara jurnalistik bisa dipertanggungjawabkan. Ia tidak menyebar berita bohong dan berimbang dalam pengertian bukan berarti Media Grup menyetir Dewan Pers. Berimbang itu bukan berarti kalau Jokowi mendapat 50, Prabowo juga harus mendapat 50. Bukan seperti itu. Berimbang tidak seperti itu. Berimbang ketika ada seseorang disebut namanya, dia dikonfirmasi, tetapi soal perspektif mana yang digunakan adalah haknya di *news room* (redaksi). Ini yang disebut obyektif yang subyektif

itu. Dalam konteks inilah, media secara umum sangat susah dinilai. Kita boleh kampanye netral-netral tetapi pada kenyataannya banyak media yang mem*plintir* survei. Kalau seperti itu berarti mengingkari fakta. Itu kebohongan namanya. Media Group tidak sampai pada level berbohong. Media Grup merasa mengglоryfikasi/mengkampanyekan Jokowi.

Peran Surya Paloh atau pemilik Media Grup dalam kontestasi Pilpres 2014 adalah mempunyai keinginan keinginan tertentu untuk diberitakan. Misalnya, soal-soal kebangsaan, soal kebhinnekaan. Begitu juga ketika melarang untuk tidak diberitakan sesuatu. Hal tersebut adalah kebijakan yang masuk akal bagi banyakan orang. Tetapi dia tidak pernah menyampaikan secara langsung dari mulut dia sendiri. Dia menyuruh dengan berdiskusi dulu dengan jajaran dewan redaksi.

Dalam pidato-pidato itu Surya Paloh itu tidak pernah memaksa kita mencoblos A, B, C, baik di *send*, tidak ada karyawan Media Grup disuruh mencoblos di TPS ini, untuk mencoblos partai Nasdem yang *declare* itu adalah hak politik masing-masing. Tetapi di ujung diskusi Surya Paloh berujar, “Apa iya..... Bapaknya sedang berjuang, anaknya tidak membantu, masa ya tega.” (Ade Armando. 2016. : 32-34). Dia tidak pernah memaksa karena faktanya preferensi orang beda-beda. Faktanya di Media Grup banyak yang memilih dan mengkampanye Prabowo melalui media sosial. Hanya saja jika berlebihan kita ingatkan supaya jangan berlebihan. Jadi yang mengingatkan bukan Surya Paloh tetapi sesama karyawan Media Grup.

Dengan demikian, pemilik Media Grup atau pemegang saham hanya memberi tanda-tanda rambu-rambu saja. Tidak berkaitan dengan yang teknik. Ia

bermain dalam wilayah strategis. Redaksi diberi keleluasaan dalam mengkonstruksi berita. Makanya semua faktan di ruang, bahkan mereka yang dari Partai Gerindra, yang pendukung Prabowo juag mendapat ruang meski ruang tersebut tidak luas. Ya itu sah-sah saja. Dengan demikian keberpihakan pada salah satu calon itu berarti menutup keberpihakan pada calon yang lain. Kebenaran pada pihak lain atau berseberangan dengan kebijakan Media Grup tidak diberi ruang sebesar yang didukungnya.

Seperti dikatakan Bill Kovach dan Tom Rosentiels, kewajiban pertama jurnalisme adalah kepada kebenaran. Meski begitu kebenaran itu dihasilkan dari verifikasi. Disiplin dalam verifikasi fakta merupakan ruhnya jurnalistik. Media Grup selalu bertanya apakah pernyataan dari nara sumber, termasuk dari Capres Jokowi, masuk akal tidak? Kalau tidak logis tidak munculkan. Media Grup cukup menahan diri karena itu bisa menjadi bumerang bagi yang bersangkutan, masyarakat. Misalnya isu Prabowo menggebrak dan memecahkan kaca meja ketika dipanggil oleh Dewan Kehormatan Perwira. Akhirnya fakta tersebut terkonfirmasi. Media Grup konfirmasi kepada orang yang pernah menjadi penasehat hukumnya Prabowo, dekat dengan Prabowo. Media Grup mendapat dokumennya, dan kita tanyakan kepada mantan ketua Komnas HAM Abdul Hakim Garuda Nusantara. Dokumen itu yang membuat isu tersebut ditayangkan. Jadi keberpihakan itu tetap harus berada dalam bingkai fakta yang bisa diverifikasi. Begitu juga dari pihak yang menjadi lawan politik orang yang Media Grup dukung juga tidak bisa serta merta diajdikan berita. Intinya adalah tetap standar, jurnalistik harus benar.

Sementara itu, aspek *fairness*/keadilan dalam pemberitaan tidak berrati 50:50. Banyak definisi adil. Keadilan untuk orang kaya dan keadilan untuk orang miskin tentu saja *treatment*nya berbeda. Makanya dalam teori sosial yang mengatakan orang miskin harus Media Grup akselerasi supaya *start* mereka sama. Kalau di dalam isu gender, meng-*accelerate*. Jadi karena sudah jauh tertinggal dan kemudian diciptakan suatu sistem sosial yang membuat mereka tertinggal. Jadi mestinya, belum saatnya kamu *start*, yang lain dulu *start*. Setelah dia sekarang sudah lari 15 menit. Nah, sudah sekarang kamu *start*, tetapi sama perlakuannya sama. Tentu saja tidak bisa. Itu namanya tidak adil. Hal ini sama dengan orang yang memiliki *privilledge* dengan orang yang tidak pernah mendapatkan *privilledge*. Orang biasa ya tentu saja *treatment*nya berbeda. Wajar kalau kita adil dengan meng-*accelerate* ini orang-orang demi publik. Jadi pemberitaan Jokowi dan Prabowo adalah 70 : 30.

Pemilihan fakta bersifat subjektif. Faktanya bersifat objektif yang berarti kita memungut fakta sebagai benar-benar fakta. Benar-benar fakta. Bukan rekayasa. Bukan pula fakta yang dibuat-buat. Persoalannya bagaimana mengemasnya itu ada yang namanya perspektif. Tidak bisa disamakan. Tidak bisa atas nama demokrasi semua orang boleh melakukan apa saja. Fakta itu tetap harus memperhatikan kepentingan yang lebih besar. Kepentingan apa itu? Ya kepentingan bangsa; kepentingan masyarakat; kepentingan publik; kepentingan jangka panjang.

Beberapa kalangan atas nama demokrasi, misalnya, merusak. “Ini yang saya rusak tempat maksiat kok.” Lalu Media Grup *shoot* saja, yang penting

*point*nya berimbang, perusak. Ya tidak bisa begitu. Apa yang kita tidak melihat bahwa gambar itu bisa ditiru. Ia akan menimbulkan repetisi pengulangan kekerasan. Ini hal lain yang harus dijaga oleh media. Kepentingan lain yang harus Media Grup jaga, kepentingan anak-anak; kepentingan bangsa secara keseluruhan. Karena itu ketika Media Grup memungut fakta, selama fakta itu *clear*, selama fakta itu berguna bagi bangsa, dalam jangka pendek maupun jangka panjang, ya dimunculkan. Tapi ketika fakta itu, fakta itu kemudian sebetulnya tidak mengenakan bagi bangsa ini. Jadi asas keadilan tadi juga tergantung darimana kacamata kita melihat.

Prinsip keadilan, objektivitas berhubungan erat dengan independensi media. Meski demikian independensi pun memiliki beragam tafsir. Ada independensi etis dan secara organisatoris/institusional. Secara etis independensi kita tidak berpihak kecuali kepada kebenaran. Itu juga berlaku bagi media. Ia tidak menjadi *underbow*. Media tidak boleh menjadi tim sukses. Jika ada awak Media Grup menjadi tim sukses, dia wajib non aktif. Itulah intinya. Di bedah editorial Media Indonesia dan Media Grup ditegaskan begitu orang dimasukkan menjadi daftar calon tetap (DPR), dia harus non aktif, non aktif dari dewan redaksi, non aktif dari layar kaca, non aktif dari liputan. Pokoknya hal-hal yang secara etis dia bisa menimbulkan *conflic of interest*, maka harus dihindari. Dan itu itu praktikkan dengan sesungguhnya. Orang Metro TV yang menjadi caleg, yang sudah dinyatakan masuk dalam DCT daftar calon tetap dari partai apapun, ada PAN, PPP, ada yang PKPU, PKNU dulu, itu semua harus non aktif. Nah itu dalam rangka menjaga independensi tadi itu. Bahwa Media Grup bukan bagian

dari *underbow*, tetapi kalau soal prespektif, bukan hal kita tidak harus independen, imparsialitas yang penting. Asas dalam pers itu yang penting adalah imparsialitas. Dia bukan menjadi bagian langsung dari, dari institusi manapun. Apakah itu institusi negara, maupun institusi non negara (NGO/LSM). Institusi negara menyalahi imparsialitas, tetapi kalau netralitas, netralitas itu samar. Apa mungkin ada yang betul-betul bisa netral.

Karena kepentingan publik yang merupakan loyalitas media harus dijelaskan bahwa dengan memilih calon A, misalanya, maka publik akan memperoleh manfaat yang besar. Dengan memilih calon B publik akan mendapatkan manfaat yang sedikit tetapi akan beresiko terhadap hal-hal tertentu. Tetap kita dalam rangka mengedukasi publik. Tidak mungkin Media grup, misalnya, seperti iklan. Kalau sudah iklan itu di luar wilayah redaksi. Kalau iklan bahasanya pilihlah aku. Pilihlah A. Tetapi di dalam berita, tidak boleh kita mengatakan pilihlah A; jangan pilih B. Tetapi yang kita sodorkan adalah dengan memilih A maka ada argumentasi, ada secara teori maka anda akan mendapatkan manfaat A, B, C, dan D. Itu diuji di publik. Media Grup tidak memonopoli kebenaran. Faktanya apa, semua berita kita bisa dikomentari. Komentari di *website*, melalui *e-mail*, melalui *facebook*, bahkan melalui telepon kan. Bahkan *privilledge* Media Grup yaitu tajuk rencana, editorial, bisa dikomentari. Tidak ada di dunia ini editorial bisa dikomentari, kecuali Media Indonesia dan Metro TV. Kenapa bisa dikomentari? Karena kita tidak memonopoli kebenaran. Bahwa kebenaran yang kita tawarkan masih ditawar lagi oleh orang lain. Semua kebenaran yang ditawarkan biarlah menjadi wacana. Wacana adalah sesuatu yang

sehat. Makanya di situ ruang bagi publik masih tersedia, untuk mengkritik. Yang setuju dan tidak setuju bebas memilihnya. Media Grup menyediakan ruang. Media Grup tidak menutup rapat-rapat ruang kritik.

Berkaitan dengan proses konvergensi di Media Grup dilakukan dengan *coverage* semuanya. Artinya satu reporter itu bisa berkontribusi untuk tiga (3) media. Bisa untuk televisi, untuk *online,* bisa juga untuk cetak. Begitu sebaliknya. Jika wartawan cetak meliput, investigasi, di*share* fakta, ide, dan gagasannya. Rapat perencanaan terutama menentukan tema. Di lapangan akhirnya tugasnya menjadi satu; satu tim. Komandonya bergantian. Misalnya, liputan A, nanti ketua timnya dari televisi, nanti liputan B ketua timnya *online*, liputan C ketua timnya dari media cetak. Tetapi hasilnya bisa Media Grup pakai semuanya, tergantung karakter masing-masing media. Tentu saja TV memiliki kekuatan gambar, sangat menonjol dan sangat penting. Online begitu ada kecepatan dan sudah terkonfirmasi *update* info terbaru. Ketika penelusuran lebih dalam, maka teman-teman di media cetak. Liputan bersama sering dilakukan. Misalnya, realitas "Mengungkap Obor Rakyat." Liputan bersama itu Media Indonesia, Metro TV dan metrotvnews.com.

Ke depan hubungan media dan khalayak harus ideal. Dalam makna semuanya mendapat keuntungan masing-masing dan tidak ada yang dirugikan. Hanya saja hingga kini format hubungan tersebut belum menemukan idealitasnya. Hingga kini belum ada rujukan ideal tentang hubungan media dan khalayak. Model Amerika, misalnya. Apakah itu cocok? Dengan kulit liberal, orang boleh menguliti secara apapun. Tidak boleh marah. Versi liberal bahkan menghina nabi

dengan karikatur itu sebagai sesuatu yang biasa. Menghina agama itu biasa. Apakah seperti itu? Tentu saja tidak, bukan seperti itu. Lalu, apakah model totaliter? Totaliter yang kita musuhi bersama. Kita susah payah memperjuangkan kebebasan pers, masa mau kembali *setback* ke totaliter. Pers ideal itu adalah pers yang bebas. Pers yang ideal bebas tetapi kebebasan yang bukan liberal. Kebebasan dengan tidak sampai pada liberal. Pada saat-saat tertentu ada tanggung jawab yang harus dimainkan oleh lembaga pers itu sendiri. Ada hal-hal etis yang menyebabkan pers itu bisa menyensor ini pantas tidak pantas. Kalau etis itu boleh jadi tidak masuk di dalam aturan, tetapi mereka tetap mentaatnya. Misalnya, di Inggris itu kita kenal sistem hukumnya *common law*. Banyak hukum yang *common*. Hukum yang tidak perlu ditulis tetapi *common*. Tetapi kenapa masyarakat di sana bisa menjalani dan menaati itu? Karena ada kultur. Hukum yang *common* yang tidak tertulis, dibarengi dengan kultur, *maindset*, kultur, cara berpikir, dan budaya yang sudah mapan, sudah mantap. Orang kadang-kadang tidak perlu aturan tertulis. Bahwa kalau ini sudah dinyatakan tersangka dia mundur. Mana aturan tertulisnya? Tidak ada.

Sebaliknya negara yang kulturnya belum ajeg dan mantap seperti Indonesia segala sesuatu dilihat dengan ada atau tidaknya aturan, termasuk di dunia pers.Tidak ada aturan bahwa menyiarkan orang teriak-teriak mengata-ngatai Ahok China, misalnya, adalah sesuatu yang salah. Tetapi secara etis hal ini bisa berbahaya bagi masyarakat, membentur-benturkan masyarakat bisa bahaya, apalagi tingkat pendidikan juga berbeda, Indonesia bukan Amerika. Karena itu ada konsensus besar yang harus kita ralat bersama. Nah ketika konsensus besar ini

dihadapkan pada kita. Kebebasan menyiarkan atau tidak menyiarkan, menuliskan atau tidak menuliskan, harus ditimbang-timbang. Ini perspektifnya dalam perspektif etis. Apakah pantas menyiarkan seperti ini meskipun belum ada aturannya sekalipun.

Dengan demikian, pers kita lebih pas berada di tengah-tengah. Tidak berdiri. Tidak berdiri di zona ekstrem tertentu. Memang ada kritik. Apa kebebasan ada pertanggung jawab. Tetapi faktanya ada. Kebebasan kita mengacungkan tangan di video kita dibatasi hidung orang. Tanggung jawab kita adalah bagaimana kita menonjolkan tangan ke depan, tapi tidak menyentuh hidung orang lain. Kebebasan pers yang ideal itu hal-hal kira-kira seperti itu. Pers harus dibangun atas dasar kultur, kedewasaan bersama, bukan oleh sensasional, bukan untuk mencari hal-hal yang kadar *rating* demi memenuhi ambisi banyak. Ada orang melecehkan Pancasila, meskipun dia sudah bilang terang-terang menentang Pancasila, tetapi tetap diberi tempat. Nah tidak ada aturannya secara langsung kita tidak boleh meliput hal tersebut. Ini negeri demokratis, kebebasan pers, tetapi kemudian apakah sikap konsensus untuk mengakui Pancasila, tetapi ada orang atau organisasi yang memakai Pancasila, kemudian kita beri ruang sebebas-bebasnya untuk bicara atas nama demokrasi.

Banyak bentuk kepemilikan media. Misalnya kepemilikan tunggal, sharing saham, atau mengandalkan iklan (Gillian Doyle, 2002 : 13). Kepemilikan pasti akan memengaruhi berita, saham pasti akan memengaruhi berita. Ini hubungan yang bersifat industrial. Khalayak memiliki saham terhadap media. Mendirikan PT. Tidak ada yang ideal hari ini. Pilihannya hanya ada pada kepemilikan tunggal

atau terbatas tetapi tetap eksis atau dimiliki publik terbuka lalu mati. Pilihannya hanya menjadi sekali mejadi berarti atau mati, langsung mati atau ingin hidup 1000 tahun lagi. Ada dua pilihan. Jika ada perusahaan media yang memiliki utang ratusan miliar rupiah. Pilihannya *collapse* dan sangat mungkin kalau sampai *equity*-nya tidak tercapai, antara aset dengan utang lebih besar utangnya. Ini berbahaya dan akan menjadi ancaman pers di Indonesia. Pernah ada koran gratis, tetapi hanya bertahan dua bulan. Mati. Kepemilikan publik terhadap pers untuk Indonesia masih jauh. Karena industri pers bukanlah industri yang punya nilai keekonomian, industri pers itu industri yang idealisme. Yang perlu dipertimbangkan adalah bagaimana pers itu tetap hidup tanpa menggadaikan idealisme, menggadaikan. Ia berarti terbuka ruang untuk selain menggadaikan, ya kompromi. *Compromise* dan menggadaikan adalah dua hal yang berbeda. Milsanya, tokoh-tokoh muslim pada 1945 dalam waktu 15 menit setelah menerima laporan Bung Hatta menyatakan ada masyarakat Indonesia Timur yang tidak setuju dengan Piagam Jakarta, maka tokoh muslim dalam waktu 15 menit bersedia mencoret 7 (tujuh) kata dalam Piagam Jakarta. Itu artinya kompromi tetapi idealismenya tetap terjaga. Begitu juga di dunia pers.

Stigma di masyarakat ada, bahwa Metro TV berpihak, karena pemilik media kami tokoh politik. Walaupun, Metro TV sebenarnya tak terlalu condong ke salah satu kandidat. Ada memang porsi-porsi pemilik media dan pemilik media untuk menentukan kebijakan editorial, namun secara umum Metro TV tak terlalu partisan, Metro TV masih pegang prinsip *cover both sides*. Satu hal yang jelas, sikap politik pemilik media terhadap karyawan tidak terlalu mengikat, bebas

memilih partai lain, kandidat lain, tidak ada arahan untuk ke salah satu pihak. Jadi sikap dan pendirian politik antara pemilik media dan karyawan serta pemberitaan, tak terlalu seperti pandangan masyarakat. Metro TV masih ada etika jurnalistik.

Dalam menafsirkan kebenaran dalam pemberitaan, terus terang Metro TV adil dengan Jokowi dan Prabowo, masing-masing Metro TV kirim tim peliput. Cuma terkadang kebenaran yang ada di masing-masing kandidat itu berbeda, tergantung sikap dan kepentingan kandidat. Misalnya, ketika Metro TV kirim tim ke Prabowo, sikap Prabowo agak keras terhadap Metro TV, wartawan Metro TV pernah diusir, dicaci-maki. Jadi kebenaran apa yang bisa Metro TV terima jika perlakuannya seperti itu? Kan susah Metro TV mencari kebenaran kalau sikapnya sudah seperti itu kepada Metro TV.

Jika dipersoalkan keadilan Metro TV dalam memberi tempat kepada kedua kandidat, memang menjadi susah, karena pihak Prabowo tidak *welcome* kepada kita. Namun, soal perbandingan pemberitaan, apakah 50 : 50 atau ada yang lebih banyak, Metro TV serahkan kepada lembaga berwenang untuk memberi penilaian, KPI atau Dewan Pers.

Idealnya, kita ingin semua ter-*cover*, cuma memang kadang ada kendala di lapangan. Kita mau *live*, tapi diusir. Kita maunya mendekati ideal, tapi terhambat. Tapi keduanya tetap kita kasih tempat agar fair, tidak ada istilah kita mengembargo berita salah satu kandidat.

Belum lagi soal stigma di masyarakat. Metro TV sebenarnya sudah memberi porsi yang bagus untuk kedua pihak, namun stigma di masyarakat sudah telanjur seperti itu, Metro TV mau tidak mau dilihat berpihak, padahal kita sudah

coba objektif. Misalnya, ada pelanggaran pemilu, kita coba undang kedua tim, namun kalau dari salah satu pihak sudah setengah hati, tidak bisa, bagaimana Metro TV bisa objektif? Jadi, ada stigma, yang karenanya itu mempengaruhi salah satu kandidat, yang akhirnya menjadi resisten terhadap Metro TV. Jadi Metro TV susah berlaku objektif dan memberi porsi yang sama kepada kedua kandidat.

Soal independensi, inilah susahnya masyarakat kita. Metro TV disamakan dengan partai politik. Begini, memang Metro TV punya tokoh politik, tetapi Metro TV berbeda dengan partai politik. Partai politik punya garis partai, Metro TV punya editorial (Jeremy Iggers. 1999 : 17). Walaupun pemiliknya sama, namun kalau soal independen, ya Metro TV independen. Pemilik media tidak pernah capek-capek di Metro TV, karena pemilik media lepas jabatan di Metro TV. Independensi dijalankan redaksi melalui kebijakan editorial, yang dibahas dengan independen. Ketika misalnya editorial ketika bicara soal kampanye hitam, kita bersikap melawan kampanye hitam. Apa ini berpihak? Tidak, karena masing-masing kandidat merasakan adanya kampanye hitam.

Jadi kembali lagi, apakah pemilik media mempengaruhi pemberitaan, Metro TV tegaskan memang pemilik media kami memimpin partai. Tapi partai dan perusahaan kan berbeda, badan hukum juga berbeda. Masing-masing berjalan di lintasannya, meski pemilik medianya sama. Pemilik media aktivitasnya *full* di politik, Metro TV berjalan sendiri dengan independen. Metro TV hanya melihat *running issue*, pemilik media tidak perintahkan ini-itu. *Running issue* kita bahas mau ke mana, misalnya soal kampanye hitam, bagaimana editorialnya. Metro TV itu garis editorialnya kebhinekaan.

Soal netralitas, Metro TV kembalikan lagi ke *prinsip cover both sides*. Namun, soal porsi beritanya, Metro TV serahkan saja ke lembaga berwenang, mereka yang punya datanya. Porsi netral Metro TV, redaksi tidak diminta untuk mendukung A dan B. Karyawan juga dibebaskan menentukan pilihan. Cuma sekarang, kalau redaksi netral dan karyawan dibebaskan memilih, tetapi ada editorial yang tentu berbeda-beda setiap hari, tergantung isunya. Lalu, masing-masing media kan memang ada kebijakan editorial. Soal berita Metro TV netral, tapi ada yang namanya kebijakan editorial.

Terkait kepentingan publik yang Metro TV perjuangkan saat pilpres, pengertiannya Metro TV ingin pilpres berlangsung jujur dan adil, tanpa kampanye hitam, tanpa konflik horisontal. Metro TV berpihak pada publik, sehingga Metro TV tidak mau memanasi-manasi. Metro TV mencoba bahwa kepentingan publik nomor satu, bagaimana kampanye berlangsung damai, tidak ada gesekan, tidak ada bentrok. Metro TV biasanya memainkan tempo yang ada di masyarakat. Jika suhu politik lagi naik, Metro TV akan coba turunkan. Ketika landai, Metro TV naikkan *tune*-nya. Karena pemilu yang landai kan tidak akan bagus partisipasinya. Jadi Metro TV memainkan *rhytme*-nya, temponya.

Jika kemudian publik merasa Metro TV berpihak, saya rasa ada relasi media dengan khalayak dalam bentuk hubungan saling kontrol, saling kritik, tapi kritik yang membangun. Namun, fungsi kontrol publik ke media itu sebaiknya disalurkan lewat lembaga, seperti pengaduan ke KPI. Tidak bisa dengan cara yang tidak sehat. Misalnya, publik komplain dengan pemberitaan Metro TV, jangan dengan cara demonstrasi yang merusak, mem-*bully* atau mengintimidasi reporter

kami. Metro TV di media juga bisa mengkritik masyarakat lewat pemberitaan, tetapi tentu dengan cara yang baik, tidak memecah belah, memberi pembelajaran, jadi berita itu menambah pengetahuan. Pokoknya media dan publik harus saling membangun.

4.1.3. MNC Grup

Koran Sindo melihat trend media pada kampanye pemilihan presiden 2014 bercampur. Ada yang berpihak pada kubu Jokowi-JK seperti Media Indonesia, Kompas, dan Tempo. Sebagainya ada yang memilih berbeda untuk memanfaatkan ruang kosong dari segi marketing. Dan, ini luar biasa. Di sinilah posisi Koran Sindo yang memanfaatkan celah/ceruk pasar atau komersialisme (Jeremy Iggers. 1999 : 85-89). Ada dua pasar yang terbelah. Ada Joko Widodo-Jusuf Kalla 52 persen dan Prabowo Soebianto-Hatta Rajasa 48 persen. Pasar yang anti Jokowi-JK ini yang mewakili keberpihakan mereka. Orang Partai Golkar, misalnya, yang dulu pembaca Kompas karena tidak didukung Kompas akhirnya pindah ke media lain yang memiliki keberpihakan pada pilihan mereka. Hal yang sama terjadi pada partai politik lain. Pasar koran itu besar sekali tidak semua orang ke arah Jokowi. Koran Sindo melihat banyak anggota DPR yang dulu berpihak pada Kompas, beralih ke Koran Sindo. Ini dari sudut pemasaran/marketing. Koran Sindo jujur saja kebijakan keberpihakan itu sama saja di manapun. Pertimbangan-pertimbangan sebuah peristiwa menjadi *headlines* ditentukan bukan pada satu keputusan berita yang baik tetapi ada satu kepentingan masing-masing. Kepentingan ideologi, bisnis, politik dan sebagainya. Jadi kalau Koran Sindo

menyaksikan sebuah media berpihak kepada Jokowi, itu karena kepentingan politik.

Secara umum, pada saat Pilpres 2014, masing-masing media tentu memiliki penekanan terhadap pemberitaannya. Semua media tentu mengirim tim ke masing-masing kandidat, karena tidak mungkin media melepas momentum pilpres, terutama untuk kepentingan dokumentasi. Bisnis media itu tidak hanya untuk saat ini saja, tapi juga ke depan, sehingga dokumentasi sangat penting. Berita juga demikian. RCTI harus merekam apa yang terjadi saat ini, agar nanti bisa dibandingkan dengan nanti. Misalnya, seorang kandidat hari ini bicara apa, bisa dibandingkan dengan bicaranya di masa mendatang. Artinya, semua media pada Pilpres 2014 pasti menempelkan tim ke masing-masing kandidat.

Soal persaingan pada saat pilpres, masih secara umum, saya rasa tidak ada persaingan antarmedia. Karena yang bersaing sengit justru kandidatnya. Kadang-kadang yang terjadi, justru kandidat yang tidak memberi ruang kepada semua media. Itu hak dia, si kandidat. Misalnya, ada kandidat yang tidak mengajak media tertentu di kampanyenya. RCTI mau bagaimana lagi? Narasumber tidak bisa dipaksa. Kalau fakta seperti begini, diterima saja

Koran Sindo juga tidak bisa lepas dari kepentingan Pak Harry Tanusoedibjo (HT) yang menampilkan kepentingan bisnis dan kepentingan politik serta komersialisme (Jeremy Iggers, 1999 : 17). Makanya kebijakan politik pada Prabowo terus support. Linknya ke arah kepentingan marketing. Jadi antara kepentingan politik dengan kepentingan visi perusahaan satu arah (Herbert J. Gans, 2003 : 22-23). Jadi keberpihakan Koran Sindo ke Prabowo tidak terlepas

dari instruksi-instruksi HT. Meski demikian Koran Sindo pun menelusuri bagaimana *track record* Prabowo. Karena Koran Sindo lihat tidak bersalah, maka Koran Sindo putuskan mendukung Prabowo-Hatta.

Keberpihakan kepada Prabowo disadari memiliki konsekuensi-konsekuensi, termasuk konsekuensi politik. Koran Sindo sudah mengukur risiko dan akibat yang bakal ditimbulkan dari pilihan politik tersebut. Untuk jurnalisme, Koran Sindo tidak melihat ada sesuatu yang dikhawatirkan, yang terpenting adalah memenuhi etika jurnalisme seperti *cover both sides* untuk keberimbangan pemberitaan. HT tidak terlibat dalam pemberitaan. Ia bersipat strategis saja. Koran Sindo membaca arah dan pandangan politik HT.

Soal pengaruh HT (Hary Tanusoedibjo sebagai *owner* MNC), terus terang dia tidak *day to day* mengawasi. Apakah mempengaruhi? Saya rasa *owner* yang kurang pekerjaan yang melakukan itu. Tidak ada pengaruh *owner* di sini (Pamela J. Shoemaker dan Stephen D, 1996). Lihat saja, kita tidak menjelek-jelekkan kandidat tertentu, kalau RCTI berpihak, tentu kita melakukan itu. Malah, seperti yang dikatakan tadi, justru RCTI kadang terjebak dipersepsi kandidatnya sendiri. Akhirnya RCTI tidak dikasih ruang yang cukup. Reporter RCTI tidak diajak kampanye. Begitupun RCTI tetap mengejar kampanye si kandidat yang tidak mengajak.

Pengaruh *owner* (pemilik) media tentu saja ada. Hanya saja mereka tidak terlibat langsung. Kita harus jeli dan cermat membaca gerak mereka di luar. Pemilik tidak mungkin mengikuti rapat redaksi, tetapi sebaliknya redaksi harus paham apa yang dikehendaki oleh *owner*. Prinsipnya selama tidak melanggar etika

dan prinsip jurnalime maka redaksi akan mendukungnya. Adanya perubahan dalam kiprah pemilik di luar menyebabkan perubahan juga pada pola kebijakan redaksi. Prinsip jurnalistik tidak berubah teknisnya saja yang mengalami perkembangan.

Seperti dikatakan di awal, Koran Sindo memilih arah politik tidak serta merta, tetapi melalui penulusuran yang panjang. Misalnya, dalam isu pelanggaran HAM Prabowo. Koran Sindo menyakini Prabowo tidak bersalah karena tidak ada vonis pengadilan. Koran Sindo melihat Prabowo "dihajar" habis-habisan. *Trial by press*. Ini ketidakadilan. Di sisi lain, Koran Sindo melihat Jokowi hanya sebagai boneka saja. Boneka dari kekuatan kekuatan luar. Koran Sindo lihat secara pragmatis saja. Jokowi terkadang menggampangkan sesuatu. Padahal masalah negara ini sangat kompleks. Tidak bisa disamakan dengan di Solo yang wilayahnya kecil. Jokowi pernah mengatakan mengurus Jakarta itu gampang. Ini salah sebab Jakarta sangat heterogen. Jokowi itu lemah. Koran Sindo melihat siapa di belakang Jokowi (Jeremy Iggers, 1999 : 36).

Keberpihakan Koran Sindo kepada Prabowo tidak mendapat imbalan apapun dari sudut finansial. Tidak ada yang dibayar. Koran Sindo hanya melihat keadilan dalam pemberitaan. Jokowi didukung nyaris oleh semua media. Kompas, Tempo, Media Indonesia. Keadilan dalam pemberitaan ini yang diusung Koran Sindo. Pemberian informasi yang seimbang menjadi konsentrasi Koran Sindo di tengah informasi yang berat sebelah ke kubu Jokowi. Koran Sindo independen. Ia bukan partai politik.

Objektivitas berita terletak pada penyodoran fakta bukan fitnah (Bill Kovach and Tom Rosentiels. 2007). Setelah itu ada konfirmasi kepada pihak yang bersangkutan. Ini pun kemudian diolah dan dibawa dalam sebuah rapat redaksi. Koran Sindo benar-benar memberi ruang untuk semua dalam membentuk sebuah berita. Ia sebuah proses yang rumit, kompleks dan waktu yang tidak sebentar. Karena itulah pemberitaan Koran Sindo nyaris tidak pernah ada yang mengadukan ke Dewan Pers karena bermasalah dengan etika jurnalistik.

Independensi adalah persoalan kreativitas redaksi. Artinya, garis kebijakan politik HT dibarengi dengan gaya dan *style* redaksi dalam mengemas berita. HT hanya memberi rambu-rambu yang bersifat makro semata. Teknis di lapangan dan proses diredaksi ia tidak ikut campur.

Kepentingan publik yang kosong, yang tidak tergarap oleh media lain diambil oleh Koran Sindo. Ketika semua berpihak ke Jokowi, Koran Sindo mengambil kebijakan yang tidak memihak Jokowi. Di ranah tersebut banyak publik, pasar, segmen masyarakat yang tidak tergarap. Ceruk inilah sesungguhnya yang tidak dibaca media lain dan Koran Sindo yang mengisinya. Tidak ada sebuah sikap masyarakat yang linier, bersifat homogen, dan satu arah. Dalam kebijakan dan pilihan politik masyarakat pasti beragam. Di sinilah, Koran Sindo berpijak. Bahwa kepentingan publik yang diambil adalah kebijakan yang tidak diisi media lain. Dalam konteks itulah sesungguhnya kepentingan publik Koran Sindo berbeda dengan kepentingan publik media lain.

Pada kampanye Pilpres 2014, secara nyata publik terpisah. Fragmentasi yang ekstream memiliki sifat yang berbeda pula. Masing-masing nyaris

berbenturan. Tidak ada satupun orang netral ketika itu. Bagi media pendukung Jokowi, sesuatu yang aneh mendukung Prabowo. Begitu juga sebaliknya. Dalam posisi seperti inilah media dalam titik nadhir terendah sepanjang sejarah bangsa ini.

Selama 2014, MNC grup membangun sinergi dan komunikasi. Meski belum lama menjalankan kongmelerasi media, MNC sudah membangun sistem khususnya dalam pemberitaan. Khusus untuk *headlines*, misalnya, Koran Sindo membahas dengan di sindonews. com, termasuk dengan TV kabel dalam lingkungan MNC News. Hal ini rutin dilakukan. Kerja sama ini pun dilakukan dalam kebijakan, marketing, iklan, dan promosi.

Yang pasti, kami di MNC/RCTI, kalau misalnya tidak diajak, RCTI tetap berusaha meliput. RCTI mencari di mana para kandidat berkampanye di daerah mana. RCTI akan minta wartawan lokal untuk mengejar. Karena bagaimanaun tidak mungkin bagi RCTI untuk tidak memiliki dokumentasinya. Jika dikatakan ketika Pilpres 2014 RCTI di pihak Prabowo-Hatta, RCTI rasa jika dihitung jumlah berita kedua kandidat yang ditayangkan, RCTI rasa tidak juga. Sebuah kerugian bagi kita jika berat ke salah satu pihak, berpihak, tidak mungkin itu.

RCTI mengetahui apa yang namanya keadilan berita, tetapi juga harus ada prinsip keberimbangan. Keadilan itu berbeda dengan keberimbangan.[21] Contohnya, Jokowi ketika itu Gubernur DKI Jakarta. Dia mendapat liputan media sejak 2012. Dia menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) untuk membangun ini dan itu. Semua diberitakan secara massif. Setiap hari

[21] http://asne.org/content.asp?contentid=335 terakhir diakses Senin, 12 Juni 2017 pukul 07.39 Wib

Jokowi tampil di televisi dan media massa lain. Dia bergerak sedikit saja diberitakan. Nah, kemudian pada pilpres, muncul orang baru (Prabowo). Prabowo tidak menerima pemberitaan gencar semacam itu. Sehingga, RCTI juga harus membuat perimbangan. Karena salah satu kandidat tidak punya kesempatan yang sama untuk menunjukkan siapa dirinya. *Incumbent* (petahana) selalu diuntungkan. Jokowi memang bukan *incumbent* presiden, tetapi dia gubernur. Gubernur DKI Jakarta yang semuanya terus diekspos. Dia melihat gorong-gorong saja diekspos. Membuat kartu sehat diekspos. Lawannya tidak pernah punya ruang seperti itu. Oleh sebab itu, ruang pemberitaan lawan Jokowi(Prabowo) harus diberi ruang. Inilah yang namanya menciptakan keberimbangan.

Semisal dua orang dengan tinggi berbeda dan ingin menonton bola dari balik sebuah tembok. Kalau mau adil, RCTI harus kasih pijakan yang rata untuk keduanya. Tetapi itu berarti yang satu tetap akan lebih tinggi dan mendapatkan pandangan yang lebih luas dari orang yang satunya. Kalau mau berimbang, yang satu kita kasih satu pijakan dan yang satunya dua pijakan. Itu baru berimbang. Jadi untuk adil. Semestinya sebuah media memberi ruang terciptanya keberimbangan untuk kedua kandidat.

Buktinya, *rating news* kami bagus. Bahkan pada 2014 *rating* RCTI mendapatkan penghargaan, sebagai televisi terfavorit, seperti mendapat Panasonic Award. Dibandingkan televisi lain, publik bisa menilai sendiri. Reporter RCTI tidak sampai mengalami pengusiran oleh salah satu kandidat. RCTI diterima publik. Tidak ada yang mengatakan RCTI hanya melihat negatifnya saja dari salah satu kandidat.

Sebaliknya, soal Prabowo yang dituduh melanggar HAM. Prinsip yang kita pegang, RCTI tidak mau berandai-andai. Apakah Prabowo dihukum? Tidak. Apakah Prabowo diberhentikan dengan tidak hormat? Faktanya Prabowo diberhentikan dengan hormat. Jadi RCTI berhenti di fakta itu. Tidak mau RCTI berandai-andai. Tidak mungkin kita membuat pengadilan lewat media. Bahwa yang namanya pelanggaran HAM itu harus ke pengadilan. Ada hukuman pidananya. Tidak boleh media menyatakan seseorang melanggar. Ada lembaga yang berwenang menyatakan itu, apakah dia bersalah atau tidak.

Boleh saja jika setiap orang memiliki pandangan pada RCTI subjektif. Seperti subjektifnya televisi atau media lain. Tetapi menurut RCTI, sepanjang ada faktanya, tidak bisa dibilang itu subjektif. Satu hal, jika RCTI tidak objektif, itu artinya adalah pelanggaran kode etik. Tetapi hingga kini tidak ada pelanggaran yang RCTI lakukan, tidak ada yang namanya teguran.

Jika ditanyakan soal indepensi RCTI, apakah pernah ada media yang independen? Dulu ada RRI sejak zaman kemerdekaan, apakah independen? Dia berpihak. Kita lihat media di Amerika, apakah ada yang independen? Misalnya CNN soal Palestina, apakah independen? BBC demikian juga, apakah independen? Tidak juga. Cuma, yang perlu dijaga sejauh mana tidak independennya itu. Intinya, kita berusaha untuk independen, pengaruh tetap ada, tapi berusaha meminimalisir (Jeremy Iggers. 1999 : 36-37).

Bagaimana RCTI memininalisir intervensi ke ruang redaksi. Bahwa redaksi itu semaksimal mungkin independen, bebas menentukan arah pemberitaan sesuai fakta. Contoh kecil saja, saat pilpres, masing-masing wartawan punya

pilihan, tetapi yang penting adalah pertempuran di ruang redaksi untuk menentukan pemberitaan yang paling mendekati fakta.

Dengan begitu, publik benar-benar mendapatkan informasi yang berimbang, tidak timpang, karena kita memberi ruang yang adil. RCTI memberi ruang lebih kepada kandidat yang kurang mendapat pemberitaan, sehingga publik bisa memilih yang terbaik lewat pemberitaan yang adil dan berimbang. Kasihan publik jika nantinya menentukan pilihan tidak berdasar latar pengetahuan yang sama terhadap para kandidat. Ada kandidat yang sudah bertahun-tahun mendapatkan publikasi, sementara lawannya hanya mendapat publikasi dalam tiga bulan kampanye. Ini tentu tidak adil (Haris Jauhari (ed), 2012 : 129).

Sindonews.com memandang pertarungan antarmedia pada kampanye pilpres 2014 merupaklan implikasi dari kuatnya persaingan antara dua kandidat yang berterung, Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK. Kontenstasi yang kuat ini mau tidak mau atau meniscayakan membelah media ke dalam dua kubu juga. Masing-masing saling mengklaim dan memenangkan calon masing-masing. Ada yang vulgar mendukung ada juga media yang ‘malu-malu tapi mau’ mendukung pasangan tertentu.

Periode kampanye pilpres 2014 adalah masa yang paling kelam dalam sejarah perkembangan pers di Indonesia. Masing-masing memiliki kepentingan dengan kadar tertentu. Periode ketika semua memanfaatkan sumber daya medianya untuk masing-masing capres-cawapres yang didukungnya. Ini tidak bisa dihindari.

Dukungan tersebut diakui atau tidak mempengaruhi juga penerapan prinsip dan etika jurnalistik masing-masing media. Rivalitas berimbas kepada kebijakan redaksi masing-masing yang tentu saja dipengaruhi oleh *sign* (tanda) politik masing-masing pemilik media. Sindonews.com tidak bisa munafik atau hipokrit dengan mengklaim sebagai media yang paling bersih dan paling baik dalam periode ini. Semua takaran etika dan prinsip jurnalisme mengalami pasang surut dalam mendukung capres-cawapres tertentu.

Dalam kasus dugaan pelanggaran HAM, Prabowo Soebianto, misalnya, Media Grup (Media Indonesia, Metro TV, dan Metrotvnews.com) akan tegas menyebutkannya, sedangkan Sindonews.com akan menghindarinya. Meski pada faktanya media harus tidak berpihak untuk menyebutkan A atau B sebagai pelanggar HAM. Media hanya memberitakan tentang pelanggaran HAM, meskipun kita harus melihat juga siapa yang melontarkan tuduhan tersebut. Apakah dia kompeten menuduh seperti itu? Bagaimana jejak rekamnya? Kalau ia kita akan memberitakannya. Selanjutkan Sindonews.com konfirmasi ke pihak Prabowo tentang tuduhan tersebut. Media massa tidak boleh menuduh dengan menjustifikasi terhadap sesuatu, termasuk dugaan pelanggaran HAM, termasuk yang dilontarkan lembaga negara yang berwenang. Komnas HAM untuk pelanggaran HAM. KPK untuk korupsi. Sebab yang namanya tuduhan belum ada buktinya. Belum ada vonis dari pengadilan. Sangat berbahaya jika media menuduh dan menulisnya tanpa berlandaskan kebenaran dari pengadilan.

Sindonews.com harus akui dinamika politik pada Pilpres 2014 itu luar biasa. Sindonews.com pun tidak munafik memiliki kecenderungan tertentu (Holli

A. Semetko and Margaret Scammell. 2016. : 69). Reporter di lapangan terbawa emosi dan berpihak pada satu kubu tertentu. Hal ini bisa diketahui dari arah dan tulisannya. Di sinilah editor menjadi filter dan *gate keeper*. Sehingga sedapat mungkin berita dan fakta yang diambil objektif. Objektif adalah salah satu kaidah utama jurnalisme. Kaidah lain yang harus dipatuhi dalam *cover both sides*, tidak menjustifikasi dan konstruksi 5W + 1H. Ketaatan pada prinsip jurnalistik adalah untuk menghindari gugatan dari pihak yang memberitakannya.

4.2. Etika Jurnalistik

Sepanjang perjalanan perubahan jurnalisme dari cetak, televisi, radio, dan kini situs berita (*media online*) selalu menghadirkan persoalan. Salah satunya persoalan mendasar adalah dilema etika jurnalisme. Dan keguncangan etika yang paling dahsyat adalah kehadiran situs berita yang bersifat *online*. Di satu sisi, terobosan dan penemuan teknolopgi komunikasi informasi menghasilkan pola jurnalisme yang sesuai dengan perkembangan dan dinamika masyarakat, tetapi di sisi lain, preaktik jurnalisme online kerap bertabrakan dengan etika, prinsip, dan pakem jurnalisme lama. Ini menjadi persoalan serius dan hingga kini belum terpecahkan. Jurnalisme tradisional masih memercayai akurasi, verifikasi, keseimbangan, imparsialitas dan adanya *gatekeeper*. Sebaliknya, jurnalisme baru berada dalam aras kecepatan, transparansi, dan parsialitas. Persoalan lain adalah hilangnya dikotomi jurnalisme lokal, nasional, dan global. Internet mengubah jurnalisme menjadi semua global. Namun, pola ini terbentur pada penerapan etika juranlistik yang menyesuaikan dengan budaya lokal. Oleh sebab itu, publikasi

media online yang berskala global tidak bisa disesuaikan dengan perangkat etika jurnalisme lama.

Etika jurnalistik karena hasil kreasi manusia masih perlu diperdebatkan. Bahkan, etika dalam beberapa perspektif tergantung yang mempergunakan. Hal ini pula yang sedang terjadi pada jurnalisme situs berita, yang secara kasat mata sudah mengubah tradisi jurnalisme tradisional. Jurnalisme situs berita sering disorot karena kerapkali mengorbankan akurasi, validasi, verifikasi,dan kelengkapan suatu berita demi mengejar kecepatan dan kesegeraan. Ini tentu sangat diametral dengan jurnalisme tradisional. Di sisi lain, secara teoritis etika jurnalistik bersifat global, meski implementasinya di media tradisional menyesuaikan dengan kondisi lokal.

Secara filosofis, jurnalisme harus tetap berpijak pada prinsip kebenaran, independensi, *check and balance, cover all (multi) sides,* verifikasi fakta, dan keberpihakan pada yang lemah. Etika jurnalisme berfungsi untuk menjamin media memproduksi jurnalisme yang berkualitas dan publik pun mendapat informasi yang sehat dan mencerahkan. Inilah yang disampaikan dua –pakar jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosentiels. *"Journalism's first obligation is to the truth*." (Bill Kovach and Tom Rosentiels, 2007 : 36). Meski bersifat *debatable* dan plural, kebenaran yang diusung teks berita adalah kebenaran milik masyarakat. Inilah yang kemudian menjadikan kepentingan masyarakat sebagai elemen jurnalistik kedua. Cara yang paling penting dalam memihak kebenaran adalah loyalitas kepada masyarakat (warga negara) (*Journalism's first loyality is to citizens*) (Bill Kovach and Tom Rosentiels, 2007 : 52) dan dengan elemen ketiga, yaitu disiplin

dalam memverifikasi fakta (*the essence of journalis is a disipline of verivication*). (Bill Kovach and Tom Rosentiels, 2007 : 79).

Dalam konteks pertarungan media pada kampanye pilpres 2014, sesungguhnya Dewan Pers sudah memprediksi dan mengantisipasi akan terjadi pertarungan yang sangat sarkastis dan vulgar dalam pemilu, khususnya dalam pemilihan presiden 2014. Hal ini dilihat, terutama, dari sejumlah media yang menggunakan frekuensi publik (televisi) seperti TVOne, MNC, ada MetroTV. Para pemilik televisi tersebut pemilik bekecimpung dalam dunia politik. Ada Aburizal Bakrie dengan TVOne dan ANTV; Hary Tanoesudibjo yang pernah di partai Nasdem kemudian pindah ke partai Hanura; Surya Paloh dengan Metro TV berada di partai Nasdem. Keterlibatan pemilik media di dunia politik itu secara jelas dan tegas memberikan ancaman terhadap keberlangsungan demokrasi yang sehat pada pilpres 2014. Bentuk paling nyata dari ancaman tersebut adalah mereka kerap tampil di media yang mereka miliki. Mereka berbicara dan berkampanye secara terbuka dan sangat memalukan. (Haris Jauhari (ed), 2012 : 36)

Dewan Pers sudah melihat pertarungan pilpres 2014 sebagai pertarungan yang cukup sengit dan melibatkan raksasa-raksasa pemilik media. Dewan Pers sejak awal sudah membuat sejumlah seruan-seruan kepada semua media yang diperkirakan mempunya potensi bias karena *ownership* (kepemilikan) dalam peliputan. Seruan ini agar bersikap mereka profesional dalam memberitakan sehingga sesuai dengan kode etik jurnalistik.

Pertarungan pada pilpres 2014 merupakan pertarungan yang cukup ramai sepanjang sejarah republik ini berdiri. Pemilu 2009 tidak seperti 2014. Pun

dengan pemilu 2004 meskipada dua pemilu terdahulu sudah ada penggunaan-penggunaan media namun tidak semassif seperti 2014. Pada pilpres 2004 para kandidat yang berkampanye menggunakan media yang Dewan Pers sebut dengan serangan udara, lewat televisi dan segala macam. Pertarungan di pillpres 2014 berlanjut sampai sekarang. Pada pilpres 2019 adalah babak babak keduanya.

Secara historis, Dewan Pers memotret alasan kenapa para pemilik media berkecimpung dalam politik. Beberapa alasannya adalah karena peranan media begitu besar dalam mobilisasi opini, pembentukan opini, dan kemudian dalam mendefinisikan mana lawan mana kawan, serta mengarahkan publik untuk memilih salah satu kandidat. The Jakarta Post secara terang-terangan mendukung Jokowi dalam tajuk rencananya, *Endorsing Jokowi*, Jumat 4 Juli 2014.

Selain itu, media memberikan satu kejutan bahwa mereka bisa mengangkat seseorang yang katakanlah tidak dijagokan tiba-tiba menjadi '*hero.*' Hal ini dimulai pada pilpres 2004. Pada 1999 Dewan Pers belum menemukan gejala ini. Media belum tampil begitu perkasa. Kebebasan pers hanya satu tahun setelah itu tumbangnya rezim Orde Baru. Pada 2004 media sudah menikmati kebebasan sekian tahun dan menjadi salah satu sumber pendidikan politik bagi publik dalam berbagai programnya. Pasca reformasi dalam even pemilu 1999 sampai dengan 2004 media menjadi salah satu alat untuk mendefinisikan situasi politik di Indonesia. Dengan *power* dan kebebasan yang sedemikian besar yang dinikmati media mereka bebas untuk mendefinisikan realitas politik. Kebebasan pers menjadi satu kesempatan yang cukup besar, penggunaan platform cetak,

televisi, dan internet juga begitu kuat pada 2004 meski belum sedominan pada pemilu 2009.

Perang media pada pilpres 2009 sangat kuat peranannya, khususnya media-media online. Pada saat itu, masyarakat Indonesia mulai belajar, terutama bagaimana seorang Susilo Bambang Yudhoyono bisa muncul hanya dengan memanfaatkan satu sentimen bahwa dia dianiaya ataupun diperlakukan tidak adil oleh Megawati Soekarnoputri yang saat itu menjabat Presiden. Susilo Bambang Yudhoyono semacam menggosok sentimen viktimisasi (sebagai korban). Semua analisis tentang perseteruan Megawati dan Susilo Bambang Yudhoyono sudah ditulis oleh banyak karya penelitian. Kesimpulannya adalah momen pada 2004 itulah peran media begitu besar. Jadi ada viktimisasi salah seorang figur politik, dari situ ia menjadi *media darling*. Pada 2004 semua orang melihat Susilo Bambang Yudhoyono adalah harapan baru. Susilo Bambang Yudhoyono menjadi harapan baru di tengah situasi yang pada waktu itu ancaman disintegrasinya sangat tinggi, konflik dengan latar belakang ketegangan agama begitu kuat sepanjang 1999 sampai 2004. Pada 2004 harapan itu berkumpul di semuanya di Susilo Bambang Yudhoyono. Di sisi lain ia pun menggunakan media dengan sangat terampil. Jadi sangat jelas saat itulah Dewan Pers melihat media punya peran luar biasa. Mungkin 50 persen pertarungan politik apabila bisa menggunakan media maka 50 persen pertarungan politik sudah dimenangkan. Itulah yang terjadi pada 2004.

Pada 2009 banyak orang yang ingin meng-*copy-paste* (menyalin dan menempel) peristiwa 2004. Media dengan sangat *powerful* bisa menciptakan

figur-figur politik dengan menguasai media. Makanya pada pemilu 2009 begitu banyak orang termasuk yang mempunyai media mencoba masuk politik. Mereka bermodalkan popularitas sebagai pemilik media. Fenomena itu sebenarnya bukan hanya di Indonesia karena di belahan dunia yang lain pun sudah terjadi persoalan antara media dan politik. Pada pemilu 2009 media-media besar terutama televisi, pemiliknya mulai memasuki politik. Mereka mengincar kursi-kursi partai politik dan menganggap mereka bukan hanya menguasai televisi tetapi juga punya bisnis yang secara horizontal juga banyak (Herbert J. Gans, 2003 : 22). Misalnya, mempunya bisnis hotel dan bisnis-bisnis lain seperti bank, perkebunan, dan manufaktur. MNC Grup mempunyai bank dan berbagai macam lainnya; Grup Viva juga sama; Media Grup juga sama.

Dewan Pers memotret kepentingan ekonomi bisnis dan politik kekuasaan yang mendorong para pemilik media maju sebagai ketua partai ataupun membentuk partai sendiri. Pada 2009 itu adalah bentuk demontrasi kekuatan media-media. Kondisi ini menunjukan pertarungan pada pemilu 2009 yang jauh lebih maju berbekal pengalaman pada pemilu 2004. Susilo Bambang Yudhoyono kemudian terpilih kembali.

Pada periode kedua Susilo Bambang Yudhoyono Dewan Pers menyaksikan pemerintahan yang dihasilkan pada pemilu 2009 di tengah jalan mengalami penurunan popularitas yang luar biasa. Hal ini dipicu media berubah sikap menjadi pengkritik yang paling serius terhadap pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dalam pantauan Dewan Pers mulai 2011, 2012 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono begitu tipis telinganya. Ini berbeda dengan

masa awal Susilo Bambang Yudhoyono menjabat presiden pada 2004-2009. Saat itu benar-benar bulan madu Susilo Bambang Yudhoyono dengan media, tetapi dari 2009 ke atas Susilo Bambang Yudhoyono sudah mulai dikritik.

Dalam situasi seperti itu muncul yang namanya Joko Widodo (Jokowi). Kemunculan Jokowi ini sebagai konteks berbicara etika jurnalistik. Kemunculan nama Jokowi menarik simpati yang luar biasa karena dia dipandang sebagai antitesis dari Susilo Bambang Yudhoyono. Di sisi lain, kemunculan Jokowi juga mematahkan tesis bahwa kalau seseorang pemilik media, ia bisa menang dalam pertarungan politik seperti pemilu atau pilkada. Jokowi tidak punya media dan di pemilu 2014 ia berhadapan dengan satu konfigurasi yang luar biasa. Jokowi mampu memenangkan hati dan pikiran rakyat melalui tindakan-tindakan kepemimpinan yang sangat sederhana. Mulai dari Walikota Solo, masuk ke Jakarta (Gubernur) dan bertarung di pilpres 2014 dan menang. Jokowi menjadi harapan yang besar karena dia adalah antitesis dari Susilo Bambang Yudhoyono. Tetiba orang merasa Jokowi adalah kita, rakyat. Jokowi orang biasa yang kemudian menjadi pemimpin. Itu yang kemudian membalikkan lagi peran media yang semula bisa menciptakan tokoh dari rahim mereka sendiri, ternyata gagal. Kegagalan ini bisa dipotret dari dua elemen media, *publisher* (penerbit) dan masyarakat. *Publisher* gagal menitikan kemauannya kepada masyarakat. Audiens mempunyai idola nya sendiri. Kecintaannya sendiri dan di sinilah nama Jokowi menemukan momentumnya. Sekali lagi *publisher* harus tunduk pada masyarakat. Siapa yang menyetir audiens, inilah yang menarik.

Pada pilpres 2014 sudah muncul pertarungan dan hiruk pikuk di sosial media. Ini yang membuat pertarungan politik menjadi lebih kompleks permainannya. Muncullah Jokowi di satu pihak dan Prabowo di pihak lain yang *back up* Viva Grup dan MNC Grup. Jokowi di dukung Media Grup (Surya Paloh). Namun yang pasti Jokowi maju bukan lagi *media darling* tetapi *people darling*.

Fenomena perpindahan dari *media darling* ke *people darling* menarik. Bagaimana seseorang bisa dikatakan *people darling*? Karena upaya-upaya untuk menghajar Jokowi itu dilakukan oleh media-media yang tidak suka, tetapi pada kenyataannya hal tersebut tidak berhasil. Banyak media yang melarang memberitakan tentang Jokowi, tetapi berita apapun tentang Jokowi *traffic*-nya di *media online* tinggi. Sekali lagi masyarakat yang menentukan sikapnya. Jika media tidak memberitakan Jokowi, *traffic*-nya rendah. Jokowi betul-betul *opinion leader*. Dia betul-betul sosok yang dicintai oleh masyarakat. Rakyat seperti tersihir oleh Jokowi. Itulah yang terjadi sehingga media-media ini terbelah juga yang pro yang kontra.

Makanya pada pemilu 2014 pertarungan yang cukup sengit. Semua media berhadap hadapan untuk membela jagonya walaupun beberapa cukup *smooth* mainnya. Mungkin media belajar dari era pilpres 2004-2009. Makanya pada 2014 mereka cukup *smooth* memainkan isu tersebut. Meskipun ada media yang sangat kasar. Misalnya, TV One membuat isu PKI. Pada waktu itu PDIP yang mendukung Jokowi adalah komunis. Ini berbasis ucapan mantan wakil gubernur Jakarta. Ia menuduh salah seorang pendukung Jokowi itu adalah komunis karena ikut dalam Kongres Partai Komunis. Kasus itu kemudian berujung dengan

datangnya massa PDIP menggeruduk TV One. Itulah satu-satunya kasus yang melibatkan aksi dan dilaporkan ke Dewan Pers. Di luar itu ajaibnya tidak ada laporan ke Dewan Pers.

Dewan Pers melihat pertarungan pada pilpres 2014 membuat Indonesia terbelah; semua terbelah; semua terseret dalam emosi ini. Dewan Pers mencoba untuk objektif dan berdiri di tengah untuk berteriak "Hei jangan gunakan ini!" ke pro Jokowi maupun ke pro Prabowo. Tetapi suara etis itu dikalahkan oleh gemuruh dan hiruk pikuk kampanye. (Deborah Potter, 2006 : 55-56). Saat itu hanya ada dua pilihan : kalau tidak Jokowi pasti Prabowo. Dewan Pers berupaya semaksimal mungkin meminta media bersikap profesional. Usaha itu bisa dikatakan berhasil. Pada awalnya PDIP akan melaporkan kasus TV One ke polisi, tetapi Dewan Pers langsung intervensi sebelum laporan itu dilakukan. Setelah melalui mediasi TV One mengakui berita itu agak bias, kesimpulan yang salah, logika yang keliru, dan fakta yang keliru. Mereka setuju meralat berita itu dan meminta maaf, baik kepada PDI-P maupun kepada publik.

Kasus lain adalah tabloid Obor Rakyat. Pendukung Jokowi menganggap Obor Rakyat sebagai media yang menyebarkan fitnah. Dewan Pers melihat hal ini untuk memainkan sentimen dan membakar emosi massa. Sesungguhnya Obor Rakyat belum seperti pemilu yang dilakukan di Amerika yang lebih sarkastis dan vulgar, tetapi apa yang dilakukan di tengah sebuah ketegangan yang membelah sebuah masyarakat untuk dua pilihan, apapun isu itu akan membangkitkan sentimen. Masyarakat sudah tidak bisa objektif di tengah kedua pilihan itu. Tidak ada tempat di tengah. Sehingga isu apapun akan menjadi sentimen yang

membesarkan kebencian atau membesarkan kecintaan. Dua itu, cinta dan benci. Obor Rakyat pada waktu itu benar-benar melakukan satu upaya untuk merontokkan popularitas Jokowi. Namun popularitas Jokowi tidak bisa dikalahkan dengan isu murahan. Populismenya begitu kuat termasuk di media sosial di perkotaan-perkotaan, dan didukung oleh sejumlah pers. Pers yang semula berada di tengah tetapi agak condong memberikan tempat kepada Jokowi. Dewan Pers melihat hampir bisa dibilang 70-75% media di Indonesia (minus kelompoknya MNC dan TV One) mendukung Jokowi karena audiennya menuntut hal yang seperti itu juga. Dan audien ini bukan hanya penikmat media arus utama tetapi mereka juga menikmati media sosial melalui video dan teks yang disebarkan.

Kini masyarakat tidak bisa lagi disetir atau diubah dengan semena-mena dengan cepat oleh media arus utama (*media mainstream),* seperti yang terjadi mungkin 10 tahun yang lalu. Jadi kesaktian media arus utama ini mulai berkurang karena ada medium lain yang kita sebut media sosial ((Steven Barnett. 2011 : 246-248). Itulah yang terjadi di 2014 kita melihat parade kampanye yang digunakan segala lini, baik sosial media, media-media gelap, lalu sampai ke media-media arus utama. Pelanggaran etik yang dilakukan pada waktu itu yang ditemukan Dewan Pers adalah pencampuran antara fakta dan opini yang begitu "telanjang" yang dilakukan dan kasus yang paling nyata adalah kasus PDI-P versus TVOne.

Itu yang muncul dipermukaan. Banyak hal yang publik melihat ketidakadilan dalam pemberitaan. Contoh bagaimana Prabowo dihabiskan di MetroTV dengan kasus dugaaan pelanggaran HAM-nya, tetapi di satu sisi dibela

oleh MNC Grup. Apakah sebuah fakta dugaan pelanggaran HAM Prabowo yang tidak diproses oleh pengadilan hanya oleh DKP, itu bisa dipotret dalam dua hal yang berbeda oleh Media Grup dan MNC Grup.

Dewan Pers dalam konteks itu juga terjadi pencampuran fakta dan opini. Jadi faktanya mungkin sama bahwa Prabowo diadili oleh Dewan Kehormatan Perwira (DKP). Dia diberhentikan dari dinas kemiliteran. Dia diduga terlibat dalam kerusuhan Mei dan penculikan mahasiswa. MetroTV mengekspoitir fakta itu ditambah opini yang dibangunnya. Di MNC dan TVOne fakta itu ada tetapi dipotret sebagai konspirasi untuk menjatuhkan Prabowo. Terjadi pernbedaan *angle* atau sudut pandang. Semuanya bertujuan bagaimana dengan fakta-fakta yang ada, interpretasi fakta itu dibangun dengan cara membungkus fakta itu dengan opini-opini yang media konstruksi. Jadi jelas dalam upaya untuk membungkus itu ada yang terpeleset. Ketidaksesuaian antara fakta dan opini, percampuran (*blending*) antara fakta dan opini. Dalam kasus ini Dewan Pers memberikan teguran

Sesungguhnya selain dalam kasus dugaan pelanggaran HAM Prabowo, banyak tayangan yang melanggar etika. Hanya saja Dewan Pers bersifat pasif, hanya menerima. Dengan keterbatasan sumber daya manusia Dewan Pers merespon semua pelanggaran kode etik jurnalistik. Untuk televisi semestinya pertama sekali direspon oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Di televisi pertarungan yang brutal meski di media cetak juga ada.

Kalau berita di televisi itu merujuk ke Dewan Pers, ke Undang-Undang Pers. Ternyata ada dua kata antara independen dan netral. Di KPI tidak ada kata

netral, hanya ada independen. Kemudian orang menginterpretasikan netral dengan tidak berpihak kemana-mana. Orang menginterpretasikan independen dengan mengatakan boleh membela seseorang asalkan independen.

Independen dan netral ini adalah dua istilah yang berbeda (Zulkarimein Nasution, 2015 : 120-121). Independen itu artinya dalam upaya media ataupun jurnalis untuk melakukan liputan dan melaporkan fakta-fakta kepada publik secara jujur. Dia tidak dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan di luar jurnalistik. Itu penelitian independen. Misalnya, wartawan tidak dipengaruhi oleh amplop atau sogokan atau kepentingan yang ada. Wartawan murni melaporkan fakta dan dia melayani publik.

Sedangkan pengertian netral adalah berhubungan dengan sikap. Media memang bisa mempunyai sikap. Hal tersebut tidak boleh ditunjukkan ketika melaporkan fakta. Sikap ditunjukkan ketika media membuat tajuk rencana, editorial, dan sebagainya. Keberpihakan boleh saja tetapi itu lebih kepada media cetak. Kalau di televisi sangat riskan karena pencampuran fakta dan opini bisa terjadi dengan cukup halus dengan memiliki pengaruh yang puluhan kali lipat dari media cetak, karena ia bersifat audio visual. Jadi netral itu merujuk kepada sikap. Media mungkin tidak bisa netral sepenuhnya. Ketika media memberitakan penggusuran petani, contohnya. Media cenderung memihak yang lemah karena audien juga punya yang namanya keadilan sosial (*social justice*), sentimen dan sebagainya. Media cenderung membela yang lemah. Dalam hal itu dia tidak netral, tetapi media tidak bisa, misalnya, ketika melakukan liputan demontrasi petani, semata-mata hanya memberikan kesempatan petani berbicara, di satu sisi

dan mengabaikan sisi pengusaha, pada pihak yang berseberangan yang mempunyai fakta-fakta yang lain bahwa petani secara sembarangan menyerobot tanah pengusaha.

Ketika mendorong satu sentimen pro petani, dengan mengatakan perusahaan merampas segala macam tetapi fakta itu tidak dikemukakan. Itulah namanya percampuran (*blending*) fakta dan opini. Itu yang tidak boleh dilakukan oleh media. Ia bisa melaporkan fakta itu secara seimbang, ada versi petani, ada versi pengusaha. Dipelajari dengan baik, lalu kemudian dia punya sikap, dalam soal ini pengusahanya salah tetapi petaninya juga memiliki persoalan. Media beropini dengan menawarkan solusi. Itu perbedaan indepeden dan netral.

Dalam konteks jurnalisme modern konglomerasi adalah sebuah realitas yang tidak bisa dihindari lagi. Konglomerasi ini kerap dijustifikasi sebagai salah satu elemen yang melemahkan etika jurnalistik (Deborah Potter, 2006), (Louis O. Kattsoff. 1989 : 352). Padahal etika dan konglomerasi merupakan dua hal yang berbeda. Misalnya, media yang di bawah satu konglomerasi yang menggurita tetapi menegakkan satu pelaku jurnalistik yang sesuai dengan kode etik itu bisa terjadi. Bisa juga konglomerasi justru semakin berperilaku sembarangan karena didorong oleh ekonomi bisnis dan politik kekuasaan (Herbert J. Gans, 2003 : 25-26). Keinginan untuk ekspansi dengan menghalalkan semua cara supaya media yang dimiliknya populer sehingga bisa ekspansi lebih luas. Yang berbahaya dari konglomerasi adalah keragaman isi (*diversity of content*) yang terancam. Kenapa terancam? Karena dibuat satu pemilik media (*owner*). Karena konglomerasi memaknai masyarakat lebih banyak dan lebih luas. Konglomerasi pun menyerap

lebih dari satu lini saja. Jadi itu yang menjadi faktor. Akibatnya penyaringan terhadap fakta dan segala macamnya.

Kondisi inilah yang terlihat pada pemilu 2014. Media-media yang mempunyai multiplatform, seperti MNC, misalnya, dari televisi sampai radio melakukan penyeragaman isi. Inilah yang berbahaya. Jadi inti dari konglomerasi adalah teracamnya keberagaman isi. Ancaman itu akan menjadi kenyataan kalau pemiliknya intervensi; memaksakan pandangan politiknya, *like and dislike* dengan agenda setting yang dimilikinya. Konglomerasi untuk memukul lawan bisnis ataupun lawan politik.

Kode etik jurnalistik memiliki sejarah yang panjang dengan media cetak. Dan, jurnalistik itu diformulasikan oleh media cetak. Bahwa kemudian muncul ragam ataupun format jurnalisme yang baru didorong oleh teknologi komunikasi, itu kemudian memunculkan varian-varian lain dalam kode etik. Ada penggunaan medium yang berbeda, dari teks kemudian menggunakan gambar, menggunakan suara. Tetapi pada esensinya, semua kode etik membawa nilai-nilai yang sama untuk semua jenis media. Meski demikian lain media berbeda juga perlakuannya. Medium boleh berbeda, tetapi nilai universal yang pasti ada dalam kode etik itu. Karena yang diatur pola komunikasi antara media dengan publik. Kemudian tugas utama media adalah membuat laporan yang benar.

Internet merupakan basis opersional situs berita (*media online)*. Banyak kritik terhadap situs berita ini. Dewan Pers membuat sebuah panduan media siber (*cyber*). Tetapi panduan tersebut sebagai pelengkap dari kode etik jurnalistik yang sudah ada. Panduan itu tidak merusak dalam pengertian mendekonstruksi kode

etik jurnalistik yang lama. *Media online* bisa dipakai bukan oleh wartawan yang profesional tetapi amatir ataupun publik secara umum yang mencoba mempraktikkan media mereka sebagai media jurnalistik, tetapi tidak mengadopsi kode etik jurnalistik. Sebetulnya yang diatur dari panduan pemberitaan media siber itu bukan kode etik yang baru, untuk melengkapi kode etik jurnalistik yang sudah ada. Panduan media siber jika ada koreksi terhadap pemberitaan yang salah. Para pengelola situs berita harus melakukan koreksi karena hak jawab di kode etik jurnalistik masih sangat cetak perspektifnya. Oleh sebab itu, situs berita membutuhkan panduan pemberitaan media siber ketika terjadi kesalahan yang dilakukan *media online*. Panduan media siber lebih pada hal yang teknis. Prinsipnya tetap sama.

Diakui atau tidak kecepatan dalam membuat berita menghancurkan jurnalisme. Ini sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi. Pertarungan di mana pun berkaitan dengan kecepatan atau waktu. Bagaimana masyarakat menyikapi waktu. (Dudi Sabil Iskandar, 2015) Masyarakat tidak bisa menyalahkan soal *media online* selalu cepat tetapi tidak akurat. Masalahnya sebagian masyarakat ada yang menginginkan kecepatan informasi dengan kelimpahan informasi yang muncul lewat platform internet ini.

Suatu saat masyarakat akan menemukan satu titik jenuh sendiri. Orang menjadi letih dengan informasi yang begitu konstan dan cepat. Manusia membutuhkan jeda; istirahat; satu tempat berhenti merenungi apa sebetulnya (*mean of the information*) (Eric Schmidt and Jared Cohen, 2014 : 41-43). Bahkan sebagian kalangan masyarakat menderita semacam paranoid bahwa gencarnya

informasi ini membuat orang semakin spesifik memilih apa yang disukai. Mereka tidak menyerap semua informasi hanya sesuai dengan kebutuhan dan kesukaannya saja. (Bill Kovach dan Tom Rosentiels. 2010)

Meski realitas jurnalistik kontemporer sudah begitu kompleks, ada satu hal yang tidak boleh dikompromikan oleh jurnalisme, yaitu fakta. Ada satu andagium, *fact is secred opinion is free, comment is free* (fakta adalah suci. Opini dan komentar adalah bebas). Jadi fakta itu suci. Jurnalistik sekarang lebih baik kembali kepada faktanya, bukan soal kepada kebenarannya. Faktanya ada tidak. Kalau ada faktanya, semua orang bisa merekonstruksi dan mengambil kesimpulan sendiri. Yang hilang dari perkembangan jurnalistik sekarang ini adalah kemampuan untuk melakukan interpretasi terhadap fakta secara mandiri. Artinya berpikir kritis (*critical thinking*).

Benar adanya fakta tidak bisa diubah, tetapi kondisi ini kemudian memunculkan yaitu jurnalisme baru, jurnalisme interpretatif. Dalam jurnalisme politik fakta itu sangat tipis antara menuduh dengan membela, antara pahlawan dengan penghianat. Meski demikian, jurnalisme akan tetap terjaga selama konsisten dengan fakta. Etikanya sangat klasik. Jurnalisme tidak boleh ‘memperkosa’ fakta. Misalnya ada kandungan racun di dalam sebuah perusahaan air minum, 30ml merkuri. Jurnalisme tidak bisa bilang itu 80ml. Ini yang namanya opini. Tetapi dalam jurnalisme politik seorang politisi yang ingin menjatuhkan perusahaan air minum ataupun mempunyai kepentingan yang lain, akan bilang kandungan yang sangat berbahaya dan akan mengancam manusia, itu opini atas fakta yang ada.

Dengan demikian jurnalisme interpretatif itu bukan lebih cenderung pada opini tetapi memberikan konteks terhadap satu peristiwa yang ada. Wartawan memakai metode interpretatif ini, fakta itu dilaporkan sepenuhnya tetapi diletakkan di dalam konteks. Di situ wartawan mencari dan menggali lebih dalam lagi dengan latar belakang. Ibaratnya kalau ada satu fakta, tidak ditempatkan apa adanya tetapi diberi pentas supaya orang memahaminya dengan lebih luas. Bahkan bukan hanya latar belakang, tetapi juga *foreground* dengan memberitahukan beberapa hal. Bahkan sekarang berkembang lebih dalam lagi, ada yang namanya data jurnalisme yang menggabungkan antara kemampuan investigatif dengan jurnalisme persisi. Bagaimana melaporakan angka-angka statistik. Sesungguhnya pada dasarnya sudah ada jurnalisme interpretatif, tetapi lebih memperkuat lagi. Dengan penggalian data yang lebih serius, menggabungkan teknik statistik dan mengolahnya lebih populer. Tetapi pada umumnya komitmen pada pelaporan fakta.

Asumsi masyarakat bahwa media tidak boleh berpihak adalah sesuatu yang salah kaprah yang dibuat Orde Baru, dalam artian indepedensi dan netralitas. Pada masa Orde Lama semua media mempunyai afiliasi politik. Dan sesungguhnya kalau melihat sejarah pers, pers itu menjadi corong; pers itu menjadi satu wadah melayani informasi komunitas tertentu. Entah itu komunitas agama, komunitas pedagang, atau sindikasi. Mereka membuat satu buletin untuk bertukar informasi melayani kepentingan sendiri pada awalnya. Pada waktu itu prinsip objektivitas dan beragam lainnya belum menjadi sesuatu yang pokok. Bahwa media melaporkan fakta. Pada umumnya tidak dituntut untuk objektif.

Selalu dalam sudut pandang komunitas ini. Pada awal abad ke-20-an, semakin beragam komunitas-komunitas ini. Lalu muncullah media yang berpikir untuk lebih luar. Tidak hanya melayani satu komunitas; harus melayani lebih banyak orang. Berdirilah media yang non-afiliasi. Di sinilah muncul istilah independen. Dalam independensi ini patokannya tidak boleh opini di dalam pelaporan fakta. Hal ini dimulai dimulai di Inggris, tepatnya Manchaster pada tahun 1920-an. Media ini didirikan oleh sekelompok petani. Hal yang sama di Amerika juga pada awal media mempunyai afiliasi. Jadi bukan barang 'haram' buat media untuk mempunyai sikap selama disampaikan di ruang opini. Itu untuk cetak.

Sedangkan untuk televisi yang menggunakan ruang publik harus jauh lebih hati-hati. Televisi harus sangat profesional memisahkan fakta dengan opini. Televisi harus menghindari kecenderungan pembelokan opini atas paparan fakta-fakta dengan kemampuan audio visualnya sebab menggunakan frekuensi publik. Tetapi kalau televisi kabel yang berbasis kapital dan privat lain persoalan. Ia menggunakan sistem kapitalisme liberal. Tetapi kalau penggunaan frekuensi publik, semua orang berhak menggunakan frekuensi publik, hanya kemudian negara mengatur memberikan lisensi kepada sejumlah organisasi media yang bisa menggunakan frekuensi itu. Tetapi semua orang berhak. Di sinilah ada kepentingan publik yang besar. Makanya dalam aturan KPI ada *public interest*. Inilah yang harus dilayani oleh televisi *free-to-air*.

Tetapi realitas kepentingan publik sangat susah dipisahkan ketika dibungkus oleh televisi. Bagaimana seseorang harus menyampaikan bahwa tidak berpihak, sementara dia mengatakan berpihak. Sebuah televisi atau siapa saja

boleh mengatakan bahwa tidak berada di satu pihak. Karena realitas sudah begitu kompleks, maka apakah betul era *post-journalism* yang berakar dari *post truth.* [22] Inilah era bahwa fakta tidak begitu penting lagi tetapi yang penting sentimen yang dibangunnya. Dari fakta ke sentimen. Dari objektif ke subjektif. Jadi yang dibutuhkan adalah efek subjektif.

Kondisi ini bukan barang baru sesungguhnya dahulu dilakukan melalui selebaran-selebaran. Kini dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi efek emosinya bisa lebih dipertajam dengan memperkaya narasi-narasi yang jauh lebih efektif soal menyampaikan pesan dan akibatnya. Perilaku pembaca politik, memang selalu didorong oleh sentimen-sentimen yang emosional, sesuatu yang irrasional. Sebetulnya masalahnya sangat sederhana. Media ini bergerak dengan begitu cepat teknologinya, sementara kemampuan masyarakat menyerapnya berjalan lebih lambat. Itu problemnya. Lebih cepat fakta palsu itu beredar ketimbang alam sadar masyarakat mengatakan bahwa itu palsu. Kemampuan kita menyerap informasi secara benar itu disebut dengan literasi media. Tingkat melek media masyarakat kita harus ditingkatkan. Media yang mempunyai kredibilitas dan integritas mestinya membantu pembaca dan penontonnya untuk melek media. Misalnya dengan melakukan *fact checkin*g (pengecekan fakta) terhadap isu-isu yang keliru yang beredar. Media semacam *clearence house of information*. Inilah pola media yang benar. Selain itu membangun *critical thinking* (kemampuan berpikir kritis). Inilah yang paling penting. Masyarakat harus selalu bersikap skeptis (Luwi Ishara. 2011 : 1-16).

[22] https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth. Terakhir diakses Selasa, 15 Agutus 2017 pukul 05.5.

Apakah informasi yang diterimanya benar ataui tidak. Dengan skeptis, secara instingtif melakukan pemeriksaan data dan informasi.

Etika itu tidak memiliki kekuatan imperatif (memaksa). Karena itu etika harus dibantu dengan penegakkan hukum. Etika memberikan dasaran dan pijakan moral untuk hukum bekerja. Kalau yang salah secara kode etik, lalu perkara dibawa ke ranah hukum, hakim akan melihat dan menjatuhkan vonis ini salah. Begitu juga sebaliknya.

Tetapi karena ada kepentingan non-jurnalistik, hakim harus melihat dimensi lain yang non-jurnalistik. Biasanya kalau keputusan Dewan Pers menyatakan karya sebuah karya jurnalistik tidak melanggar etik, tidak diseret ke pengadilan, hakim akan melihat keputusan Dewan Pers itu. Jadi etika itu tidak bisa apa-apa. Dia hanya berhenti pada seruan moral. Apalagi di tengah rezim yang demokratis ketika kebebasan berbicara sangat dihargai. Tetapi kebebasan berbicara diproteksi, pelakunya atau tindakan kebebasan itu diatur oleh undang-undang. Undang-undang ini punya konsekuensi dan memaksa untuk menertibkan.

Kita harus akui untuk pengawasan di televisi, secara internal saja KPI tidak solid. Belum lagi untuk yang lain. KPI sangat tinggi bias politiknya. Ini tidak bisa terlepas dari proses pemilihan komisioner KPI di DPR. Padahal uji kelayakan dan kepatutan (*fit and profer test*) di Komisi I DPR adalah medan politik; medan kepentingan. Ini yang menjadi keuntungan Dewan Pers yang pemilihan anggotanya tidak melalui DPR. Dewan Pers bisa lebih bersikap independen. Meski beragam kepentingan selalu ada. Dewan Pers juga tidak sepenuhnya solid termasuk dari sudut representasinya karena setiap tindakan

representasi pasti mengandung unsur-unsur pertanyaan tentang keabsahan. Itu diselesaikan dengan satu mekanisme bagaimana *check and balances* di komunitas itu bisa dibangun. Karena itu Dewan Pers dalam mengambil satu sikap dan semangat dari Undang-Undang Pers jauh lebih enak untuk mengatur pers. Kelemahannya adalah misalnya soal anggaran. Dewan Pers tidak seperti KPI. Anggota Dewan Pers tidak dibayar, bisa dibilang sukarela (*volunteer*). Merelakan dirinya untuk bekerja, membantu memikirkan soal-soal pers. Meski demikian tidak bisa dikatakan Dewan Pers steril sepenuhnya, karena organisasi pers itu beragam. Meski representasinya menjadi persoalan tetapi minimal aturan-aturan yang dibuat kemungkinan dipagari oleh kepentingan-kepentingan politik itu jauh lebih kecil.

Benar adanya tidak semua yang melewati uji kelayakan dan kepatutan tidak netral, tetapi sangat tergantung pada produknya. Sesungguhnya uji kelayakan dan kepatutan hanyalah pintu. Begitu selesai kembali ke amanah publik bukan mewakili partai politik. Anggota KPI mengontrol media penyiaran bukan sebaliknya dikontrol media penyiaran.

Kalau Undang-Undang Pers itu direvisi, kemudian berkaitan dengan ganjaran dan hukuman (*reward and punishment),* bahwa sebuah karya jurnalistik online ini tidak memenuhi unsur pers, tidak memenuhi kaidah jurnalistik, itu bisa tidak Dewan Pers? Dewan Pers tidak bisa menjatuhkan vonis sebuah media bersalah sehingga dilarang muncul kembali. Kalau hal ini terjadi Indonesia kembali ke masa lalu atau era pembredelan media seperti dilakukan oleh Orde

Baru. Begitu juga kalau Undang-Undang Pers direvisi maka akan melanggar satu prinsip yang diyakini sendiri.

Penegakkan hukumnya yang paling penting. Jadi pada titik mana media bisa dihukum. Jatuhkan palu hakim sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Tetapi itu kalau masih dalam ranah praktik jurnalistik yang dilakukan, sudah ada panduannya seperti harus berimbang (*balance*) dan memberikan tempat buat yang lain dan tidak boleh bias. Sepanjang tetap dalam koridor tersebut, media melatih kebebasan berpendapat yang dilindungi oleh undang-undang. Tidak boleh dikriminalkan. Itu semangatnya.

Kalau ada media yang bertujuan melakukan fitnah, bukan urusan jurnalistik, itu tindakan kriminal. Yang paling rumit sebenarnya mendefinisikan apakah ini jurnalistik atau bukan (Brian McNair, 2006 : 205). Itu akan terus berkembang tetapi sejauh ini perdebatan soal itu sudah mengarah kepada panduan-panduan. Inilah yang harus disepakati, menyepakati aturan main menjadi soal yang pokok.

Perkembangan jurnalisme kontemporer sangat mengerikan karena jurnalisme berubah terus. Jurnalisme ditantang oleh teknologi komunikasi yang lebih baru yang menyebabkan jurnalisme harus menyesuaikan dirinya. Tetapi patokan-patokan buat kebenaran (*truth*) harus terus disampaikan (Denis Mcquail, 2013 : 58). Kebenaran harus disampaikan; laporan komitmen terhadap fakta. Inilah yang belum berubah. Karena kalau itu berubah jurnalisme mati; jurnalisme pun selesai. Kini Indonesia pun masuk ke daerah *post-jurnalism*. Ini bukan tidak mungkin lagi terjadi pada pilpres 2019. Bahkan, dengan lebih sarkastis. Meski

demikian media tidak berdiri sendiri. Dalam media ada *publisher*, ada masyarakat sebagai audien (Jack Fuller, 2010 : 2). Memperkuat audien itu juga sangat penting karena selama ini kalau jurnalisme sangat fokus ke penerbit (*publisher oriented)*. Harus ada pergeseran dan keseimbangan ke *society* atau *audience-oriented* (Eric Schmidt and Jared Cohen, 2014 : 46).

Media sosial sebagai *audience-oriented* mengalami pembusukan karena bercampur antara fakta dengan opini. Artinya, media sosial pun harus terus dijaga. Sesungguhnya intinya sangat sederhana berpikir kritis (*critical thinking*). Meski demikian level pendidikan dan wawasan orang terhadap masalah itu penting dan mengerikan karena media sosial masuk sampai ke level akar rumput di mana kesiapan menerima infomasi secara kritis (melek media) itu kecil sekali. Masyarakat menerima apapun yang muncul di media sosial sebagai kebenaran. Realitas benar terjadi dan mereka mengambil kesimpulan. Jadi kecenderungan ini sangat tergantung dari horison pembaca juga. Dalam arti lain tingkat intelektualitasnya.

Meski dalam titik kritis, jurnalisme tidak akan mati, sepenjang orang komitmen dengan satu laporan yang berbasis fakta. Tetapi persentase masyarakat Indonesia yang masih peduli dengan laporan fakta-fakta sangat kecil.

Di sisi lain, media-media yang menyebarkan fitnah harus dibuat kapok. Kalau kita bicara kecenderungan, maka kecenderungan jurnalistik hari ini kebebasannya di luar kontrol. Membaca situs berita (*media online*) itu sangat mengerikan. Oleh sebab itu badan yang mengatur soal ini perlu diserahkan kepada Dewan Pers, atau satu lembaga saja. Dewan Pers ini mesti diperkuat. Sumber daya

manusia lebih banyak, teknologi pemantaunya lebih canggih, dan diperkuat dengan aturan-aturan untuk menghukum, bukan oleh Dewan Pers tetapi oleh badan hukum, yang bisa dengan cepat merespon persoalan ini. Karena kebebasan sudah keblablasan makanya perlu diatur secara ketat. Yang menjadi masalah bukan Dewan Pers atau KPI yang mengaturnya tetapi siapa yang berada dan bergerak di dalam dan dibelakangnya.

Ketika ketidakpercayaan masyarakat terhadap media arus utama (*media mainstream*) semakin membesar, media memerlukan terobosan, inovasi, dan kreasi sehingga jurnalisme tetap relevan dan menarik (Bill Kovach and Tom Rosenstiel, 2007). Perubahan media yang radikal ke arah digitalisasi dari format sebelumnya (tradisional) sesungguhnya sudah banyak diperkirakan. Media akan gagap dan kalau tidak siap akan tersingkir serta secara perlahan hilang dari kancah pertarungan penyediaan informasi. Di sinilah media sosial kian menguat dan jurnalisme akan melemah. Keharusan jurnalisme harus relevansi karena saat ini tidak semua orang memercayai lagi otoritas media untuk menyediakan informasi seperti era sebelumnya ketika media begistu dominan dan perkasa.

Media sosial menjadi tren untuk menyalurkan aspirasi dan meneriakan inspirasi yang selama ini kerap tersumbat oleh beragam faktor, di satu sisi dan dan disensor oleh media (melalui mekanisme *gate keeping*), pada sisi lainnya. Realitas ini menjadi persoalan besar bagi media, baik dari sudut jurnalisme ataupun sektor bisnisnya. Oleh sebab itu organsisi media dan ruang redaksi harus diformat ulang, minimal dalam tiga aspek, produksi, distribusi, dan konsumsi informasi.

Dari sudut produksi, media bukanlah satu-satunya penyedia informasi. Ia bukan lagi poros untuk memberitahu masyarakat seperti masa-msala silam. Kini wartawan dan publik berebut memberi tahu yang belum mengetahui apa yang terjadi. Dari sudut konsumen, media harus mengetahui pembaca, pendengar, atau khalayaknya. Massa yang anonim dan tidak terdefinisikan kini tidak bisa diabaikan. Terakhir, distribusi informasi berada di mana-mana. Jika media kalah kreatif dari publik, maka masyarakatlah yang menilai untuyk tidak membutuhkan lagi jurnalisme kolaborasi, bukan kompetisi. Dengan bekerja sama, dampak sebuah karya jurnalistik akan lebih besar. Itu yang membuat kita lebih relevan dan dibutuhkan publik.

Masalah lain adalah persoalan etika pada format jurnalisme. Etika yang media cetak *minded* harus segera ditinggalkan. Kesadaran akan digital harus menghadirkan etika yang berbeda. Yakni, etika digital *minded*. Kegagalan mengubah dan memahami etika digital *minded* ini akan menyebabkan kegalauan epistemologi.

4.3. Post-journalism

Perkembangan jurnalisme kontemporer sangat mengerikan karena jurnalisme berubah terus. Jurnalisme ditantang oleh teknologi komunikasi yang lebih baru yang menyebabkan jurnalisme harus menyesuaikan dirinya. Tetapi patokan-patokan membuat kebenaran (*truth*) harus terus disampaikan. Kebenaran harus disampaikan; laporan komitmen terhadap fakta. Inilah yang belum berubah.

Karena kalau komitmen jurnalisme terhadap laporan fakta pudar berarti jurnalisme mati; jurnalisme selesai.

Realitas jurnalisme ketika kampanye pilpres 2014 yang menjadi objek penelitian menunjukan bahwa ragam terhadap fakta sudah menjadi sesuatu yang biasa. Perbedaan sudut pandang terhadap realitas, pengambilan angle berita yang berlainan dan perbedaan pemahaman terhadap kode etik jurnalistik menjadi sesuatu yang lumrah. Beragam berita terhadap satu realitas atau peristiwa sama tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang tabu.

Model keberagaman dalam kerja jurnalistik inilah bisa dipotret sebagai cikal bakal fenomena *post-jurnalism*. Istilah ini berangkat dan berakar dari *post-truth*. Kamus Oxford mendefinisikan *post-truth* sebagai kondisi ketika fakta—dalam jurnalistik-- tidak terlalu berpengaruh dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan personal. Artinya, fakta atau peristiwa dalam sebuah berita hanya sebagai cikal bakal semata, tetapi yang membentuk persepsi dan pengaruh ke publik adalah adukan emosi, rasa sentimen, dan kenyakinan pribadi. Fakta dan peristiwa dibungkus oleh media dengan sangat ciamiknya sehingga menjadikan lebih indah dari yang sebenarnya. Ia tampak lebih faktual dari fakta yang sebenarnya. (Jean Baudrillard, 1983)

Dalam konteks hubungan media dengan jurnalistik politik realitas kepentingan publik sangat susah dipisahkan dari kepentingan partai politik atau kandidat ketika dibungkus oleh media televisi, khususnya. Bagaimana seseorang harus menyampaikan bahwa tidak berpihak, sementara dia mengatakan berpihak.

Sebuah televisi atau siapa saja boleh mengatakan bahwa tidak berada di satu pihak. Karena realitas sudah begitu kompleks, maka apakah betul era *post-journalistic*. Inilah era bahwa fakta tidak begitu penting lagi tetapi yang penting sentimen yang dibangunnya. Dari fakta ke sentimen. Dari objektif ke subjektif. Jadi yang dibutuhkan adalah efek subjektif.

Kamus Oxford melanjutkan Berdasarkan keterangan editornya, jumlah penggunaan istilah tersebut di tahun 2016 meningkat 2000 persen bila dibandingkan 2015. Bahkan pada 2016, *post-truth* menjadi "Word of the Year" tahun 2016. Pemicu terbesar pemakaian istilah post-truth adalah pada dua peristiwa politik, yaitu, keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa atau dikenal dengan istilah Brexit dan terpilihnya Donald Trump sebagai presiden Amerika Serikat mengalahkan Hillary Clinton yang lebih dijagokan oleh media (Uno Megazine, Maret 2017).

Fenomena *post-truth* sangat menggila di media sosial. Twitter, misalnya, adalah media sosial paling mudah menyampaikan keriuhan yang menjadi ciri khas *post-truth* ini. Di dunia jurnalisme berita *hoax* adalah salah satu indikasi *post-truth.* Hal ini menunjukan kegamangan jurnalisme dalam menghadapi realitas politik yang penuh dengan kebohongan dan tipu daya. Dengan demikian *post-truth* dan *post-journalism* adalah satu jalur berbeda nama.

Dalam *post-journalism* tidak ada standar etika dan moralitas yang bisa dipegang. Realitas jurnalisme ini disebut Agus Sudibyo dengan Nihilisme Moralitas Bermedia (Kompas, 27 Maret 2017). Masyarakat kesulitan untuk

membedakan antara berita dan *hoax*; informasi palsu dan keterangan asli; gosip dianggap berita. Sebaliknya berita dipandang sebagai gosip.

Dalam *post-journalism*, jurnalisme terjebak dalam kontestasi dengan media sosial, khususnya dalam proses penyebaran informasi. Padahal ranah kedua bidang itu berbeda. Pun, kecepatan adalah wilayah media sosial bukan wilayah jurnalisme. Tetapi, tekanan ekonomi-bisnis dan politik-kekuasaan seringkali memerangkap jurnalisme dalam kompetisi tersebut. Akibat kontestasi yang tidak seimbang plus beragam faktor di luar jurnalisme, kualitas dan dunia jurnalisme bergeser serta terjadi penurunan martabatnya.

Tabel 102
Perbedaan Media Sosial dan Jurnalisme
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

No	Aspek	Jurnalisme	Media Sosial
1	Orientasi	Ketepatan	Kecepatan
2	Metode	Verifikasi	Histeria
3	Tujuan	Kebenaran	Kemenangan
4	Sosial	Pertanggungjawaban	*Hit and Run*
5	Ekonomi	Membayar Pajak	Penghasilan Individual
6	Nilai	Etika dan Moralitas	*Fake* dan *Hoax*

Kini Indonesia berada di *post-jurnalism*. Pertarungan sarkastis, vulgar, dan tuna etika di bidang media bukan tidak mungkin terjadi pada pilpres 2019. Bahkan, dengan lebih dahsyat lagi. Sesungguhnya pilpres 2019 adalah babak kedua dari pilpres 2014.

BAB V

IMPLIKASI PARADIGMATIS DAN TEORITIS

5.1. Implikasi Paradigmatik

5.1.1. Perubahan Realitas

Perkembangan mutakhir realitas kehidupan menunjukan satu hal. Bahwa kini semuanya plural, majemuk, dan terus berkembang biak dengan kecepatan yang di luar prediksi sebelumnya. Kehadiran teknologi komunikasi dan informasi, tepatnya internet, telah mengubah realitas dan pandangan tentang realitas (E.M. Griffin. 2003 : 343-345). Internet kerap dijadikan inti konvergensi media. Saat ini nyaris semua media cetak dan elektronik menyatu antara *online, e-book, e-megazine*, *e-paper*, dan *live streaming* untuk siaran televisi, radio,dan video. Beberapa waktu lalu ada istilah *tele-health, tele-banking, tele-conference* dan *tele-tele* yang lain sebagai implikasi dari revolusi teknologi komunikasi dan informasi dalam beragam aspek kehidupan kontemporer (Marwah Daud Ibrahim, 1994:65).

Internet memiliki kemampuan yang belum ada sebelumnya untuk memperkembangkan bentuk baru relasi sosial. Internet benar-benar menjadi sumber individu bebas dan kelompok kecil, dalam dunia egalitarian yang di dalamnya individu tidak dirintangi oleh batasan bangsa, kelas, gender, atau properti (Tony Thwaites dkk. 2009 : 330-331). Munculnya konsep hiperrealitas (*hyperreality)* versi Jean Baudrillard (1983), misalnya, merupakan salah satu indikasi kuat bahwa ada perkembangan kehidupan di dan atau menuju ke dunia lain di luar realitas yang sebenarnya (Yasraf Amir Piliang, 2010), (Ari Heinonen, 1999), (John V. Pavlik, 2001). Realitas kini harus didefinisikan ulang sebagai

sesuatu yang mungkin atau direproduksi; dapat disimulasikan ((Yasraf Amir Piliang, 2010).

Singkat kata internet menciptakan kebebasan individu yang tidak pernah ada dan terbayangkan sebelumnya. Tanpa sekat kultural apapun --etnis, ras, agama, geografis, dan strata sosial—individu bebas melalukan aktivitas di ruang *cyberpublic*. Ia bebas berpendapat, berekspresi, dan berserikat tanpa ketakutan. Dalam situasi dan kondisi ini kontrol etika dan moral mengendur. Etika sosial dari keluarga, masyarakat, negara, dan institusi formal lain yang selama ini mengikat dan membatasi ruang gerak memudar.

Teknologi komunikasi dan informasi bukan saja memberikan perkembangan mengagetkan; mengagumkan dalam dunia fisik (sesuatu yang bisa diindera, diraba), tetapi juga dalam dunia non-fisik/materi. Jika dalam dunia sebelumnya sesuatu yang tidak bisa diindera menjadi sesuatu yang misteri, asing, dan tidak dikenal, kini dengan perkembangan teknologi semuanya bisa diindera. Inilah yang disebut Baudrillard dengan patafisika (*pataphysics*). (Yasraf Amir Piliang, 2010 : xvi).

Oleh sebab itu, perubahan yang sangat radikal dalam realitas meniscayakan kehadiran perubahan cara memandang yang juga berlainan sama sekali dengan era sebelumnya. Inilah yang disinyalir titik balik atau akhir dari beragam aspek kehidupan menurut para ahli. Misalnya, akhir filsafat kata Martin Heidegger, akhir dari modernitas dari Giani Vattimo, akhir dari ideologi dalam pandangan Daniel Bell, akhir dari narasi besar jelas Jean Francois Lyotard, akhir

dari teori menurut Fredric Jameson, matinya ilmu ekonomi ungkap Omerod, matinya logos tandas Jacques Derrida, titik balik kemajuan ucap Ihab Hassan, dan titik balik sejarah tegas Jean Baudrillard (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 183-184), akhir teori seni sambung Victor Bungin, akhir dari sejarah Kermonde (Yasraf Amir Piliang : 72).

Tentu saja perubahan realitas dan kemunculan hiper realitas tersebut juga menandaskan akhir komunikasi; atau media; atau jurnalisme dalam konteks penelitian ini. Bahwa realitas komunikasi, media, dan jurnalisme yang ada hari ini tidak bisa lagi dipotret oleh paradigma komunikasi, media, dan jurnalisme masa silam. Harus ada perubahan memandang realitas komunikasi, media, dan jurnalisme yang berbeda dari sebelumnya. Di sinilah komunikasi, media, dan jurnalisme membutuhkan paradigma baru dalam menangkap pluralisme realitas. Sebab dunia komunikasi pasca penemuan internet menandaskan satu hal, bahwa telah terjadi fenomena ekstase komunikasi (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 73). Pun paradigma media di era banjir informasi bukanlah lalu lintas makna, pesan dan ideologi, tetapi paradigma kecepatan (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 136). Hadirnya media *online* (situs berita), beragam blog, dan media sosial adalah bukti banjir informasi yang membuat informasi menjadi tidak jelas (blur) (Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2010). Media berhenti menjadi cerminan realitas. Media justeru menjadi realitas itu sendiri. Ia bahkan lebih nyata dari realitas yang sebenarnya (George Ritzer, 2014 : 599).

Banyak realitas sebagai tanda (termasuk kajian semiotika) dalam kajian Baudrillard. Tanda itu ada yang masuk katagori hiperrealitas yang menjadi

wilayah paradigma postmodern. Beberapa tipologi tanda tersebut adalah, pertama, tanda sebenarnya (proper signs). Kedua, tanda palsu (*pseudo signs*). Ketiga, tanda dusta (*false signs*). Keempat, tanda daur ulang (*recyled signs*). Kelima, tanda artifisial (*artificial signs*). Keenam, tanda ekstrem (*superlative signs*). Hanya tanda pertama dan kedua yang mnjadi realitas sebenarnya. Sedangkan tanda keempat sampai keenam merupakan tanda yang berada dalam hiperrealitas. Tanda ketiga bisa berubah menjadi hiperrealitas dengan beragam penyebabnya (Yasraf Amir Piliang, 2010 : 54-59).

Menurut Michel Foucault (Stanley J. Grenz. 2001 : 210-211) ada tiga kesalahan mendasar masyarakat Barat ketika memandang sebuah realitas. Pertama, adanya pengetahuan objektif yang bisa diungkapkan. Kedua, mereka memiliki pengetahuan tersebut dan bersifat bebas nilai atau netral. Ketiga, pencarian pengetahuan akan bermanfaat bagi semua manusia, bukan untuk kelompok tertentu.

5.1.2. Relativitas Kebenaran

Konsekuensi logis dari munculnya realitas yang plural atau majemuk adalah nilai kebenaran pun berubah. Tidak ada lagi kebenaran tunggal seperti yang diasumsikan dan bahkan dicita-citakan oleh paradigma positivisme. Kebenaran menjadi plural. Semuanya mencair dan mengalir ke berbagai penjuru aspek kehidupan (Jack Fuller. 2010 : 98).

Selama ini dunia mengenal tiga teori tentang kebenaran, yaitu, teori korespondensi, konsistensi, dan pragmatisme (Endang Saefuddin Anshari, 1987 :

18-126). Teori koresponden menyatakan sesuatu itu benar jika ada kesesuaian antara pernyataan dan kenyataan. Dalam penelitian teori kebenaran korespondensi ini dipakai dan dianut oleh kalangan positivistik dengan pendekatan kuantitatif.

Teori konsistensi menyatakan bahwa sesuatu dianggap benar jika ada konsistensi antara penyataan satu dengan yang lainnya atau antara pernyataan yang baru dengan pernyataan sebelumnya. Dalam penelitian ukuran kebenaran konsistensi banyak digunakan dalam paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif.

Teori kebenaran terakhir, pragmatisme, menyatakan bahwa sesuatu itu benar jika ia berguna dalam kehidupan atau asas kemanfaatan. Jika tidak berguna berarti ia salah. Teori pragmatisme ini tidak berurusan dengan paradigma, metode, atau pendekatan penelitian kualitatif atau kuantitatif. Yang terpenting adalah kegunaan dari sesuatu tersebut. Tujuan penelitian bukanlah menemukan kebenaran, tetapi mengusahakan agar kepercayaan kita koheren dengan keinginan-keinginan, pilihan paradigma atau kosa kata kita (Akhyar Yusuf Lubis. 2014 : 213).

Melihat kerangka dasar tiga teori kebenaran di atas, maka paradigma postmodern sangat dekat ukurannya dengan teori kebenaran pragmatisme. Wajar jika Richard Rorty, filosof pragmatisme Amerika, dikatagorikan sebagai pengusung ajaran-ajaran postmodern, walaupun Rorty sendiri enggan mengakuinya. Apalagi Rorty menolak bahwa kebenaran adalah kesesusian antara perkataan dan kenyataan (kebenaran korespondensi) serta keharmonisan sebuah penjelasan (kebenaran konsistensi). (Stanley J. Grenz, 2001 : 15)

Realitas yang majemuk juga meniscayakan kehadiran pilihan-pilihan dalam berbagai aspeknya. Pilihan yang berbeda tidak bisa dijustifikasi sebagai sesuatu yang salah. Di sinilah unsur kebebasan manusia menemukan signifikansinya. Bahwa pilihan terhadap realitas dan kebenaran yang diperolehnya adalah sesuatu yang *given* bagi manusia. Ia tidak bisa dipaksa dan diformat untuk berada dalam satu wilayah realitas dan peta kebenaran tertentu. Kebenaran sepenuhnya adalah konstruksi manusia atau berasal dari kesepakatan sosial. Ia bukan sesuatu yang ditentukan oleh sesuatu yang di luar 'sana' (Tuhan) atau berasal dari realitas eksternal yang harus diterima manusia. Kebenaran adalah sesuatu yang lokal dan bersifat sosio kultural. Ia tidak universal dan berlaku umum untuk semua manusia, semua ruang dan waktu. Kebenaran lebih merupakan sesuatu yang dibuat atau konstruksi manusia daripada ditemukan oleh ilmuan, misalnya (Akhyar Yusuf Lubis. 2014 : 225). Yang ada hanyalah kebenaran-kebenaran relatif bagi makhluk atau kelompok masyarakat tertentu (Stanley J. Grenz, 2001 : 147). Kita tidak mungkin menjelaskan realitas secara objektif-absolut karena realitas yang kita teliti adalah realitas yang telah dibingkai sehingga menjadi realitas yang kita bingkai, organisir, dan manipulasi seperti yang kita inginkan (Akhyar Yusuf Lubis. 2014 : 212).

Kebenaran di masyarakat, termasuk di media, bisa dipotret melalui dua sudut, sebagai sesuatu yang *given* (ada dan sebagai sesuatu yang sudah melekat pada sesuatu) dan kontruksi manusia. Kebenaran sebagai sesuatu yang berasal awal atau dari 'sana' bermakna mengacu pada sebuah kesadaran metodologis tentang objek, baik material dan formal yang ada. Ketersediaan kebenaran

tersebut karena muncul asumsi kebenaran terjadi secara alami. Artinya, ia mengacu pada sesuatu yang sudah pasti. Kebenaran dalam konteks itu adalah kebenaran alamiah. Ia berarti ada dalam hukum alam yang mengatur (hukum alam/*sunnatullah*/*natural law*). Kebenaran seperti itu mempunyai asumsi matematis; sesuatu yang sudah pasti; tidak bisa ditawar lagi. Sebaliknya, jika mengikuti pola konstruksi masalahnya terletak pada bahasa sebagai sebuah perjanjian sosial. Paham ini yang dianut oleh paham strukturalisme, post-strukturalisme, dan kini postmodern.

Kebenaran sebagai konstruksi terimplementasi melalui bahasa. Bahasa adalah individual dan merupakan kesepakatan sosial. Kontruksi karena kita dengan bahasa menamakan sesuatu adalah arbiter atau suka-suka. Karena itu kebenaran konstruksi adalah kebenaran konvensi. Kontruksi bahasa atau relativitas bahasa inilah yang menjadi ikal bakal sampai ke dunia modern atau postmodern. Relativitas kebenaran inilah yang relevan kita gunakan untuk teori-teori sosial saat ini, termasuk dalam penelitian kali ini. Konstruksi adalah persoalan media. Semuanya serba-konstruksi. Kontruksi itu melalui bahasa sebagai variabel utamanya.

Kontruksi senantiasa berpihak (termasuk media). Di dalamnya ada tujuan yang harus dicapai. Dalam konteks media politik dan media komunikasi, misalnya, bahasa dikontruksi sesuai dengan keinginan para pemangku kepentingan, khususnya redaksi. Dengan sendirinya variabel yang bisa dijelaskan bahwa kepentingan redaksi media dalam mengkontruksi alam pikiran masyarakat.

Dalam alam postmodern, relativitas kebenaran minimal berangkat dari beberapa hal yang mendasarinya. Yaitu, anti-fundasionalisme, ultra-subjektivitas, dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Oleh sebab itu, perubahan yang sangat radikal dalam realitas meniscayakan kehadiran perubahan cara memandang yang juga berlainan sama sekali dengan era sebelumnya. Berlainan cara memandang meniscayakan keberbedaan juga hasilnya (kebenaran)

Realitas dalam jurnalisme, misalnya, kini berubah sangat drastis. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mengubah asal dan pola jurnalisme. Berita yang semula berasal dari peristiwa kini beralih dan bermula ke jejaring dan media sosial. Peristiwa sebagai basis penulisan berita tidak lagi berada dalam realitas nyata tetapi juga dalam realitas virtual. Bahkan, dalam penulisan dan tayangan film (sebagai salah satu media massa) bukan realitas virtual tetapi hiperrealitas dan patafisika (realitas yang memfakta dalam istilah Baudrillard).

Media sosial Twitter dan jejaring sosial Whatapp, misalnya, kini sangat menghegemoni sumber dan asal berita (Martin Hirst, 2011. 147-164). Persinggungan dan kerja sama antara jurnalisme dan media serta jejaring sosial banyak aspek positifnya. Namun, disi lain kerap menimbulkan aspek negatif, khususnya yang berkaitan dengan etika jurnalisme. Ekses negatif inilah yang disebut dengan *ethical vertigo* versi *Kendyl Salcito* dari Center for Jurnalism Ethics Universitas Wisconsin, Amerika. Informasi dan narasumber yang berasal dari kedua pembuat realitas virtual tersebut dianggap sudah menggantikan realitas yang sebenarnya. Kehadiran media dan jejaring sosial sangat dibutuhkan dunia

jurnalisme karena wartawan tidak bisa mengkover dan menemukan semua peristiwa yang terjadi. Informasi dari pihak lain (kedua, ketiga, dan seterusnya) adalah penting sebagai asal dan sumber berita. Tetapi mengambil dari realitas virtual, hiperrealitas, dan patafisika adalah sesuatu yang baru di dunia jurnalistik, terutama berkaitan dengan verifikasi faktanya. Sebab, verifikasi fakta adalah jantung jurnalisme kata Bill Kovach dan Tom Rosentiels (2010).

5.1.3. Perubahan Paradigma

Paradigma adalah istilah khas yang ditemukan fisikawan Thomas S. Kuhn yang kebingungan ketika sedang melakukan riset. Secara panjang lebar Kuhn mendeskripsikan istilah paradigma dalam *magnum opus*-nya, *The Structure of Saintific Revolutions* (1962).

"Para ilmuan sosial menghadapkan saya kepada masalah-masalah yang tidak terduga tentang perbedaan-perbedaan antara masyarakat-masyarakat demikian dengan ilmuan-ilmuan sosial, lingkungan tempat saya mendapat latihan." "Saya," sambungnya, "lebih tercengang dengan tingkat perselisihan pendapat di antara para ilmuan sosial tentang sifat masalah dan metode yang sah." Ia melanjutkan, "Upaya untuk menemukan sumber perselisihan itu menyebabkan saya menyadari peran riset ilmiah tentang apa yang sejak itu saya sebut "paradigma." Proses pengetahuan adalah hasil sudut pandang dari orang yang menafsirkan realitas tersebut (Stanley J. Grenz. 2001 : 15).

Fritjof Capra (2001 : 15) menangkap paradigma versi Kuhn sebagai suatu konstalasi hasil-hasil—konsep-konsep, nilai-nilai, teknik-teknik, dan sebagainya

yang digunakan bersama oleh komunitas ilmiah dan dipakai komunitas itu untuk mendefinisikan masalah-masalah dan solusi-solusi yang absah. Menurut Kuhn (Stanley J. Grenz, 2001. : 89), paradigma adalah sebuah usaha sosial untuk menciptakan realitas. Guba (Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, 2009 : 123) berpendapat, paradigma adalah serangkaian kenyakinan dasar yang membimbing tindakan. Paradigma adalah konstruksi manusia. Paradigma menentukan pandangan dunia peneliti sebagai *bricoleur* (Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009 : 2-3). (manusia serba-bisa atau seseorang yang mandiri dan profesional). Hasil dari *bricoleur* adalah konstruksi baru (Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009 : 123)

Secara sederhana paradigma dibangun atas *mode of thought* dan *mode of inquiry* tertentu yang pada gilirannya akan menghasilkan *mode of knowing* tertentu pula. Paradigma meliputi tiga elemen : epistemologi (bagaimana kita mengetahui dunia), ontologi (pertanyaan tentang hakikat realitas), dan metodologi (fokus tentang cara meraih pengetahuan). Model seperti ini disebut Immanuel Kant sebagai skema konseptual; Karl Marx menyebutnya ideologi; Wittgenstein menamainya cagar bahasa. (Kuntowijoyo. 1991 : 327)

Sejumlah ilmuan menyebutkan beberapa jenis paradigma. Antara lain, positivistik, post-positivitik, konstruktivis, dan kritis (Denzin adan Yvonna S. Lincoln. 2009 : 138-139).

Tabel 103
Perbandingan Paradigma versi Dedy Nur Hidayat
(Agus Salim, 2006 : 42)

Postivisme dan Post-positivisme	**Konstruktivisme**	**Critical Theory**
Menempatkan ilmu-ilmu sosial sebagai ilmu-ilmu alam, yaitu sebagai metode yang terorganisir untuk mengkombinasikan "deductive logic" dengan pengamatn empiris guna secara probabilistik menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang hukum sebab akibat yang bisa digunakan untuk memprediksi pola-pola umum gejala sosial tertentu.	Memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaninful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial dalam setting kehidupan sehari-hari yang wajar atau alami agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka	Mentakrifkan ilmu sosial sebagai suatu proses yang secara kritis berusaha mengungkap *the real structure* di balik ilusi *false needs* yang ditampakkan dunia materi dengan tujuan membantu membentuk kesadaran sosial agar memperberbaiki dan mengubah kondisi kehidupan sosial mereka

Paradigma positivisme berakar pada tradisi modernisme. Postulat paradigma positivisme adalah postulat ilmu dalam aliran ini adala materialisme, kausalitas, dan antropomorphisme. Di luar tiga postulat ini, dalam pandangan aliran pertama ini ditolak. Postulat adalah dalil yang dianggap benar meskipun kebenarannya tidak dapat dibuktikan. Pengertian postulat sama dengan aksioma (Endang Saefuddin Anshari. 1987 : 64). Perhitungan dari paradigma positivisme adalah serba-terukur, memandang manusia sebagai makhluk pasif yang bisa diukur secara kuantitatif.

Sedangkan paradigma post-positivisme sebagai pengembangan dari positivisme adalah cara berpikir yang lebih maju. Misalnya, mengasumsikan

manusia itu aktif dalam memandang realitas tetapi masih berbasis dalil-dalil dan ukuran positivisme. Tetapi ia belum masuk ke paradigma konsruktivis yang sudah mengasumsikan manusia dengan segala sesuatunya mandiri.

Paradigma konstruktivisme bermula dari sosiologi pengetahuan Peter Berger dan Thomas Luckmann (1979). Sosiologi pengetahuan ini muncul akibat ketidakpuasan terhadap pendekatan ilmu-ilmu sosial yang masih mempergunakan pendekatan ilmu-ilmu alam. Bagi keduanya, manusia mengkontruksi dunia sendirinya. Oleh sebab itu, ukurannya bukan dari orang lain tetapi dari dirinya sendiri melalui dialektika dengan dunia sekitarnya. Dari proses dialektika secara terus menerus inilah lahirlah tiga konsep Berger dan Luckmann yang sangat terkenal, yaitu eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sekitar sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi di dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan), dan internalisasi ketika masing-masing individu mengidentifikasi dirinya melalui lembaga atau organisasi sosial di tempat ia berinteraksi.

Paradigma kritis sebagai koreksi terhadap paradigma konstruktivis yang mengabaikan tujuan tersembunyi dari sebuah realitas. Meski titik tolaknya sama dengan paradigma konstruktivis, yakni manusia sebagai makhluk yang aktif dan dinamis, namun paradigma kritis bertujuan membongkar kepentingan dan ideologi dari sebuah realitas (*behind the scene*). Paradigma ini bertujuan membangun kesadaran untuk membebaskan manusia dari masyarakat yang tidak rasional. Bahwa realitas sesuatu merupakan realitas bentukan yang memiliki kepentingan, ideologi, dan kepentingan tersembunyi (*hidden agenda*).

Kuhn menjelaskan sebuah paradigma baru hadir ketika terjadi sebuah krisis dari ilmu tersebut. Ia menambahkan ilmu pada masa "normal science" didominasi oleh sebuah "paradigma." Pada "masa krisis" muncul paradigma-paradigma tandingan menginterupsi aktivitas "ilmu normal" dan dengan demikian menciptakan "revolusi." Revolusi ini pada akhirnya menghasilkan teori atau paradigma baru yang tidak merupakan tambahan kumulatif pada pengetahuan lama, akan tetapi lebih sebagai pengganti, sebagai transformasi konsep dan transformasi cara memandang dunia. Paradigma pengganti tersebut menurut Kuhn adalah campuran berbagai elemen.Termasuk ke dalamnya elemen psikologis dan fakta sosial. Jadi menurut Kuhn tidak ada landasan observasi murni bagi pengukuhan teori ilmiah. Pilihan sain bagi Kuhn adalah fenomena sosial/kultural dan pertumbuhan sain melibatkan komunitas ilmiah, kepercayaan, praktik, dan komitmen mereka, termasuk kepercayaan, praktik, dan komitmen kelompok budaya dalam ruang dan waktu itu. Secara lebih spesifik Kuhn mendefinisikan paradigma ilmu sebagai suatu kerangka teoritis, yang digunakan oleh suatu komunitas ilmiah sebagai "lensa" yang dimiliki bersama, yang dengannya mereka membaca, menafsirkan, mengungkap dan memahami alam (Mohammad Muslih. 2008). Secara sederhana munculnya paradigma baru versi Kuhn adalah sebagai berikut. Paradigma lama—normal—anomali—krisis dan lahirlah paradigma baru. Menurut Kuhn, paradigma adalah sebuah usaha sosial untuk menciptakan realitas (Stanley J. Grenz. 2001. : 89).

Dengan kehadiran realitas yang berkembang biak, berbeda, dan mengembang dalam kecepatan yang luar biasa, maka paradigma keilmuan lama

tidak bisa lagi mewadahi realitas sosial yang setiap saat berganti. Dibutuhkan paradigma yang bisa mengakomodir tumbuh kembang realitas yang datang silih berganti; terus menerus tanpa henti. Di sinilah kelahiran ilmu yang baru membutuhkan paradigma yang juga baru.

Jika kita mengikuti alur paradigma Kuhn tersebut, maka secara keilmuan, jurnalisme kontemporer membutuhkan paradigma baru. Paradigma yang mampu mewadahi realitas jurnalisme dengan seperangkat kelengkapannya mulai dari landasan ontologis, epistemologis, aksiologis termasuk seperangkat etikanya. Tiga landasan itulah yang disebut dengan metodologi ilmiah dalam perspektif kaum modernis. Kaum postmodern melangkah lebih jauh lagi. Bahwa pengetahuan ilmiah tidak hanya sesuatu pengetahuan yang sudah melalui tahapan metodologi ilmiah seperti saat ini, tetapi juga dengan tahapan-tahapan yang lain. Kaum postmodernis menolak *grandnarative* yang cenderung tunggal dan menafikan pendekatan lain seperti agama, mistis, sastra, seni dan sebagainya. Dalam bingkai postmodernisme semua pandangan harus diakui dan memiliki kedudukan sejajar tanpa kecuali (Jean-Francois Lyotard, 2004). Bagi postmodernisme, pengetahuan dibangun atau dua asumsi. Pertama, semua penjelasan tentang realitas itu berguna namun tidak sepenuhnya objektif. Kedua, kita tidak dapat keluar dari bangunan realitas hidup kita sendiri (Stanley J. Grenz. 2001, : 72). Postmodern menunjukan sebuah pergeseran epistemologi atau paradigmatik tentang watak realitas, kebenaran, dan nilai-nilai sosial (Wilson Lowrey and Peter J. Gade (ed). 2011 : 96).

Tabel 104
Perbedaan antara Paradigma Media
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

	Dimensi Media	**Paradigma Positivisme**	**Paradigma Konstruktivisme**	**Paradigma Kritis**	**Paradigma Postmodern**
1	**Realitas**	Realitas apa adanya	Realitas hasil konstruksi manusia	Realitas hasil konstruksi manusia yang memiliki kepentingan tertentu (ideologis,politik, ekonomi, dan sebagainya)	Realitas dan hiperrealitas adalah hasil konstruksi dan hasil rekaan teknologi komunikasi dan informasi.
2	**Kebenaran**	Kebenaran absolut	Kebenaran relatif	Kebenaran ditentukan oleh keberpihakan (cenderung ideologis)	Kebenaran tergantung kepentingan yang cenderung pragmatis
3	**Media**	Media sebagai wadah realitas	Media sebagai agen konstruksi realitas	Media sebagai pendefinisi realitas	Media sebagai alat pencitraan atau pertukaran simbol (*symbolic exchange*)
4	**Nilai dan Etika**	Nilai dan etika melekat pada teks media	Nilai dan etika ada pada penafsir	Nilai dan etika ditentukan oleh keberpihakan	Nilai dan etika suka-suka; dan menjadi tanda, citra, dan kode
5	**Wartawan**	Objektif	Subjektif	Ultra-subjektif	Ultra-subjektif

Tabel 105
Kepercayaan Dasar (Metafisika) dari Paradigma-Paradigma Penelitian Alternatif
(Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln, 2009 : 135)

Item	Positivisme	Post-positivisme	Konstruktivisme	Teori Kritis dkk	Postmodern
Ontologi	Realisme naif-realitas "nyata" namun bisa dipahami	Realisme kritis-realitas "nyata" namun hanya bisa dipahami secara tidak sempurna dengan secara probilistik	Realitivisme-realitas yang dikonstruksi secara lokal dan spesifik	Realisme historis-realitas maya yang dibentuk oleh nilai sosial, politik, ekonomi, etnik dan gender; mengkristal seiring perjalanan waktu	Realitas historis yang dibentuk oleh teknologi komunikasi dan informasi
Epistemologi	Dualisme/objektivis; temuan yang benar	Dualis/objektivis yang dimodifikasi kritis; temuan-temuan mungkin benar	Transaksional/subjektivis; temuan-temuan yang diciptakan	Transaksional/subjektivis; temuan-temuan yang diperantarai nilai	Transaksional/subjektivis; temuan-temuan yang diperantai teknologi
Metodologi	Eksperimentalis/manipulatif; verifikasi hipotesis; terutama motode-metode kuantitatif	Eksperimental/manipulatif yang dimodifikasi; keragaman kritis; falsifikasi hipotesis; bisa jadi meliputi metode-metode kualitatif	Hermeneutis/dialektis	Dialogis/dialektis	Hermeneutis/dialektis/semiotis

5.1.4. Dari Paradigma Kritis ke Paradigma Postmodern

Ada sesuatu yang aneh dalam konteks proses kelahiran sebuah ilmu. Pun, paradigma. Seharusnya paradigma hadir lebih dahulu ketimbang ilmunya. Paradigma kritis selayaknya ada lebih dahulu daripada teori-teori (ilmu) kritis. Namun, fakta membuktikan paradigma kritis didahului kelahirannya oleh teori kritis. Artinya, anak lebih dahulu lahir daripada induk. Tampaknya keanehan ini menjadi sesuatu yang lumrah sejak dahulu. Dalam tradisi keilmuan Islam, misalnya, ushul fiqh datang belakang setelah ada fiqh. Padahal ushul fiqh adalah induk dari fiqh. Hal yang sama dengan kelahiran paradigma postmodernisme. Ia didahului oleh teori-teori sosial postmodernisme. Teori sosial postmodern mengacu pada cara berpikir yang berbeda dengan teori sosial modern. Artinya, postmodern meliputi periode historis baru, produk kultural baru, dan tipe baru dalam penyusunan teori dalam kehidupan sosial (Ritzer, George. 2014 : 587). Konsep dan teori postmodern kini mulai diterima dan menjadi paradigma baru dalam memahami dan menjelaskan fenomena sosial budaya (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : x).

Banyak kalangan memandang postmodern sebagai bagian dari paradigma kritis. Dalam perspektif ini teori-teori sosial postmodern dilahirkan oleh paradigma kritis (Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009 : 124). Bahkan keduanya saling berkelindan tanpa berkesudahan. Namun, peneliti berbeda dengan pandangan di atas. Benar adanya kritis dan postmodern dalam beberapa poin bertemu dan saling melengkapi, tetapi juga keduanya berbeda dan terpisah dalam masalah yang lainnya. Salah satu alasan peneliti memisahkan

postmodernisme dari paradigma kritis karena postmodern memiliki realitas dan karakter yang berbeda dengan paradigma kritis.

Tabel 106
Perbedaan Paradigma Kritis dan Paradigma Postmodern
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Paradigma Kritis	Elemen	Paradigma Postmodern
Madzhab Frankfurt dengan tokoh seperti Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Juergen Habermas dkk	**Asal Usul**	Kritik Friedrich Nietzche dilanjutkan oleh Martin Heidegger, Michel Foucault, Jean Francois, Lyotard, Richard Rorty, Jean Baudrillard
Kritik terhadap agenda/kepentingan tersembunyi (sosial, ekonomi, politik dsb)	**Latar Belakang**	Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi
Reflektif-emansipatoris	**Tujuan**	Perlawanan terhadap terhadap paradigma modern
Realitas sosial yang timpang/ketidakadilan sosial	**Fokus Kajian**	Teks, hiperrealitas, dan patafisika

Tabel 107
Persamaan Paradigma Kritis dan Paradigma Postmodern
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Paradigma Kritis	Elemen	Paradigma Postmodern
Ultra-subjektif	**Perspektif**	Ultra-subjektif
Kritik terhadap modernisme	**Metode**	Kritik terhadap modernisme
Menghargai dan mengusung pluralisme	**Visi**	Menghargai dan mengusung pluralisme

Postmodernisme adalah sebuah revolusi terhadap pemahaman kita tentang pengetahuan dan sains (Stanley J. Grenz. 2001 : 68). Dosen filsafat Universitas

Indonesia Akhyar Lubis Yusuf (2014) menyebut postmodern sebagai paradigma. Ia menyitir ungkapan pakar postmodernisme Douglas Kellner.

"Masa postmodern telah tiba dan para intelektual, seniman, dan pengusaha budaya bingung, bertanya-tanya apakah sebaiknya mereka ikut menumpanginya dan turut serta dalam kemeriahan itu atau sebaiknya duduk di pinggir jalan menunggu hingga metode baru itu lenyap secara kultural." (Ernest Gellner, 1994. : 39).

Postmodernisme merupakan gerakan kontemporer. Gerakan ini kuat dan modis. Namun, tidak jelas apa gerakan ini. Tidak hanya sulit mempraktikannya, bahkan sulit juga menolaknya (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : 24). Postmodernisme adalah perubahan budaya, mulai gaya hidup hingga perubahan berpikir sebagai akibat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Paradigma modern tidak cukup memadai lagi menangkap realitas dan kebudayaan yang berkembang. Pencetus utama postmodernisme adalah era informasi. Komputer adalah simbol pengantar pergantian narasi masyarakat industri ke masyarakat informasi (Stanley J. Grenz 2001, : 33).

Istilah dan substansi postmodernisme masih menjadi perdebatan hingga kini. Salah satunya penggunaan imbuhan "post" dan "isme." Bila "post" digunakan "sesudah" atau "melepaskan diri," pendekatan tersebut terlalu diametral, hitam-putih. Dari sudut itu sebenarnya postmodernisme bukan lari dari paradigma modern, tetapi modern yang radikal. Mendefinisikan postmodernisme …hanyalah mengundang munculnya masalah-masalah. Mendefinisikan

postmodernisme, sama artinya dengan mendefinisikan apa yang bukan postmodernisme—suatu kontradiksi logis (Yasraf Amir Piliang. 2010 : 101).

Kata “post” pada postmodernisme sering dipahami sebagai “pasca” “sesudah” dalam pengertian urutan waktu, suatu kemajuan melampaui modernisme. Pemahaman tersebut salah kaprah karena postmodernisme justru sangat “anti” terhadap ide-ide kemajuan, emansipasi, dan linieritas sejarah. Konsep tersebut justru ditelanjangi oleh pemikir postmodernisme seperti Lyotard. Foucault, dan Derrida (Burhan Bungin. 2008. : 11) “Post” didefinisikan Lyotard sebagai pemutusan hubungan pemikiran total dari segala pola kemoderenan (Ali Maksum. 2011 : 306). Bambang Sugiharto (2004 : 12) memilih istilah “most-modern” daripada “post-modern.” Apakah makna postmodernisme adalah kelanjutan dari, reaksi terhadap, kritik atas, revolusi menentang, dekonstruksi dari, perpecahan dengan, keterputusan dari, atau persimpangan dengan modernisme? (Yasraf Amir Piliang. 2010 : 71).

Menurut Yasraf Amir Piliang (2011 : 204) postmodernisme adalah gerakan kebudayaan pada umumnya yang bercirikan penentangan terhadap rasionalisme, totalilianisme, dan universalisme serta kecenderungan kepada arah penghargaan akan keanekaragaman, pluralitas, kelimpahruahan, dan fragmentasi dengan menerima kontradiksi, banalitas, dan ironi di dalamnya. Dominic Strinati (2007 : 255) memungkas polemik postmodernisme dengan menyatakan bahwa perdebatan tentang postmodernisme lebih banyak berkutat tentang teori postmodernisme daripada pengakuan sebagai realitas empiris (Ali Maksum. 2011 : 306).

5.1.5. Postmodern

Terminologi postmodern pertama kali dikemukakan Frederico di Onis pada 1930-an dalam karyanya *Antologia de la Poesia Espanola a Hispanoamericana*. Sejarawan terkemuka asal Inggris Arnold Toynbee, memakai istilah ini dalam bukunya *A Brief History*. Ia berpendapat postmodernisme ditandai dengan gejolak, perang, revolusi yang menimbulkan anarki, runtuhnya rasionalitas, dan pencerahan. Sedangkan Malcolm Bradbury menyebutkan postmodernisme muncul 30 tahun lalu tetapi dipahami secara berlainan. (Akbar S. Ahmed. 1992 : 24-25).

Secara substansi benih-benih pemikiran postmodernisme diawali oleh pemikiran filosof Jerman terkemuka, Friedrich Nietzsche (1844-1900) ketika ia melontarkan kritik terhadap rasionalitas, kebenaran, dan model pencerahan ala modernisme (Akhyar Yusuf Lubis, 2014 : 1-26). "Modernisme sedang menuju kehancuran," tegas Nietzsche. Sementara itu Bambang Sugiharto (1996 : 34) melihat tumbangnya modenisme dan awal postmodernisme dari sudut yang berbeda. Yakni, dari kemunculan filsafat pragmatisme William James dan juga ajaran fenomenologi Edmund Husserl. Namun, dua pemicu postmodernisme terakhir itu kalah gaungnya dibandingkan pemikiran Nietzsche.

Menurut Bambang Sugiharto (2004 : 14) postmodernisme bisa diartikan segala bentuk sikap kritis terhadap paradigma modernisme baik tingkat refleksi-teoritis maupun praksis-sosio kultural. Postmodernisme merupakan segala bentuk refleksi kritis atas segala paradigma-paradigma modern dan atas metafisika pada

umumnya. (Ali Maksum, 2011 : 309). Anti kemapanan dan perlawanan merupakan basis utama postmodernisme.

Yasraf Amir Piliang (2010 :77-78), menyatakan postmodernisme sebagai kritik terhadap modernisme bisa dipotret dalam dua gerakan. Pertama, kritik diri seperti yang dilakukan Madzhab Frankfrut, Habermas, Adorno, Horkheimer, Marcuse yang mencari titik-titik kritis ideologis dari modernitas dalam rangka melanjutkan apa yang disebut dengan proyek modernitas yang belum selesai. Kedua, kritik dari luar modernistas atau yang ingin meruntuhkan modernitas yang dianggap telah kehilangan daya utopisnya. Nietzsche dan Heidegger mengawali gerakan dari luar ini. Meski tidak menyebut secara spesifik istilah postmodern, Nietzsche dan Heidegger dianggap sebagai pencetus gerakan postmodernisme. Gagasan Nietzsche tentang nihilisme dan Heidegger dengan konsep tentang Ada (*Being*) menjadi pemicu pemikiran postmodernisme.

Pauline M. Rosenau (1992 :10) menjelaskan setidaknya ada lima alasan krisis dalam modernisme. *Pertama*, modernisme dinilai tidak bisa menghadirkan kehidupan masa depan kehidupan yang lebih baik seperti yang digembar-gemborkan para penganut sejatinya. *Kedua,* adanya kesewenang-wenangan dalam mempergunakan ilmu pengetahuan dan teknologi modern untuk melanggengkan kekuasaan. *Ketiga,* banyak pertentangan tajam antara teori dan fakta dalam kaidah ilmu modern. *Keempat*, ilmu pengetahuan dan teknologi modern gagal memecahkan problematika kemanusiaan. Dari sinilah muncul berbagai patologis sosial yang justru menghancurkan nilai kemanusiaan itu sendiri. *Kelima,* aspek

mistis dan metafisika terabaikan karena memberi perhatian lebih kepada dimensi fisik.

Pauline M. Rosenau menyebut dua jenis postmodernisme : postmodernisme epistemologis dan postmodernisme empiris. Model pertama, mempertanyakan gagasan dasar filsafat, rasionalitas modernisme, dan menggugatnya secara radikal. Lyotard, Derrida, Capra, Foucault, dan Rorty adalah sebagian punggawanya. Konsentrasi postmodernisme epistemologis adalah melawan paradigma modenitas yang dibangun berbasis logika Cartesian. Konsep-konsep modernitas yang dianggap final dibongkar melalui pendekatan subjektif-induktif yang berbasis kebebasan penuh individu. Bahkan, gerakan ini melangkah lebih jauh dengan paradigma kritis seperti yang dilakukan oleh *cultural studies* yang berbasis kecurigaan. "Rasionalitas pencerahan adalah logika dominasi dan penindasan," tegas Horkheimer dan Adorno (Ali Maksum, 2011 : 314). Tokoh model Baudrillard, Jameson, dan Ulrich Beck berada di model kedua. Pemikiran mereka diorientasikan kepada yang bersifat nyata, khususnya yang berkaitan dengan kondisi masyarakat postmodernisme seperti postmodernisme etik, masyarakat berisiko, kapitalisme konsumen, dan sebagainya (Ali Maksum, 2011 : 340-350).

Postmodernisme empiris sangat erat kaitannya dengan kajian budaya. Dalam ranah dan refleksi sosiologis, kajian budaya mengobrak-abrik tatanan yang dianggap mapan. Makanya berbagai gerakan "nyeleneh" dan *underground* seperti fenomena generasi punk, gerakan pluralisme agama, dan pembelaan terhadap

kaum homoseks (LGBT) mengemuka. Semuanya berbasis atas nama kebebasan individu (Dudi Sabil Iskandar, 2015 : 33-43).

Sementara itu Jean-Francois Lyotard (1984) yang dianggap sebagai tokoh paling terkemuka di dunia postmodernisme mengungkapkan modernisme sebagai fenomena budaya Barat memiliki basis konseptual pada kepercayaan pencerahan rasio. Ia menyebutkan modernitas dicirikan oleh serangkaian metanaratif atau narasi besar. Metanarasi adalah ide menyakinkan tentang pembebasan manusia, buruh, sains, dan teknologi yang dilakukan rasio dan sejarah. Meskipun janji itu terus tertunda. Singkatnya, kata Lyotard, postmodernisme adalah periode ketidakpercayaan pada narasi raksasa yang universal dan esensial semakin gencar. Kesatuan sejarah digeser dengan kemajemukan dan sejarah lokal yang tidak bisa diletakkan di bawah satu payung narasi besar (Tony Thwaites dkk (2009 : 330).

Postmodernisme menyatakan semua yang ada adalah sebuah teks; bahwa bahan pokoknya teks; apapun adalah makna-makna yang perlu diurai atau "didekonstruksi;" pandangan yang objektif perlu dicurigai; dan hermeunetika yang utama. Sesuatu itu ditentukan makna di dalamnya. Makna yang membuat sesuatu itu berubah dari sebuah keberadaan yang tidak jelas menjadi yang dikenalinya. Namun makna yang memberikan eksistensi juga menentukan status dan dengan demikian merupakan alat dominasi, Ironisnya ini adalah sesuatu yang selalu dikritiknya (Burhan Bungin, 2008 : 14).

Beberapa ciri yang bisa diidentifikasi antara lain, menghargai perbedaan, relativitas, keberagaman alasan, membuka semua teori, tanpa titik akhir. Tetapi

pada sisi lain relativitas ini pula yang menjadi kelemahan mendasar postmodernisme. Makanya para sejarahwan begitu sulit menentukan kaidah-kaidah dasar kesalahan sama susahnya dengan menentukan kaidah-kaidah dasar kebenaran. Kemerdekaan pribadi menjadi ukuran utama dan dalam dunia postmodernisme ukuran ini kian semakin tidak jelas (Ernest Gellner, 1994 : 41).

Ada beberapa ajaran pokok postmodern (Burhan Bungin. 2008 : 103). *Pertama*, menolak universalitas. Menurut kaum postmodernisme tidak ada konsep yang bisa dipakai untuk semua umat manusia. Yang disodorkan adalah *lokalize* dan pluralistik. Trend ini juga merambah yang berkaitan dengan kenyakinan atau agama.

Kedua, menolak ideologi. Bagi kaum postmodernisme ideologi yang ada, seperti liberalisme, kapitalisme, dan ideologi agama adalah palsu dan menyimpan kepentingan, khususnya kekuasaan. Makanya postmodernisme dengan tegas menolak prinsip-prinsip yang permanen sebuah ideologi.

Ketiga, menolak obyektivikasi. Bagi kaum postmodernisme menolak satu alat ukuran kebenaran bernama objektivikasi. Kebenaran tidak bisa digeneralisir karena ia milik semua orang. Bahwa manusia menjadi pusat kebenaran. Kebenaran tergantung dari refleksi individu. Di luar manusia ada kebenaran tetapi manusialah yang menentukan dan menemukannya.

Keempat, mengkritik semua jenis sumber pengetahuan. Prinsip kepastian dan sebab akibat, misalnya, diingkari dengan dalih bersifat relatif. Semuanya tergantung pada subjek (manusia). Pengetahuan yang terlanjur dianggap benar

harus diuji terus menerus, dikritisi tanpa henti, dan dibongkarnya. Sebab bukan tidak mungkin dibalik kepastian terkandung ideologi dan kepentingan tertentu (*vasted interest*) yang merugikan.

Kelima, menolak metodologi yang tetap dan pasti. Bagi kaum postmodernisme, berbagai metodologi dan perangkat berpikir yang tersedia hanyalah salah satu bukan kepastian dan keharusan mengikuti metodologi yang ada.

Sedangkan Yasraf Amir Piliang (2011 : 425-426) melihat runtuhnya narasi besar seperti dikemukakan Lyotard menjadikan fragmen-fragmen kecil terbagi dalam dua kecenderungan utama postmodernisme. Yakni, postmodernisme skeptik dan postmodernisme affirmatif. Postmodernisme skeptik memiliki ciri-ciri antara lain sikap yang antifondasi, antisoasial dan antiideologi. Mereka menolak segala bentuk katagorisasi ideologi dan kultural. Semua dilihat secara relativisme radikal. Gagasan ini cenderung bergerak ke arah anarkisme yang menolak semua bentuk otoritas penilaian, landasan penilaian, asumsi moral, aturan main, kode, dan konvensi. Mereka menilai tidak membutuhkan fondasi sosial, moral, atupun spiritual.

Beberapa istilah kunci dalam postmodern antara lain relativitas, pluralisme, makna, era media, dan kehidupan metropolis. Melalui postmodern gerakan itu bisa dilihat pada antropologi, filsafat, dan sastra, dan hubungan ketiganya semakin dekat satu dengan yang lainnnya dibandingkan dengan sebelumnya (Ernest Gellner, 1994 : 39).

Sementara itu, postmodernisme affirmatif tidak radikal seperti postmodernisme yang pertama. Mereka lebih mengutamakan penghargaan pluralisme dalam ideologi. Dekonstruksi bukan dipandang sebagai runtuhnya katagorisasi, oposisi biner melainkan sebuah peluang bagi eksistensi-eksitensi narasi kecil yang sebelumnya termarginalisasikan.

Menurut Lyotard (Ernest Gellner, 1994 : 24-25), ciri-ciri postmodernisme adalah memiliki keraguan tergadap metanaratif. Cara yang paling sederhana mengenal postmodernisme adalah mengetahui ciri-cirinya. *Pertama*, memahami postmodernitas berarti mengasumsikan pertanyaan tentang hilangnya kepercayaan terhadap proyek modernitas; semangat pluralitas; skeptisisme terhadap ortodoksi tradisional; dan akhirnya penolakan terhadap bahwa dunia ini sebuah totalitas universal, pendekatan terhadap harapan akan solusi akhir dan jawaban sempurna.

Kedua, postmodernisme bersamaan dengan era media; dalam banyak cara yang bersifat mendasar, media adalah dinamika sentral, *Zeitgeist*, ciri pendefinisian dari postmodernisme. *Ketiga*, kaitan postmodernisme dengan revivalisme etno-religius atau fundamentalisme perlu ditelaah oleh ilmuan sosial dan politik. *Keempat*, walaupun apokaliptiknya klaim itu, kontinuitas dengan masa lalu tetap merupakan ciri khas postmodernisme.

Kelima, karena sebagian penduduk menempati wilayah perkotaan, dan sebagian besar lagi dipengaruhi ide-ide yang berkembang dalam wilayah ini, metropolis menjadi sentral bagi postmodernisme. *Keenam*, terdapat elemen kelas dalam postmodernisme dan demokrasi merupakan syarat mutlak bagi

perkembangannya. *Ketujuh*, postmodernisme memberikan peluang, bahkan mendorong penjajaran wacana, ekletisme berlebih-lebihan, percampuran berbagai citra. *Kedelapan*, ide tentang bahasa sederhana terkadang terlewatkan oleh ahli postmodernisme, meskipun mereka mengklaim dapat menjangkaunya.

Dari sudut pandang sosiologi Burhan Bungin memberikan beberapa karakteristik masyarakat postmodern. *Pertama*, memiliki pola hidup nomaden. Hal ini karena kemudahan berinteraksi berkat bantuan teknologi komunikasi. *Kedua*, secara struktur mereka berada pada titik nadir. Artinya, pada satu sisi terikat struktur, pada sisi lain muncul ketidakpatuhan terhadap struktur tersebut. *Ketiga*, lebih suka menghargai privasi sehingga memunculkan sikap aneh-aneh dan unik. *Keempat*, kehidupan yang bebas membuat masyarakat postmodernisme menjadi sekuler dan liberal. *Kelima*, pemahaman yang bebas pula menyebabkan mereka cenderung mengadakan gerakan *back to nature, back to village, back to religi* dan sebagainya (Burhan Bungin, 2008. : 94-95).

Ernest Gellner (1994) menulis buku yang yang khusus menolak postmdoernisme. Buku yang sudah diindonesiakan dengan *Menolak Postmodernisme* mengkritik habis-habisan. Kritik juga disampaikan generasi kedua Madzhab Frankfurt, Juergen Habermas (1987). Postmodernisme menghilangkan dimensi dan cakrawala historis. Tiga kritik Habermas terhadap postmodern. Antara lain kurang tegas dalam membedakan yang teori ilmiah dan mengarang sastra. Karya-karya postmodernisme penuh dengan sentimen normatif yang disembunyikan. Pemikir postmodernisme gagal membedakan antara

fenomena dan kritik yang terjadi pada masyarakat modern (Ali Maksum, 2011 : 340-346).

Franz Magnis-Suseno (2005 : 231-232) menyebutkan sejumlah kelemahan postmodern. Antara lain, postmodernisme menutup mata terhadap kenyataan bahwa banyak cerita kecil menggandung banyak kebusukan, tidak bisa membedakan antara ideologi, di satu pihak; dan prinsip-prinsip universal etika terbuka, di lain pihak. Terakhir, tuntutan untuk menyingkirkan cerita-cerita besar demi cerita-cerita kecil sendiri merupakan cerita besar dengan klaim universal.

Kritik umum terhadap teori postmodernisme antara lain, pertama, teori postmodernisme gagal berbuat sesuai dengan standar ilmiah modern. Kedua, teori postmodernisme lebih sebagai ideologi daripada sebuah tubuh saintifik. Ketiga, teori postmodernisme tidak sesuai dengan norma yang ada. Mereka suka-suka. Keempat, ide-ide postmodern sering kabur dan abstrak dan sulit dipahami. Kelima, teori postmodernisme seringkali melakukan hal yang dikritiknya. Keenam, kritik teori postmodernisme terhadap teori modern perlu dipertanyakan validitasnya. Ketujuh, postmodernisme seringkali kekuarangan suatu teori tentang agen. Kedelapan, teori postmodernisme hanya bisa mengkritik tetapi kekuaranagn visi. Kesembilan, teori postmodernisme cenderung pesimistis. Kesepuluh, teori postmodernisme sering mengabaikan hal-hal yang dianggap problem utama. Kesebelas, sementara seseorang dapat menemukan pengikut di antara mereka, kaum feminis secara khusus mengkritik keras masing-masing teori postmodernisme (George Ritzer, 2014 : 601-603).

Terlepas dari kekurangan, sikap sinis, dan pesimistis terhadap terhadap teori postmodern, peneliti sepakat dengan Yasraf Amir Piliang, sebagai sebuah perkembangan, postmodernisme semestinya tidak ditolak akan tetapi jangan pula diterima begitu. Ia membutuhkan sikap kritis dari semua kalangan. Beragam gagasa dan isu yang dikembangkan postmodernisme tetap harus memiliki landas etika normatif sehingga bisa melepaskan dari perangkap negatif postmodernisme. Lima cara memandang postmodernisme, yakni, afirmasi yang kritis, dekonstruksi yang rekonstruksi, intertekstualitas subjektif, dedromologisasi kultural, dan kompleksitas dalam keawasan (2011 : 437-340).

5.2. Implikasi Teoritis

5.2.1. Perubahan Tatanan Jurnalisme

Dalam riset ini, peneliti menggunakan paradigma kritis untuk membedah teks dan menyingkap representasi, ideologi, kekuasan, dan kepentingan yang tersembunyi. Beberapa teori yang digunakan sebagai landasan adalah dua model kajian media, jurnalisme dan representasi makna media, ideologi dan relasi kekuasaan media, dan organisasi media dan konvergensi media.

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan terhadap teks, informasi hasil wawancara, dan penelusuran data pustaka menunjukan beberapa fenomena. Antara lain, adanya pola dan model jurnalisme yang berbeda dengan jurnalisme modern. Fenomena tersebut antara lain jurnalisme yang mengabaikan etika secara sewenang-wenang dan dengan terang-terangan, memiliki watak ketelanjangan, adanya pembentukan dan penafsiran secara sewenang-wenang terhadap realitas

media, dan banalitas informasi dalam jurnalisme. Singkat kata ada sebuah realitas media yang berbeda dari jurnalisme modern sehingga memunculkan pola dan karakter jurnalisme yang peneliti anggap baru.

Banyak kalangan menilai watak dan rumusan jurnalisme sedang berubah secara mendasar. Kata kunci dari transformasi jurnalisme ini adalah perubahan teknologi komunikasi dan informasi yang sangat berpengaruh pada kegiatan praktik jurnalistik dan akses professional. Khususnya teknologi internet, telah memicu jurnalistik dalam dua hal, yakni, kecepatan dan ruang; keserbaseragaman, interaksi, dan partisipasi (Stuart Allen (ed), 2010 : 557). Kebebasan berpendapat, berinteraksi, dan berkreasi melalui internet menciptakan fenomena kebebasan yang belum pernah terjadi di era sebelumnya. Kebebasan di dunia virtual yang tanpa hambatan ruang dan waktu di dalam realitas nyata. Ini pun terjadi di dunia jurnalisme. Oleh sebab itu Berita harus didefinisikan ulang dari proposisi melayani publik kepada penghargaan terhadap individu dalam penggunaan dan kepuasaan kepada media dan medium (Rachel Davis Mersey, 2010 : 93).

Teknologi komunikasi dan transformasi sosial yang mengiringi mereka telah menekan wartawan untuk mendata beragam pertanyaan yang belum pernah ada sebelumnya. Siapakah wartawan itu? Apa yang dilakukan untuk masyarakat? Apakah wartawan menyuarakan peran sosial masyarakat yang unik dan sebabainya (Wilson Lowrey and Peter J. Gade (ed), 2011 : 214).

Dalam realitas kontemporer tidak ada lagi sesuatu, termasuk organisasi media yang independen atau berdiri sendiri. Redaksi media tidak bisa lepas dari

beragam kepentingan yang mempengaruhi dan melingkupinya. Keputusan redaksi dalam satu berita dalam realitas jurnalistik hari ini, contohnya, tidak tanpa melibatkan suara pendiri, pemilik, atau pemegang saham. Dalam faktanya suara pendiri, pemilik, atau pemegang saham tidak masuk dalam jajaran redaksi, tetapi jurnalisme kini, terutama berita bisnis-ekonomi dan politik-kekuasaan, tidak mungkin mengabaikan surat mereka. Apalagi jika pendiri, pemilik, atau pemegang saham berlatar belakang pengusaha atau politisi. Dengan demikian dalam realitas jurnalisme hari ini terjadi pergeseran dari independen ke interdependensi. Pergeseran ini bukan sesuatu yang buruk tetapi sudah merupakan keniscayaan dari perubahan sosio kultural yang melingkupi atau di luar ranah jurnalistik secara makro.

Kehadiran jurnalisme *online* atau situs berita secara jelas dan tegas mengubah beragam kebiasaan dan mekanisme yang ada media cetak. Di media cetak rapat redaksi dilakukan setiap hari, minimal dua kali. Ini terjadi karena memiliki waktu luang yang panjang untuk mengolah dan menurunkan sebuah berita. Sedangkan di situs berita yang memiliki ranah dan bersifat *real time/up date* tidak mungkin melakukan hal tersebut, apalagi dalam even atau peristiwa politik seperti kampanye pemilihan presiden-wakil presiden. Dalam konteks rapat redaksi atau penentuan berita inilah suara media tergantung dari kebijakan yang bersifat makro. Tidak lagi parsial atau satu dua berita, tetapi bersifat keseluruhan yang bersifat strategis, sesuai dengan visi dan misi media tersebut. Oleh sebab itu bisa dipastikan individu redaksi sudah mengetahui dan memahami strategi dan garis kebijakan pendiri, pemilik, atau pemegang saham. Tidak mungkin Media

Grup mencari, menelusuri dan membongkar keburukan Jokowi-JK dalam kampanye pilpres 2014. Begitu juga sebaliknya redaksi MNC Grup pasti membela pasangan Prabowo-Hatta. Ini juga berlaku dalam konteks kontestasi politik yang lainnya. Semuanya tergantung selera dan hasrat bukan kepentingan publik sebagaimana digariskan jurnalisme tradisional. Tampaknya independen dari narasumber yang diliput dan tidak adanya konflik kepentingan dalam pengertian Jack Fuller (2010) hanyalah sebuah mitos dan kemustahilan jika kita melihat realitas media hari ini.

Temuan penelitian lain adalah terdapat korelasi yang kuat antara keberpihakan politik dengan produk jurnalisme (berita). Keberpihakan politik mengakibatkan produk jurnalistik hancur. Adanya pengabaian etika dalam setiap produk jurnalistik kian menjelaskan bahwa jurnalisme kini berada diambang kehancuran atau harus dilihat sebagai kemunculan genre jurnalisme baru. Jurnalisme tengah mengalami krisis. Yasraf Amir Piliang (2010 : 69-70) mengatakan kuatnya kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik ketika kampanye Pilpres 2014 seperti diapungkan di atas menjadikan media tidak netral, jujur, adil, objektif, dan terbuka. Informasi yang disajikan pun menjadi masalah. Inilah yang disebut media menumbuhkan persoalan epistemologi yang bernama objektivitas pengetahuan dan paradoks pengetahuan serta menimbulkan hiper realitas media. Persoalan pengetahuan itu bernama krisis epistemologi.

Kondisi jurnalisme ketika kampanye Pilpres 2014 membuat jurnalisme kehilangan marwah mulia; tercerabut dari akar kesejatian; kehilangan idealismenya. Muatan ideologi yang sangat kental kepentingan (*vasted interest*)

dari setiap produk jurnalistik (berita)-- dari tiga lembaga yang akan diteliti-- untuk kepentingan ekonomi dan kekuasaan politik menjadikan berita kehilangan elan vitalnya sebagai pemberi informasi sehat bagi masyarakat; ruang dialektika publik; indikator kemajuan demokrasi bagi bangsa dan negara ini. Jurnalisme kehilangan tanggung jawab karena ketidakakuratan, pengabaian, dan *stereotype* (Karen Sanders, 2004 : 154). Krisis kredibilitas dalam jurnalisme adalah tantangan yang sangat signifikan ketika begitu banyak berita di media memiliki sumber informasi. Untuk merawat audiennya media harus menunjukan kualitas dan memiliki nilai di hadapan mereka (Wilson Lowrey and Peter J. Gade (ed), 2011 : 23-24).

Jika dipotret secara mendalam, sepanjang sejarah jurnalisme kita akan menemukan tiga model perkembangan jurnalisme yang berbeda. Pertama, jurnalisme tradisional atau jurnalisme konvensional. Menurut Bill Kovach dan Tom Rosentiels (2010 : 37), jurnalisme ini merupakan model jurnalisme profesional pertama. Ini berkembang sejak abad ke-17 hingga akhir abad ke-19. Jurnalisme tradisional menjadi lebih baik pada abad ke-20. Kehebatan jurnalisme zaman ini adalah menempatkan nilai tertinggi dalam menempatkan sesuatu dengan benar fakta di atas opini. Jurnalisme awal berfungsi sebagai *watchdog* terhadap kekuasaan. Dalam konteks inilah jurnalisme tradisional menjadi nilai guna.

Kedua, di era modern dengan pengaruh kapitalisme yang sangat kuat, jurnalisme berubah menjadi kepentingan bisnis; jurnalisme yang dipertukarkan (nilai tukar). Ia kehilangan nilai gunanya. Kalau pun ada nilai guna pada era

jurnalisme modern adalah guna dari sudut ekonomi-bisnis. Ada dua kepentingan era jurnalisme modern, yakni, penguasa dan pengusaha (Muhamad Mufid, 2009 : 298-299). Jurnalisme era ini terjadi di awal abad ke-21. Munculnya beragam teknologi membuat jurnalisme kehilangan kepercayaan diri dan menderita krisis kepercayaan diri (2010 : 38).

Dalam konteks negeri ini dan kekinian nyaris tidak ada media yang mengutamakan kepentingan publik. Rerata berorietasi kekuasaan politik dan bisnis yang mengarah ke monopoli kekuasaan dan konglomerasi media. Munculnya konglomerasi media semakin memperkuatdaya cengkram kepentingan modal terhadap jurnalisme. Plus, aktivitas politik para pemilk media membuat jurnalisme era ini menjadi jurnalisme yang dipertukarkan (dengan ekonomi-bisnis, politik-kekuasaan). Jadilah nilai guna jurnalisme awal sebagai mitos pada era modern. Secara spesifik nilai guna jurnalisme pada era modern adalah jurnalisme investigasi.

Ketiga, jurnalisme kembali berubah. Kini ia menjadi pemuas hasrat wartawan dan pemilik media (nilai tanda). Jurnalisme era ini tidak mementingkan bahkan kehilangan substansi jurnalisme. Ia hanya sebagai dan untuk merayakan citra, memiliki tanda, dan kepentingan kode semata (Yasraf Amir Piliang. 2011 : 20-27). Realitas jurnalisme tidak sekedar dibuat, diceritakan dan direpresentasikan. Justeru realitas jurnalisme di era postmodern direkayasa, dan disimulasikan (Medhy Aginta Hidayat, 2010 : 72). Inilah yang peneliti sebut dengan jurnalisme postmodern. Jurnalisme era ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya internet.

Teknologi komunikasi dan informasi menjadi kata kunci jurnalisme era ini. Ada lima konsep kunci jurnalisme (media massa) postmodern (Ott, L Brian and Robert L. Mack, 2014 : 10). Yaitu, konvergensi, mobilitas, fragmentasi, globalisasi, dan simulasi.

Tabel 108
Perubahan Fungsi Jurnalisme
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

No	Era Jurnalisme	Fungsi
1	Jurnalisme tradisional	Nilai Guna
2	Jurnalisme modern	Nilai Tukar
3	Jurnalisme postmodern	Nilai Tanda

Tabel 109
Perbandingan Karakteristik Jurnalisme Modern dan Postmodern
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

No	Jurnalisme sebagai Nilai Guna	Jurnalisme sebagai Nilai Tukar	Jurnalisme sebagai Nilai Tanda
1	Realitas Tunggal/Universalitas	Realitas Tunggal/Universalitas	Realitas Majemuk/Parsialitas
2	Kebenaran Tunggal	Kebenaran Tunggal	Kebenaran Plural
3	Objektif	Objektif	Subjektif
4	Independen	Independen	Interdependen
5	Tafsir Tunggal	Tafsir Tunggal	Multitafsir
6	Imparsial	Simpatisan	Partisan
7	Netral	Netral	Berpihak
8	*Voice to vioceless*	*Voice to Ekonomic dan politic*	*Voice to desire* (hasrat)
9	Etika Jurnalistik	Etika Jurnalistik	Etika suka-suka

5.2.2. Jurnalisme sebagai Konstruksi Realitas Agenda Politik Publik.

Nyaris semua berita yang diteliti adalah konstruksi realitas agenda politik publik, tim sukses (tim pemenangan kedua kandidat) atau institusi yang berkepentingan denga pemilihan presiden (KPU dan Bawaslu). Konstruksi itu dijalankan melalui konferensi pers tentang dugaan pelanggaran HAM Prabowo, undangan peliputan mengenai keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, ataupun pembuatan even kampanye melalui konser Salam 2 Jari, ataupun agenda resmi atau kerja sama KPU berupa debat capres-cawapres. Dalam konteks itulah sesungguhnya berita dan wacana pada kampanye pilpres 2014 adalah konstruksi realitas agenda politik publik, baik perseorangan, kelompok, maupun institusi.

Tabel 109
Konstruksi Realitas Agenda Politik Publik
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

No	Wacana	Publik	Metode
1	Dugaan Pelanggaran HAM Prabowo	Tim sukses/pemenangan Jokowi-JK	Undangan dan press release
2	Debat Capres-Cawapres	KPU	Kerja sama dan undangan
3	Konser Salam 2 Jari	Tim sukses/pemenangan Jokowi-JK	Event,undangan, dan perss release
4	Keberpihakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono	Tim sukses/pemenangan Prabowo-Hatta	Undangan/embodied (melekat)

Konstruksi realitas agenda politik publik merupakan pengembangan dari konstruksi realitas media Burhan Bingin. Dari awalnya konstruksi realitas ini

bermula dari teori sosiologi pengetahuan Peter L.Berger dan Thomas Luckmann (1979) yang melahirkan teori konstruksi realitas sosial.

Berger dan Luckman mengembalikan hakikat dan peranan sosiologi pengetahuan dalam kerangka ranah sosiologi. Mereka mendefinisikan pengertian tentang kenyataan, pengetahuan dalam konteks interaksi sosial. Keduanya juga menggunakan metodologi tepat untuk meneliti pengalaman intersubyektivitas dalam konstruksi realitas sosial. Dalam konsep Berger dan Luckmann kenyataan dibangun secara sosial, sehingga sosiologi pengetahuan harus menganalisis terjadinya kenyataan tersebut. Individu dalam masyarakat sebagai pihak yang membangun masyarakat, pengalaman individu tidak bisa dipisahkan dengan gerak dan dinamika masyarakatnya.

Dalam teori ini ada tiga Berger dan Luckmann yang sangat penting. Pertama, internalisasi adalah proses ketika masyarakat sebagai kenyataan subyektif menyiratkan realitas obyektif ditafsirkan secara subyektif oleh setiap individu. Dalam proses menafsiran tersebut terjadilah internalisasi.Dengan begitu, internalisasi merupakan proses manusia untuk memasukan dunia yang dihuni bersama individu yang lain.

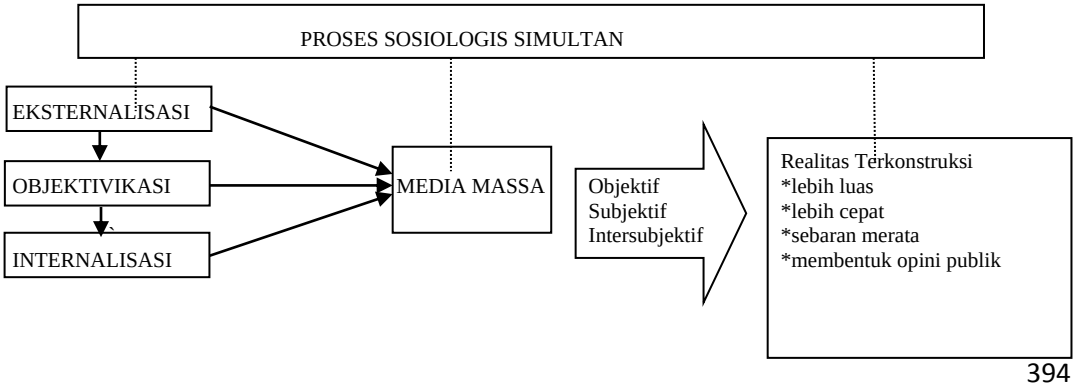
Kedua, objektivikasi merupakan hasil yang digapaidari eksternalisasi. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif setiap individu. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami masing-masing individu. Pada tahap inilah masyarakat harus dilihat sebagai realitas yang objektif.

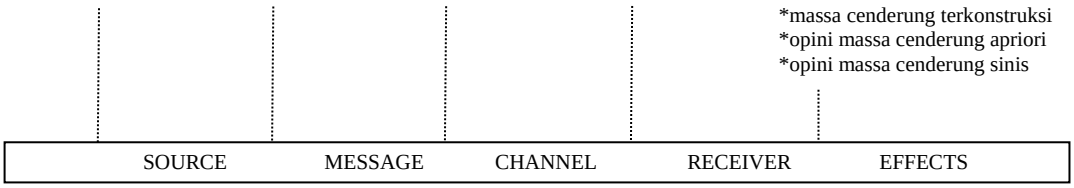
Ketiga, eksternalisasi adalah usaha atau ekspresi setiap individu ke dalam dunia, baik mental ataupun fisik. Proses ini adalah ekspresi untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat.

Salah satu pengembangan teori sosiologi pengetahuan dalam ranah komunikasi, khususnya komunikasi massa dikembangkan Burhan Bungin (2008 : 94). Ia berpendapat media massa, termasuk surat kabar, menjadi variabel yang sangat substantif dalam proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Karena pengaruh media massa itulah ia memunculkan teori baru sekaligus revisi terhadap Berger dan Luckmann dengan tiga terminologi, yaitu, eksternalisasi, subjektivikasi, dan intersubjektif.

Inti teori Burhan Bungin (2008 : 95) yang dikenal dengan konstruksi realitas media adalah sirkulasi informasi yang cepat dan luas yang disebarkan oleh media massa sehingga konstruksi sosial berlangsung sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang dibangun media massa tersebut membentuk opini publik, massa cenderung apriori, dan opini massa cenderung sinis. Ia menggambarkan konstruksi sosial media massa seperti dalam tabel di bawah ini.

Gambar 18
Konstruksi Realitas Media Burhan Bungin





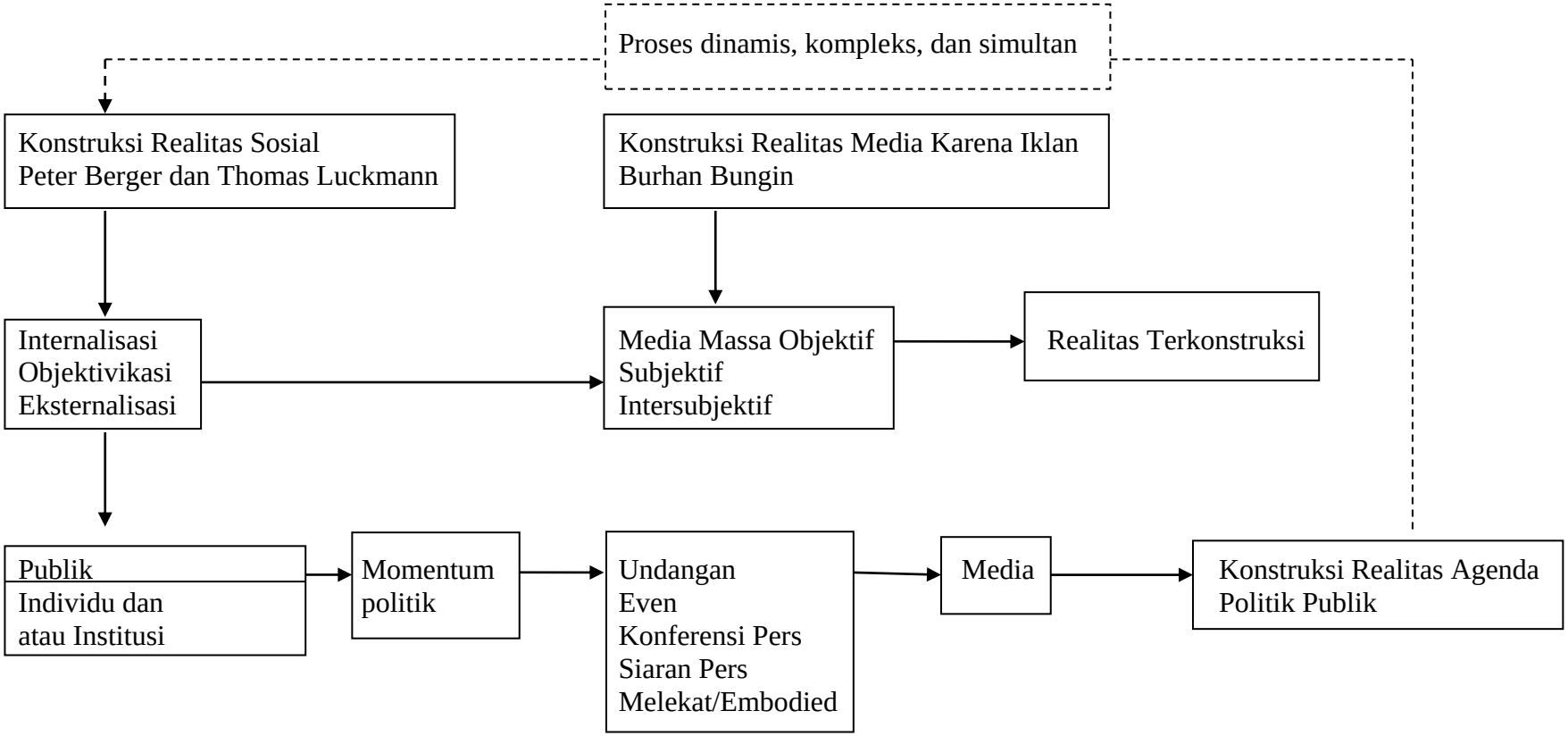
Dalam pandangan Burhan Bungin (2008 : 195-205), konstruksi realitas media melalui empat tahapan. Pertama, penyiapan materi konstruksi. Kedua, sebaran konstruksi. Ketiga, pembentukan konstruksi realitas. Keempat, konfirmasi. Dari empat tahapan itu melahirkan dua model konstruksi realitas media massa, yaitu model analog dan refleksi realitas. Model pertama terjadi dan dibangun secara rasional dan dramatis terhadap suatu kejadian. Dari sini masyarakat mendapat realitas yang dikonstruksi media mssa dari sebuah peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Namun, realitas yang dikonstruksi media massa bukan realitas sebenarnya. Sedangkan model kedua terbangun dari refleksi yang pernah terjadi dalam masyarakat.

Jurnalistik yang pada awalnya adalah proses mencari (data/berita) dan berposisi aktif, dalam konteks kampanye pilpres 2014 menjadi menerima (data/berita) dan berposisi pasif. Dalam konteks inilah wacana yang dibangun oleh media sesungguhnya adalah konstruksi realitas agenda politik publik.

Ada beberapa asumsi dasar konstruksi realitas agenda politik publik. Pertama, publik (pribadi, kelompok, atau organisasi) mengkonstruksi agenda untuk kepentingan politik mereka. Kedua, publik mendorong dan menyakinkan media bahwa agenda politiknya penting bagi publik yang lain (eksternal). Ketiga, agenda politik publik harus seiring dengan agenda politik media. Dengan

konstruksi realitas agenda politik publik sesungguhnya yang perkasa adalah publik. Sedangkan media “lemah” karena hanya sebagai alat dan memiliki kepentingan yang sama dengan agenda politik publik.

Gambar 19
Model Konstruksi Realitas Agenda Politik Publik



Konstruksi agenda politik publik berlawanan dengan teori agenda setting hasil penelitian McCombs dan Donald Shaw. Keduanya menjelaskan gejala atau fenomena kegiatan kampanye pemilihan umum. Teori agenda setting sangat berkaitan dengan komunikasi massa dan produksi berita (E.M. Griffin. 2003 : 359-371). Menurut keduanya agenda setting adalah kemampuan media massa untuk mengirimkan arti penting sebuah isu dalam agenda berita mereka kepada agenda publik. Media mungkin tidak terlalu berhasil dalam mendikte orang apa yang harus dipikirkan (*what to think*) namun media secara hebat berhasil mendikte audiens harus memikirkan tentang apa *(what to think about*). Teori ini berpandangan pers memiliki kekuatan yang besar. Agenda Setting dibangun dari asumsi bahwa ada hubungan sebab akibat antara konten media dengan persepsi khalayak. Penelitian yang dilakukan keduanya menunjukkan ada pengaruh yang kuat dari agenda prioritas media yang menggangap sesuatu hal yang penting bagi khalayak. Hal ini kemudian menunjukkan ada kecocokan antara agenda media dengan agenda publik. Dalam pandangan agenda setting, bukan pengaruh media yang menentukan tindakan khalayak namun ada semacam hubungan sebab akibat yang terjadi. Pada titik inilah media mampu mempengaruhi khalayak melalui agendanya, sehingga persepsi khalayak akan sama dengan persepsi yang dibangun media. Asumsi dasar agenda setting adalah pertama, masyarakat pers dan mass media tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan membentuk isu. Kedua, konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting dari pada isu-isu lain.

5.2.3. Karakteritisk Media Postmodern

Konvergensi adalah salah satu dari lima konsep media massa postmodern (L Brian Ott and Robert L. Mack. 2014 : 10). Empat lainnya adalah mobilitas, fragmentasi, globalisasi, dan simulasi.

Pertama, kovergensi. Inilah konsep utrama dan terpenting dari media postmodern. Konvergensi menurut Henry Jenkins merupakan proses penyatuan yang terus menerus yang terjadi di antara berbagai bagian media seperti teknologi, industri, konten dan khalayak. Dan, itu terjadi secara terus menerus.[23] Sedangkan Burnett and Marshall mendefinisikan konvergensi sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi, dan komputer menjadi sebuah bentuk yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi dalam bentuk digital (Burnett, R. and Marshall, P.D. 2003 : 1). Senada dengan dua definisi di atas, Bob Franklin et.al. (2005 : 49-50) menegaskan konvergensi media adalah pertukaran di antara media di antara semua media yang berbeda karakteristik dan platformnya. Komputer menawarkan sebuah bentuk ke radio dan televisi. Telepon seluler yang memiliki gambar dan teks dapat mengambil beberapa karakteristik dari komputer dan radio.

Dengan demikian konvergensi media bisa dipahami sebagai sebuah integrasi atau penyatuan beberapa media konvensional dengan kemajuan teknologi informasi menjadi satu atap atau perusahaan. Konvergensi bukan hanya

[23] https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/terakhir diakses 19 Agustus 2016 pukul 13.10 Wib

penyatuan konten—sebuah berita bisa muncul di berbagai media yang berada dalam satu perusahaan, tetapi juga penyatuan dalam satu induk perusahaan media.

Konvergensi juga merupakan aplikasi dari teknologi digital, yaitu integrasi teks, suara, angka, dan gambar; bagaimana berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Dailey, Demo, dan Spillman menjelaskan aktivitas konvergensi media meliputi antara lain *cross-promotion* (lintas promosi), *cloning* (penggandaan), *coopetition* (kolaborasi), *content sharing* (berbagi isi), dan *full convergence* (penyatuan). Dengan konvergensi media, berita yang dahulu disebut mengabarkan peristiwa yang sudah terjadi, kini definisi tersebut berubah menjadi peristiwa yang sedang terjadi (Ignatius Haryanto. 2014 : 212). Bahkan jika kita menggunakan paradigma jurnalisme interpretatif, berita bisa juga peristiwa yang akan terjadi.

Dalam pandangan Rich Gordon (Stephen Quinn and Vincent F. Filak, 2004 : 4-6) konvergensi terbagi dalam lima dimensi. Pertama, konvergensi kepemilikan (*ownership convergence).* Konvergensi ini mengacu pada kepemilikan perusahaan media dan dalam beberapa jenis. Konvergensi ini beberapa kali disinggung dalam pembahasan *media ownership* (kepemilikan media). Bahwa ada tiga bentuk kepemilikan dalam konglomerasi media yaitu konglomerasi vertikal, konglomerasi horisontal, dan konglomerasi diagonal.

Kedua, konvergensi taktik (*tactical convergence).* Bentuk konvergensi seperti ini adalah bentuk atau cara kerja sama dengan mengadakan promosi silang dan pertukaran informasi di antara media-media yang melakukan konvergensi. Satu program digarap secara bersama dengan berbagai sudut pandang dan dengan

platform yang berbeda. Hal ini pun bisa dilakukan untuk iklan, misalnya. Semua ini dilakukan untuk memperluas jangkauan dan implikasi kepada masyarakat.

Ketiga, konvergensi struktural (*structural convergence)*. Konvergensi model ini mengharuskan dan bahkan meniscayakan penataan ulang pembagian kerja (*job description*) dan perubahan struktur organisasi di setiap media. Susunan organisasi dan pembagian kerja diterapkan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Tentu saja konvergensi model ini harus menyesuaikan dengan kebutuhan organisasi media yang bersangkutan.

Keempat, konvergensi pengumpulan berita (*information gathering convergence)*. Konvergensi seperti ini ada ketika wartawan memiliki keterampilan yang beragam. Ia bisa menulis, memotret, mengoperasikan kamera dan sebagainya. Inilah yang disebut wartawan *multi-tasking* dan *multi-skill*. Dalam konvergensi ini wartawan mengharuskan membagi hasil liputannya ke dalam beragam bentuk media. Satu liputan untuk cetak bisa dibuat untuk televisi dan situs berita. Begitu juga yang lainnya.

Kelima, konvergensi pengemasan berita (*storytelling convergence)*. Konvergensi yang terakhir adalah mekenakan pada wartawan untuk mampu membaca masyarakat sebagai pembaca, khalayak, atau penonton. Dengan model ini berita sebagai salah satu karya jurnalistik dilengkapi dengan beragam bentuk. Tulisan contohnya dilengkapi grafis, foto, dan video.

Sementara itu, August E. Grant (2009 : 33) menjelaskan tentang konvergensi jurnalistik. Menurutnya, konvergensi jurnalistik meniscayakan

perubahan pola pikir media tentang berita dan liputannya bukan hanya sebatas cara menyampaikan berita yang berbeda pada media yang berlainan seperti media cetak, penyiaran, dan situs.

Ada tiga model dalam konvergensi jurnalistik. Yakni, konvergensi *newsroom*. Dalam konvergensi newsroom wartawan yang berbeda platform menyatukan diri dalam satu ruang produksi berita dan mengerjakan tugas sesuai dengan medianya konvergensi *newsgathering* dan konvergensi isi. Model kedua adalah konvergensi *newsgathering*. Konvergensi ini wartawan harus *multitasking*. Wartawan surat kabar, misalnya, harus mampu membuat berita media yang lain. Begitu juga media-media yang lainnya. Model ketiga adalah konvergensi isi atau konten berita. Berita ditampilkan dalam bentuk multimedia yang merupakan kombinasi teks, gambar, audio dan sebagainya.

Konvergensi media ternyata bukan hanya berpengaruh pada perubahan proses jurnalistik, tetapi juga menyangkut ke berbagai aspek kehidupan. Ia akan berdampak pada konsumsi media masyarakat, persepsi publik, penyebaran informasi, dan literasi media, misalnya. Singkat kata, konvergensi media bakal menghadirkan konstruksi sosial media baru yang belum pernah terjadi sebelumnya (Rahma Sugihartati. 2014 : 89), (Burhan Bungin, 2008)

Kedua, mobilitas. Istilah ini merujuk pada kemudahan perpindahan satu objek dari satu tempat ke tempat lain. Secara historis, keberadaan media massa tidak bisa atau minimal sangat sulit untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain; atau dari satu bentuk ke bentuk lain, tetapi dengan teknologi komunikasi dan

informasi semuanya bia dilakukan dengan mudah. Secara sederhana mobilitas dalam konteks konsep penting media postmodern adalah peralatan yang mudah dipindahkan, dibawa ke manapun, dibuat dalam beragam bentuk dan dibuat atau diadakan sesuai dengan keinginan penggunannya.

Ketiga, globalisasi. Kata ini bermakna sebuah proses yang amat kompleks pada semua aspek kehidupan manusia, mulai tatan sosial, politik, ekonomi, kebudayaan dan sebagainya. Kompleksitas semua aspek itu berada dalam satu tatanan yang mendunia (L Brian Ott and Robert L. Mack, 2014 : 12). Terminologi globalisasi bukan saja membuat pusing semua kalangan akademisi, tetapi juga sangat sulit untuk dipahami secara menyeluruh. Namun yang pasti tentang globalisasi adalah dunia disatukan melalui teknologi komunikasi bernama internet. Dunia menjadi kecil, dekat, sempit, menyatu. McLuhan menyebutnya dengan *Global Village*.

Dalam konteks media massa, globalisasi adalah kondisi ketika media dimiliki dan dikontrol oleh segelintir orang pemilik modal. Fenomena ini sering disebut dengan konglomerasi. Penyebaran pesan media dari satu titik ke seluruh dunia ini dipotret sebagai imperialisme budaya. Dalam konteks hubungan globalisasi dan media baru (media massa) ada banyak gagasan dan konsep penting. Antara lain, sistem dunia dan globalisasi, budaya global, dan masyarakat global, globalisasi dan jaringan masyarakat, kapitalisme dan globalisasi (Siapera, Eugenia. 2012 : 35).

Keempat, simulasi. Meski istilah ini sudah dipakai sejak zaman Yunani Kuno, dalam konsep filosof Plato, tetapi istilah simulasi menjadi populer, *booming* ketika dimunculkan kembali oleh tokoh postmodern Jean Baudrillard. Simulasi adalah proses penciptaan bentuk-bentuk nyata melalui model-model yang tidak ada asal usulnya atau referensi realitasnya. Dengan simulasi manusia mampu menciptakan sesuatu yang ilusi, khayali, supranatural, ghaib menjadi tampak nyata (Yasraf Amir Piliang, 2011 : 26). Munculnya simulasi dari konsep kunci media postmodernis karena penciptaan ini hanya bisa terjadi dan memungkinkan karena pesatnya perkembangan teknologi.

Semua yang nyata menjadi simulasi. Begitu provokasi Baudrillard melihat realitas yang dikembangbiakan oleh teknologi di era kapitalisme ini. Realitas yang tidak memiliki landasan etis dan nilai luhur. Dalam realitas buatan semuanya berlangsung saling-silang, sengkarut, campur buar dan tidak jelas sosoknya; semuanya kabur, buram.

Kelima, fragmentasi. Di ranah jurnalisme gejala dan fenomena postmodernisme dicirikan fragmentasi. Saat ini banyak media-media non-mainstrem yang bermunculan. Ini sebagai perlawanan dari fenomena ketika era Soeharto yang hingga akhir 2000-dikuasai media besar, organisasi-organisasi besar. Salah satu pemicu kemunculan media-media kecil adalah kehadiran internet. Detik.com sebagai pelopor media yang berbasis internet. Faktor internet menjadi yang utama sebagai pemicu kemunculan media postmodernisme yang terfragmentasi sehingga masyarakat memiliki kemudahan untuk membuat media. Dahulu orang berpikir untuk membuat media harus berpikir tentang percetakan.

Kemunculan media-media kecil dengan audiens dua, tiga hingga lima ribu. Tidak seperti media-media mainstream yang memiliki penikmat puluhan atau ratusan ribu orang. Tren jurnalisme postmodernisme adalah munculnya kecenderungan untuk keluar dari media-media besar. Sesungguhnya pada awal-awal 80-an munculnya produk-produk jurnalistik yang bisa dikelola satu atau dua orang. Pada saat itu masyarakat sudah berpikir tentang buletin dan pers kampus, misalnya. Yang menjadi problem adalah media-media komunitas itu membutuhkan rantai produksi yang panjang, mulai peliputan, produksi, dan penyuntingan. Bahkan, ada yang reproduksi. Sekarang sumuanya berubah secara drastis. Orang yang menginginkan membuat media, langsung bisa menulis, produksi, terbitkan, baik berupa tulisan, suara, ataupun video. Inilah yang menggambarkan situasi dan kondisi jurnalisme postmodernisme. Medianya beragam. Tidak ada lagi monopoli industri pers. Di chanel Youtube.com, misalnya, semua orang bisa memproduksi dan membuat stasiun televisi. Di internet, semua orang bisa membuat media. Media-media berbasis komunitas sekarang memiliki pengaruh yang sama besarnya dengan media-media mainstream. Pks piyungan.com misalnya, memiliki pengaruh yang tidak bisa diabaikan. Begitu juga dengan puluhan, ratusan, dan bahkan ribuan media lainnya. Hidayatullah yang berbasis di Kalimantan bisa bersaing dengan media ini. Ini semua berkat kehadiran internet.

Realitas di atas adalah bagian kecil dari postmodernisme sebagai sebuah gerakan, hal yang sama terjadi di ranah pemikiran (epistemologi). Beragam konsep juga berubah. Misalnya, konsep objektif dan independen. Meskipun

sesungguhnya sejak awal tidak ada media yang objektif. Itu hanya klaim sepihak saja. Semuanya subjektif. Semua media subjektif yang dipengaruhi oleh berbagai faktor (individu, kelompok, masyarakat dan sebagainya). Wartawan itu bukan robot yang bisa langsung memproses segalanya. Artinya subjektivitas itu ada, baik dari wartawan, pemodal, atau pun yang lainnya. Ini terjadi sepanjang masa. Yang membedakan hari ini adalah subjektivitas itu muncul berbarengan. Semua orang bisa dan bebas berteriak serta menyerukan pendapatnya. Inilah fenomena baru di ranah jurnalisme. Jadi tidak ada yang dalam media, tetap subjektif dan tidak independen. Hanya saja porsinya saja yang berubah. Pengurangan subjektivitas itu disebabkan dalam redaksinya beragam dan berlapis. Semakin banyak yang terlibat maka subjektivitas seseorang kita berkurang. Ia dipengaruhi subjektivitas pihak dan kelompok lain. Inilah yang terjadi dalam *news room* masing-masing redaksi. Media saat ini kian mengecil redaksinya. Artinya tingkat subjektivitasnya kian besar. Objektivitas dalam jurnalisme sesungguhnya berasal dari klaim keilmuan, khususnya ilmu pasti. Dalam paradigma modernisme ilmu itu harus bisa diukur. Modernisme menafikan sesuatu yang tidak bisa diukur seperti perasaan dan spiritualitas. Di sinilah paradigma postmodernisme masuk ke ranah keilmuan saat ini.

Dalam dunia yang kian kompleks jurnalisme ditantang untuk tetap mengejar kebenaran seperti dilansir Bill Kocah dan Tom Rosentiels. Oleh sebab itu, untuk mengejar kebenaran harus mengikuti kaidah-kaidah jurnalisme. Dalam jurnalisme kaidah kebenarannya adalah prosedural. Artinya, kebenaran yang *step by step*. Kebenaran jurnalisme adalah kebenaran yang dicapai melalui tahapan-

tahapan. Di sini berarti bukan faktor subjektivitas tetapi tentang ukuran-ukuran tertentu. Misalnya, ketika menulis tentang pencemaran lingkungan karena industri. Wartawan harus paham tentang kimia. Kalau yang menulis dan mengedit tidak paham ilmu kimia tentu saja jurnalismenya tidak akan menemui kebenaran. Begitu juga pada masalah yang lainnya.

Kebenaran dalam jurnalistik itu adalah kebenaran relatif. Sama seperti kebenaran di pengadilan. Apakah yang diputuskan hakim adalah kebenaran mutlak? Tidak. Tetapi kebenaran yang dicapai melalui satu metode. Jurnalistik memiliki metode tersendiri untuk menemukan kebenaran, milsanya, memlalui riset, wawancara, observasi dan sebagainya. Semua prosesnya harus terbuka. Artinya, proses jurnalistik seperti juga proses pencarian kebenaran yang lain, bisa salah. Dengan demikian, kebenaran jurnalistik adalah kebenaran procedural bukan kebenaran seperti ilahiah atau agama yang absolut. Kebenaran procedural adalah kebenaran yang dicapai melalui tata kerja yang berurutan atau sistematis. Yang menjadi titik penting adalah wartawan harus memahami masalah atau memiliki basis keilmuan yang ditulisnya seperti yang dijelaskan di atas.

Bias dalam setiap tulisan tentu ada. Untuk menghindari bias dalam proses jurnalistik maka dibutuhkan perangkatnya. Wawancara dan riset, misalnya, akan mengurangi bias. Tulisan yang tanpa riset dan wawancara akan terasa berbeda dengan yang melakukan dua hal tersebut. Tidak melakukan riset dan wawancara akan menambah besar bias sebuah tulisan. Inilah prosedur-prosedur dalam jurnalistik.

Ada dua prosedur dalam jurnalistik. Yakni, prosedur sikap (etik) dan prosedur yang menyangkut keterampilan. Dokter, misalnya, untuk bisa membedah seseorang tidak bisa sembarang. Sama dengan wartawan itu juga sama tidak bisa sembarang. Tidak sembarang menjadi wartawan karena dia harus mempelajari dasar-dasar jurnalistik, teknik wawancara. Sama seperti dokter dia harus belajar teknik memegang pisau. Etik ini yang melandasi dari setiap profesi. Jadi wartawan ataupun dokter membutuhkan dua-duanya. Etik dan keterampilan.

Dalam dunia jurnalisme banyak faktor yang mempengaruhi produksi jurnalisme. Salah satunya kekuasaan, baik kekuasaan politik maupun ekonomi. Ada media yang menulis karena faktor politik dan juga tidak menulis karena faktor politik. Pada masa Orde Baru, misalnya. Media tidak boleh menulis ini dan tidak boleh menulis itu. Dalam bentuk kekuasaan ekonomi, misalnya, pengaruh iklan. Media tidak menulis dan menyiarkan berbadasrkan kepentingan iklan. Artinya, dalam kasus yang sama banyak kepentingan yang bermain, baik ekonomi maupun politik. Independensi wartawan itu harus sampai pada tahapan bebas kepentingan politik dan ekonomi. Berbeda pendapat dengan atasan atau visi, misi perusahaan, misalnya, keluar dan mencari pekerjaan di tempat lain. Independensi itu bebas dari pengaruh dari manapun. Wartawan menulis dan membuat berita sesuai dengan hati nuraninya bukan berdasarkan ketakutan terhadap pemilik, pemasang iklan, atau teman sendiri yang akan melaporkan perilaku kita pada pihak lain.

Dalam kasus pengaruh iklan dalam pemberitaan maka istilah dinding api (*firewall*) menjadi menarik untuk diketengahkan. Banyak yang beranggapan

dinding pemisah bagian redaksi dan bisnis di media kini ibarat mitos. Hal ini disebabkan realitas di media sudah sedemikian kompleksnya. Sebaliknya bagi kalangan yang beranggapan dinding api masih relevan berpendapat bahwa hal tersebut sebagai salah satu prinsip dalam jurnalistik yang tidak boleh dilanggar meskipun tidak mudah untuk diterapkan dalam kondisi kekinian. Makanya tugas seorang pemimpin redaksilah yang paling berat untuk menjaga dinding api ini. Di masa lalu, wartawan idealis tidak pernah peduli dengan masalah bisnis namaun kini sulit sekali diterapkan. Hanya saja dinding api ini adalah salah satu prinsip. Salah satu kesulitannya adalah bagaimana media agar tetap berjalan (*survive)*. Ketika masa Orde Baru koran ditutup bukan karena tidak ada iklan tetapi dibredel rezim. Sekarang media tutup bukan oleh penguasa tetapi tidak ada biaya operasional akibat tidak ada pemasukan dari iklan. Ini membuat delematis seorang pemimpin redaksi dalam menjaga dindin api. Oleh sebab itu, gagasan media kecil adalah menarik untuk terus dikumandangkan. Media kecil operasionalnya kecil. Tidak perlu menggadaikan idealisme hanya untuk menarik iklan masuk. Di sinilah media membutuhnya produk jurnalistik yang bagus. Dengan produk jurnalistik bagus tidak membutuhkan ‘jualan’ idealisme. Kewibawaan media atau pemimpin redaksi terjadi. Produksi media bisa berjalan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Realitas media kini harus mengakui bahwa dinding api tersebut hanyalah mitos. Banyak media yang melanggar salah satu prinsip jurnalistik tersebut. Seharusnya dinding api ini dipertahankan sebagaimana menataati pada prinsip jurnalisme yang lain. Prinsip menjaga dinding api ini membuat wartawan lebih

independen. Benar adanya semua berita memiliki bias tetapi independensi dalam menulis berita menjadi mutlak dibutuhkan. Media massa tidak bisa mengklaim benar tetapi bisa mengatakan sudah memverifikasinya. Kalau ada perbedaan kesimpulan dari fakta yang sama maka waktulah yang akan menentukan kebenarannya. Dalam persoalan, terorisme, misalnya. Atau persoalan berita tentang senjata pemusnah massal yang dimiliki Saddam Husein di Irak yang sekarang sudah terbukti tidak ada. Begitu juga dengan berita-berita yang lainnya.

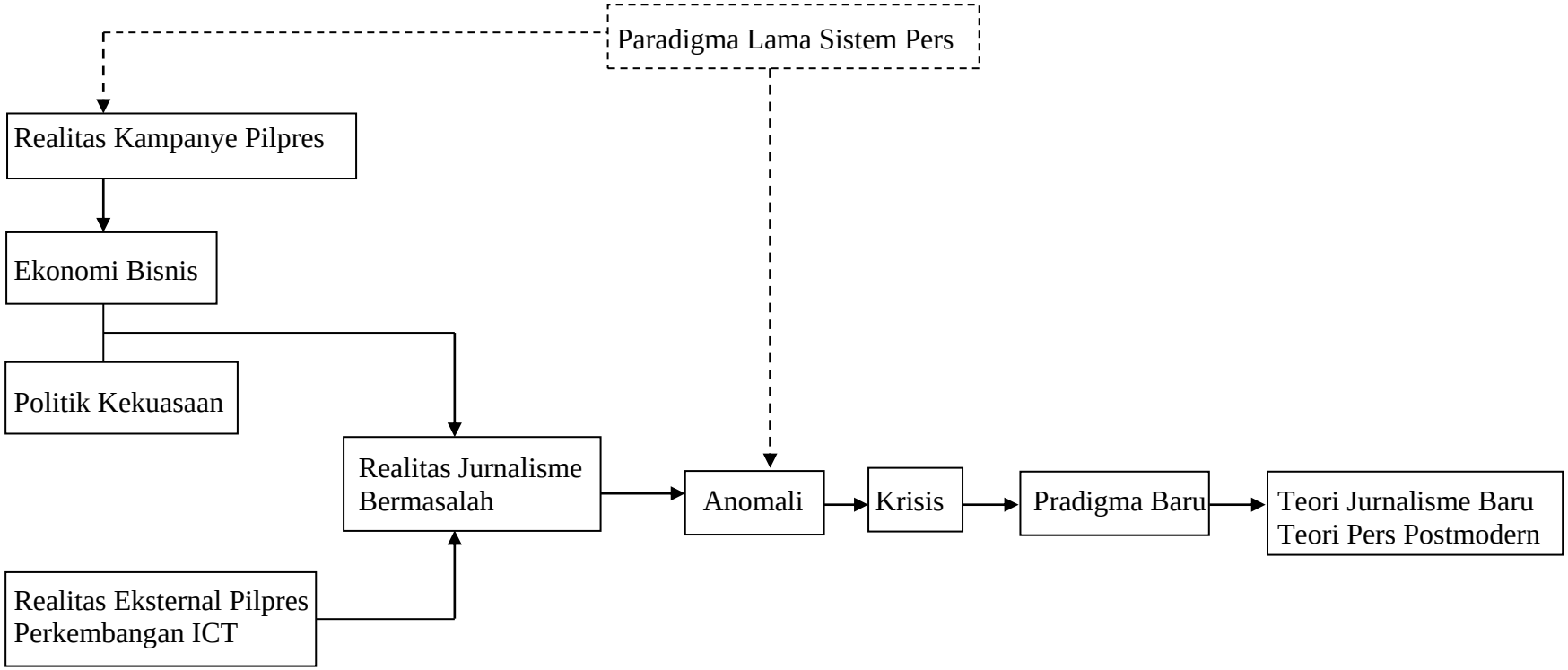
Sementara itu, dalam persoalan keberpihakan media sesungguhnya sesuatu yang sah jika sebuah media berpihak. Hanya saja berpihak bukan pada orang/person/individu tetapi pada platform/program kerja. Setiap media memiliki preferensi masing-masing. Di luar negeri, ada yang pro partai buruh. Juga ada yang ke partai konservatif. Di Amerika, ada media yang dekat ke partai Republik. Pun, ada yang condong ke Demokrat. Keberpihakan media di luar negeri lebih pada ideologi yang diusungnya. Sedangkan dalam kasus di Indonesia, semuanya sama saja. Partai Golkar, Gerindra, Demokrat ataupun yang lainnya. Dalam pilpres 2014, misalnya, orang beranggapan Jokowi lebih sosialis, buktinya sangat liberalis. Problem lain di Indonesia kalau berpihak secara politik, politiknya juga bobrok. Ini berbeda dengan di negara lain. Politik di Indonesia hanya mengikuti tren dan hanya mengantarkan orang menjadi presiden atau kepala daerah. Tidak ada loyalitas ke partai. Semuanya kutu loncat dan kepentingan pemilik modal. Seorang calon presiden atau kepala daerah yang memiliki kepentingan modal bisa dibayangkan kebijakan yang akan dilakukannya. Pola ini juga diikuti oleh media dalam setiap pilkada, makanya politik di negeri ini tidak pernah bermartabat.

5.2.4. Teori Pers Postmodernisme

Empat teori pers yang dikemukakan tiga profesor komunikasi Amerika Serika, Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm sudah sangat kadaluwarsa. Bahkan, teori pers komunis Soviet sudah tidak relevan karena Uni Soviet sebagai negara sudah bubar pada 1989. Teori pers itu dikemukakan ketiganya nyaris 80 tahun silam (S. Siebert at. Al, 1963). Keempat teori pers itu adalah teori pers otoritarian, libertarian, komunis Uni Soviet, dan tanggung jawab sosial. Padahal selain itu ada tiga teori pers yang lain. Dua di antaranya diungkapkan pakar komunikasi massa, Denis Mcquail (1987 : 119-121). Yakni, teori pers pembangunan dan demokratik-partisipan. Satu teori lagi dikemukakan pakar komunikasi politik Indonesia, Anwar Arifin (1992), (2017). Teori itu adalah pers Pancasila. Teori yang terakhir adalah khas Indonesia.

Salah satu pemicu yang kerap disandingkan dengan teori pers adalah sistem politik atau sistem ketatanegaraan. Beberapa teori pers di atas menunjukan hal ini. Dalam tahap selanjutnya, sesuai dengan konteks dinamika masyarakat dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, teori pers terus mengalami beragam perubahan dan pergantian.

Dalam penelitian ini penulis mengajukan satu model teori pers, yaitu pers postmodern sebagaimana akan dijelaskan setelah pemaparan tujuh teori pers terdahulu. Teori pers postmodern ini diajukan berbarengan dengan paradigma postmodern yang dijelaskan di sub-bab Implikasi Paradigmatis di awal bab ini.



Gambar 20
Proses Kelahiran Teori Pers Postmodern
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Teori pers otoritarian adalah teori yang paling pertama hadir di muka bumi. Teori ini berasumsi kebenaran bukan masyarakat. Ia milik penguasa yang diinstitusionalisasi oleh negara. Pers dipergunakan untuk menyampaikan informasi kepada rakyat tentang kebijakan-kebijakan penguasa yang harus didukung. Semua kebijakan tentang informasi dipegang sepenuhnya oleh negara. Swasta yang menginginkan bergelut di dunia pers harus meminta izin kepada negara. Berita dan peredarannya dikontrol negara.

Teori pers libertarian muncul sebagai antitesis terhadap ketidakpuasaan terhadap sistem pers otoritarian. Teori ini berangkat dari asumsi manusia sebagai makhluk otonom yang memiliki kebebasan berkehendak. Manusia bisa membedakan mana yang benar dan mana yang salah; memilih lebih baik dengan yang lebih buruk. Memproduksi, memperoleh dan mengolah informasi adalah salah satu hak azasi manusia. Ia dimiliki semua manusa tanpa kecuali. Negara tidak berhak ikut campur dalam urusan ini. Dari sini muncul pers sebagai pengontrol kebijakan negara. Terbalik dari teori sebelumnya, otoritarian.

Teori pers tanggung jawab sosial mencoba menjadi penengah dari pertarungan teori otoritarian dan libertarian. Asumsi teori ini menyatakan bahwa kebebasan mengandung konsekuensi tanggung jawab. Pers harus bertanggung jawab kepada masyarakat dalam menjalankan fungsi-fungsinya.

Menurut teori pers tanggung jawab sosial ada enam tugas pers. Yaitu, Media menerima dan memenuhi kewajiban tertentu kepada masyarakat.

1. Kewajiban media terutama dipenuhi dengan menetapkan standar yang tinggi atau profesional tentang keinformasian, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan keseimbangan.
2. Dalam menerima dan menerapkan kewajiban tersebut, media seyogyanya dapat mengatur diri sendiri di dalam kerangka hukum dan lembaga yang ada.
3. Media seyogyanya menghindari segala sesuatu yang mungkin menimbulkan kejahatan, kerusakan atau ketidaktertiban umum atau penghinaan terhadap minoritas etnik atau agama.
4. Media secara keseluruhan hendaknya bersifat pluralis dan mencerminkan kebhinekaan masyarakatnya, dengan membe-rikan kesempatan yang sama untuk mengungkapkan berbagai sudut pandang dan hak untuk menjawab.
5. Masyarakat dan publik, berdasarkan prinsip yang disebut pertama, memiliki hak untuk mengharapkan standar prestasi yang tinggi dan intervensi dapat dibenarkan untuk mengamankan kepentingan umum.
6. Wartawan dan media profesional seyogyanya bertanggung jawab terhadap masyarakat dan juga kepada majikan serta pasar (Denis Mcquail. 1987. : 117).

Sementara itu, teori pers Soviet Komunis adalah sistem pers yang hanya berlaku di Uni Soviet (yang sejak 1989 sudah bubar). Namun, dalam beberapa hal atau asumsi teori, sistem ini berlaku di beberapa negara komunis yang kini masih berdiri seperti China dan Korea Utara. Secara umum, teori ini

menegaskan bahwa pers merupakan bagian integral dar sistem negara. Makanya ia harus tunduk terhadap semua kebijakan negara. Teori pers ini merupakan varian lain dari teori pers otoritarian. Hanya saja yang menjalankannya partai bukan negara.

Postulat teori ini adalah :

1. Pers seyogyanya melayani kepentingan dari, dan berada di bawah pengendalian, kelas pekerja.
2. Pers seyogyanya tidak dimiliki secara pribadi.
3. Pers harus melakukan fungsi positif bagi masyarakat dengan: sosialisasi terhadap norma yang diinginkan; pendidikan; informasi; motivasi; mobilisasi
4. Di dalam tugas menyeluruhnya bagi masyarakat, pers seyogyanya tanggap terhadap keinginan dan kebutuhan audiensnya
5. Masyarakat berhak melakukan sensor dan tindakan hukum lainnya untuk mencegah, atu menghukum setelah terjadinya peristiwa, publikasi anti masyarakat.
6. Pers perlu menyediakan pandangan yang purna (complete) dan objektif tentang masyarakat dan dunia, dalam batas-batas prinsip marxisme-leninisme.
7. Wartawan adalah profesi yang bertanggung jawab dengan tujuan dan cita-citanya, seyogyanya serupa dengan kepentingan terbaik masyarakat.
8. Pers hendaknya mendukung gerakan progresif di dalam dan di luar negeri. (Denis Mcquail. 1987 : 118-119)

Inti teori pers pembangunan adalah pers harus digunakan secara positif dalam pembangunan nasional, otonomi dan identitas kebudayaan nasional. Prefensi teori ini dengan memberi penekanan dalam keterlibatan masyarakat bawah atau akar rumput. Asumsi teori ini adalah pertama, media harus menerima dan melaksanakan tugas-tugas pembangunan yang positif sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan secara nasional. Kedua, kebebasan media harus terbuka bagi pembatasan sesuai dengan prioritas-prioritas ekonomi, kebutuhan pembangunan bagi masyarakat. Ketiga, media harus memberikan prioritas dalam isinya kepada budaya dan bahasa nasional. Keempat, media harus memberikan prioritas dalam berita dan informasi untuk menghubungkan dengan negara-negara berkembang lain yang berdekatan secara geografis, budaya dan politis. Kelima, wartawan mempunyai tanggung jawab maupun kebebasan dalam tugas menghimpun dan menyebarkan informasinya. Keenam, negara mempunyai hak untuk ikut campur dalam, atau membatasi operasi-operasi media pers, penyelenggaraan sensor, pemberian subsidi dan kontrol langsung dibenarkan atas nama demi kepentingan tujuan pembangunan.

Teori pers demokratik-partisipan, menurut Denis McQuail (Denis Mcquail. 1987 : 121-122), lahir dari rahim masyarakat liberal yang maju. Teori ini sebagai reaksi atas komersialisasi dan monopoli media (konglomerasi media oleh perusahaan swasta). Selain itu juga sebagai tangapan terhadap sentralisme birokratisasi institusi-institusi siaran publik, yang timbul dari tuntutan norma tanggung jawab sosial. Istilah demokratik-partisipan mencerminkan kekecewaan

terhadap partai-partai politik yang mapan dan terhadap sistem demokrasi parlemeter yang nampak menjadi tercerabut dari akar rumput asalnya. Teori demokratik-partisipan menghendaki keserbaragaman, skala kecil, lokalitas, de-institusionalisasi, kesederajatan dalam masyarakat dan interaksi.

Sedangkan teori terakhir, pers Pancasila memiliki beberapa ciri khas. Pertama, bersandar dan memiliki falsafah dasar sebagaimana negara kita, Pancasila. Lima sila dalam Pancasila merupakan prinsip dasar dari para pekerja jurnalistik di Indonesia. Pancasila menjadi landasan etis dan kerangka filosofis dalam setiap gerak insan pers negeri ini dalam menghasilkan karyanya, berita. Dalam konteks itulah teori pers Pancasila khas Indonesia; tidak dimiliki negara lain.

Kedua, pers Pancasila adalah jembatan di antara semua teori pers. Ia bukan merupakan bagian dari enam teori pers. Pers Pancasila berada di tengah-tengah. Ia tidak liberal. Pun, tidak otoriter. Ia bukan bagian dari pers Uni Soviet. Juga berbeda dengan teori pers pembangunan dan partisipan demokratik. Pers Pancasila merupakan perangkum kelebihan enam teori pers.

Ketiga, perbedaan pada pertanggungjawaban. Dalam enam teori pers, semua produk jurnalistik berorientasi dan hanya diperuntukan bagi kemanusiaan (dunia). Landasan kerjanya adalah profesionalisme dan kode etik jurnalistik. Sedangkan dalam teori pers Pancasila, selain pertanggungjawaban kepada nilai-nilai dasar kemanusiaan yang bersifat horizontal, juga ada pertanggungjawaban kepada Tuhan yang bersifat vertikal (akhirat) (Dudi Sabil Iskandar, 2015 : 132).

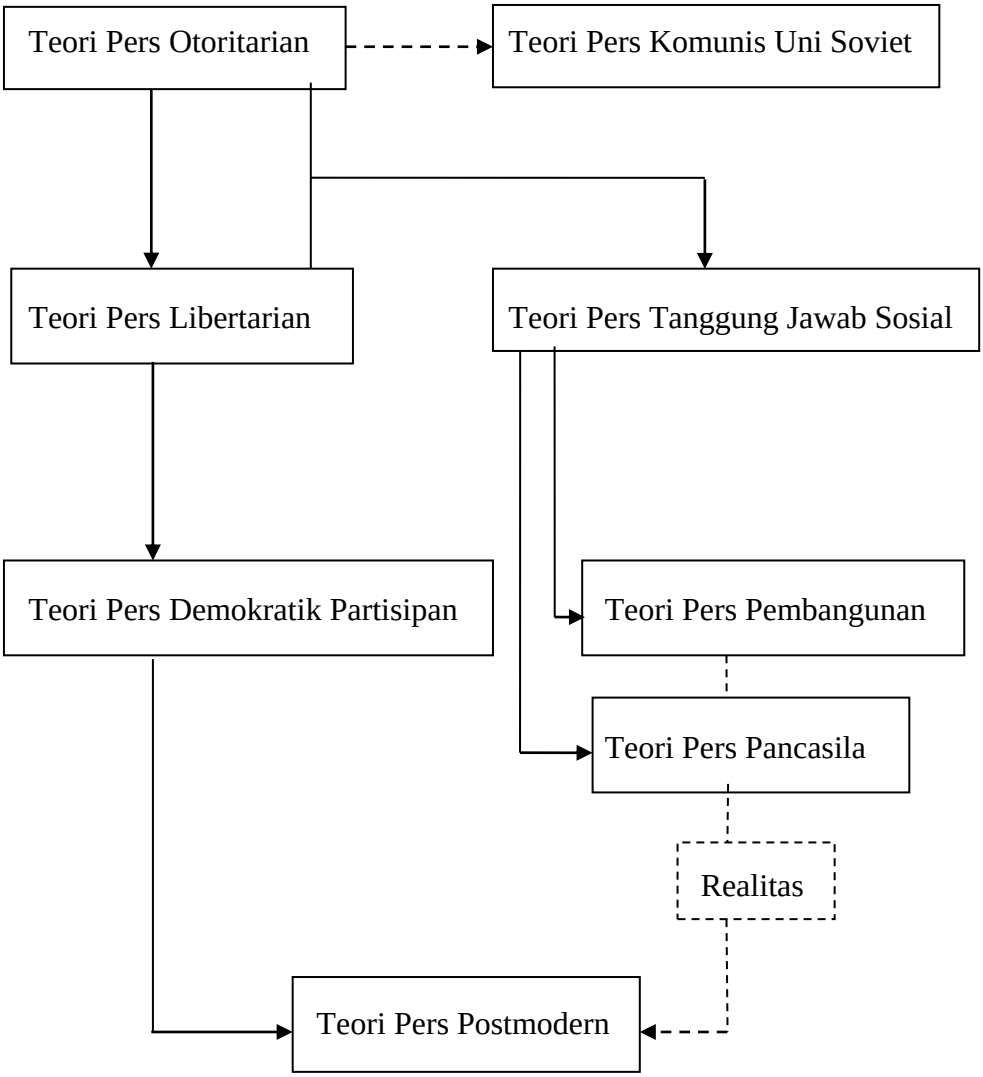
Menurut Anwar Arifin (2017 : 115-129), teori pers Pancasila memiliki beberapa pilar yang berkaitan dengan kebebasan pers dan bertanggung jawab, interaksi positif pers, pemerintah, dan masyarakat, kode etik jurnalistik dan konsep doa, perusahan pers, idealisme, dan saham wartawan.

Sementara itu, teori pers postmodern berakar dari paradigma postmodern yang dikemukakan di awal bab ini (implikasi paradigmatik). Teori pers ini berangkat dari kecenderungan hegemonik teknologi komunikasi dan informasi dalam bidang jurnalisme. Oleh sebab itu, karakteristik teori pers postmodern tidak jauh beranjak dari watak realitas dan paradigma postmodern.

Beberapa karakteristik pers postmodern, antara lain, pertama, berangkat dan dengan latar belakang dari hegemonik teknologi komunikasi dan informasi, khususnya internet. Kedua, menjadikan hiperrealitas sebagai objek liputan. Jurnalisme adalah fakta. Ia berarti realitas nyata, bukan fiksi atau khayali. Tetapi dalam perspektif pers postmodern sesuatu yang hiperrealitas dan dibuat melalui simulasi model-model ciptaan teknologi komunikasi dan informasi adalah objek liputan karena ia fakta (memfakta).

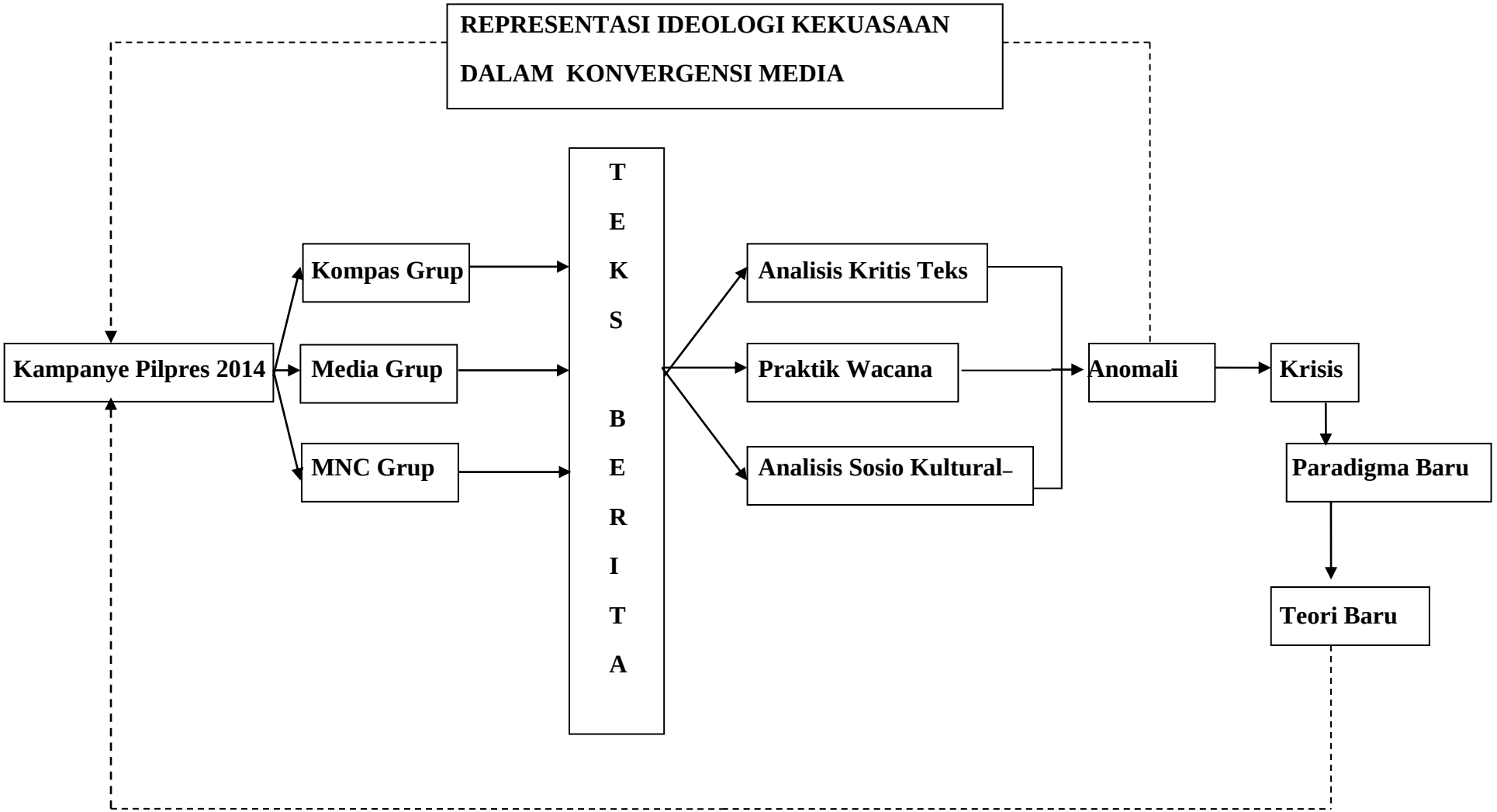
Ketiga, banalitas informasi. Di tengah banjir informasi jurnalisme terseret untuk mengangkat sesuatu yang remeh temah, termasuk pada ranah privat. Akibatnya, jurnalisme menjadi tidak jelas atau blur (kata Bill Kovach dan Tom Rosentiels). Ia kehilangan makna sejati sebagai pemberi informasi yang bermanfaat bagi kehidupan publik. Keempat, berita untuk kepentingan pencitraan atau nilai tanda. Produk jurnalistik dipergunakan untuk kepentingan pencitraan politik, kendaraan mengejar kekuasaan, dan pemuas syahwat individual.

Kelima, standar atau ukuran etika jurnalisme tergantung selera. Ini nyaris sama dengan teori pers demokratik-partisipan yang mewakili kelompok-kelompok kecil dengan etika masing-masing. Teori pers postmodern menolak sesuatu yang berbau universalitas, termasuk dalam ranah etika. Bagi pers postmodern semua ukuran bersifat pribadi atau lokal atau yang terfragmentasi. Keenam, berita kehilangan atau tidak memiliki substansi jurnalisme. Dengan beragam faktor di atas sesungguhnya teori pers modernisasi memiliki perspektif sendiri sebagai jurnalisme. Makanya di satu pihak, ia bisa disebut sebagai perkembangan lanjutan dari teori pers yang ada. Di pihak lain, ia adalah teori pers sendiri yang mandiri bukan kelanjutan karena nyaris semua indiokatornya berbeda dengan tujuh teori pers sebelumnya. Karena itulah ia diberi nama teori postmodern!



Gambar 21
Kedudukan Teori Pers Postmodern
dalam Bentangan Sejarah Sistem Pers Dunia
(Hasil kreasi sendiri dan diolah dari berbagai sumber)

Model Representasi Ideologi Kekuasaan Dalam Konvergensi Media



BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6. 1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan implikasi paradigmatis serta teoritis yang sdudah dibahas di bab-bab sebelumnya, maka peneliti bisa mengambil beberapa kesimpulan. Yaitu,

Pertama, keberpihakan politik kepada capres-cawapres tertentu dalam kampanye pilpres 2014, baik secara terbuka (eksplisit) maupun terselubung (implisit) menjadikan teks berita sebagai karya jurnalistik bermasalah, baik secara konten ataupun secara etika. Hal ini bisa tecermin dari seluruh teks yang dianalisis. Teks yang dihasilkan oleh praktik wacana menunjukan bahwa saat ini nilai guna media sudah bergeser, dari pemantau kekuasaan yang berada di luar kekuasaan kini menjadi aktor politik yang terlibat langsung dalam perebutan kekuasaan. Oleh sebab itu, selama kampanye pilpres 2014 media aktif dan terbuka mendefinisikan realitas politik melalui konstruksi wacana yang mereka bangun (dengan mengklaim) independen.

Karena media menjadi aktor politik, maka teks berita pun bernuansa politik. Ia dikonstruksi sesuai dengan visi, misi, strategi, dan kepentingan kontestan yang didukung tiga grup media tersebut. Nyaris semua berita yang diteliti berasal dari agenda politik capres-cawapres yang dikonstruksi tim suksesnya. Kalau pun ada berita temuan wartawan (kasus Babinsa dalam wacana dugaan kecurangan kampanye pilpres) kemudian dijadikan titik picu untuk

menguntungkan capres-cawapres tertentu. Dan juga sebaliknya, menghantam atau merugikan pasangan yang lainnya. Dalam konteks inilah sesungguhnya produk jurnalistik (berita) merupakah konstruksi realitas agenda politik publik. Berita bukan lagi hasil pencarian atau penemuan murni wartawan tetapi hasil konstruksi tim sukses capres-cawapres untuk disampaikan ke publik sehingga membentuk opini publik dan mempengaruhinya ketika mencoblos di tempat pemungutan suara.

Dalam kampanye pilpres 2014, konstruksi wacana Kompas Grup dan Media Grup berada dan berpihak ke pasangan Jokowi-JK. Sedangkan MNC Grup berpihak ke Probowo-Hatta. Dari sudut praktik wacana mengindikasikan Kompas Grup bersikap abu-abu, Media Grup secara tegas berpihak ke Jokowi-JK dan MNC Grup bersikap abu-abu atau tidak jelas.

Sementara itu, dari dimensi sosio kultural Kompas Grup berangkat dari koran etnis dan agama minoritas. Memiliki pengalaman masa lalu yang buruk sebagai media. Kini menjadi pemimpin pasar di grup media, khususnya surat kabar. Media Grup menunjukkan pemilik media berlatar belakang politisi yang kini menjadi ketua umum partai politik, Nasdem. Sedangkan MNC Grup memiliki latar belakang pemilik media berlatar belakang pengusaha yang kini menjadi ketua umum partai politik, Perindo.

Kedua, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya internet, yang sangat dahsyat teleh mengubah beragam tatanan bentuk dan etika jurnalistik. Internet pun menyebabkan realitas peristiwa (sebagai bahan dasar jurnalistik) menjadi sangat plural. Karena dua faktor itulah realitas selama kampanye pilpres 2014 pun tidak lagi tunggal. Plus hiruk-pikuk politik yang mengundang histeria menyebabkan realitas jurnalistik kian plural. Masing-masing grup media mendefinisikan realitas tergantung sudut pandang dan pemahamannya masing-masing. Tentu saja berdasarkan latar belakang, kepemilikan, visi, misi, strategi, dan kepentingan politik serta hasrat ekonomi-bisnis perusahaan, media yang bersangkutan. Lumrah bila pemberitaan yang disajikan ke masyarakat pun beragam, berbeda.

Realitas yang kian kompleks meniscayakan unsur, prinsip, realitas, dan etika jurnalistik menjadi buram, kabur, cair. Ketika realitas tidak lagi tunggal, etika tidak bisa lagi tegak dipastikan secara sempurna maka konsekuensi logisnya tidak ada kebenaran tunggal atau munculnya kebenaran plural. Masing-masing grup media memiliki dan mendefinisikan realitas, kebenaran, dan etika jurnalistik menurut versinya masing-masing. Tidak ada yang salah dengan hal tersebut karena ketiga grup media yang diteliti memiliki alasan tersendiri. Inilah yang disebut dengan anomali jurnalistik dalam perspektif jurnalisme modernisme yang mengadaikan kesatuan, kesamaan, dan keseragaman.

Karena faktor yang disebutkan di atas pulalah penelitian ini mengambil salah satu kesimpulannya bahwa pemberitaan Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup selama kampanye pilpres 2014 merepresentasi satu keadaan, yakni,

krisis atau kegamangan epistemologi; tidak memiliki epistemologi yang ajeg. Ada gap antara teori dan praktik, baik di tingkat teks berita (mikro) maupun praktik wacana (meso). Kondisi ini pula yang mencerminkan kondisi sosio kultural (makro) yang sebenarnya. Bahwa bangsa dan negara ini sedang mengalami krisis epistemologi. Suatu kegamangan dalam mengimplimentasikan nilai-nilai kehidupan yang dimilikinya karena tekanan politik-kekuasaan dan ekonomi-bisnis. Inilah yang dimaksud oleh Norman Fairclough bahwa struktur mikro yang ada dalam teks berita (bahasa) mencerminkan kondisi sesungguhnya kondisi makro atau sosio kultural. Struktur dan kondisi mikro dan makro ini dijembati dengan kondisi meso yang sama.

Ketiga, keadaan krisis atau kegamangan epistemologi seperti kata Thomas Kuhh—hadirnya anomali pada tahap sebelumnya-- dalam bidang ilmu tertentu, termasuk komunikasi dan jurnalisme, meniscayakan hadirnya sebuah cara pandang (paradigma) baru terhadap jurnalistik. Inilah yang peneliti sebut dengan paradigma postmodern. Sebuah paradigma alternatif atau kelanjutan atau juga bisa dipandang sebagai paradigma pengganti dalam memandang realitas jurnalisme kontemporer. Paradigma postmodern ini secara teoritis melahirkan teori pers postmodern. Teori pers ini merupakan kelanjutan dan bentuk baru dari enam teori pers yang ada sebelumnya. Pemicu paling utama dari paradigma dan teori pers postmodern ini adalah kompleksitas realitas komunikasi yang disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya internet dalam bidang jurnalistik.

6.2. SARAN

6.2.1. Saran Teoritis

Harus diakui penelitian ini tidak sempurna. Karena keterbatasan waktu dan alokasi dana yang tersedia, peneliti hanya bisa memotret ideologi kekuasaan dalam konvergensi media di tiga grup media. Oleh sebab itu, peneliti lain yang akan mengambil tema dan metode yang sama harus lebih luas dan variatif cakupannya.

Secara teoritis, hasil penelitian ini harus terus dilanjutkan untuk mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya jurnalistik, dalam beragam aspek dan jangkauannya. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi bisa menjadi pemicunya. Kehadiran media sosial, terutama twitter, mesin pencari data, *video reality* (VR) dan *artificial intellegence* (AI), bukan saja mengubah secara drastis dan dramatis asal dan sumber berita, tetapi juga mengharuskan kehadiran pola verifikasi dan etika jurnalisme yang baru.

Salah satu kelemahan mendasar dari analisis wacana kritis Norman Fairclough adalah konstruksi praktik wacana. Berbeda dengan analisis teks (mikro) dan sosio kultural (makro), Norman Fairclough praktis tidak memberi petunjuk secara jelas tentang dimensi praktik wacana ini. Padahal sama dengan teks dan sosio kultural, praktik wacana juga memiliki jangkauan yang tidak bisa diabaikan sebab ia sebagai jembatan antara aspek mikro dan makro.

6.2.2. Saran Praktis

Untuk para pemangku jabatan jurnalistik, reporter, editor, pemilik media, pelaksana dan pembuat kebijakan tentang media harus bisa meneguhkan sikap dengan bersandar pada kode etika jurnalistik dan elemen mulia jurnalisme. Kehadiran etika dan prinsip-prinsip jurnalistik dalam setiap berita akan memberikan sumbangsih yang tidak kecil bagi kebebasan pers, perkembangan demokrasi, dan kedewasaan masyarakat dalam berbangsa dan bernegara.

Hanya saja dengan pesatnya perkembangan dinamika masyarakat yang dipicu dinamika teknologi komunikasi dan informasi menyebabkan nilai, tatanan, dan struktur sosial pun berubah. Khususnya dalam etika jurnalistik yang selama ini dan yang ada adalah media cetak *minded*, harus segera berubah menjadi digital *minded*. Kehadiran internet dalam dunia jurnalisme meniscayakan etika pun harus dikembangkan secara spesifik. Artinya, harus ada etika jurnalistik khusus surat kabar, televisi, dan situs berita, termasuk untuk majalah, radio, film, video games dan sebagainya. Tidak bisa lagi etika jurnalistik yang bersifat universal dan dipukul rata untuk semua platform media yang ada. Sebab fakta yang ada selama penelitian ini etika untuk satu platform media tidak bisa diterapkan pada jenis media yang berbeda.

Untuk institusi negara yang berkaitan dengan regulasi kejurnalistikan atau dunia kewartawanan seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Dewan Pers harus lebih profesional dalam menyikapi perubahan dan dinamika dunia jurnalitik. Perubahan yang sangat signifikan mengharuskan kedua institusi negara tersebut

tampil solid baik ke dalam mapun ke luar lembaga. Hanya dengan soliditas dan profesionalisme sajalah kedua lembaga tersebut memiliki wibawa di hadapan stakeholder dunia jurnalisme. Dalam dunia yang kian majemuk dan plural, realitas jurnalistik kian semu dan cair sehingga sulit dibedakan dengan dunia pemasaran (*marketing*), hubungan masyarakat (*public relations*), dan periklanan (*advertising*), serta untuk kepentingan *spin doctor*. Di sisi lain, menjamurnya aktivitas warga di media sosial menyebabkan dunia jurnalistik tidak hanya klaim dimiliki berbasis lembaga tetapi juga dipunyai individu. Dalam konteks inilah sesungguhnya regulasi jurnalistik kian menemukan momentum dan kebenarannya

Untuk Kompas, tanpa menafikan kepentingan ekonomi dan bisnis, pers sejak awal adalah institusi sosial. Ia berfungsi untuk menyampaikan informasi dan kepentingan kontrol terhadap kekuasaan (*watchdog*). Mengabaikan fungsi *watchdog* berarti pers kehilangan taji dan salah satu fungsi utamanya. Sesungguhnya dengan modal penguasa pangsa pasar khususnya media cetak, Kompas Grup berpotensi menjadi penyeimbang kekuasaan yang paling kuat dan besar. Berpijak pada kekuatan pembaca inilah sesungguhnya akar media massa semakin kuat untuk menancapkan pengaruhnya pada kekuasaan. Dengan demikian, ada keseimbangan antara kepentingan ekonomi-bisnis dan kontrol terhadap politik kekuasaan.

Untuk MNC dan Media Grup, independensi dalam dunia pers adalah sesuatu yang mutlak, tidak bisa ditawar. Hanya dengan independensi sajalah jurnalisme bisa berfungsi maksimal sebagai pengontrol kekuasaan dan penyampai aspirasi masyarakat bawah. Oleh sebab itu, alangkah eloknya jika Media Grup dan

MNC Grup berada di luar kekuasaan partai politik (Partai Nasdem dan Perindo). Sebab, sepanjang sejarahnya, media yang berada di dalam naungan partai politik tertentu tidak bisa indepedenden ataupun netral dalam menyampaikan fakta. Posisi di dalam atau bagian dari partai politik menjadi delematis. Di satu sisi, pers harus membeberkan fakta yang terjadi tetapi pada sisi lain harus berpihak pada partai politik tertentu. Posisi pers seperti ini tentu saja tidak bisa kecuali untuk kepentingan pemilik atau politik tertentu.

6.2.3. Saran Sosial

Sedangkan untuk pembaca, khalayak, dan masyarakat luas harus menyadari dengan mulai kritis dalam menerima sebuah berita. Bahwa dalam setiap teks berita selalu hadir kepentingan-kepentingan (ekonomi, politik, sosial dan sebagainya) yang terselubung. Bahwa saat ini ada perubahan pola, model, dan realitas media massa.

Media arus utama (*mainstream*) bukanlah jaminan lahirnya sebuah wacana yang mencerahkan bagi bangsa dan negara. Dominasi media massa utama dalam membentuk wacana sesungguhnya bisa diimbangi dengan kekuatan media sosial dan jurnalisme publik (kerap disebut *citizen journalism*). Hanya saja kemampuan menemukan dan meracik data yang kini dibutuhkan.

Bagi masyarakat yang peduli dengan pertarungan wacana, media sosial atau jurnalisme warga/publik merupakan sarana yang paling efektif melawan wacana yang destruktif bagi kehidupan demokratis. Hanya saja masyarakat pun harus memiliki basis data yang mumpuni. Meski melalui riset kecil-kecilan dan

diunggah melalui media sosial dan jurnalisme publik akan sangat berarti dalam pendewasaan masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abrar, Ana Nadhya. 2011. Analisis Pers; Teori dan Praktek. Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka.

Agung Harahap, Machyudin. 2013. Kapitalisme Media ; Ekonomi Politik Berita dan Diskursus Televisi. Yogyakarta. Aura Pustaka

Ahmed, Akbar S. 1992. *Postmodernisme and Islam; Predicement and Promise*; penerjemah M. Sirozi. Bandung. Mizan

Alfian, M. Alfan. 2009. Menjadi Pemimpin Politik, Jakarta : Gramedia.

Allen, Stuart (Ed). 2010. *The Routledge Companion to News and Journalism*. London. Routledge

Alwasilah, A. Chaedar. 2010. Filsafat Bahasa dan Pendidikan, Bandung : Remaja Rosda Karya.

Anshari, Endang Saefuddin. 1987. Ilmu, Filsafat, dan Agama. Surabaya. Bina Ilmu

Arifin, Anwar. 1992. Komunikasi Politik dan Pers Pancasila, Jakarta : Media Sejahtera.

---------- 2006. Pencitraan dalam Politik. Jakarta. Pustaka Indonesia.

---------- 2010. Opini Publik, Depok : Gramata.

---------- 2011. Komunikasi Politik; Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi. Yogyakarta : Graha Ilmu.

---------- 2017. Antitesis Teori Pers Pancasila; Tujuh Teori Pers. Jakarta. Pustaka Indonesia.

Armando, Ade. 2016. Televisi Indonesia di Bawah Kapitalisme Global. Jakarta. Kompas

Arno, Adrew. 2009. *Alarm Report; Communicating Conflict in the Daily News*. New York. London. Baghann Books

Baran, Stanley J. Baran. 2008. Pengantar Komunikasi Massa: Budaya dan Melek Media. Penerjemah S. Rouli Manalu. Jakarta: Erlangga.

Barker. Chris 2005. *Cultural Studies: Teories and Practice*. Penerjemah Tim Kunci Cultural Studies Center. Yogyakarta. Bentang.

Barnett, Steven. 2011.*The Rise and the Fall of Television Journalism*. London. Blomsbury Academic.

Basrowi dan Sukidin. 2002. Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro. Surabaya. Insan Cendikia.

Baudrillard, Jean. 1983. *Simulation, Semiotext* (e), New York

Bell, Allan and Peter Garret (ed). 1998. *Approaches to Media Discource*. Oxford : Blackwell Publishers.

BL de Rosari , A. Soni (ed). 2004. Siapa Mau Jadi Presiden : Debat Puiblik Seputar Program dan Partai Politik pada Pemilu 2004. Jakarta. Kompas Gramedia.

Bennet, James and Niki Strange (ed). 2015. *Media Independen : Working with Freedom or Working for Free?* London. Routledge

Berger, Arthur Asa. 2008. Semiotika; Tanda-tanda dalam Kehidupan Kontemporer. Penerjemah M. Dwi Satrianto. Yogyakarta : Tiara Wacana.

Berger, Peter L. Dan Thomas Luckmann. 1979. *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. Meddlesex: Menguin Books.

---------- 1990. Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan Penerjemah Hasan Basari. Jakarta: LP3ES

Bungin, Burhan. 2008. Sosiologi Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.

Burnett, R. and Marshall, P.D. 2003 *Web Theory : An Introduction*, London : Routledge.

Barnett, Steven. 2011.*The Rise and the Fall of Television Journalism*. London. Blomsbury Academic

Burton, Graeme. 2003. Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer. Yogyakarta : Jalasutra.

Capra, Fritjof. 2001. Jaring-Jaring Kehidupan; Visi Baru Epitemologi Kehidupan. Penerjemah Saut Pasaribu. Yogyakarta : Fajar Pustaka Baru.

Carey, James. 2009. *Communication as Culture; Essay on Media and Society*. New York. Routledge.

Carlson, Matt and Seth C. Lewis (ed). 2015. *Boundaries of Journalism ; Professionalism, Practices, and Participation*. London. Routledge

Conboy, Martin. 2004. *Journalisme; A Critical History*. London : Sage Publications Ltd.

Craig, Robert T. 1999. *Communication Theory as a Field* dalam *Communication Theory*. London. *Blackwell Publishing Ltd.*

Curran, James. 2002. *Media and Power*. London. Routledge.

Cushion, Stephen. 2011. *Television Journalism*. London. Sage Publications

Denasi, Marcel. 2010. Pesan, Tanda, dan Makna; Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Penerjemah. A. Gunawan. Admiranto. Yogyakarta. Jalasutra.

Devereux, Eoin. 2003. *Understanding the Media*. London. Routledge

Doyle, Gillian. 2002. *Media Ownership ; The Economic and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*. London. Sage Publications

Downing, John DH and Chrales Husband. 2005. *Representing; Race, Racisms, Etnicities and Media*. London. Sage Publications.

Eriyanto. 2001. Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta : LkiS.

Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge : Polity Press.

---------- 1995. *Media Discourse*. London : Edward Arnold.

---------- 1995. *Critical Discourse Analysis*; ; *The Critical Study of Language.* First Edition. London and New York. Longman.

---------- 2005. *Critical Discourse Analysis* ; *The Critical Study of Language.* Second Edition. United Kingdom. Pearson Education Limited

Fidler, Roger. 2003. Mediamorfosis. Penerjemah Hartono Hadikusumo. Yogyakarta. Bentang Pustaka

Firmanzah. 2008. *Marketing Politik; Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.

Fiske, John. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerjemah Hapsari Dwiningtyas. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

---------- 2007. *Cultural and Communication Studies*; Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Cetakan kedua. Penerjemah Isi Subandy Ibrahim dan Yosal Iriantara. Yogayakarta : Jalasutra.

---------- 1993. *Television Culture*. London. Routledge

Foucault, Michel. 1978. *The History of Sexuality* (Vol I). *Introduction*. Harmonswort. Penguin Books.

---------- 1979. *Dicipline and Punish : The Birth of the Prison*. Harmonswort. Penguin Books.

---------- 2002. Wacana Kuasa/Pengetahuan. Penerjemah Yudi Santosa. Yogyakarta : Bentang Budaya.

Franklin, Bob, et.al. 2005. *Key Concepts in Journalisme Studies*, New Delhi, Sage Publications India Pvt. Ltd

Fuller, Jack. 2010. *What is Happening to News*. Chicago. Chicago Press

Gans. Herbert J. 2003. *Democracy and The News.* Oxford University Press.

Giles, Judy and Tim Middleon. 1999. *Studying Culture; A Practical Introduction*. Oxford : Blackwell Publishers

Grant, August E. 2009. *Understanding Media Convergence*. Oxford University Press

Gee, James Paul. 1999. *An Introduction to Discourse Analysis, Theory and Method*. London-New York. Routledge.

Gellner, Ernest. 1994. Menolak Postmodernisme. Penerjemah Hendro Prastyo dan Nurul Agustina. Bandung. Mizan

Gordon, Rich. *2003. The Meaning and Implications af Convergence.* Rowman & Littlfield Inc Oxford.

Grenz, Stanley J. 2001. *A Primer on Postmodernism*. Penerjemah Wilson Suwanto Yogyakarta. Yayasan ANDI

Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory*. Eight Edition. New York. Mc. Graw Hill.

Grossberg, Lawrance. et.al. 1998. *Media making : Mass Media in Popular Culture*. London. Sage Publications

Habermas, Jurgen. 1987. *The Philosophical Discource of Modernity*. Massachussets : The MIT Press.

---------- 2010. Ruang Publik; Sebuah Kajian tentang Katagori Masyarakat Borjuis. Penerjemah Yudi Santoso.Yogyakarta. Kreasi Wacana.

Hage, Goerge S., Everette E. Dennis, and Arnold H. Ismach. 1976. *New Strategies for Public Affairs Reporting, Invergigation, dan Research.* Englewood Clieffs, New Jersey. Prince Hall Inc

Hall, Stuart. 1997. *Representation : Cultural Represantion, and Signifing Practice*. London. Sage Publication.

---------- *(1980). 'Encoding/Decoding'* dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, dan P. Willis (ed). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies.* London & Birmingham: Hutchinson dan CCCS, University of Birmingham.

Hamad, Ibnu. 2004. Konstruksi Realitas Politik di Media Massa; Sebuah Study Critical Analysis Discourse, Analysis Discource. Jakarta : Granit.

---------- 2010. Komunikasi sebagai Wacana. Jakarta : La Tofi Enterprise.

Hardiman, Fransizco Budi. 1990. Kritik Ideologi. Yogyakarta : Kanisius.

Haryanto, Ignatius. 2014. Jurnalisme Era Digital; Tantangan Industri Media Abad 21. Jakarta : Kompas Media Nusantara.

Haryatmoko. 2016. *Critical Discourse Analysis* (Analisis Wacana Kritis); Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan. Jakarta. Rajagrapindo Persada

Heinonen, Ari. 1999. *Journalism in the Age of Net; Changing Society, Changing Profesion*. University of Tempere, Finland

Herman, Edward S. and Noam Chomsky. 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York : Pantheon Books.

Hidayat, Medhy Aginta. 2010. Menggugat Postmodernisme; Mengenali Rentang Pemikiran Postmodernisme Jean Baudrillard. Yogyakarta. Jalasutra

Hill, David T. 2011. Pers di Masa Orde Baru. Penerjemah Gita Widya Laksmini Soerjoatmodjo. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Hirst, Martin. 2011. *News 2.0 ; Can Journalism Survive the Internet?* Australia. Allen and Unwin

Ibrahim. Marwah Daud. 1994.Teknologi Komunikasi. Bandung. Mizan

Iggers, Jeremy. 1999. *Good News Bad News* : *Journalism Ethics and The Public Interest*. Boulder. USA. Westview Press.

Ishara, Luwi. 2011. Jurnalisme Dasar. Jakarta. Kompas

Iskandar, Dudi Sabil. 2015. Keruntuhan Jurnalisme. Jakarta. Lentera Ilmu Cendikia.

---------- dan Rini Lestari. 2016. Mitos Jurnalisme. Yogyakarta. Yayasan ANDI

Isra, Saldi. 2009. Kekuasaan dan Perilaku Korupsi. Jakarta. Kompas.

Jauhari, Haris. (ed). 2012. Jurnalisme Televisi Indonesia; Tinjauan Luar Dalam. Jakarta. Gramedia

Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture; Where Old and New Media Collide*. USA : New York University Press.

Jones, Alex S. 2009. *Losing The News; The Future of The News That Feeds Democrarcy*. Oxford University Press.

Jorgensen, Marianne W. and Louise J. Phillips. 2007. Analisis Wacana; Teori dan Wacana Penerjemah Imam Suyitno dkk. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Kattsoff, Louis O. 1989. Pengantar Filsafat. Penerjemah Soejono Soemargono. Yogyakarta. Tiara Wacana

Kellner, Douglas. 2010. Budaya Media; Cultural Studies, Identitas dan Politik; antara Modern dan Postmodern. Yogyakarta. Jalasutra.

Kotler, Philip, dan Amstrong. 1997. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 2. Penerjemah Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta : Prenhalindo.

Kovach, Bill and Tom Rosenstiel. 2007. *The Elements of Journalism*. New York, Amerika Serikat : Three Rivers Press.

---------- 2010. Blur : Bagaimana Mengetahui Kebenaran di Era Banjir Informasi. Penerjemah Imam Shofwan dan Arif Gunawan Sulistiyono. Jakarta. Dewan Pers

Kriyantono, Rachmat. 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

Kuhn, Thomas. 1962. *The Structure of Saintific Revolutions*. USA : Universitas Of Chicago Press.

Kunczik , Michael. 1988. *Concepts of Journalism. North and South*. Fredrich Ebert Stichtung.

Kuntowijoyo. 1991. Paradigma Islam. Kuntowijoyo. Bandung : Mizan

Lazaroiu, George.2012. *Challangges to the Epistemology of Journalism; The Architecture of the Contemporary Mediascope*. New York. Addleton Academic Publisher.

Lawraence, L. Neuman. 2003. *Social Research Methods (Qualitative and Quantitative Approaches)*. Seventh Edition. Edinburgh Gate. Harlow. Essex. Pearson Education Limited

Littlejohn and Karen A. Foss. 2008. *Human Communication*. Ninth Edition, California : Wadsworth Publishing.

Lowe, D. Hobson, A, dan P. Willis (ed). 1980. *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies,* 1972-1979. London & Birmingham: Hutchinson dan CCCS, University of Birmingham.

Lowrey, Wilson and Peter J. Gade (ed). 2011. *Changing The News ; The Forces Shaping Journalism in Uncertain Times*. London. Routledge.

Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. Teori dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Sosial Budaya Kontemporer. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

---------- 2014. Postmodernisme; Teori dan Metode. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Lyotard, Jean-Francois. 1984. Postmodernisme : Krisis dan Masa Depan Pengetahuan. Penerjemah Kamaludin. Bandung. Mizan

Magnis-Suseno, Franz. 2005. Pijar-Pijar Filsafat. Yogyakarta. Kanisius

Maksum, Ali. 2008. Pengantar Filsafat. Yogyakarta : Ar Ruzz Media.

Mannheim, Karl. 1991. Ideologi dan Utopia. Penerjemah F. Budi hardiman.. Yogyakarta. Kanisius.

Maras, Steven. 2013. *Objektivity in Jurnalism*. Cambridge : Polity Press

Martinet, Jeanne. 2010. *Clefs Pour La Semiologie*. Penerjemah Stephanus Aswar Herwinarko. Yogyakarta : Jalasutra.

McNair. Brian. 1995. *An Introduction to Political Communication. Second Edition.* London. Routledge

---------- 2000. *Jurnalism and Demokracy; An Evaluation of the Political Public Sphare*. London. Routlaedge.

---------- 2006. *Cultural Chaos; Jurnalism and Power in a Globalised World*. London. Routledge.

---------- 2015. Pengantar Komunikasi Politik. Penerjemah. Imam Muttaqin. Bandung. Nusamedia.

Mcquail, Denis. 1987. Teori Komunikasi Massa. Edisi kedua. Penerjemah Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta : Erlangga.

----------. 2013. *Journalism and Society*. New Delhi, Sage Publications India.

Mersey, Rachel Davis. 2010. *Can Journalism Be Saved ; Rediscovering America's Appetite for News*. Santa Barbara. California. Preager

Moleong, Lexy. J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta : LkiS.

Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London : Sage Publication.

Mufid, Muhamad Mufid. 2009. Etika dan Filsafat Komunikasi. Jakarta : Kencana.

Maksum, Ali. 2011. Pengantar Filsafat. Yogyakarta. Ar Ruzz Media

Mulyana, Deddy. 2001. Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar. Bandung. Remaja Rosdakarya

---------- dan Solatun. 2013. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. Remaja Rosdakarya

Munib, Muhammad dan Islah Bahrawi. 2011. Islam dan Hak Azasi Manusia dalam Pandangan Nurcholish Madjid. Jakarta. Kompas Gramedia.

Murdock, Graham and Peter Golding. 1979. *Capitalism, Commnunication and Class Relation*, dalam James Curran, Michael Gurevitch dan Janet

Woollacott (ed). *Mass Communication and a Society*. Baverly Hills : Sage Publication

Muslih, Mohammad. 2008. Filsafat Ilmu Kajian atas Asumsi Dasar, Paradigma, dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan. Yogyakarta. Belukar

Nasution, Zulkarimein. 2015. Etika Jurnalisme. Jakarta : Rajagrasindo Persada

Neuman, M Lawrence. (2003). *Social Research Methods (Qualitative and Quantitative Approaches).* fifth edition. USA

Nimmo, Dan. 1989. Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media, Penerjemah Tjun Surjaman. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Nugroho, Alois A. 2004. Esai-esai Bentara. Jakarta. Kompas

Obijiofo, Levi and Folker Hanusch. 2011. *Journalism Across Culture; An Introduction.* London. Palgrrave MacMilan

Ott, L Brian and Robert L. Mack. 2014. *Critical Media Studies; An Introduction Second Edition*. Willey Blacwell

Pavlik, John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York. Columbia University Press.

Pawito. 2008. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta. LKiS.

Piliang, Yasraf Amir. 2003. Hantu-Hantu Politik dan Matinya Sosial. Solo. Tiga Serangkai.

---------- 2008. Multiplisitas dan Diferensi; Redefinisi Desain, Teknologi, dan Humanitas. Yogyakarta. Jalasutra.

---------- 2011. Bayang Bayang Tuhan; Agama dan Imaginasi. Bandung. Mizan.

---------- 2010. Hipersemiotika. Yogyakarta. Jalasutra

---------- 2010. Post-realitas; Realitas Kebudayaan dalam Era Post-metafisika. Cetakan III. Yogyakarta. Jalasutra

---------- 2011. Dunia yang Dilipat. Cetakan 1. Bandung. Matahari.

Potter, Deborah. 2006. *Handbook of Independent Journalism*. Bureau of International Information Programs U.S. Departement of State.

Quinn, Stephen and Vincent F. Filak. 2004. *Convergent Journalism; An Introduction*. Oxford. Focal Press-Elsevier.

Ritzer, George. 2014 Teori Sosiologi Modern. Penerjemah Triwibowo B.S. Jakarta. Prenadamedia Group

Robinow, Paul Aesthetic. 2009. *Method, and Epistemology; Essential Work of Foucault 1954-1984*. 2009. Penerjemah Arief. Yogyakarta : Jalasutra

Rosenau, Pauline M. 1992. *Postmodernism and Social Sciences : Insight, Inroads, and Intrusion.* Princeton. Princeton University Press

Rusadi, Udi. 2015. Kajian Media; Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori, dan Metode. Jakarta. Rajagrafindo Persada.

Salim, Agus. 2006. Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta. Tiara Wacana

Sanders, Karen. 2004. *Ethics and Journalism*. London. Sage Publications Ltd

Schechter, Danny. 2007. Matinya Media; Perjuangan Menyelematkan Demokrasi. Penerjemah Gita W. Jakarta : Yayasan Obor.

Schoemacher, Pamela J and Stephen D. Reese. 2014. *Mediating the Message : Theories of Influences on Mass Media Content*. Third Edition. New York. Routledge

Schmidt, Eric and Jared Cohen. 2014. *The New Digital Age*. Penerjemah Sylviya Hanna. Jakarta. Kepustakan Populer Gramedia

Schudson, Michael. 2003. *The Sociology of News*. USA. W.W. Norton & Campony Inc

Schultz, Julianne. 1998. *Reviving The Fourth Estate*. United Kingdom. Cambridge University Press

Semetko, Holli A. and Margaret Scammell. 2016. Handbook Komunikasi Politik. Penerjemah GOR Lamahu. Bandung. Nusamedia

Siapera, Eugenia. 2010. *Cultural Diversity and Global Media*; *The Mediation of Difference*. United Kingdom : Blackwell Publishing.

---------- 2012. *Understanding New Media*. California. USA : Sage Publications.

Siebert, Fred S. Theodore Peterson, and Wilbur Schramm. 1963. *Four Theories of the Press the Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, Urbana: University of Ilinois Press.

Strinati, Dominic. 2007. Popular Culture : Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Penerjemah Abdul Mukhid. Yogyakarta. Bentang Pustaka

Sobur, Alex. 2006. Analisis Teks Media. Bandung : Remaja Rosda Karya.

Sugihartati, Rahma. 2014. Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.

Sugiharto, Bambang. 1996. Postmodernisme : Tantangan bagi Filsafat. Yogyakarta. Kanisius

---------- 2004.Wajah Baru Etika dan Agama. Yogyakarta. Kanisius

Sularto, St dan F. Harianto Santoso, Kompas Way; Jakob's Legacy, Jakarta Kompas Media Utama, 2016.

Sularto St (ed), Humanis dan Kebebasan pers; Menyambut 70 Tahun Jakob Oetama, Jakarta, Kompas Media Utama, 2001

Susetyo, Benny. 2004. Hancurnya Etika Politik. Jakarta Kompas

Storsul, Tanja and Dagny Stuedahl (ed). 2007. *Ambivalence Toward Convergence; Digitalization and Media Change*. Goteborg. Sweden. Nordicom.

Tebba, Sudirman. 2005. Jurnalistik Baru. Jakarta. Kalam Indonesia.

Thompson, B. John, 2015. Kritik Ideologi Global; Teori Sosial Kritis tentang Relasi Ideologi dan Komunikasi Massa. Penerjemah Haqqul Yakin. Yogyakarta : IRCiSod.

Thwaites, Tony dkk. 2009. *Introducing Cultural and Media Studies.* Penerjemah Saleh Permana. Yogyakarta. Jalasutra

Venus, Antar. 2004. Manajemen Kampanye; Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung. Simbiosa Rakatama Media.

Wasesa, Silih Agus. 2011. Political Branding dan Publik Relations. Jakarta . Gramedia Pustaka Utama

West, Richard and Lynn H. Turner. 2007. *Introducing Communication Theory*. New York : The McGraw-Hill Companies.

Wodak, Ruth and Michael Meyer. 2001. *Methods of Critical Discourse Analysis*. New Delhi. Sage Publications Ltd

Yin, Robert K. 2011. *Qualitative Research from Star to Finish*. New York, London Guilford Pres

Disertasi

Aduda, David Otieno, 2016. *Impact of Media Convergence on Corporate Performance of Media Organization in Kenya*, Strathmore Business School Strathmore University. University of Sydney, Australia

Dena, Christy, 2009. *TransmediaPractice; Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments,* School of

Letters, Art and Media Department of Media and Communications Digital Cultures Program of Sydney Australia

Erdal, Ivar John. 2008. *Cross-Media News Journalism ; Institutional, Professional and Textual Strategies and Practices in Multi-Platform News Production*. Faculty of Humanities University of Oslo. Norwegia.

Karandikar, Mangesh Manohar. 2013. *Media convergence and communication features in websites of political parties in India.* Department of Communication and Journalism University of Mumbai, India.

Zhang, Yuyan Ernest. 2008. *Examining Media Convergence: Does It Converge Good; Journalism, Economic Synergies, And Competitive Advantages?* Faculty of the Graduate School University of Missouri-Columbia. USA.

Jurnal

Sudibyo, Agus, Jumal llmu Sosial & IImu Politik. 2000. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.Vol. 4. No Z

Agung, S. Saswoprasodjo. Jurnal Komunikasi Pembangunan. Februari 2008. Vol. 6 No. 1. Institut Pertanian Bogor : 97-98

Majalah

- Uno Megazine : *The Post-Truth Era* : Reality vs Perception. March 2017. Madrid.

Situs

- www. remotivi.com
- https://www.technologyreview.com/s/401042/convergence-i-diverge/
- http://pindai.org/2014/12/03/media-sebagai-aktor-politik.
- http://kbbi.web.id/kampanye.
- http://www.kpu.go.id/dmdocuments/pkpu_15_2013_kampanye.pdf.
- http://www.kpu.go.id/dmdocuments/PKPU_26_2013_2114.pdf.
- http://pindai.org/2014/12/03/media-sebagai-aktor-politik. http://www.andreasharsono.net/2005/02/tujuh-kriteria-sumber-anonim.html.
- http://asne.org/content.asp?contentid=335
- http://www.beritametro.news/opini/lima-salah-kaprah-tentang-hak-asasi-manusia
- https://www.komnasham.go.id/
- https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth
- https://www.pbhmi.or.id/profil/ad-art.

- https://chomsky.info/consent01/.
- http://kpi.go.id/index.php/id/.
- http://kbbi.web.id/humanisme
- https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth

Koran

- Ahmad Sahal. Cultural Studies dan Tersingkirnya Estetika. Kompas, 2 Juni 2000.
- Ashadi Siregar. Krisis Dua Profesi. Kompas, 11 Juni 2014
- Agus Sutisna. Republika. Selasa, 4 Juli 2017
- Editorial The Jakarta Post, Jumat 4 Juli 2017
- Agus Sudibyo, Nihilisme Moralitas Bermedia, Kompas, 27 Maret 2017

Dokumen Lain

- Kode Etik Jurnalistik
- Universal Declarations of Human Right

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA HARIAN KOMPAS

SUTTA DHARMASAPUTRA

(WAKIL REDAKTUR PELAKSANA HARIAN KOMPAS)

Secara umum bagaimana Anda melihat media (peta, peran, dan fungsi) ketika kampanye Pilpres 2014

Narasumber : Ya nanya pengamat media kali ya biar netral karena kita sesama media masa mengomentari media, tapi intinya memang dalam pilpres2 yang lalu lah ya a... kita melihat bahwa independensi itu kan menjadi penting, nah tapi kita juga sadari awal ketika a... bebrapa bulan sebelumnya itu saya kebetulan mendapat tugas kepala despolitik waktu itu kita memastikan sebetulnya a... untuk memastikan bahwa kita juga independen, terutama kita itu yang menjadi sorotan sebetulnya, adalah fokus kita adalah mengenai penyelenggaraaan pilpresnya sendiri, bukan calonnya. Siapapun calonnya yang menang waktu itu garis apa, kebijakan editorialnya waktu itu kita tetapkan siapapun yang menang kita tidak ada persoalan. Yang terpenting pemilunya dilaksanakan secara berkualitas seperti itu. Kemudian waktu itu kita melihat a... ada teori waktu itu siapa sih, bahwa a... salah satu ujian dari demokrasi adalah ketika beralih dari rezim otoriter ke rezim demokrasi, biasanya ujiannya 2 kali pergantian rezim gitu. Nah kita melihat, pergantian pilpres kali ini menjadi sangat penting apakah Indonesia itu demokrasinya akan terus berkembang atau dia mundur kebelakang karena demokrasinya rusak. Nah dengan dasar itu kita menyoroti pilkada itu.

Nah kalo nanya soal peta media a... karena kita sadar di media ini banyak yang dari partai politik dll. Kita dari awal memastikan bahwa kita tidak a... berpihak pada partai mana pun dan kita memastikan kemudian waktu itu kita bagi juga semua tim itu dibagi dengan 2 calon. Kemudian litbang juga dilibatkan. Intinya untuk memastikan independensi lah, independensi dari kompas sebagai media gitu. Nah peta medianya seperti apa mungkin saya gangerti ngomong seperti apa, tapi yang jelas kita juga mendapatkan informasi ada media2 yang misalnya ada kebijakan editorial, memilih narasumber ini gaboleh ini gaboleh, di kita sih gaada, bahkan kalo di kita kan orang yang bergabung ke partai politik harus keluar dari redaksi, nah ini garisnya.

Penanya : Bagaimana sikap (media) Anda ketika kampanye Pilpres 2014?

Narasumber : Kita bilangnya tu independen lah, kita independen artinya ketika kita misal melihat persoalan ini penting it karena penilaian kita sendiri, bukan karna apakah a... dibayar atau apakah ada janji2 politik tertentu. Ketika misalnya kita memuat ini ada janji2 politik tertentu dll, bukan karena itu. Tapi karena yang nilai yang kita yakini itu benar. Jadi lebih karena itu. Tapi untuk

menjamin netralitas, tetep kita juga dari awal meminta litbang untuk mengukur proporsionalitas cerita, tune, dll. Gitu.

Penanya : Apakah pertimbangan-pertimbangan keberpihakan media Anda ketika kampanye Pilpres 2014?

Narasumber : Mmmm... kita si dari dari awal bahwa Kompas itu kan media... selalu diingatkan oleh pak Yacob a... ruang untuk semua lah, memberi ruang untuk semua, ya namanya juga media. Jadi seperti itu, tetapi bukan berarti tanpa nilai ya, apapun kita beritakan, apapun kita campuri, artinya kalopun itu diberitakan atau tidak itu lebih karena penilaian tim kita sendiri, a... bukan karena intervensi atau a... apa ya... sub koordinasi, kita menjadi bagian sub koordinasi dari kepentingan yang besar sehingga kita mau gak mau harus mengikuti, bukan karena itu. Jadi independen itu diartikan biasa saja, menafsirkan dan membuat liputan2 jurnalistik yang menurut kita penting untuk semua, baik itu calon A, calon B, pendukung calon A, pendukung calon B, dengan dasar tapi kita juga meyakini yang kita tulis itu bermanfaat ya, bukan untuk tujuan yang merusak.

Penanya : A... kalo kemudian mengatakan begitu, pertanyaannya bagaimana memposisikan ketika menulis berita tentang Prabowo adalah tentang masalah HAM yang mengatakannya Wiranto. Banyak orang melihat Kompas adalah berpihak pada sisi yang lain, gimana itu bisa menjelaskan itu?

Narasumber : Nah, a.. saya juga berulang kali menjelaskan itu ke banyak juga yang membuat thesis, skripsi. Saya bilang begini, ketika Kompas itu dari dulu tidak memperjuangkan HAM, baru sekarang memperjuangkan HAM nah mungkin itu bisa dipertanyakan. Tapi kalo dari dulu Kompas itu memperjuangkan HAM, kemudian sekarang di pilpres juga memperjuangkan HAM, ya itu memang nilai2 yang diperjuangkan Kompas. Bukan karena kepentingan politik sesaat, bukan karena pilpres gitu loh. Nah ini yang menurut saya banyak orang yang ga paham, kalo tapi sebaliknya juga adalah yang menarik gini mas, sebagai tolak ukur kita apakah kita menimbang2 bahwa ini memperhatikan aset proporsionalitas dll. Yang menarik dalam liputan2 pilpres itu, orang... aktivis HAM komplain ke kita, komplain ke kita. Kompas nih kok kayaknya gak semua berita2 kita dimuat di kompas soal HAM itu. Sebalikya dari kubunya Prabowo, bilang oh ini nyerang kita. Nah menurut saya dengan seperti itu, itu bukti bahwa kita itu independen. Kita juga sadar ada liputan2 yang aktivis HAM itu yang di create sedemikian rupa untuk kepentingan campaign lah. Ya kita gak akan memuat serta merta seperti itu. Kan ada tuh aktivis HAM yang jadi bagian dari organik untuk kampanye, ya kita juga ga melihat itu. Tapi sebaliknya juga, ada fakta2 yang keras sebetulnya yang itu saya sampaikan ke pak Hasyim, waktu itu pak Hasyim Jaya datang kekompas ini. Kompas bilang ke pak Hasyim kalau kita tdk memperhatikan a... pemilu ini, kita gelontorkan semua data yang kita punya, itu lebih berantakan lagi. Jadi kita juga menimbang sebetulnya dalam kontek nilai penegakkan HAM untuk kita liat, apalagi kita sadarkan dalam konteks HAM itu belom ada produk hukuman, yang paling kuat daripada hasil penyelidikan tim Advok. Jadi kita liat dokumennya kita juga punya, kemudian hasilnya sampai saat ini adalah ini yang terkuat, ya berarti

kita mengacu kesini. Kecuali ada pengadilan yang sudah memperkuat bahwa ini bukan a... apa a... legalitasnya ya, ada yang jauh lebih kuat mungkin kita mengacu kesana.

Jadi ada aspek legalitas juga yang kita perhitungkan, karena hasil penyelidikan tim Advok yang masih kita pegang dan belom ada yang lebih kuat dari itu, ya kita mengacu ke situ. Sambil karena kita menyadari ya Kompas dari dulu kan penegakan HAM menjadi hal yang sangat penting. Jadi lebih kesana.

Penanya : Walaupun kemudian di komplain oleh pihaknya Prabowo? Hahaha

Narasumber : Pak Prabowo komplain, tapi dari pihak aktivis HAM juga komplain karena ngerasa harusnya Kompas ini kalo di bayangan mereka sih, kalo mereka membandingkan dengan tidak ada pemilu, itu beritanya lebih gencar digelontorkan, tapi kita engga juga sih, jadi kita dapet komplain dua2nya gitu. Itu saya sampaikan juga ke pak Hasyim.

Apakah sikap, pendirian dan pilihan politik pendiri/pemilih/pemegang saham (media) Anda berpengaruh dalam pemberitaan ketika kampanye Pilpres 2014?

Narasumber : A... beruntungnya di Kompas itu ya, memang pak Yacob itu gapernah sih, gapernah, gapernah mendirect gitu, bahwa kita harus porsinya begini, yang sering dilakukan pak Yacob itu lebih menggugat sih. Eh ini apa betul ya begini, jadi kita diajak berpikir ulang sih sebenernya ada ga sih perspektif lain. Tapi dia itu gapernah kok misalnya jangan diberitakan ya soal ini, narasumbernya jangan ini. Kalo misalnya kita melihat sebuah liputan termasuk a... pilpres juga, Jokowi misalnya, pak Yacob sering melihat a... tapi kapasitasnya dimana ya pak Jokowi ini, beliau kan dari Solo, kayaknya frame nasionalnya belom, kurang. Nah dari situ, kita melihat itu aspek2 itu, oh tapi ada pak Jusuf kalla nih, ok. Pak Prabowo juga dinilai, pak Yacob memang punya kedekatan dengan pak Jusuf Kalla ya, dia lebih... tau banyak lah soal pak Jusuf Kalla. Tapi pak Jokowi juga belom terlalu kenal, belom terlalu kenal. Dan banyak gugatan2 dari pak Yacob, cobalah dilihat. Tapi kalo pak Prabowo gimana ya, boleh juga ya, tegasnya gitu. Jadi a... gaada arahan yang lebih spesifik yang selalu diingatkan pak Yacob, bahwa ya kita ini independen bukan untuk apa... kepentingan calon tertentu, tapi yang kira2 bisa membawa Indonesia ini lebih baik siapa coba ditmbang timbang bener lah. Jadi sebetulnya normatip dan apa yaa... ya sangat normatip lah pendekatannya, membuat kita untuk lebih membuka siapa pun. Memang selalu nanya, ini perkembangannya gimana, ini perkembangannya gimana, trennya seperti apa, selalu nanya itu. Tapi harus begini harus begini engga.

Penanya : Jadi... mungkin karena kharisma dan pendirinya aja kemudian ngaruh ke kita gitu?

Narasumber : Kharisma... ya... artinya kita menduga gitu misalnya pak Yacob memilih siapa gitu? Engga juga, kalo masalah ngikutin perdebatan di news room sengit lah, sengit di dalem itu, yang masih punya a... apa, preferensi politik

ya, bukan dia menjadi anggota partai politik ya, kan masing2 punya pertimbangan, kenceng, kenceng. Kenceng dan di kita itu memang dibiasakan juga si ya debat, debat aja gitu. A... gaada misalnya orang punya preferensi politik S, kemudian akhirnya dikucilkan kan, apalagi misalnya posisinya jadi buruk gitu, engga tuh, engga. Kalo menurut saya, kaya di pilpres ini kan kita bagi ada tim yang a... jagain Prabowo, ada yang timnya Jokowi, ya masing2 kalo pas liputan memang sempet rame juga, kenceng juga, tapi setelah liputan ya yaudah. Itu karena kebawa, karena kebawa emosi sesaat aja, tapi disini mengeluarkan juga semua uneg2nya. Itu misalnya artinya kalo kharismanya pak Yacob itu tidak seperti itu, ya gaberani ngomong juga lah di rapat itu. Jangan2 pak Yacob arahnya kesini, gaberani ngomong ah aku, tapi engga juga sih, berani aja. Jadi, kalaupun ada mungkin lebih pandangan2 pak Yacob yang pokoknya kita jagain ini untuk, ini untuk kemajuan semua loh gitu.

Penanya : Jadi... at atau sikap nothing to lose kompas itu karena pemimpin pasar?

Narasumber : Pemimpin pasar...

Penanya : Jadi... ga perduli siapa pun yang menang gue tuh diatas, pemimpin pasar. Jangan2 begitu, nothing to lose? Kalo orang lain sorry, yang saya wawancarai yang lain, yang waktu itu saya wawancarai sorry, menurut Gema aduh melihat ini salah, mati deh nih koran gue. Kompas karena sebagai pemimpin pasar di media cetak contoh, siapa pun yang menang tenang aja, toh gaada urusan kok. Berpikir nothing to lose gitu. Dukung Prabowo oke, dukung Jokowi oke.

Narasumber : A.... kalo kita tuh lebih soal ke pasar ga terlalu khawatir kok mas, yang khawatir tuh gini a... ada semacam ketidakpercayaan masyarakat pada kita dalam mempertahankan persolan yang keliru, misalnya kalo di pilpres ini kita ada survei, bahwa hasil survei kita kredibel, ternyata tidak kredibel, lebih karena itu. Jadi kalo menentukan sikap yaa, bahwa kita mengambil inilah, gaperdulilah pasar pokoknya percaya sama kita gitu. Kayaknya engga sih, yang malah yang dijaga itu sebaliknya, jangan sampe keliru, jangan sampe keliru, sehingga orang itu merasa kompas nih gabisa dipercaya, tidak bisa dipercaya, karena ada a... fakta2 yang keliru, nah itu, itu yang lebih dijagain sih. Untuk supaya kita tetep mendapatkan kepercayaan, memang bahkan kalo di pilpres itu kan, ada yang merasa Kompas pro Jokowi lah, akhirnya dia tidak percaya, tapi itu fakta, yang kita kasih itu adalah fakta, pilpres itu kan survei kita juga sempet ragu2, keluarkan apa engga, keluarkan apa engga. Karena ya itu, kita khawatir begitu ngeluarin dianggap pro, tapi kalo gak di keluarin ntar jadi pertanyaan juga, jadi pertanyaan juga, gitu gitu, nah kaya gitu2. Belom ntar kalo dikeluarin, takutnya rusuh, itu seperti apa. Nah itu, jadi banyak pertim, saya itu agak, saya beberapa kali sih ngasih tau juga ke temen2, pas kalo ngobrol di media lain, memang kayaknya hal ini gaada di media lain gitu, pertimbangan kadang2, pertimbangan di luar jurnalistik gitu. Bahwa, nah mungkin kalo ini memang, memang warisannya pak Yacob ya. Bahwa kita nulis justru bukan hanya semata mata untuk pasar... tapi semata mata istilahnya untuk tanda kutip meskipun

mungkin agak bombastis lah ya, untuk negara ini supaya lebih harmonis, toleran, itu tuh ada banget, pertimbangan itu tuh ada. Jadi kalopun dari sisi pasar misalnya sebenarnya jauh lebih menarik, kita, kita ga ngangkat juga loh. Kan kalo artinya tadi yang mas katakan semata2 untuk pasar macem macem, pertimbangan2 itu kan kuat. Ada yang ga menarik untuk pasar juga, ada yang menarik untuk pasar tapi kita ga angkat juga itu. Jadi, bahkan ada yang bilang, wah berita Kompas ga menarik nih, memang saya juga menyadari, sisi jurnalistik itu ga menarik, tapi ngademin, ngademin gituloh, kalo ga negara ini jadi rusuh, ricuh terus kayak gitu2. Jadi, kalo yang diartikan semata mata untuk pertimbangan pasar kesana, kayaknya engga, lebih ke.

Penanya : Tapi orang kemudian akhirnya memahami, pola, galian, dan karakter si jurnalistik Kompas. Jadi dalam bahasa sesama saya mantan wartawan tuh, gamungkin deh Kompas ada investigasi kayak Tempo tiba2 seperti apa. Karena gaya dan karakter Kompas bukan seperti itu. Saya memahami seperti itu, ada gaya dan karakter tersendiri, betul?

Narasumber : Kalo itu bisa jadi, betul. Jadi a... biasanya kita temuan itu kita simpan sebagai background, tidak serta merta di, di apa, di buang begitu aja ke publik gitu. Sehingga, contoh yang waktu itu terakhir itu yang, transkrip apasih, kita punya itu transkrip juga, Cuma bedanya Tempo mempublikasikan itu, kemudian kita engga. Bahkan kita dapet lebih dulu, jadi ada fakta2 yang menurut, tapi itu memang beban sejarah kita nih wartawan di Kompas, kalo kita lihat jurnalistik menarik (penanya tertawa). Tapi ternyata kita tidak bisa begitu, jadi ada faktor2 yang kita tuh, a... tugas jurnalistiknya kita penuhi, tapi diluar itu tuh ada pertimbangan yang lain, terutama ya itu, kalo ada persoalan yang jauh lebih besar, yang menurut kita itu harus kita jaga, itu kita bisa korbankan tuh. Itu kita jadi bisa menjadi daya tarik jurnalistik bisa kita korbankan untuk itu.

Penanya : Jadi kalo positioning jurnalistik Kompas itu, secara singkat bagaimana? Ada Tempo da media, ada koran Tempo, ada Republika, ada apa. Positioning Kompas itu khusus dalam pilpres itu gimana akhirnya?

Narasumber : Positioning Kompas itu a... independen pasti, ya kan. Kalo independensi nama lah ya, mungkin Tempo juga independen. Bedanya mungkin kita tidak lugas, kita menyampaikannya mungkin secara ya, kalo kata pak JK kompas itu melihatnya cuma gestur, gestur, gestur kalo istilah pak JK hehehe. Nah tapi, nilai2 itu kita sampaikan tidak serta merta, tidak sertaa... tidak (samar-samar) kalo istilah Jawa itu. Silahkan orang menafsirkannya dengan gaya Kompas, kita itu melihatnya persoalannya tuh ini.

Penanya : Bukan kah itu sama saja dengan kepribadian pak Yacob? Maksud saya itu. Artinya ada korelasi yang jelas, tadi kepribadian, karakter, watak, pak Yacob terhadap jurnalistik. Nah pak Yacob, secara redaksi tadi bilang tidak ikut campur, ternyata passion, rasa pak Yacob itu mengakar kan?

Narasumber : Mengakar, tapi juga pertimbangan rasionalnya a... pak Yacob dan itu juga bukan semata mata karena figur pak Yacob ya. Tapi itu juga

sudah melembaga karena kita juga mungkin punya pengalaman panjang pak. Jadi, ternyata gaya semacam itu lebih mudah diterima jangan2 di kultur kita. Jadi contoh ketika misalnya sangat frontal seseorang yang a... dijelaskan itu dia pasti akan kecewa dan dia akhirnya ngambil jarak dengan pers, ketika ngambil jarak, dia gak akan memberikan informasi lagi. Konsekuensinya kita tanpa sadar bisa mendapat informasi ini jadi ga utuh, misal contoh kita nyerang (samar) kenceng, orang ini kan antipati, wah ini kamu udah geblock sana. Dia gabisa ngasih informasi ke kita, konsekuensinya kita cuma dapet informasi dari pihak yang satu. Lama2 ini kita kebentuk karena informasinya banyak ke kita satu itu, ya kita terbentuk karena informasi itu. Nah, saya liat... kalo saya nyebut nama Tempo, kelemahannya itu. Contoh ya apalagi tim media sosial ketika dia membentuk sikapnya memeres, orang2 itu antipati itu dia, langsung membuat blog, nah dia akhirnya gadapet informasi yang banyak. Kita memang mungkin dianggap ini begini, dianggap ini begini, okelah tapi kita masih bisa bicara. Kita dapet informasinya nutup. Sehingga kita nilai oh ternyata ini toh gitu. Nah konsekuensinya juga masukan yang kita berikan juga bisa diterima dua pihak, sebagai masukan lebih berarti. Ketimbang, di kita kan budayanya gitu ya, orang kalo dikasih tau salah, belom tentu diterima loh, meskipun dia ngerasa salah. Kalo disampaikan secara terbuka di depan umum, menyinggung, tapi kalo ngomongnya pribadi, kemudian disampaikannya secara santun, orang nerima kok substansinya, karena yang dia jaga kan sebetulnya mukanya, bukan substansinya gitu. Nah, pemahaman2 itu tuh udah melembaga di kita, jadi terlepas ada figur pak Yacob, kemudian tapi itu juga ada proses perjalanan sejarah yang panjang ya di masa yang lalu, ketika kita di bredel, kemudian a... kita sadar bahwa kita harus minta maaf, nah itu kan tidak mungkin dilakukan oleh a... jurnalisme misalnya kita liat Tempo gitu. Apakah minta maaf itu a... salah? Nah itu kan bisa menjadi perdebatan.

Penanya : Ketika disebut dengan interseksualitas gitu ya(narasumber dan penanya tertawa bersama).

Narasumber : Nah, tapi menurut saya gapapa, ada saling mengisi. Makanya kita menyadari, Tempo itu penting, dengan kita itu istilahnya partner lah, ada yang bisa nonjok langung, kita maennya ya gak.

Penanya : Disaat pilpres itu begitu keras pertarungannya antara kubu Jokowi dan kubu Prabowo? Bagaimana Kompas mendefinisikan kebeneran dalam pengertian jurnalistik pihak Prabowo dan kebenaran jurnalistik pihak di Jokowi? Contoh, tadi mas Yuka udah bilang bahwa HAM, pelanggaran Prabowo HAM, itu demikian tertindih kebenerannya adalah tektok pengadilan. Jokowi itu orangnya a... sederhana, orang mendefinisikan Jokowi sederhana. Bagaimana Kompas mendefinisikan kebenaran2 itu di masing2 pihak dari para jurnalistik?

Narasumber : A... yang menarik sebetulnya waktu di pilpres itu ya, a... dari pihak Jokowi justru dia itu ngerasa gini, a... nih Kompas nih ga adil nih. Bahwa, kan kalo di media laen, dan sebetulnya menarik gitu. Jokowi yang bukan siapa2 kemudian menjadi siapa2 itu, itukan dianggap menjadi sebuah prestasi

yang luar biasa kalo diliat dari perspektif yang lain. Nah, kemudian a... kok ini kemudian kalo dari versinya mereka, kita tuh gabanyak mengangkat isu2 itu. Nah, konsekuensinya kalo kita ga mengangkat berarti kita kan ga banyak juga menyoroti sebetulnya apa yang dilakukan oleh Jokowi gitu. Nah, tapi dari tim Prabowo sebaliknya, kalo Kompas sih ngeliat Prabowo yang salahnya melulu, salahnya melulu. Nah kebetulan karena memang Prabowo udah banyak bertugas kan jadi ada fakta2 sejarahnya gitu. Nah, cuma waktu itu kita melihat sebetulnya ya itu kembali ke asas hukum gitu kan, ke proses hukum. Kita melihat, apakah ini persoalan itu bisa setara? Kita melihat sebenarnya tidak setara, yang satu persoalannya sudah masuk ke proses hukum, ada pengadilannya, udah diselidiki dengan sedemikian rupa. Kemudian yang ini, tarolah Jokowi yang belom punya kapasitas dll. Ini juga dianggap sebagai kekurangan, tapi kalo diliat sebetulnya, gabisa dibandingkan harus apple to apple. Contoh misalnya menulis Prabowo soal HAM dengan menulis Jokowi yang belom punya a... apa pengalaman, itu harus proporsional sama istilahnya kalo di angka kan 50-50. Menurut kita itu kadarnya pasti berbeda, yang satu sudah menyangkut persoalan hukum, kemudian udah ada investigasi segala, ini persoalan yang lebih normatip sebetulnya. Kan sebenarnya pertanyannya begini dulu, kan Prabowo juga belom punya pengalaman juga jadi presiden gitu. Sama2 juga gitu, nah ini yang a... kita liat a... kalo ada orang yang melihat dari aspek a... proporsionalitas itu seolah olah Kompas tidak proporsional membedah satu2 mungkin disitu. Tapi kalo yang secara fair, kita liat kalo soal... tulisan dll itu kita bikin sama. Artinya personalitas kita bandingkan dengan personalitas gitu, pakaian kita sandingkan dengan gaya berpakaian, orang makan kita sandingkan dengan makan. Artinya apple to apple, tapi yang satu tidak punya persoalan hukum yang satu punya perosalan hukum, itu kan beda. Jadi dalam tataran itu mas kita melihatanya. Kebenaran.

Penanya : Berarti pengertian adil atau keadilan dalam perspektif Kompas ketika pilpres terhadap Jokowi dan Prabowo itu ukuran2nya adalah berbeda?

NArasumber : A... ya itu, yang agak berbeda kalo dalam konteks hukum, kalo dalam hal yang lain sama ya... personalitas, kita liat dia secara psikologisnya, kemudian gayanya. Misalnya Prabowo pun kita liat juga sama, karena itu kan sama tuh. Kalo misalnya a... kasus hukum, yang satu memang gapunya persoalan kasus hukum, waktu itu sempet dipersoalkan kasus hukumnya itu apa ya a... waktu itu yang mencuat soal a... Transjakarta apa apa gitu ya. Transjakarta waktu itu. Nah persoalannya itu kita juga tulis, tapi itu ga sekuat dengan, karena memang proses hukumnya belom. Dibawa ke pengadilan pun belom, nah yang ini. Jadi memang tonenya tuh agak berbeda, jadi ketika membuat sama rat, sama, tapi dalam konteks persoalan2 yang berbeda, memang itu justru gak adil. Nah itu yang diliat bahkan oleh timnya Jokowi, Kompas ini sebenernya, istilahnya banyak yang positif Kompas ga memberitakan, karena takut sama Prabowo katanya, karena mendapat tekanan dari pihak Prabowo, kalo dari pihaknya Jokowi, protes ke kita. Nah kalo dari pihaknya Joko, pihaknya Prabowo, Kompas ini ngehajarin Prabowo karena Prabowo kuat gituloh. Gitu, jadi kita ngeliat selama masih ada 2 orang yang protes itu, ya berarti kita memang ga ke siapa2. Karena kita memang sendiri

gitu, kan beda, kalo koordinasi ya, mas kita beritakan gimana, ya dia sudah tau sama tau.

Penanya : Jadi keadilan yang disebut Kompas dalam pemberitaan itu ketika ada protes dua2nya ini?

Narasumber : Itu salah satu tolak ukur sih, salah satu tolak ukur. Kemudian dan itu didasarkan pada independensi kita ya, bukan... oleh siapa pun. Bahkan, a... kita tuh sampe ngukur gini mas, untuk iklan kan ada yang bilang iklan, itu salah satu penyebab kita tidak independen, iklan itu untuk, untuk ngirim proposal aja ke tim suksesnya aja, kita wanti2 itu ke bagian bisnis itu, dikirim harus pada saat yang bersamaan, dan ada tanda terimanya. Sampe segitunya, hari ini ya, karena waktu itu saya bilang, ada upaya dari media2 tertentu ngeblock iklan, atau bahkan iklannya itu dikasihnya belakangan, jadi yang bersangkutan itu gabisa pasang iklan, karena waktunya ga cukup, dia harus ngedesain macem2. Itu strategi supaya dia itu tidak beriklan, sampe kaya gitu, di TV sampe ngeblock, mau pasang iklan sampe gabisa gitu. Taktik ngeblock2nya itu kaya gitu, nah karena ada fakta2 semacam itu, bagian bisnis pun kita minta untuk begitu.

Penanya : Ok. A... salah satu etika, ya etika dan prinsip dari jurnalistik itu adalah obyektifitas. Nah, gimana Kompas memberlakukan obyektifitas disaat pertarungan yang luar biasa sengit begitu? Selama 1 bulan, relatif panjang itu.

Narasumber : Memang agak susah sih ya obyektifitas itu, tapi kalo menurut saya, a... ketika kita independen aja itu udah salah satu unsur obyektifitasnya kemungkinan kan masih bisa ter... penuhi lah. Bahwa kita menulis karena kita sendiri bukan karena a.. yang lain. Kemudian a... kemudian ketika kita ada sengaja dibuat a... apa, buat tim yang berbeda sehingga kita masing2 mendapatkan informasi yang sama, itu juga kita anggep upaya untuk kita obyektifitas. Kemudian fakta sih kita cek terus, fakta2 jurnalistik kita masih cek, kita masih konfirmasi ke yang bersangkutan. Jadi ketika ada sesuatu gitu, kita konfirmasi, meskipun belom tentu juga diberitakan, belom tentu semua di beritakan. Tapi kita cek dulu gitu, untuk memastikan a... jangan sampai wartawannya itu terbawa kan, karena tim sukses itu kalo intimidasi ke wartawan kenceng banget, kenceng banget. Duh kok ini nulis kita cuma segini doang, atau Kompas nih terlalu begini. Padahal kita udah punya ukurannya, udah pas, sama. Cuma kan upaya untuk begitu, Kompas ini pro Jokowi, oh berarti kan ini supaya mereka mendapatkan porsi yang lebih besar, padahal ukurannya kan udah sama. Begitu juga dengan sebaliknya, Kompas ini takut sama Prabowo, kok gapernah nulis kita. Jadi, sambil ada ukuran parameter2 a... yang terlihat, tapi yang tidak terlihatnya ya kita pastikan juga gaada satupun yang ngelibatin gitu2. Dikeluarin itu, jadi betul2 supaya independen lah.

Penanya : Terus masalah netralitas, a... secara sederhana mungkin, atau gimana Kompas mendefinisikan netralitas saat ini? Kan beda netralitas dan independen saat itu.

Narasumber : Nah, a... netral dalam artian bahwa kita itu a... 50-50. Itu kita terjemahkan dalam a... fakta2 yang terukur tadi itu. Bahkan, sampe segininya kita itu ngeliat. Foto jobs itu kan ya kalo di koran, mungkin mas juga tau kali, halaman 2 dengan halaman 3 itu, pasti lebih banyak orang halaman 3 karena di kanan. Nah, sampe itu pun kita itung itu, foto Jokowi yang di kanan hari ini, besoknya foto Prabowo yang di kanan itu dikiri itu. Besarnya, kalo memang netralitasnya itu di art, diartikan 50-50, sampe segitu tuh kita itungnya itu. Nah kemudian, a... kalau dalam konteks nilai, kalo 50-50 mungkin engga, kalo menurut saya. Tapi itu tu bukan karena arahan, bukan, tapi karena pertimbangan2 rasional dari si wartawan itu sendiri. Yang dia udah bergelut sekian tahun, ngeliput politik, kemudian ada yang ikuti HAM juga banyak, kemudian yang ada di tim sukses dari situlah dia bergelut. Tapi tetep juga kita a... proporsional artinya sampe, bedanya mungkin dengan Jakarta Post dengan dll. Itukan udah jelas2 tuh, Tempo kan juga tuh Aburizal Bakrie, kaya gitu2 kan, kita gak segitunya (penanya dan narasumber tertawa bersama), kita ga segitunya.

Penanya : A... nah ini, sering, bukan sering, a... karena keberpihakan, karena pertarungan begitu keras itu, maka kepentingan publik itu, itu relatif tersingkirkan. Bagaimana Kompas mendefinisikan kepentingan publik dalam kancah pilpres yang pertarungannya luar biasa, seru begitu?

Narasumber : Nah kalo kita sih ngeliat makanya dari awal kalo dalam konteks publik, penyelenggaraan pemilunya. Mungkin dibandingkan semua media, media yang paling menyoroti penyelenggaraannya itu kita.

Penanya : Bukan ke calonnya ya?

Narasumber : Bukan ke calonnya. Jadi, diantara semua media, kalo mas perhatikan itu, yang bener2 mengupas a... penyelenggaraan itu kita. Jadi, itulah kita tafsirkan sebagai penyelenggaraan, a... kepentingan publik. Pemilu yang demokratis. Karena kalo untuk calon, waduh susah mas, semua itu punya... dikepalanya itu punya penafsiran sendiri2 itu.

Penanya : Preferensi?

Narasumber : Preferensi, jadi dan kita pun bisa terombang-ambing gitu kesana. Kemudian sebatas bahwa kita misalnya, saya rasa gaada di... Indonesia ini yang tidak setuju menegakkan HAM, meskipun ketika pilpres ini menjadi persoalan gitu. Tapi, kalo dikembalikan subtansinya soal penegakkan HAM, pasti saya rasa, apalagi di era reformasi ini, gaada yang ga setuju dengan penegakkan HAM dan jangan sampe fenomena yang lalu itu terulang kembali. Itu harus diusut tuntas dll, dan sampe sekarang pun Kompas juga masih melakukan itu. Nah itu yang, a... jadi kepentingan publik terabaikan, saya rasa sih engga, saya masih meyakini itu. Kepentingan para pendukung calon terabaikan mungkin (penanya dan narasumber tertawa), karena itu penafsiran kita juga kan. Wong ini yang paing sederhana itu apa ya... waktu itu a... kasus apasih a... bisa, bisa, oh ya, contoh, contoh Fadli Zon lah, Fadli Zon tu kurang apakan, Doktor, kemudian a, dia mengenal Kompas lama lah, mengenal Kompas lama, kemudian dia bisa

bilang bahwa. Wah litbang Kompas itu a... hasilnya abal2. Nah itu, menurut saya contoh semacam itu, ataukah itu bisa dibilang kepentingan publik Fadli Zon terabaikan? Menurut saya engga, karena kita meyakini bahwa litbang Kompas itu, satu2nya litbang mungkin yang melakukan survei itu yang tidak menerima a... pesanan menjadi konsultan. Kita murni litbang kan meneliti gitu, berbeda dengan lembaga, meskipun lembaga yang menerima sebagai konsultan pun itu tidak otomatis datanya palsu kan. Datanya pasti betul juga, tapi kita datanya juga akurat, kemudian kita tidak juga menjadi berperan menjadi konsultan. Tapi faktanya, sekelas Fadli Zon pun menganggap seperti itu. Artinya memang, dan itu banyak itu pengikutnya Fadli Zon yang ngomong begitu itu kan. Apakah itu kepentingan publik, kepentingan Fadli Zon dan pendukungnya itu terabaikan? Saya rasa engga, karena kita meyakini apa yang kita lakukan itu, justru apa adanya gitu. Nah ini yang, tapi memang dalam kondisi sekarang, apalagi sosial media berkembang, kemudian masing2 punya preferensi politik, itu juga berbully di dunia maya, sangat mungkin kita diartikan sebagai sebuah publik yang terabaikan. Tapi, yang penting kan kita meyakini bahwa tidak gitu kan, justru pandangan itu yang keliru, pandangan itu yang keliru. Saya sampe a... WA juga ke bang Fadli, eh tunjukan tuh kalo memang kita dibayar, tunjukkan, dan saya sendiri yang akan pertama kali keluar dari Kompas gituloh, sampe segitu. Jadi, nah akhirnya Fadli Zon bilang, ya dibayar itu kan bukan berarti terima uang, dsb (penanya tertawa). Gitu, jadi, nah tapi kan di dunia yang sekarang ini itu kan bisa menjadi fenomena juga, dan itu dianggap sebagai kebenaran publik misalnya. Kalo artinya semacam itu engga saya rasa, tapi kalo semua misalnya ingin pemilu jauh lebih demokratis, pasti semua ingin, semua ingin penegakkan HAM, semua ingin. Nah, dalam konteks itu kita, kompas berusaha memperjuangkan itu, melalui jurnalistik.

Penanya : Ok. A... ini tentang konvergensi, Kompas itu kan good, sekarang bukan hanya koran, tapi juga online, juga kemudian juga ke TV. Nah, bagaimana bentuk konvergensi jurnalistik khususnya selama pemilu, apakah rapat, apakah seri, apakah itu?

Narasumber : Kalo dalam, memang konvergensi di Kompas ini kan masih terus di gagas mas, jadi belom murni, belom sepenuhnya ideal ya. Mungkin berbeda dengan Tempo, kalo Tempo kan udah makin nyetrum itu yah edtiroialnya, kalo di Kompas belom. A... masing2 PT sendiri, Kompas.com PT sendiri, Kompas a... cetak PT sendiri, TV PT sendiri kan. Kemudian juga ada (samar) juga masing2, ada pimrednya sendiri2. Jadi, a... konvergensi itu baru mungkin nanti di gagas setelah pindah itu ke depan, gedung sebrang.

Penanya : Jadi, 2004 tuh konvergensi Kompas itu hanya baru nama?

Narasumber : A... jadi lebih ke istiden til, jadi ada liputan2 khusus ini, bareng, kita bareng, sering tukar informasi lah. Tapi garis itu, a... gak sepenuhnya terkontrol sih, karena memang apa ya pemrednya beda tuh. Ya paling ada lebih ke, ke pemahaman wilayah aja. Bahwa misalnya Kompas karena yang tertua, kemudian itu kok beritanya kaya gitu sih, apa gak terlalu vulgar? Ya paling

sebatas diskusi2 gitu mas. Kemudian setelah itu baru mereka, oh iya ya. Tapi kita juga beda kok, pembagian segmen Kompas.com dengan cetak, kaya gitu. Yaudah gitu, lebih kaya gitu, gitu dialektikal dengan diskusi aja. Tapi kalo liputan kemaren waktu pilpres, a... enggak banyak juga, kalo pilpres belom. Malah pilkada ini udah lebih baik sih, ada bucket bersama, materi2 dasarnya kita gabung gitu.

Penanya : Waktu pilpres, a... Kompas, Kompas ngambil berita dari Kompas.com?

Narasumber : A... sedikit, sangat sedikit karena itu.

Penanya : Beberapa kali ngambil? Artinya kan kalo orang lain kan pasti plagiat, kalo Kompas satu grup gapapa, maksudnya gitu?

Narasumber : Kalo di kita itu, kalo pas ngambil kita harus bilang, wartawan Kompas.comnya itu apakah bisa dipercaya gak nih, gitu. Tapi kebanyakan kita bikin sendiri mas, sangat, sangat sedikit itu. Kita lebih berani ngambil Antara (penanya tertawa), karena istilahnya, ini kan kantor berita nih, umum, kemudian kalo salah2 kan biar Antara aja yang disalahin. Kalo ngambil Kompas.com kitanya juga yang kena gitu, salahnya 2 kali gitu. Jadi, a... waktu itu ada, masih ada ya itu karena, bahkan kalo di Kompas.com waktu itu ya a... kita aja sampe kebingungan maunya itu apasih, kok gini, kaya gitu2. Nah baru belakangan kan, orang Kompas TV nih menjadi pemrednya juga kan, di Kompas.com lebih dirapikan lagi, gitu2. Tapi, kedepannya pasti sih kalo konvergensi akan jauh lebih baik kan.

Penanya : Ok. A... pertarungan di pilpres ini kan menyisahkan luka bagi semua orang. Kembali ke media dan khalayak, yang ideal dalam pandangan Kompas tuh, hubungan khalayak dengan media itu seperti apasih?

Narasumber : Sebenernya sih kalo kita melihat ini... sebenernya kan media dianggap idealnya oleh khalayak itu bisa membantu memverifikasi kan, dia dianggap sebagai alat bagi mereka untuk mencoba membantu barang kali melihat atau mengurai kebenaran lah ya. Idealnya kan seperti itu, tapi ditengah kondisi sekarang keliatannya a... tidak mudah memang... tapi saya rasa jangan2 itu yang merusak di sosial medianya. Jadi, banyaklah fakta2 yang tidak sesuai, di publikasikan di media sosial sedemikian rupa, orang semakin gak percaya, makin tidak percaya dengan media. Karena ada dasar2 yang memang membuat berita2 yang sangat tidak apa ya... menurut kita ya memang dikabulkan. Kan banyak kan, berita Kompas.com diganti judulnya kan gitu. Kompas juga sama, dibikin berita2 begitu di sosial media, jadi padahal kan di kita itu banyak juga orang2 dipercaya oleh a... apa pendukungnya kan, pengikutnya lah. Nah kita memang agak terbopoh2 juga, pada satu sisi, sampe sekarang belom ketemu, contoh Faisal, dia kan tulis, dia kan terus2an membuat fakta soal Kompas, kalo mas coba ikutin itu. Sangat di luar bayangan kita itu, ada orang semacam itu. Dia itu dulu penulis Kompasiana, penulis Kompasiana. Ada satu titik, dia ditolak sebagai penulis Kompasiana itu karena oleh tim Kompasiana, karena dianggap tidak obyektif kali

ya. Ya mungkin sakit hati, kemudian akhirnya jadi kayaknya punya kebencian lah. Tapi kita juga masih kebingungan, (samar2) a... kita kebingungan menyikapi media sosial itu, apakah kita harus menjelaskan, menjelaskan bahwa kita tidak seperti ini, bahwa kita begini, begini, begini. Atau kita diamkan, kalo didiamkan dianggap kebenaran. Kalo di, di, dijelaskan, jangan2 malah bikin jadi panggung orang2 mereka itu untuk seolah olah kok besar kepala, kita juga masih belom menemukan mas, baiknya itu seperti apa di era sosial media yang sedemikian rupa, dan banyak orang2 bukan, memang sengaja membuat berita2 palsu. Itu kan yang terakhir, litbang Kompas pecah, itu kan gaada sama sekali faktanya gituloh, gaada, sama sekali gaada, gimana gituloh. Jadi, bener2 berita ini di create untuk menghancurkan itu, sebetulnya di pilpres kemarin, sebetulnya tanda2 itu sudah keliatan, karena ada lembaga survei yang abal2 ya, nah itu salah contoh mas, lembaga survei yang abal2 itu kita menemukan fakta2 itu. Tapi kita ga publikasikan, cukup menjaga juga kita. Dan kita tauh, dia dibayar oleh siapa, wong dia ngasih rekamannya kok, wong kita bayar, pokoknya kita ngasih a... apa datanya itu, sesaat aja waktu kita waktu berapa persen, berapa persen, berapa persen. Jadi, nah itu salah satu fakta , fakta yang menurut kita secara jurnalistik menarik, tapi juga ga kita publikasikan, karena pasti akan, jangan2 mengdis harmoni, atau mungkin oh dianggap ini terlalu pro kesana ini, menghancurkan, padahal faktanya ada. Jadi, pak Hakim juga kaget, waktu kita tunjukkan iniloh pak Hakim, berita2 soal HAM yang kita tidak muat, kaget dia. Ya karena bapak pasti dikasih tau tim sukses bapak, Kompas nih ngehajarin kita, dia kan gatau berita2 yang kita ga muat, untuk jagain juga, supaya komunikasi sehat. Begitu dikasih tau terkejut, terkejut. Oh terima kasih, nah, tapi kan penjelasan2 ini memang tidak bisa semuanya sampai, ke publik. Sementara, media sosial dengan tingkat kepo, wah itu tiap detik kan, tiap detik (penanya tertawa).

Penanya : Ok. A... yang terakhir, a... balik ke judul terakhir Kompas di tentang Jokowi di konsep 2 jari, banyak orang mengatakan, itu adalah puncak keberpihakan Kompas karena tidak ada Prabowo yang juga seperti itu, itu di create oleh tim Jokowi, konsep 2 jari itu ya, yang tanda kutip, dimakan oleh Kompas dan media pendukung. Tadi, mas Yuka bilang, Kompas tuh ga mendukung, tapi secara gestur, ya. Pertanyaan saya sederhana, apakah betul hati nurani Kompas memilih Jokowi?

Narasumber : Hati nurani... Kompas. Lembaga kan berarti kan, kalo lembaga engga lah, kalo lembaga saya yakin itu 100% engga ada itu, bahwa a... apa, ini nih hati nurani kita ya, ke Jokowi, engga lah, saya rasa engga itu (penanya dan narasumber tertawa).

Penanya : Karena saya baca beberapa, pak Yacob itu sempet tanda kutip sakit kepala ketika Jakarta Post bilang endorse Jokowi, endorse Jokowi. Nah, orang melihat Jakarta Post itu masih bagian dari sini.

Narasumber : Jakarta Post itu kan ada sahamnya... Kompas, ada sahamnya Tempo juga.

Penanya : Tapi walaupun didirikan oleh publik, makanya saya baca pak Yacob sakit kepala ketika dia harus menjelaskan tentang endorse mengenai Jokowi ini. Beliau mengatakan, kalau ini dukung.

Narasumber : Kalau itu sih memang mungkin gini mas, ya kalo dalam itu ditafsirkan itu sebagai gestur, mungkin. Tapi kemudian, tapi faktanya itu besar memang, itu faktanya memang besar itu. Jadi, a... moment, moment, yakan itu moment lah, itu moment, yang bisa sebaliknya juga gini kan mas, ketika kita tidak memberitakan itu, itu bisa dianggap oleh pihak yang lain, kita anti Jokowi kan bisa juga? Jadi kita tuh kita mengambil moment aja, mengambil moment, ada moment itu, dan kita ikut sebagai sebuah peristiwa yang besar, ya kita beritakan lah itu gitu.

Penanya : Karena Sindo itu, sebagai saya wawancarai, itu engga, engga memuat berita itu. Tidak memuat itu, sama a... apa RCTI dan macem2 itu engga. Saya bilang gapapa, itu kan masalah, selama kapak keputusan redaksi mereka. Makan ya saya nanya, semua redaksi mengatakan begitu. Pasti dengan mas Yuka, kalo Media Indonesia kan jelas, Sindo kan jelas, berpegangan. Nah saya pertanyaan ke Kompas.

Narasumber : Kalo, kalo saya sih melihat sebenernya, ini sebetulnya juga salah timnya Prabowo sebetulnya, kalo menurut saya. Sebenernya kan kalo masnya nanya, kan gini ya kita di wartawan Kompas itu dari sejak lama banyak mengesampingkan persoalan HAM, itu tidak bisa dihindari, perosalan HAM itu udah jadi kayak udah mendarah daging lah buat kita. Nah, mungkin kalo menurut saya kekeliruan timnya Prabowo itu, dia menyelesaikan persoalan, kasus HAM itu. Kalo itu diselesaikan aja sebelomnya, beres itu menurut saya, ceritanya berbeda. Bukan menantikan dan bukan melihat bahwa media seolah2 termasuk Kompas, yang melihat, melihat apa a... melihat persoalan HAM ini menjadi penting, itu bukan karena personal Prabowonya, bukan. Wong saya di rapat itu, temen2 itu merasa, Prabowo itu kalo dari sisi personal itu menarik, salah. Saya pernah wawancara langsung Prabowo, bahkan kita ya gausah di tulis2, dibandingkan SBY jauh, kejujurannya, keliatan Prabowo itu. Ngomong itu apa adanya gitu, integritas, dan sekarang teruji kan, ada kepentingan partai yang lebih besar yang dia a... unggulkan kepentingan dirinya sendiri. Prabowo itu menurut saya, nah, cuma terlepas dari persoalan itu, ada persoalan hukum, dan HAM, dan HAM ini yang mengganjal. Nah kalo menurut saya, kalo kita melihatnya, itunya yang keliru dari tim suksesnya Prabowo. Harusnya kalo dia memang, kayak sekarang nih dia mau maju pilpres, selesaiin dulu itu, karena kan sebetulnya gaada persoalan lain dari Prabowo itu, hanya itu. Apakah dia dorong menjadi, dorong aja Gerindra itu bentuk pengadilan HAM, supaya selesai kan apakah dia terlibat atau tidak, udah selesai. Dia bisa running, dan jangan2 dia bisa menang gitu. Nah, cuma dugaan saya, tim suksesnya itu gaada yang berani kan ngomong gitu. Dia paling lebih gampang ngomong itu kalo persoalan HAM adalah alat untuk menghabisi Prabowo, kalo misalnya ngeliatnya itu personalnya, kita sangat, kita melihat Prabowo itu sangat menarik. Dan, memang terlihat gitu sekarang pun, itu

keliatan itu. Saya pun ngikuti.. kampanye Prabowo, waktu Mega Prabowo saya ikut juga. Jadi tahu betul, Prabowo tuh seperti apa.

Penanya : Ya, ya. Ok, terima kasih, sukses.

Narasumber : Sama sama mas, semoga bermanfaat

Penanya : Amin amin.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

YOGI NUGRAHA

(WAKIL PEMIMPIN REDAKSI KOMPAS TV)

TIME TEKS

00.00-00.04 Mas yogi kompas tv mas yogi kompas tv, oke mas yogi.

Narasumber

00.04-00.05 Ya.

00.06-00.18 Yang paling pertama itu.Mas yogi, atau secara siktisi kompas melihat peta pertarungan media khususnya di antara di dua ribu empat belas gimana sih sebenarnya. sampai sekarang banyak,

Narasumber

00.17-00.18 Dalam konteks politik.

00.18-00.20 Dalam konteks. Ya, hubungan media dengan politik itu.

Narasumber

00.21- 05.47 Ya. pertama memangtidak bisa dihindari dua ribu empat belas itu, karna kontestanya sukses membelahmenjadi dua kutub secara tajam. dan itu berdampak,Berdampaklangsung ke, langsung sajalah Pemberitaan. Saya tidak bisa menyebut satu persatu tapi pada akhirnya, Masing-masing mediabaik yang memang pemiliknya punya background politik maupun yang tidak. tentu punya pandangan, punya subjectivitas, terhadap persoalan termasuk isu-isupemilu di dua ribu empat belas. Nah, bagaimana melihatnya kalau orang mengatakan bahwa, ya Karna dia pemiliknya adalah politisi kebetulan partainya mendukung calon A dan B dengan gampangnya orang mengatakan bahwa ohiya karna ini media partisan dan mendukung itu. Tapi kalau saya melihatnya lebih, lebih jauh bahwa semua media itu memaknai independen itu ia menyampaikan nilai dia boleh bersubjective. itu subjectivitas media itu tidak masalah sepanjang, dia memberikan kesempatan kepada yang lain dalam konteks peliputan, dalam konteks penanyangan. dalam hal ini pemilu Yakan, tidak hanya tidak ada yang namanya membogrol tidak ada yang namanya memblok-kade tidak ada. Karna itu kewajiban khususnya televisi, kalau televisi itu kan frekuensinya punya publik Yakan. jadi saya sih menurut saya kebetulan ada grup-grup besar yang dimiliki oleh politisi yang jelas-jelas benderanya kita sebut ya ada golkar, ada nasdem,ada yang lain sebagainya waktu itu. sehingga orang membacanya ya ini partai politik, media partai politik. Padahal terlepas dari itu sebetulnya yang namanya media sah-sah saja ko dia identifitasnya dan sebagainya, selamaya itu tadi dalam tata cara peliputan jurnalis, peliputan pemilu, dia memberikan kesempatan yang sama.soal dia mengkeritisi program A dan B selama yang di sampaikan adalah konten wacana,yang di sampaikan adalah pengadu ide gagasan ya itulah tugasnya media. kalo saya sih melihatnya itu,lebih hanyakan saya ada di dalam. orang luar melihatnyawah media ini pasti dukung ini,padahal sebetulnya lebih jauh lagi.ya memang akhirnya di kotori oleh situasi seperti itu, sebenarnya kalo kita lihat media. media itu harus independen, independen itu apa yang di lakukan kompas misalnya, dua ribu empat belas kita membuat yang namanya hitung cepat. buat apa kita bikin quick acount, salah satunya kan kita tau sejarahnya quick acount itu kan mucul untuk mengawal menjaga kualitas pemilu demokrasi, independenya dimana kompas tidak mau di biayai siapapun.sama apapun bank kompas membiayai sendiri, karna biayanya memang cukup mahal waktu ituuntuk apa ber independen. Kedua, kompas melihat terhadap calon-calonya dari siapa, oh dari tv. Programnya, tapi dalam hal peraturan peliputan pemilu. ya kompas mengikuti kaidah-kaidah yang banyak orang sampaikan, banyak pihak sampaikan,memberikan kesempatan yang sama, termasuk tv. nah faktor keberimbanggan memberikan kesempatan, tapi dalam praktiknya. nah itu tadi, muncul di lapangan bahwa sudah di sigma. kompas ini anti prabowo, contohnya. sehingga di lapangan kita jadi usaha, padahal kalo mau kita lihat waktu prabowo mendaftarkan diri sama Hata Rajasa ke KPU.kita ini total berdiri delapan jam. padahal jokowi Cuma enam jam,tapi kita bilang ya susah ada sedikit nah kita gausah, yang penting kita punya KPI sebagai pengawas kita yang memonitor kita,

ada gak teguran soal itu. kalo soal itu gak ada,tapi soal publik punya intensif itu antara dua kubu dan daerah sosialisnya dia. kita si bisa di edit, di capture, wah pendukung jokowibeneran kita bilang jangankan orang luar. sayaorang dalam aja yang begitu nerimakepsek keterus-terusan, bener gak mas itu di edit orang mas jadi viral.jadi kita memaklumi, di luar itu yang udah pasti gaduh, saya saja yang orang dalam tanya ke temen-temen saya bilang, ini kita bikin begini. tidakmas, apalagi jadi situasinya lagi demo. nah saya melihat sebetulnya kalo media dari awal pondasinya bagus, dalam arti satu keunikanya benar kedua tidak ada penguasaan prekuensi dan sebagainya,sudah tidak terlanjur, terlanjur ternodai.Tentu mungkin tidaksekotor sekarang. karna ada pertanyaan duaribu empatbelas ini kotor sekali,ya karna ini awalnya dari itu. seandainya semuanya clear waktu itu media menempatkan posisinya dan sebagainya, tidak akan ada orang yang mengklaim seperti itu kira kira begitu.

05.48 – 05.54

Oke lalu secara sititusi kompas tuh gimana posisinya.

Narasumber

05.54 –10.45 Ya. kompas tradisi juara kompas ya mas ya, saya seterusnya akan bicara kompas tv ya. bahwa kompas tv bagian dari kompas dan media grup. khususnya koran kompas dan lain sebagainya, tapi ada satu tradisi kompas adalah humanisme dan independem. jadi humanisme kami salalu memanusiakan peristiwa, jadi pendekatan yang mengedepankan nilai nilai kemanusiaan, dalam peristiwa apapun selalu kami tanggung jawab. yang kedua independensi itu tadi. bahwa kami punya kewajiban menjaga marwah, menjaga martabat jurnalis, khusunya insitusi kompas gramedia yang usianya sudah masuk lima puluh tahunotomatis kami punya beban sejarah kaitannya dengan independensi.posisinya dimana saat itu posisinya saat itu bagi kami. tidak isu siapapun yang menang, bahkan ini cerita saja. ketika kami menggelut ini lucu sekali ini lucu sekali. kami bikin program waktu itu belum di undi nomer satu siapa nomer dua siapa, namanya persiapan program kita bikin lah. karna presiden jadi RI satu indonesia satu, kita bikin lah programnya namanya indonesia satu. kalo tv kan harus lebih bikin dulu lebih awal untuk di preview supaya sales marketing bisa jualan.sudah lah jadi logo sudah lounching indonesia satu. tiba tiba di undi, nomer satunya prabowo nomer dua, nomer dua prolog suruh dateng kesini pdi perjuangan. boleh ga di ganti dong jangan satu. Loh, kamu bilang lah, ehkamu itu di luar di cap pro jokowi. eh ko anda protes, jadi situasinya buat kami waktu itu ya wajar lah di lapangan di kubu prabowo, beberapa reporter kami ya tidak terlalu menyenangkan saja. tapi dalam waktu bersamaan prabowo hadir diskusi dengan kita dia datang,dia ngobrol akhirnya kami bersinergi. ya ini ujian buat kompas, ini ujian buat kompas. kedua ini penting sekali ini yang terjadi, waktu kompas di cap pro terlalu jokowi sebenernya di mulai dari pilkada dki. jauh sebelum itu, waktu itu simple pertanyaannya,kami pun risau kami selalu bertanya kepada produser kenapa kanapa kalian ini naikin berita jokowi terus.jokowi nengok banjir aja nengok tanggul aja di beritaiin,loh kalau jokowi naik itu

seharusnya menurut nilterntinggi mas, karna kan mereka kan vva nya kan niltern votingniltern,jadi kami selalu,ya wajar lah kami selalumemegang program harus tv seharusnya yanamanya tv kan.Kalau,kan mereka udah ada alat ukur by minute by topic. kalo naikin Jokowi tuh selalu tinggi mas penontonya banyak. kita bilang jangan Jokowi terus dong tinggiin market, ini tapi ko. kamu dilema ini anak-anak sebenarnya bebas nilai ni sama Jokowi. mereka hanya tinggal manen di naikin. mungkin besok ada yang lebih tinggi, Jokowi akan di buang. nah berawal dari situ kemudian kita ingatkan, nah tetapi begitu sudah masuk ke konteks pemilu. kita selalu udah bilang itu di tekankan bagi kompas tv pemilu itu ada tiga hal titik berat. Pertama, yang paling penting buat kompas tv adalah pemilih. dalam ini adalah masyarakat, (public ya) public, karna pemilih itu adalah mereka yang siapapun yang jagoanya menang atau kalah. mereka akan jadi konsumen kebijakan, berarti itu kan sandarannya umat gramedia.yang kedua penyelenggara pemilu, karna itu kami selalu kritis dengan apanya KPU,Bawaslu, dan sebagainya.malah hal-hal penyebaran logistic, Dptd, dan sebagainya.bagi kami itu penting kalau gak di tidak laukan percuma. berikutnya baru kontestan, kontestan ini kan jumlahnya sedikit. kenapa kami anggap kontestan masuk bagian dari tiga elemen penting pemilu. karena memang kontestan ini kan mau gak mau yang harus di sosiaisasikan melalui medium kami,tentu tidak hanya kompas tv tapi media,orang-orang tau. oh karena kenapa, karna kemudia aspek terpenting dari demokrasi yang di pilih kita mau secara langsung. itu adalah partisipasi publik,nah publik harus tau. nah disitu, kadang-kadang kami di fitnah jelek.kami di persepsi jelek. ketika kami membuka catatan-catatan soal prabowo,ketika kami cerita rikas oleh prabowo, itu pun tidak kurang-kurangnya di anggapnya menjelek-jelekan.terus sebaliknya ketika kita sebagainya, padahal kedua belah pihak juga pernah protes ke kita. itu infes nya si pikirnya,jadi kira kira begitu kami melihatnya.

10.45–11.10 oke.lalu pertimbangan yang paling besar itu, bahwa kompas itu mau independen. tergantung berkomunamisme apa kemudian nanti ada orang protes ke dari prabowo protes jokowi, pertimbangan-pertimbangan-pertimbangan apasi yang paling utama dari kompas itu.(untuk) untuk membuat sebuah berita di kontestan dua ribu empat belas ini.

Narasumber

11.10 –13.35 oke e.. pasti pertimbanganya adalah nomor satu buat kami adalah semuanya memenuhi unsur-unsur instrik kode etik jurnalistik,yah jadi itu udah dasar. apapun beritanya diluar,di dalam maupun di luar konteks sendiri. selama memenuhi unsur-unsur dari kode etik jurnalistik termasuk disverivikasi dan sebagainya.buat kami gak ada, berikutnya adalah dalam konteks pemilu karna kami menitik beratkan di tiga itu. pertimbanganya adalah ya salah satunya, unsur itu terpenuhi. tapi kalau bicara skala prioritas kami kalau mengedepankan pemilih.kenapa kemudian bagi kami penting isu kertas suara rusak. bagi kami penting bagaimana tata cara mencoblos, sampai kami membuat semacam simulasi kita membuat dengan example.karna pemilih ini yang paling banyak, jadi angaran sebesar apapun kalo partisipasi pemilihnya rendah dibawah enam puluh persen ya

kita kegagalan.karena itu kan pilihan, dan kenapa kami melihat itu karna menurut kami disitu sebenarnya lah peranan paling besar dari media,kami dalam konteks apa membeli warna soal pendapat atau review soal kebanggan tidak dari apa-apa. wong mengambilnya saja opini.kami hanya menampung semua pihak yang berpendapat soal negara ini mau di bawa kemana,tapi dalam konteks ini kami punya. oh kami dalam konteks pelibatan publik, partisipasi,mengontrol jalanya pemerintahan. menurut kami peran kami paling strategis, dibandingkan yang lain.salah satunya kami punya di beri kepercayaan kepada forensik kami punya manda torik. memproduksi pesan, menyampaikan ide gagasan yang berikutnya adalah kami punya yang namanyainvestasi kepercayaan publik.dalam hal ini orang percaya dengan nama besar kompas, kredibilitas dan sebagainya. jadi dari situlah kami mencobamengoptimalkan memanfaatkan situasi.bahwa ada kesalahan satu dua di video-video kami, kami akui pasti ada.soal mengulang jumlah kredibilitas, tapi di internal kami masih ada itu kesalahan gitu, bukan yang dalam strategi besar kebijakan interial ini untuk memenangkan ini tidak ada karna buat kami yang harus di menangkan pada ujungnya adalah publik gitu.kira-kira itu si sebenarnya.

13.35 –14.00 Okesaya tidak tau. tapi saya baca itu kompas tv itu masih milik Jacob Oetama. (yayaya betul) nah pertanyaan nya sejauh mana kharisma,karakter,watak, pak Jakob itu mempengaruhi pemberitaan,pilkada, pilpres dua ribu empat belas.

Narasumber

14.00 –18.23 Betul. sangat besar sekali, terutama kompas tv ya. kelahiranya tahun dua ribu sebelasdua ribu sepuluh, dua ribu sepuluh ya mulai awal, dua ribu sebelas ya kita mulai awal mulai, itu sangat besar sekali. Kenapa, karnapak Jakob bisa di bilang mengawal betul kelahiran kompas. dan kami melihatnya dari senior-senior kami di koran kompas, yang menempatkan pak Jakob sebagai guru. beliau seorang jurnalis yang memberi contoh. kadang-kadang mereka bercanda, pak Jakobitu gak seneng di tulis sama koranya sendiri.bahkan beliau bertanya kenapa saya harus ada di dalam foto itu. dia berkali-kali gak bagus itu foto. itu kan menjadi contoh, nahdalam konteks pemilu yang satu hal yang kami paskan betul. ini kompas tv ini darahdikatakan betul adalah, tiba-tiba almarhumngomong ke redaktur kita yang pertama mas Taufik Miharja bercerita saya di panggil sama pak Jakob pagi-pagi, itu bung Topik siapa itu yang terkenal itu. bingung ni almarhum, siapa pak. itu lo yang banyak sekali ininya penggemarnya karna turun ke politik.kenapa gak pernah keluar di layar kita,Roma Irama pak.Yah,waktu itu konteks nya Roma Irama kanmunculdi berita.waktu almarhum menceritakan dulu dengan redaksi termasuk saya.baik kami di benak kami udah under estimate sebenarnya, bener gak sih.tapi pak Jakobmengajarkan bahwa gak boleh kita begitu, gak boleh kita under estimate.semua orang punya peluang yang sama,semua di beri kesempatan,ketika kita memutuskan tidak menulis bapak Irama. dalam konteks dia mau maju dengan segala keseriusan yang telah dia buat atau tidak. apa hak kita untuk menyetop dia, nah disitulah kami mengerti. Ohiya, pak Jakobpak Jakobmengerti dengan hal itu, nah dari situ kita menangkap bahwa.

caranya pak Jakob itu sederhana ko, kita harus adil, harus fer,nah apalagi dimudahkan. itu Roma Irama yang belom di tetapkan oleh KPU, apalagi yang sudah di tetapkan oleh KPU.nah itu konteksnya itu,kami terkaget-kaget. Hah, pak Jakobngapain, kalo dibilang Roma Irama punya akses ke pak Jakobkata kami mungkin tapi nyatanya, kata saya, tapi ini udah pak Jakob. ko di kita kenapa,ko saya kaget kayanya kurang sekali di kita. itu owner, jadi kita bilang pak ini kan, loh. pak Jakob memberikan pesan, tidak boleh kita, apa hak kita mengulang. kalo emang faktanya dia turun kelapangandiasudah mulai rame ya kenapa gak diberitakan.salah apa Roma Irama, toh nanti ada pemerintahlah waktu itu mungkin dia mengatakan KPU.yang akan menentukan dia layak atau tidak,tapi seseorang berani menunjukan itu. wah disitulah membuka mata kita juga,yang kita jadi bahan lelucuan Roma Irama.ternyata oleh owner tuh penting juga gitu.nah kita terbuka tuh wawasanya. bahwa saya gak boleh ditahan terus, tidak boleh menekam, kita boleh apaingin tau dan sebagainya tapi gakboleh kita tiba-tiba ah yaudahlah ini Roma Irama gak wajib, gak bisa. dari situlah kita yang iniloh maksuddirumuspaparkan dari KPU aja,oleh pak Jakob seorang pak Jakob, owner yang sebenarnya dia bisa melakukan apapun dalam waktu itu.dia ingatkan, apalagi terhadap pasanganyang sudah tetapkan. Jadi, memberlakukan secara profosional adil dalam berita tersebut. kita dapat pelajaran baru jadi itulah kita hal yang paling utama dalam hal memilih, di luar itu ya pasti ketemu sama kepentingan publik.itu tadi karna kami melihat ada kejadian itu, pemilih yang terbelah akan mendukung sepuluh lima calon, yang mereka akan lelah menjadi objek ada serangan fajar.kan objeknya ini, tapi eksdiem mereka yang akan jadi konsumen kesenangan publik. konsumen kebijakan dari siapapun yang tertinggi itu mereka yang tadinya gak milih, ya mereka harus mau gak mau.karna ya itulah konsekuensi demokarsi kira-kira begitusi.

18.23 –18.43 Oke. apakah petunjuk karakter wartan pak Jakob atau yang online itu mempengaruhi pada aspek etika jurnalistik tidak.

Narasumber

18.43 –22.03 Oh iya gini mas figur pak Jakob yang kami melihatnya memang, secara sintensitas sudah tidak sesering dulu yang saya dengar. lima sepuluh tahun yang lalu dia diruang apa,tapi di dalam banyak kesempatan pak Jakob selalu menceritakan bahwa betapa pentingnya menjagakredibilitas berita.kenapa kami tetahap terkaya.tentu karna kami ada di kompas gramedia yakan,tetapi di luar itu kami melihat bahwa faktanya pak Jakobbisa menjaga institusi kompas gramedia sampai dengan usia lima puluh tahun. beliau masih ada sebagai presiden komisaris,bahwa beliau punya keterbatasan karna usia gitu.tapi kami melihat publik, faktanya dalam keberlangsungan perusahaan, dalam masih menjaga insetensi sebuah lembaga media. beliau berhasil, sehingga hampir muncul bantahan dari kita terhadap apapun yang dia sampaikan. terlebih dia dalam menyampaikan dia banyak mengingatkan betul bahwa pentingnya, contohbagaimana konteks kemanusiaan peristiwa, dan itu datang dari beliau. pak Jakob selalu menyindir, pernah suatu ketika, kenapa harian kompas, itu ada HL nya kecelakaan. Kecelakaan beruntun atau apa itu. sebuah kecelakaan, tiba-tiba

sengaja di tulis, sebelas tewas. Pak Jakobadalah orang pertama, satu atau dua atau sampai tiga nyawa orang hilang itu tragedi kemanusiaan. Tapi apa hanya cukup terbatas di angka, kita survei. tidak cukup pasti ada cerita manusia di belakang, ada satu orang dua orang yang menjadi korban tapi menimbulkan kesedihan manusia, kenapa ceritanya tidak di angkat, tapi kan berfikir. Ah yasudahlah, yasudah kita bilangMenurut di lapangan memang luar biasa. Itu mungkin soal jam terbang, Pak YJakob melihatnya cukup, ibaratnya kita sudah rapat ber jam-jam. dia hanya, ini ko. Di bahas dengan grafis yang kita sudah bagus dia hanya, ya biasa lah. Dan apakah patut di beri angka. Baik tv semuanya, apa-apaan. Apa berhenti disitu. Apa kita mengukur kualitas berita ini layak kalau dengan tiga dua, atau kalau begitu tiga lima akan lebih bagus dari pada tiga dua. masa dikualifikasi korban, ini saya sangat terpukul berat, ya percuma. Coba di cari berita, siapa tau ada cerita. Jadi, Pak Jakob itu kebetulan beliau juga jurnalis pernah menjadi pimpinan redaksi. Beberapa senior sebelumnya, tapi kami tidak mengalami ya. Beberapa senior pernah merasakan arahan beliau sebagai pimpinan redaksi. Jurnalis juga menulis juga, jadi ketika menyampaikan pesan-pesan yang, yaaa ketua dari orang tua sebenarnya. Itu bukanlah bukan suatu yang masuk telinga kanan, telinga kiri. Kami juga sudah melihat, ohiya ini orang jurnalis, ini orang memangbapak kita. Dan ketika mengingatkan masih kena gitu. Ini seperti diangkat, mana cerita manusianya. Itulah yang akhirnya kita melihat watak Pak Jakob itu.

22.03 – 22.25 Ya maksud saya, saya bertanya itu karna akan berbeda. Di tetanga sebelah itu, di MNC dan di Metro. Yang saya samakan. Berbeda, mungkin sekali lagi betul, Pak Jakob latar belakang jurnalis. Sementara yang satu latar belakang pengusaha dan yang satu latar belakang politisi. Nah kan, kalau di grafis bisa juga tiga-tiganya.

Narasumber

22-25 –27.19 Makanya kami ini, kami kadang-kadang bercanda, Pak Jakob ini di bidang jurnalis tapi asetkompas gramedia besar juga ya, jadi yang benar yang mana nih, jadi bisa dikataan sebagai pengusaha atau jurnalis pro jadinya. Kita kadang-kadang bercanda seperti itu sama pak Jakob. Tapi bercandaan ya tidak dari beliau, tapi kita bilang pak Jakobkalau kita rapat melihat aset kompas gramedia yang begitu, untuk ukuran wah besar sekali. Hebat sekali pak Jakob, pemegang saham hanya ada dua, pak Jakobpemegang sama berikutnya pak Ojong. Dua-duanya jurnalis kan. Jadi ini luar biasa, nah karena karena itulah ada istilah Tv skredibilitas. Jadi pak Jakob itu, ini saya kaitkan karena ada pengusahanya ya, Pak Jakob selalu bilang kita ini Tv skredibilitas, jadi kita ini bisnis ke percayaan. Kenapa saya mengatakan bisnis, untuk melanjutkan kehidupan kita, kita perlu uang. Tapi cara memperolehnya kita harus tetap hormat. Jadi pak Jakob itu selalu mengatakan itu, kami mengatakan itu. Pak apa makna iklan untuk bapak. Iklan itu apresiasi, jadi orang memasang kita, karna orang percaya produk-produk kita. Karena itu buat saya jaga dulu kualitas produk. Sudahlah tidak usah khawatir. Tapi kadang menarik juga ya kata pak Jakob, tapi benar tidak sih. Tapi yaitulah saya bilang, ohiyaya. Sudah lima puluh tahun koran kompas berdiri. Terhadap

kompas sendiri kita bilang, pak kita ini masih iklannyaterbagi dua, tidak usah khawatir yang penting benar dulu bikin beritanya nanti orang datang sendiri. Waktu itu kami dua tahun pertama belum bisa membuktikan sewaan, tapi hari ini setiap tahun pertama, kami di kompas tv ya kami rasakan, teman-teman sales marketing mengatakan ini ada yang pasang iklan ko, ko kita jadi banyak kontenya iklan. Ko jadi banyak sekali iklanya. Mereka cerita backgroundnya, memang banyak sekali iklanya, masukanya. Merasa nyaman denganladiterialtempat tv. Dalam kasus apa, dalam kasus A dalam kasus B, kompas tv posisinya soft. Soft berarti posisinya tidak ekstream. Saya bilang, ini siapa yang pernah bicara seperti itu. Oh pak Jakob, tapi ko anda call center tidak tau. Di awal-awal itu pak Jakob bilang. Kami kan mau bilang, pak sudahlah pak kami main berita-berita yang mendadak. Oh jangan, ibarat di jawab oh janganya khusus, ya tidak bicara dengan saya sendiritapi bicara dengan khusus dengan yang lain juga saya bilang. udahlah ini tv kredibilitas, ini soal kepercayaan, ya tentu kami menganggap oh pak Jakob bercerita pengalamnya dari awal dia membangun. Jadi soal kepercayaan, kita sudah di beri kepercayaan sama-sama jadi tidak usah khawatir,asal kita benar-benar memperbaiki kualitas, orang pasti melihat. Oh saya bilang. Oh ini sudah dua ribu dua belas pak,ini dilihatnya konteks. Dalam artikan. Tapi hari ini saya diberitahu ini tv kredibilitas. Lalu saya dalam hari ini sebagai orang konteksbearti dalam situasi yang, haduh kalau orang marketing kontek mengajak rapat. nanti ambil apa lagi, ambil apa lagi. Saya tanya dimana ko tiba-tiba yaitu banyak, brend-brend yang tadinya di tv tetangga. Tiba-tiba mereka sudah mulai melihat, mulai membandingkan mereka kepada awak.Ohiya gramedia kompas tv dikasus ini lebih umum,lebih aman tidak berpihak dan sebagainya .mereka bicara menilai, kalian yakin kita tidak pressfren juga. Mereka mulai memindahkan. Bulan ini mau masuk, bulan ini mau masuk. Dan terbukti gitu. Sudah di angkat bahwa kita januari dua ribu tujuh belas, iklan kita sudah diatas enam puluh persen. Di bandingkan year on year. Saya bilang, hem pak Jakobpernah bilang. Tapi waktu itu kalau kita tidak kabar-kabar kan, kita juga capek. Kan kita mau puas di dalam kasus itu. Kaya menurut dia itu. Kaya, atau yang dikasus ini kan gak sebaik yang di anggap pak Jakob ini kadang-kadang. (ya maksudnya, karna dulu kan pak Jakob kan merasakan berdarah-darah dulu gitu. Nah sampai sampai di cabut. Sampai di cabut gitu, yaudahlah mending di penjara ajalah hahahaha, anda itu sudah dua kali memperagakan hahaha.) ya sebenarnya pak Jakob mau bilang begitulah karna yang punya ownernya dia bilang dalam hati yang punya uang aja diam-diam aja kenapa dibikin pusing. JadiKira-kira itulah yang kita bikin pusing. (anda itu belom apa-apa, saya itu dulu di teror oleh suharto di maki-maki hahaha, belum ada apa-apa, anda baru sepuluh dua puluh tahun. Saya itu delapan puluh tahun kaya gini, hahahha) dan itu sudah jelas saya katakan. Kalau kita kedatangan tamu, kunjungang gitu yang mengapresiasi kita. Wah, kenapa ko. karna kita itu tv baru kita ini belum ada apa-apanya, tv berita juga baru setahun kita itu di dunia media baru. Ya karna kami melihat kualitasnya, oh karna pemilik kita bukan di dia. Saya gituin. Anda ini gak salah pak Jakob ini lagi memajukan tv, ketawa aja. Usianya sudah delapan puluh lima kan kalau sekarang,Saya bilang seperti itu.

27.19 –27.34 Oke oke, nah salah satu kewajiban jurnalis itu adalah mencari kebenaran. Bagaimana kompas tv mendefinisikan kebenaran disaat pertarungan yang sangat keras dalam dua ribu empat belas itu.

Narasumber

27.34 –34.14 Oke pada akhirnya mas, ini bukan dari reformasi tapi ini turunan dari editorialnya koran kompas. cuma kita punya atasan-atasanya berangkat dari jurnalisme dan sebagainya, jadi tugas media itukan sebetulnya bisa di katakan mulia kalau di jalankan dengan benar. Dia merekam secara termasukyang gaduh-gaduh tadi, dia merekam segala tingkah lakunya.tokoh apapun yang mereka memang merumuskan keinginanya dengan nafsu atau dengan apapun motivasinya, media ya tugasnya merekam. Kemudian media mencatat dan media menjadikan itu diskusi ketika ada pihak-pihak yang mengkritisi atau pihak-pihak yang tidak setuju dan sebagainya. Tetapi bagi kompas dalam hal mencatat sejarahitu kita harus punya prinsip kita itu mengalihkan noise untuk di posisi. Jadi kebenaran itu kami melihatnya seperti itu. Jadi, Di dalam konteks kegaduhan seperti apapun,situasinya tentu ya setelah kita melewati fase prinsip kerja jurnalis di kita dan sebagainya sesuai dengan standar yang kita penuhi itu berikutnya adalah ya kami harus punya kekuatan. Benteng yang paling utama di kita adalah. Soal, satu kredibilitas setelah itu rekan kerja. Kalau di kami ada kesalahan yang dilakukan oleh reporter atau wartawan dan sebagainya segera di perbaiki. Kalau kemudian memangkesalahan itu dilakukan karna sistem informasi dan sebagainya ya itu diberikan sanksi yang terberat karna itu salah boleh, bohong jangan. Kira-kira seperti itu. Ini soal menjaga media.bagaimana mengubah noise menjadi voice itu, ya memang pada akhirnya harus, harus betul-betul punya kekuatan. Kekuatan itu dalam arti apa,kami menginput orang-orang yang memang mempunyai kemampuan di luar sana. Ayo datang ke kami, anda berdiskusi kami akan ikut kendalikan. Karna apa kami tidak bisa sendirian tapi justru kami yang merangkum. Dimana letak subjectivitasnya kompas, ya dalam hal merangkumnya itu. Ketika kami membutuhkan orang-orang yang kita anggap. Mereka punya konsen dengan soal-soal sosial, hal provensi dan budaya kita kumpulkan, kita ajak diskusi. Kita inisharingkan kemudiang kita kemas kita sebarluaskan melalui medium kita. Orang yang tidak setuju dengan pemikiran orang-orang yang saling menyatukan itu, itu akan menganggap wah kompas. Wah ada yang mengatakan liberal lah, ada yang mengatakan anti ini lah, ada yang mengatakan anti ini lah. Ya kami terima resikonya.tapi kami bukan, karena tujuan kami bukan mengancam siapapun, kami bertanya dan membertanya ukuranya apa, kepada mereka-mereka yangsecara akademis,secara historis,secara kemampuan,secara pengakuan publik. Bahwa mereka semua sudah di bidangnya. Dalam banyak hal kami melakukan initerutama di koran kompas. Ini, dan ini kami berani memutuskan. Oke, ini adalah pilihan kita. Nah dibalik itu ketika ada orang, kan ada orang keberatan jugabisa. bukandi beri tempat, itukan soal prosedure dari keberimbangan. Tapi ketika kami melempar keluar, kenapa tiba-tiba kompas group menayangkan soal isu pupuk ya, padahal lagi ramai lagi. karna tiba-tiba dia datang. Pakpupuk ini kalau di diemin ini bahaya, petani banyak sekali pusing kesulitan. mereka dimana-mana petani. kita di permukaan tau aja orang, Cuma pejabat datang mau diapain

aja bisa. Padahal pupuk ini mereka sangat mengais-ngais, mau beli pupuk saja antri, mau beli pupuk saja menaruh uang dulu ke koperasi. Wajar kita ingatlah jadiMakanya kita besarkan, kita harus ubah ini kebijakanya dan dari mana omonganya, rasanya dari kementrian pertanian misalnya.dan perdangan yang tidak mengatur tidak singkron,sama petani. kebetulan orang kompas sekarangsudah mulai membantah. Itu di baca di bantah oleh pengambilan kebijakan. Makanya juga kami melihat kebenaran kami mengukur untuk mengubah kebijakan, karna sasaran nembaknya adalah mengambil kebijakan. tapi kebenaran buat kita itu tadikami punya ukuran, kami punya nilai. nilai itu bukan kami yang berikan, kami tanya kesemua. Saya paling sering itu ada hasil diskusi itu ditulis satu halaman, berhari-hari ber materi. Itu sebernya untuk apa sih kami, kami hanya membuat rincianya saja, karna bahan tv jadi moderator bertanya semua diskusi. Kami selesaikan kami tuangkan kami sebarluaskan. Nah kalau sudah ada di label koran kompas, kompas tv, kompas.com, orang akan menggangapnya wah kompas nih. Mengarah, menggiring kesana. Benar memang menggiring. Tapi kami menggiring berdasarkan hasil rapat diskusi dua tiga hari di dalam rapatan. Kami menggiring tapi kami tidak berani sendirian. Karna kami sadar betul ada keterbatasan kemampuan. Nah itu yang sebenarnya, kalau media ber-partner dengan kampus, dengan cendekiawan ya begitu, karna ini bagian dari tanggung jawab media. Kenapa karna media sudah terlanjur di percaya oleh orang sebagai sebuah informasi. Ada orang yang pokonya asal brend nya A udah saya batalkan.saya tidak, tidak akan saya crosscek lagi, saya pokonya sudah percaya itu, karna itu karna kami menyadari itu kami tidak mau. Menjurang kemudian, kami membiarkan. Nah mungkin bisa jadi, oh subjectiveyadalam memilih narasumber. Ohiya,iya kami tapi tidak bilang itu tidak subjective, maksudnya tapi jadi subjective. Kenapa kami memilih ..... , kenapa kami memilih....., kenapa kami memilih ketua DPP Muhamadiyah , kenapa kami memilih ketua PBNU dalam konteks dua satu dua dalam konteks. Karna bagi kami loh, yang namanya ke bhinekaan tunggal itu keniscayaan, tuhan itu keniscayaan. Bahwa kami melihat orang-orang yang punya pandangan bahwa islam itu aturan dan pemilik arwah misalnya. Ya karna itu kami tidak berani terlalu ke kanan itu. Kami bertanya ke muhammadiyah, ketika mereka protes, kompas benar. Ya kita tulis, ada pak MUI. Seperti yang kami datangi adalah muhammadiyah,BPNU,MUI, yang memang kami pandangan-pandangan itu ternyata bahwa, bagaimanapunmenjaga kemanusiaan itu jauh lebih penting, kira-kira seperti itu kalo menurut saya.

34.14 - 34.31 Nah dalam konteks pelanggaran HAM Prawobo itu kan jadi, di satu sisi itukan jadi senjata bagilawan pihaknya, nah posisi kompas ketika pertama kali megangkat masalah HAM Prawobo dua ribu empat belas itu bagaimana.

Narasumber

34.31 –40.45 Kalau di kompas tv ya mas, kalau di kompas tv itu sederhana. Oleh karna itu kami membangun, sekali lagi disini verifikasi. Tradisi riset itu kebetulan kami pointpaling menjunjung. tradisi riset di kompas gramedia ini kan kuat ada ritme danaturan , jadi kami selalu membaca. Diluar itu ada kebijakan HAMbahwa,

trus kalau kita buka publik buat apa. Kata kala ini mengatakan bahwa ini ada pelanggaran. Kan terang benderang itu keputusan pengadilan mengatakan inidewan,dewan saksi mengatakan memberhentikan tidak bicara. Tapi kita bilang lalu konteks-konteks tadi,ini di rapat. Kalau kita angkat ini ada yang untungkan tidak, tidak ada.Ini kan soal sensivitas, ini soal sensivitas saya bilang saya ingatkan. Terus terang itu di dorong. Ya, namanya produser ini kan berjenjang dalam rapat kan begitu, ini datanya begini saya harus memberi kontendengan apa supayabox sizenya. ya nanti anda Cuma jawab. Saya bilang gimana. Emang gak, kita tuh sudah ini kan sama saja kita hanya sekedar formalitas saja supaya memenuhi unsur. asal jawab ini belum ada keputusan. sekarangkalian tanya pasti di bela. ya itu kan dulu, terus kalian tayangkan, karna melihat sensivitasnya. kenapa tidak kita belaya sudahlah kita skip saja. Tidak usah pusing-pusing Tapi kan,persepektive saya sebagai pimpinan redaksi atau unsur redaksi, dengan teman-teman di produksibisa jadi berbeda, tapi dia bilang tapi saya riset ada ko mas.Inikan semuanya sudah diputuskan, ini kan fakta. Tapi kan kita bilang apa iya kita hanya sebatas mengangkat fakta, masa iya media hanya sebatas fakta, tidak mengangkat fakta kan tidak juga. Unsur sensifitasnya harus kita jaga, ini adalah pemilu ini, yaitu gitukan. kita angkat aja bahaya ini. Trus gimana Ya oke, boleh lah kalau beritanya. Tapi buat apa kitakalau sering-sering. Kita kan tidak dalam posisi sedang menjadi calonya lawanya prabowo. Itu ada loh di dalam peraturan saya ingatkan.Danterbuktilah ketika prabowo masih mau datang kesini keaudiens tv kita. Itukanbahwa kita melihat,tapiprabowo lagi-lagi. Sebetulnya mas, prabowo lagi-lagi bertanya mislanya. Kalau dari sisi pemberitaan HAM tidak terlalu banyak di kupasnya. Prabowo itu bertanya kenapa surveinya dia itu selalu rendah kalau di koran kompas gitu. Padahal itu tadi, di koran kompas ya itu faktanya. Koran kompas itu independen dan dia bikin legisional. Jadi dia modelnya dari sebelas yang disebut-sebut terus dia pikir ulang dia angkat terus mulai sembunyi-sembunyi. Ada mulai yusril, ada namanya dan ini mulai menegerucut. Nah dan prabowo ini menganggapnya kompas ini kekalahanya adalah salah satunya adalah sebab, itu yang tidak di pukul rata, buat kompas tv, ada. Anda kalau melihat rekrekor jilid satu masih ada, ya buat apa. Saya sampai bertanya lohdua ribu empat belas itu. Ya tidak lah, buat apa saya. Dan orangnya sama samplenya. sebenarnya kalau prabowo ingin mengambil positive, kalau prawobo sudah punya kasus cukup lama,menurut saya. masih masuk bertengger didunia besar itu sudah keren. Luar biasa itu, tapi kan prabowo dimainset harus nomor satu. Kalah sama orang yang kebetulan secara tidak sengaja dia besarkan yaitu jokowi,Dibesarkan juga. Karna Dia kanusungan gerindra, nah jadi kami melihatnya oh yausdahlah itu sesuatu yang sangat edukatif. Tapi, kita tidak bisa mengubah. Masa iya karna hal itu kita jadi memberhentikan dan mengganti berita, survei dan editorial berita gak bisa, itu yang saya tau. Tapi secara editorial kami sangat menjaga itu . tidak hanya kepada prabowo tetapi jokowi juga. Ketika kita bicara tiba-tiba ini isu dan sebagainya ini, PKI misalnya dan kalaupun PKI buat begitu apa.dan kenapa kita keluarkan salah dong, kenapa kita tidak mengangkat misalnya, prabowo itu dia bangkitnya ada di mana. Apakah tentara-tentara zaman orde baru ada prabowo pun itu lebih menarik. sehingga bagaimana pergerakan prabowo apa manknua prabowo. Prabowo saat itu ketemu dengan siapa, kita bisa katakan mumpung

peristiwanya oh prabowo bertemu dengan ulama. Kita tinggal tarik riset, oh ulama ini juga berada di belakang ini. Apa nah itu terpecah,diputus hubunganya oleh perdana. Apa dia masih ketemu dengan sekelompoknya.Waktu itu kan sebenarnya dua kontestan ini kan yang lebih dibahas soal itu. Makanya jangan terlefolusi dengan itu. Kalau orang terinfeksi ini mas orang ingin tau. kalau mau, Kalau mau produksinya bukan kita dalam bentuk topik news kalau itu. Kalau bisa kita dapatkan prabowo kita tanya langsung dengan yang bersangkutan. Buat saya itu lebih terhormat. ada lagi yang konfirmasi pak prabowo, hasil mendengar. Oh sebetulnyaanda belum pernah.karna memang prabowo belum pernah menyampaikan, dulu kan dia kan langsung hilang seperti itukan kaya geordanian kan.Akhirnya kitaputuskan kalau memang teman-temankitaoke tampil langsung dengan prabowo. Tidak perlu kita wawancara-wawancara dengan wicaksono itu. Nah kebetulan, ini pas lagi di record prabowo marah ditanya seperti itu nah gitu loh. Apa yang ditanya itu, padahal tidak live itu tapping. Dan itu sangat bisa di edit tapi kan kita bertanya itu supaya kita tidak nanya dengan siapa-siapa. Secara langsung kami bertanya, apa salahnya kami bertanya.kira-kira itu mas, jadi kita memandang itu melihat dari sisi pandangan kita. Kedua kalau itu memangitu dibilang fakta, akurasi berdasarkan riset ya kita tidak bisa apa-apain. Hanya kan tidak berhenti hanya disitu mas,soal tayang, frekuensi itu kan ada di kita. jadi tehnik di kita itu berlaku.

40.45 –41.10 Oke sekali lagi justifikasi dari masyarakat itu, kompas ada di jokowi. Nah itukan artinya justivikasi. Nah ketika justivikasi itu ada muncul berita yang mana kemudia kompas memaknai kata atau prinsip dari vairneskeadilan berita. Karna konsensainya luar biasa.

Narasumber

41.10–45.55 Sekali lagi keadilan berita buat kita adalah, kita tidak boleh menutup Yakan, peluang kesempatan bagi siapapun yang memang dia sudah di tetapkan sebagai pasangan calon atau apapunoleh institusi resmi di unit KPU. Berikutnya adalah vairnes itukan kalau kita, kalau untuk tv kan sudah di atur berapa durasi dan sebagainya. Tapi bagi kita ini soal bagaimana kita membangun hubungan baikdengan perusahaan tersebut. Penting sekalidiluar itu, diluar itu buat kita. Saya pernah masuk saja ko, di kami banyak yang dekatdengan prabowo. Dengan jokowi juga banyak, jadi kadang-kadang beritanya tidak seimbang dengan yang kita bayangkan. Kalau saya sebutkan tidak enak lah, jadi kita lemaskan informasikan. Jadi itu, otomatisseluruh rewind di dalam operasional otomatis turun. Bagaimana kita melihat kesempatan yang diberikan kepada, semua narasumber. Dasarnya kan jelas tapi lagi-lagi mas, ukuran yang paling besar adalah ketika semua narasumber, semua yang muncul dalam tv kompas itu sesuai dengan kodratnya.karna bagaimana pun kita juga melihat, siapa sih yang jadi narasumber, siapa yang akan kita minta wawancara. Itukan semuanya ada ukuran hasil rapat. Kan terjemahan dari rapat redaksi yang memang, isinya Cuma membuat payung editorial dijulukan untuk operasional untuk di eksekusi. Itukan sebenarnya sulit mengatakan bahwa , oke dari hasil narasumber kita sudah terkumpul betul pihak ini pihak ini imbang. Kan tidak mungkin dari pihak

prabowo level bintang tiga, ketemu denganwicaksono yang levelnya kolonel.Dan Itu sudah tidak feer, padahal mereka tidak, mereka tidak punya kemampuan apapaun untuk menggugat itu. Oh saya sudah di komper sama ini, jadi ya emang ituharus ada ini. Itu juga sifatnya juga independen. Kadang-kadang kan kalau gini, kalau kita sudah mulai mengalah darimulai berfikir. Kita akan di pengaruhi, sudah mulai yang jelek nih. Kita akan di pengaruh nih. Kita akan aduin nih. Yang penting dua-duanya dapat tempat ketemu sampai lima menit, tapi yang satu saya wawancara yang satu saya engga. Itukan, itu banyak terjadi dan itukan banyak terjadi. Loh tapi dia ada ko, tapi kita tidak pertimbangkan dulu. Loh bagaimana si yang ini beda kamu pertemukan dengan yang ini. Orang juga akan mempunyai persepsi yang buruk .dan itulahmenurut saya praktek-praktek yang sering terjadi. Dan kalau di kompas tv, kami tekankan betul. Sehingga semua narasumber semua yang muncul di layar. Itu sudah hak yang kramat. Tidak ada penampakan tidak ada kesulitan. Yaitu, itu tadi saya bilangkadang-kadang kami memandangnya tidak seidealis yang kita bayangkan. Secara kebutuhan saja. kebutuhan apa, Kebutuhuna logis. Karna kami menjalin hubungan baik dengan semua. Akhir-akhir ini kita pikir, kadang-kadang ini tidak adil. Sehingga otomatis vairnes itu menjadi kebutuhan, kami memandangnya jadi kebetulan sekali lagi mas kebetulan kami di untungkan. Tidak ada yang tidak ingin di untungkan, ini harus ini jadikami jadi kami leluasa. Tidak boleh menghawatirkan ini tidak boleh, tidak ada. Ketika ada riset tidak boleh menjelek-jelekan kepada orang, bukan kepada prabowo. Bukan, bukan kepada jokowi bukan. Tapi memang secara universal, secara umum. Pak Jakob mengingatkan di boleh ya kita.Kita boleh tidak suka dengan kebijakanya, kita boleh terusik dengan nya. Tapi kita tidak boleh menjatuhkan dilingkunganya, tidak boleh muncul intenen pribadi. Kompas terhadap sosoknya, yang kita kerjakan dalam programnya, jadi kita tidak boleh secara pribadi nah itu kan penting buat kita. Buat apa ya kadang kita kenal juga tidak, ko jadi jengkel ya. Nah kadang kita ah kenapa tidak kita abisin, padahal tidak kenal. Cuma kadang sebal saja dengarnya. Karna kita senang dengan progres jadi itu didasari oleh pak Jakob. Loh tidak ada, kompas itu tidak ada urusanya semuanya hampir dikelola dengan baik. Tidak boleh kita masuk wilayah pribadi, itu wilayah pribadi. Dia ingatkan dan itu yang dijaga salah satunya, termasuk ketika kasusnya prabowo.

45.55 – 46.25 Nah ini, masalah netral ini. saya tidak tahu sekali lagiinternal di kompas. Tetapi kalau tetangga sebelah tidak netral. Akan menjativikasi tidak netral. Kaya metro tv karna nasdem makanya dia dukung jokowi. Yang satu mnc pak chairul tanjung rela dukung prabowo. Nah, kompas tv itu memaknai netral itu seperti apa.

Narasumber

46.25 –50.44 Ya sebetulnya kami boleh, boleh dibilang mengesampingkan netral.karna bagi kami hal memilih itu yang lebih penting itu independen. Netral itu kan benar-benar kita memberitakan A bicara A, B bicara Bpadahal peran fungsi media itu ketika kita punya kekuatan mengkonstruksi realitas gitukan. Yang menjadi pesan kepada publik yang bernilai. Tentu disitulah independensi

kita keluar. Salah satunya kitakan tidak mungkin membenturkan ide-ide yang menurut kita konyol gitu, ide-ide yang sekedar membicarakan soal yang netral kan. Kita dimana-mana tidak begitu. Jadi bagi kami, kami boleh dibilang kasarnya mengesampingkan kata-kata netral. Kami lebih memilih independen, independen tuh begini. Kalau kami harus memilih kebijakan A yang kebetulan didukung oleh pasangan A. Itu bukan karna kami sedang mau mendukung A, karna ahli-ahli kami resert kami mengatakan ini lebih relevan. Sebaliknya kalau kami harus mengatakan ini ide-idenya bagus dan sebaginya. Tapi kan kami tidaksama sama-sama inibagus gak itu soal intensivitas, diajarkan pak Jacob itu.Caranya adalah misalnya denganmengangkat beritanya, kami tidak menganggap itu bagus tidak, tapi pengamat mengatakan. Oh ini programnya layak, berdasarkan data ini pernah dilakukan di negara ini, negara ini, negara ini. Jadi komparasinya jelas gitu, nah tapi dari awal kami sudah tidakmengatakan oh ini bagus dan sebagainya. Sehingga itu bisa berlaku di mana pun. Terus kalau netral, ketika ada sesuatu yang sebenarnya kami tau kalau ini akan kalah, kami lepas. Ya karna kami ini kan netral tidak kemana-mana. Jadi netral dalam konteks kaidah bahasa mungkin,iya lah kami tidak kemana-mana awalnya. Tapi dalam konteks jurnalistk kami lebih memilih menggesampingkan sifat netral. Karna kami harus menyodorkan nilai mas, dan nilai itu yang kemudian membawa nama insitusiharus independen gitu. Itulah yang kemudian, kenapa kami tidak independen. Independen itu tidak mudah, karna untuk independen itu kami mempertaruhkan banyak hal. Kami harus mengatakan bahwa, oke ini tidak realistis. Kenapa, karna tidak mungkin. Oke, ini benar karna indonesia berpuluh-puluh tahun infrastrukturnya minim. Waktu saat itu jokowi bangun laut,bangun jalan, dan sebgainya. Faktanya iya, Kita ini kaya minyak.Sekarang Ketika minyak sudah dikit kita baru taukalau jalan baru dibikin, banyak membingungkan ini. Ini boleh juga ini dibikin. Bagi kami siapapun yang bikin inisiatif yang selama ini dirundung kebekuan, harus di beri tempat. Minimal idenya tidak di bikin-bikin. Waktu itudi fikma Uan harus di dukung,bukan parpolnya kita dukung, ide gagasanya. Tapi celakanya yang dibaca adalah wah ini pendukungnya, yaudah. Jadi apa, karna karna insitusi media,koran atau apapun sebagainya. Ya harus berani mengambil gagasan dan nilai, kalau tidak gimana hanya sekedar, contohlah kenapa muncul namanya instrik jurnalisme, kenapa muncul namanya apa, jurnalisme perdamaian. Gampangnya lah, di area konflik katakanlah di judge waktu itu. Karna rakyat indonesia waktu itu hanya, hanya terjebakdalam kata netralitas. GAP bicara apa, ABRI bicara apa, apa adanya. Padahalkan kita bisa laridari situ buang itu semuanya, kita liput orang-orang di luksumawe

Yang tidak bisa sekolah gara-gara pers di konflik gitu. Itukan keluar dari situ untuk mengesampingkan itu, artinya bagi kami, bagi kami tidak ada.ya subjektivitas media itu masih ada. Menempatkan judul memilih itemitusubjectivitas.nah,teranggkum dalam deperdembisa di pertanggungjawabkan. Dalam konteks-konteks tertentu, misalnya pemilu. Kami menjaga betul kaidah peliputan pemilu. Memberikan kesempatan kepada semua tidak menutup, tidak memblokade, tidak memblacklist, tidak ada niatan. Ya, tidak masalah toh publik tidak melihat.

50.44 –50.55 Nah ini akan berkaitan kepada kepentingan publik.Pertanyaan mendasar itu. ketika dua ribu empat belas kepentingan publik seperti apa yang di angkat oleh kompas tv.

Narasumber

50.55 –53.34 Oke kalau, bagikompas tv sebetulnya dua ribu empat belas yang paling penting adalah. Kita ingin membuktikan kepada masyarakat dunia. Bahwa Indonesia sebagai negara mayoritas islam terbesar itu bisa membuktikan,melaksanakan pemilu secara langusng dengan tertib, tanpa ada keos. Dan itu prestasi besar, karna itu kenapa kami selalu hati- hati terhadap hal-hal yang berkaitan dengan Sara, koflik horizontal yang langsung bertabrakan. Waktu itu kami betul-betul menjaga betul, begitu ada pihak yang sudah bicara Sara. Ada obor rakyat dan sebagainya, waktu itu kan beredarkami menjaga betul. Kenapa, karna bagi kami ini Indonesia negara hukum terbesar yang bisa mempraktekan pemilu langsung,damai,lancaritukan praktek luar biasa. Dunia pasti akan semakin wah hebat Indonesia. Gitu jadi, kita tidakbisa complain dengan Amerika.Amerika secara edukasi, secara apa orang sudah kompeten. Persoalan Soal-soal mendasar, Indonesia terpisah dari sebagainya usinya diluar Amerika Serikat. Tapi tiba-tiba keputusan bersamanya ini pemilu langsung yang kita tau betul rentan dengan konflik horizontal gitu. Nah, itulah dijaga betul bahwa Ada yang lebih penting untuk menjaga apa. Satu, kelangsungan berbangsa. Kedua, kelangsungan ini. Jadi kompas mungkin bisa saja di goda kembali lagi ke MPR,DPRD kezaman dahulu. Tidak mau kompas, karna kompas juga belajar tahun sembilan delapan. Kenapa ada pilihan pemilu,kenapa ada pilihan kekuasaan, kenapa kemudian pemilih adalah kekuasan, ya karna itu. Tapi kan ketika sudah memilih itu. Ya Harus ada pelajaran yang dijaga bersama. Ohiya jangan main-main dengan, jangan mencampurkanurusan politik dengan urusan-urusan ras misalnya, gitukan. Itu pun dengan sangat hati-hati apalagi posisi kompas yang sudah distikma, oh makofaktur misalnya. Dan itukan bisa kita hindari. Kalau di pikir-pikir kami-kami ini yang masih disini apa pernah kita nampar, ya tidak berani. Kompas berada di tengah-tengah masyarakat, kalau di pikir-pikir kita terang-terangan melawan mayoritas, ya tidak mungkin. Bahkan koran yang katanya paling iklam saja tidak menetapkan isu. Paling hanyadi halaman HL, ya itukan HL. saking kita melihat ohiyaa,kira-kira itu.

53.34 –53.44 Oke. Nah ini masalah konvergensi, bagaimana bentuk konvergensi di kompas tv, kompas transeison, dan kompas online itu. Berkaitanya seperti apasi.

Narasumber

53.44 - 01.01.57 Nah ini waktu yang tepat bertanya, jadi hari ini,tahun ini adalah tahunkitatidak mau masuk ke tv yang disebut dengan intregated fashion. Kalau mas lihat gedung baru, di depan itu. Kita mengatasikata-kata itu,dengan yang disebutnya intregated fashion. Prosesnya bertahap tapi sedangkita eksekusi.sebelumnya,lima tahun sebelumnya sudah ada internet, berawal dari konten Hap. Hap itu konten pengunaan,pemanfaatan. Itupun ekstensi dari

intregated fashion,intregated media masih jauh dari jangka masalah karna, sekarang yang mulai kita eksekusi dengan, Tahun ini sudah mulai kita eksekusi. Kami ada date bersama, ada namanya centerlight newsroom. jadi ada satu kepala, satu kepalanewsroom yang bisa mengawasi setiap pelapor. Kami melihatnya, kenapa kompas gramedia melihat itu, begini kalau saat ini locomotif bisnisnya kompas gramedia adalah dari koran, dalam arti locomotifnya berasal dari koran. Itu kami akan sembunyi-sembunyi untuk mengatakan ada penurunan tajam dan ada, ini adalah konteks indranti dan kami akan hati-hati. Mau faktor besar dan lainya, orang beli locomotif untuk koran koberani kira-kira begitu. Tapi kan kami juga melihat, bahwa apasih the next tv dari kompas gramedia. Oke, kalau memang tren nya adalah era digital dan basicnya audio visual. Karna itulah lima tahun yang lalu kompas gramedia juga bikin tv. Lalu apakah benar berhenti disituoh tidak, karna kalau kompas platform nya berhenti di sales marketing saja ya namanya jadi media partisan juga, jadi itu juga.Harus jadi bidang television, dan televisi sudah mulai, membuat mendistribusikan, mendistribusikan konten nya.kebanyak platform,kebanyak aplikasi. Yang kita tau generasi sekarang semakin variatif gitu. Tidak bisa lagi kita pakai ukuran, jadi kan selalu berkembang, ada line nya untuk anak-anak muda dan sebagainya kita coba untuk pemilu kemarin, pilkada DKI kemarin. Kita share juga live streaming di line. Yang menurut kita tadinya mana bisa anak kecil mengenal line, Abg-Abg itu, rupanya empat koma tujuh juta yang pakai. Dan itukan cukup besar, jadi setelah sukses di youtube kami menyebarkan konten dan sebagainya. Hal yang samajuga dilakukan oleh,koran tidak akan berhenti di tempat itu, koran juga punya kompas.id dia juga melakukan audio visual di beberapa isu. Dalam disituasi tertentu mulai bertukar. Saling produksi bersama dengan kompas tv, .com juga sama tidak hanya berhenti di teks dan foto tapi ada audio visualnya, dan lainya sebagainya. Sudah terjadi, awalnya kita rapat beberapa orang. Ada bucket konten up saja langsung di cemplungi tapi sekarang sudah mulai terintregasi. Terintregasi, yang kami sudah anjurkan dan kami lakukan bersama adalah bagaimana dengan sistem. Kalau orang nanti termasuk dari luar kan, ayo sudah eranya intragated newsroom. Era telah terbackground. Bagi kami yang sudah melaksanakan untuk diri sendiri, berfikir itu sistemnya bagaimana, pengiklan bisa tidak menejermahkandengan gampangnya sama-sama di koran katakanlah, astra hari inigitukan. Astra hari ini satu halaman seperti ini yakan, saya sebutlah katakanlah harganya satu koma empat miliar, gitukan.Hari ini tiba-tiba ayodong dengan tv letakan dengan astra. Tidak penting saya bilang. Ini koran kompas ko, saya belum tau itu mainseet nya di tv. Saya harus menambah uang, atau dibalik. Kecuali kalau nilainya tidak ngambang saya di tambahkan tidak apa-apa, kata koran. Loh, jangan dikurangin dong. Masa di bagi ke tv,masa di bagi ke .com kata tv yaudah deh saya pakai yang ini. Tapi sudah di putuskan bahwa.salah satunya untuk menatap masa depan di media, bagi televisi ya tidak sekedar televisi, tapi tujuan televisi. Televisi yang bisa menyebar ini. kuncinya adalah di teknologi. Jadi hari ini kita mengatakan bahwa konten, semaksimal kita membuat konten, itukan basic. Jadi, kami di untungkan bahwa kami punya tradisi dalam hal pembuatan konten. Yang boleh dibilang kami menjaga etika, menjaga kwalitas kami benar dalam menjaga itu, ya okelah. Tapi kemedian yang terpenting

bagaimana mendistribusikan dengan kondisi pembaca,kondisi konsumen yang sekarang. Ya kenapa karna, hari ini orang sudah tidak bisa menunggu lagi. Kenapa kita harus menunggu-nunggu besok koran kenapa harus menunggu .com yang hanya itu saja. sekarang dasar teknologi itu memungkinkan itu membuka mata orang. Wah sekarang saya sudah bisa ko tinggal saya subscribe, beberapa situs berita tau-tau dikirim melalui email dan sebagainya, dalam bentuk whatsapp. Intisarinya jadi saya tidak perlu baca capek-capek. Itukan buat orang tantangan, ohiya orang mau berhenti hanya sekedar di queribikel besok tayang hari ini berita, atau kita juga mulai dengan mainword dan sebagianya. Dan orang sudah melakukanya. nah Jadi,konvergensi bagi kita. Kompas melihatnya adalah tinjauan, lalu kompas menyadari betul bahwaketika di era yang sangat analog untuk memperkuatmenguasai pasar. diajuga tentu mengatakan bahwa di era digital dia tidak boleh ditinggalkan. Jadi persevektive industrinya masih ada. Konsitusinya ada, wajarlah kalau selama ini locomotifnya dalam koran kompas yang kita bilang terjemahan dari analogitu penting. kemudian,secara grup melihat oh ini kedepan tradisinya akan mengarah kesanadan kitapun masih raba-raba. Kenapa, karna di digital sekarang delapan puluh persen dari sepuluh persen total belanja iklan itupun delapan puluh persen larinya ke youtube dan facebook. Pelaku-pelaku digitaldisini itubelum bisa menikmati, jadi ini kita mau kapan melihatnya. Tapi kan kita tidak berani kegabah,dan tidak berani juga menyepelekan. Jangan tiba-tiba itu datang mendadak promo taunya kita belum siap. dan semua platformnya ada, ada radio dan sebagainya, kita siapkan saja dulu. Toh tidak ada salahnya kita kreatif itu ternyata, hari ini paling tidak berdampak padaefisiensi tim peliputan. Dan kan biasanya ada satu peristiwa. Ada wartawan koran, ada wartawan tv, ada wartawan .com tapi dari situ saja sudah ketauan, yasudahlah soal nanti mengaturnya seperti apa ya kita jalani dulu gitu. Dan berikut, yang paling penting sebenarnya dari sisi redaksi adalah bagaimana caranya penyatuan intregated fashion,centerlight back. Itu adalah, ada tipu atau ada garis yang kuat untuk mengawal editorial di tiga platform. Kami inikan eksetensinya beda-beda mas. tv tidak mungkin ke sekalem orang. Tv gitu mas ada share dan seet,masa kita judulnyasekalem orang.Kalau pendekatanya secuil orang, tidak bisa mas mati tv mas. Malah ada berantem-berantem gitu, begitu juga dengan .com kalau judulnya terlocomotif orang nya mati .com ratingnya tidak akan naik gitu. Tetapi, kami mengatakan bahwa itu kan secara eksekusinya, trus all roofnya ayo kita jaga. Misalnya, eh jangan macem-macem ya kalau sudah mulai soal berita intregitaskita jangan main-main ya jangan bercandaan ya. Karna buat .com buat tv itu teladan untuk menaikan share menaikan ratting, tinggal kita adu saja di layar sama ahok misalmyabareng jadi.Tapikan koran akan marah, gila itu kita tidak begitu. Yasudahlah kita akan main tapi terbuka, ada unsur intrinsik sendiri. Nanti dikasih cerpen, jadi oke ada benang merah yang menjaga jalin pengaman editorialnya sudah adatapi eksekusinya tetap masing-masing karna kami cari warna masing-masing mas, kira-kira seperti itu.

01.01.59 - 01.02.05 Jadi di dua ribu empat tuh bentuknya masih dalam bentuk ada liputan bersama. Tidak, di dua ribu empat belas dulu.

Narasumber

01.02.05- 01.06.18

dua ribu empat belas kan sudah ada liputan bersama. salah satunya adalah, saya akan bergabung juga di dua ribu empat belas.itu saya sudah mendengar sudah ada yang namanya KPI. sudah inisiatif,sudah platform, semua id termasuk id,termaksud IP juga. KPI tuh kaya semacam basket, bersama untuk mengumpuli berita dari semua platform. termaksud tribun majalah kita. jadi semua orang bisa ambil, oh kurang bahan ambil dari situ, tapi kan, tapi istilahnya masih dalam bentuk konten hak. dua ribu sebelas berbicara yang namanya triple M multimedia multiplatform multichannel itu madaptorny dari CEO, dari platform manajemen kompas gramedia, dari grup. Itu sudah,saya termaksud ikut juga bebetapa kali rapat, namanya triple M. Di pemanggangan HAM harus ada sinergi nya. kita mulai aplikasikan misalnya di pilkada DKI waktu itu, instriknya dengan kompas gramedia, mau diapain nih kita. Keluar di, contoh misalnyakita buat kotak aspirasi disana, ayo dong harus sinergi dengan grup bahkan kita paksakan. Kita sinergi dan dengan toko buku.karna kotak kita menetapkan kotak aspirasi disana.orang punya aspirasi apa si terhadap Jakarta. itu waktu Jokowi lawan Prabowo. kita masuk dengan kotak aspirasi, kita dapat eksposure.kita juga punya tempat.media yang seperti itulah sifatnya, belum ada arahan yang jelas. dalam arti begini mau kemana, tapi kita bikin sinergi dulu deh supaya satu-satu. Baru dengan platform media dan sebagainya. contoh misalnya nova itu juga kita ambilmenjadi tayangan di channel prabayarnya kompas tv. Kompas television, memakainya channel kompas. ya kalau ada wawancara-wawancara dalam bentuk text kita pindahkan kesana. dieksekusi, tidak semuanya tapi yang menarik. lalu dimajalah itu majalah kompas gramedia ada namanya disitu media ada resep-resep yang memang mereka masak, kemudian kita ambil kita publik kita kolaborasi segmentnya salah satu program di kompastv, ada menu. kalau saya bilang prospeknya tidak akan habis, dalam hitungan satu tahun setiap hari tayang. Kenapa,karena sampai sekarang tereksekusilah tinggal tiga brend yang pakai nama kompas. kompastv,kompas koran,dan kompas.comitu di perbarui. Nanti mulai bulan juni ada pergantian nama, menyusunnya pun sudah terpisah,satu gedung. ada yang satu lantai ada beberapa job yang sudah bergabung ada job olahraga,dan job ekonomi itu sudah jadi bergabung. saya kira ini awal yang bagus, tapi saya belum tahu kemana semua pasti akan ada adaptasi. bayangkan koran kompas, kompas.com dan tv sama-sama jurnalis. sama-sama kompas tapi pola kerjanya jauh berbeda, koran ruang penuh keheningan. Sedangkan tv breaking news, breking news ramai-ramai. yang tiap hari akan tayang, tiap detik akan tayang, tidak akan tunggu besok. koran harus punya fakta yang mendalam. jam berapa, bayangkan. tidak gampang buat kita. tapi, karena kami melihat bahwa, proses reformasi itu kepercayaan melihat, ya kami bertahap ya. seperti awal oke ekonomi dulu. entah itu satu lantai tapi mungkin agak terpisah ya tidak terganggu. karena koran kan , ya wajar kalau koran mengatakan,ha kami gabung dengan tv dengan .com satu,

dia warga negara kelas satu yakan,anak-anak baru kemarin gabung sama saya. Ribet inikan, kira-kira begitu, kita tahu ya. Pasti iri ya, didalam saja dianggap tv saja dimata anda.

01.06.18-01.06.27 Jangan kan di dalam ya diluar sama saja sama-sama, koran kompas kan jarak jauh.

Narasumber

01.06.27-01.07.30

Kami lihat. ini adalah trobosan lima puluh tahun kedepan. Itu bisa jadi mandatory dan intregated newsroom. Ayok dilaksanakan,beruntung kawan-kawan koran kompas menyadari ya. Karna, ini bukan soal generasi muda.Tapi soal keharusan, oh iyaya ini eranya begini, mereka juga harus main di audio visual. Mereka tidak bisa berhenti hanya bersandar di nama besar kompas.pada akhirnya ada generasi pembaca koran yang loyal pun akan hilang. iya kan, bukan bilang karna bohong. tapi ini hanya siklus saja. kami yang datang baru juga tidak, oh kami yang paling baru nih kami yang paling modern, tidak berani juga kalau seperti itu. selama ini kami tahu diri. kami ada dimana. Kira-kira itu lah, tapi semuanya minimal semua sepakat bahwa yausudah kita harus bersinergi kita harus bikin intregated news room, dan prosesnya tahun ini, kita usdah bukan lagi katanya.

01.07.30-01.07.48 Yang terakhir itu, masalahmedia ideal, selama ini adanya media tuh dimiliki partai politik, tidak ideal.banyak iklan tidak ideal. kira-kira dalam pemikiran kompas.Media yang ideal tuh seperti apa si.

Narasumber

01.07.48- 01.14.19 Sekali lagi gini. media ideal dalam konteks industri dan media ideal dalam konteks non industri, dua hal yang berbeda.saya memilih dalam konteks industri, saya berpihak. dalam konteks industri ada unsur kesinambungan perusahaan yang sedang berjalan. karena bagaimana kita mengatualisasikan iklan, kita menjaga. kalau membuat perusahaannya bubar ya kita memiliki unsur orang. sehebat apapun, kita mendevolut orang, mencetak jurnalis-jurnalis. kalau perusahaannya bubar mereka akan berjalan karu-karuan. karena itulah institusi menjadi penting. Semua institusi penting,nah insitusi itukan besar dalam konteks industri, ya kalaumemang tercukupkan. Tim kami bagus, nah beropinian kita apakah mau gampang-gampang saja, sudahlah delapan puluh persennya kita jual saja bloking-bloking. Selesai lah jadi tv. tapi kan untuk edukasinya mana, apalagi tv. tv kan punya kepentingan publik mana pertanggung jawabnya, nah kita pakai aturan saja. Kalau komposisnya tujuh puluh kalau tiga puluh. Tujuh puluh di konten, tiga puluh persen adalah iklan.total durasi, atau enam puluh empat puluh. kita ikutin saja. sudah ada acuannya kok. acuannya dari KPI, berapa persen sebenarnya ideal,kita ikuti itu. Kita penuhi itu, dan sah-sah saja. Dan biaya ekonomi media cukup. Cukup sekali,kalau kompas tv jadi tv berita. Ongkos produksinya ketahuan ko.Tapi tv berita dan tv entertaiment jelas jauh lebih murah

tv berita. Ketika kami mengatakan, yasudahlah delapan puluh persen konten ya, dua puluhpersen untuk iklan. nah temen-temen saya bilang tiga puluh dong, atau tiga lima. Oke masih oke, nah politik atau tidak politik. kalau pun pemiliknya partai politik selama dia tidak mencampur adukan kepentingan dia kedalam rana. redaksi apa lagi terhadap pertanggung jawab bahan frekuensi publik. semua boleh dijamin undang-undang kok, boleh-boleh saja. Tapi yang jadi persoalan adalah ketika dia menggunakan itu, menghipnotis publik, yang memang sudah kecanduan ini,ya kalau dia tau persis kotak ajaib untuk menjebak orang dengan karna minat orang indonesia itu membacanya kurang, dan itu dilakukan ini memang bahaya. dan apalagi dari segi pendidikan orang indonesia tidak bisa mengatur.orang bisa punya empat,lima tv, dan sebagainya itu kan frekunsi publik. orang kan menganggapnya ya PT nya punya dia tapi prekuensinya punya negara. Negara berhak mengatur, nah inilah sebenarnya kita mengatakan bahwa. Kalau, katakan kalau saya sih tidak pusing-pusing tapi, menurut saya tidak juga. tapi ini harus tau diri membatasi. Ini, ini frekunsi nya bukan punya saya. Saya tidak tahu kapantetapi yang terjadi sekarang adalah jangka pendek, rata-rata orang ingin naik daun. oh Surya Palo sukses juga kekuasaan setelah mumutar Metrotv kan. hanya dilihat itu saja gitu, sehingga orang ya sudah Haritanung akan bikin perindo dan dia akan hantam perindo dan akan sukses dan tujuh persen sukses di DPR gitu loh, punya tv. ini kan bahaya kalau dibaca. untungnya sumber frekuensi tuh tidak gampang. kalau gampang orang sudah bikin sama semua. Waduh gampang ternyata ya, wah Surya Palo bisa mempunyai tujuh puluh persen di DPR sepertinya di geber terus di Metro Tv. Ditiru oleh Haritanung dan Perindo sukses. itu yang tidak menjadi ideal sebaiknya dalam konteks industri disis lain dua hal yang berbeda ketika menjaga dalam hal kesinambungan, ini kan pada karya. Ongkosnya besar kalau tidak dijaga dengan pemasukan oh ini kan bahaya. tidak idealis menurut saya, kan kita sudah banyak lah tv yang baru berdiri dengan gaji yang segitu, dan ditengah jalan. artinya itu juga tidak ideal. ideal ketika kira bisa tumbuh cukup lama bisa berkesinambungan, tapi bertumbuh gitu loh. nah bertumbuhnya itu, seiring dengan apa. Seiring dengan pembuatan kontennya. Kenapa, sekali lagi saya bilang. mungkin saya tidak fair ya, karena saya begitu ada di Tv baru, namanya kompas sudah ada di ingkungan soal-soal kaidah-kaidah itu yang sudah terlanjur di kuat dan di jaga. Dan ketika saya ugal-ugalan pun saya akan di kucilkan. Saya Mungkin akan diusir gitu, jadi saya bilang ke teman-teman ini kita. Kita ini tidak bisa dijadikkan model, kenapa. ya karena kita ada disini pendatang baru. Macam-macam Dibentuk,dikeluarin, jadi kalau kita harus begini banyak orang datang. bukan karena kita juga, okelah kita punya niat baik. Karena itu kita kerja disini. tapi bukan karena kita ini loh, karena toh kita mau ugal-ugalan mau main mau apapun lah kita nakal. ya disini kita suda dibentuk, pendatang baru. juragannya besar gitu loh, saya selalu katakan begitu kalau, supaya fair kalau kita dikomparasi dengan metrotvdengan inews karena situasinya jauh berbeda saya bahkan pindah ke inews tidak bisa ngapa-ngapain. jadi saya terlalu reflek hormat saya sama teman-teman di Inews , orang di fikma. Aduh pokonya. Ko enak ya, ya enak. sudahkarena memang dari awal mereka kadang kadang saya mengatakan ini berlebihan deh kompas.saya bikin berita tawuran saja ditegur. berita tawuran, itu di tegur. masa menontonkan kekerasan saya bilang tv

kalo tidak sedetik dua detik ya tidak ada yang nonton lah. saya kan datang dari industri tv, itu saya sampai berdebat dengan teman teman-teman kompas media. Ini disebutnya ya sudahlah saya duntungkan saja. Begitu kira-kira

01.14.19 - 01.14.30

Ya habisnya Posisinya sama lah artinya akan diberikan kepolitisi, akan di beri ketidak kepolitisi. Artinya ada konsekuensi harus ditanggung ya.

Narasumber

01.14.30 - 01.15.22

Oh bagus, itu harus di bela. dia punya kwalitas yang bagus kemudian di apresiasi, Mungkin saya selalu menyederhanakan definisi publik. tapi kan saya bilang publik itu kemudian di pertimbangkan oleh pengukuhan, pengukuhan ini kan kira-kira juga menghitung.Bahwa dia dipasang diprogram ini,yang kira-kira dia tau oh yang nonton banyak, jadi secara tidak langsung kalau, program-program yang menurut kita, yang saya sebut baik. Mengikuti kaidah dan kode jurnalistik yang benar. kemudian disitulah orang pasang iklan banyak, mudah-midahan di tv itu juga mempunyai program-program yang bagus,program-program yang tidak propokasi dan sebagainya. Jadi itu apresiasi. Buat saya itu ideal.

01.15.22 - 01.15.26

Bagaimana kalau televisi tanpa iklan.

Narasumber

01.15.26 - 01.18.32

Begini kalau televisi tanpa iklan kala itu konfersinya media publik boleh-boleh saja, secara punya adil tapi kalau tidak bagaimana kita menghitungnya, selama itu dibiayai sendiriDan itu memang private factor. Saya tidak tahu mau di jadikan VSA, kompa gramedia yang besar dan sebagainya. Kalau dilihat dari biaya produksi yang dinilai untuk televisi, saya kira berlebihan.Saya pernah mempunyai konsep itu ketika saya di RCTI. Saya mengatakan berita di RCTI itu hanya dua puluh lima persen dari total yang di hasilkan. waktu itu saya orang dulu, orang seputar Indonesia. saya mengatakan begini kenapa tidak, jadikan dong news ini sebagai CSRnya RCTI. Kenapa, telah meracuni puluhan jam sinetron, jadi jangan diukur dengan share ranting, jangan suruh kamu bikin sinetron. kamu bikin sinetron yang muncul adalahdarah,dan air mata.Dan tidak edukasi, berita kami hanya isu-isunya. tapi kalau ini CSR nya RCTI ya. Terserah, uang produksinya tanggung dan tak mahal. Akhirnya ya rusak, untuk sebuah tv

keseluruhan selama dia masih privatefactor tiba-tiba sudah tanpa iklan. Mendapat pemasukan dari mana. saya kira tidak ada yang kuat.

(Kalau subscribe susah juga ya)

Kita tidak bisa juga karena gini, saya subscribe selama masih banyak yang gerak, itukan sentimen harga. tapi kalau aturannya oke, ketika semua tidak ada boleh tv yang featur R semua akan main kesana, pasti ada akan hidup itu.

(Contoh dinegara lain lah di Amerika saya menonton tinju. Maka yaa, harus layar tinju. Saya ingin bermain bola, ya ada.)

Ya karen aturannya semua begitu. Kalau disini hanya menjalankan tv, tertipu. Orang bilang, untuk apa. Privatefactor, sentimen harga, itu pasti akan berpengaruh. jadi tata niaga Industri juga harus ada, makanya itu saya bilang melihat media dari segi, dari perspektif industri media itu terpisah, begitu juga keduanya akan bertemu. kita ini tv skridibilitas. Itu lah, tv skridibilitas kemudian pada akhirnya akan di apresiasi. Dan itu khusus untuk kita. Itulah kadang-kadangsaya suka bergurau. Tv, tv standar ya. Tidak meriah-meriah. Dibikin yang baik hanya untuk di jual, kegagaan itu. Saya pikir mulai dalam hati, ini hanya bercandaan saja.karena dia punya prinsip begitu yang baik-baik sajalah. Pasti ada penonton yang baik ko.Membangkitkan bangsa, foto yang di balik itu adalah, Komoditas dapat di jual.

01.18.32 –01.19.31 Kita ambil dari tipikal dari Gunawan Muhammad,pak jacob dua-duanya kan johari.tapi polanya berbeda. tembok A ini B ya, dua-duanya menarik, dua-duanya. Jacob punya idealisme, gunawan punya idealisme.tapikan pada prinsipnya dua hal yang berbeda kan, kalau kompas disebut lah disebut peta begitu. Kalau disana berbeda lagi kan. mereka kan namanya fakta berkepihakan kepada tv kan. makanya jurnalisme investigasi Kan, dan jangan berharap menurut sumber itu tidak ada. (menurut sumber saja tidak ada, berfaktual) jangan kan tv yang baru, kompas yang lama saja tidak berani. saya bilang, ya sudah. jadi itu memudahkan pak Jakob ya.

Narasumber

01.19.31 - 01.19.45 justru itu mas, ada yang merekap kopas. ada beberapa yang menaungi kompas. Dan itupun menyakinkan betul fakta sebenarnya, kami kan narasumber terpercaya. Dan ini kami kabulkan, kami bilang tidak bisa. Kami ini narasumber. Tapi kami bilang tv mati kalau tidak ada. Dan ada kesepakatan-kesepakatan.

01.19.45-01.20.00

Ya kalau saya si gitu ya hindari sudut pandang akademisi. Cuma ada watak-watak tertentu yang menurut saya itu akan memperkaya media. Biarkan saja itu, jadi kalau saya.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA KOMPAS.COM

J. HERU MARGIANTO

(NEWS ASSISTANT MANAGING EDITOR KOMPAS.COM)

Oke/mas Heru/mas Heru kompas.com/jadi pertanyaan yang paling awal itu/ Secara umum bagaimana anda melihat peta media ketika kampanye pilpres 2014?//

Jokowi dan prabowo saat itu seingat saya ada kolarisasi yang kuat ditengah masyarakat/antara jokowi yang dianggap sebagai ikon baru politik diindonesia dan prabowo yang sering diidentikan sebagai bagian dari masa lalu dalam peta politik indonesia// Media saya kira waktu itu juga ada yang menyatakan dukungan secara tegas seperti jakarta pusat waktu itu , sementara,oh ya terbelah/media sudah pasti terbelah ya/ waktu itu ada yang diprabowo/ ada yang dijokowi /dan netral/

yang dijokowi saya tidak ingat/ yang saya ingat prabowo, yang diprabowokan teman-teman ditvone lalu di viva grup dan waktu itu saya ingat sekali kasus ayam berkokok,itu rame dikalangan pers, jadi viva itu menegaskan ada ketentuan khusus tentang bagaimana berita jokowi itu harus ditempatkan dihalaman viva,itu dari pemiliknya tuh berupa create dan kebijakannya langsung dari Ardi Bakri/ teman-teman di viva yang saya tau tidak bahagia dengan ketentuan itu/karena saya kenal sejumlah dari mereka adalah wartawan-wartawan yang bukan tipe perkooptasi/ tapi teman-teman yang sangat independent lalu ada sebuah kejadian dimana ada salah penempatan berita jokowi di HL atau diapalah saya lupa gitu,yang Ardi Bakri marah itu/sebelum ayam berkokok silakan mengajukan surat diri,lalu kemudian mengundurkan diri itu terbelah/saya kira itu media pada waktu itu juga terbelah /antara pro sana dan pro sini dan itu juga rasanya tidak terhindar ketika para pemilik media adalah bagian dari perpolitikan diindonesia/mereka menjadi ketua umun mereka mencalonkan pemilik media /sebagai presiden juga waktu itu mereka punya aplikasi politik sehingga itulah situsnya padahal seharusnya saya kira dalam situasi yang terpolarisasi semacam itu,media seharusnya menjalankan perannya sebagai pihak ternetral/dan berpijak pada masyarakat/

Waktu itu kan yang paling mengerikan yang hari ini terulang dipilkada adalah potensi kerawanan perpecahan atas dasar SARA dan media seharusnya menjaga konserpasi itu//

Sementara untuk kompas.com sendiri bagaimana ketika pilpres?

Kami dari dulu itu/tetap pendirian bahwa keberpihakan kami adalah pada masyarakat/pada publik/demikian pula pada pilpres kami tetap mengedepankan itu juga/sama/kami tidak ada berpihakan pada kubu sana dan kubu sini/ sampai hari ini dari dulu sampai hari ini tetap independent//

terus kalau ada berita salah satu yang menyolok dari kompas.com adalah ada berita kompas.com yang diambil oleh metro dan babinsa dan gara-gara itu menjadi isu yang luar biasa,orang akan mengatakan babinsa itu pasti alat prabowo karena dia militer,kemudian itu bergulir /pertanyaan saya apakah itu bukan salah satu bentuk dari kompas untuk memihak salah satu pihak untuk menyudutkan prabowo?

Itu cara kami untuk mengkritisi yang kami temukan dilapangan,karena secara vaktual kami mendapatkan informasi/ ada yang seperti itu dan ternyata betul kan/bahwa ternyata ada yang berusaha mengarahkan dari sibabinsa/ kemudian mengarahkan pilihan kepada si orangnya./Kenapa kami mendapatkan berita itu,itu

kawan kami yang diarahkan oleh babinisa itu,kawan salah seorang dari kami kenal baik sekali lalu dia cerita/lalu kita anggaplah itu,menurut saya itu bukan cara kami menunjukan keberpihakan tapi cara kami mengkritisi praktik-praktik dilapangan berpotensi menimbulkan kecurangan dalam situasi kolarisasi demikian ketatnya/sehingga atas dasar/tanggung jawab kami sebagai media/kami mengkritisi itu dengan cara menaikan berita itu//

Pihak lain Prabowo menuduh kan?bahwa kompas.com berada di Jokowi//

Pasti/karena kolarisasi itu kan/ketika kami mengkritisi yang sana/yang sini pasti akan menjawab/oh kamu yang sana/ketika kamu disini/sebaliknya/akan dibilang begitu/itu tidak terhindarkan/tapi dengan tegas saya berani mengatakan tidak ada sama sekali maksud/keberpihakan dalam memberitakan itu/semata-mata kami melihat ada potensi/ketidak jujuran dalam praktik pilpres/maka kemudian itulah yang kami angkat/tujuannya semata-mata itu/bukan keberpihakan/karena faktual ada/seandainya tidak ada keberpihakan itu/menyampaikan berita-berita tidak berdasarkan fakta/berita-berita bohong/tidak ada dasarnya untuk menghidupkan pihak beruntung/kami tidak sedang tidak menghidupkan pihak beruntung/kami sedang memaparkan sebuah fakta/bahwa fakta itu dianggap bahwa menghidupkan pihak beruntungitu kebenaran/kami tidak bisa tidak menaikan berita itu/karena itu potensi kecurangan/karena keberpihakan kami pada publik/pada proses pemilu yang adil dan jujur/maka kalau kami melihat ada potensi kecurangan/kami tidak bisa/tidak untuk menaikan//

Disisi lain apakah ketika itu kasus transjakarta juga digarap oleh kompas.com//

Waktu jokowi/ada satu berita kompas.com yang mengkritisi transjakarta dan juga booming bus berkarat/itu kita yang buat?//

Bukan/bukan/saat kampanye itu/kami kan bebicara waktu kampanye saja//

Saya lupa/apakah ada peristiwa yang mecolok pada saat itu/kami tidak pernah menyembunyikan/atau menunda-nuda pemberitaan ketika kami melihat ketidak benaran/artinya kalau seandainya saya lupa/saya kita tidak ada/saya tidak tahu ya/ketika kami tidak membicarakan transjakarta/ya karena kami tidak menemukan sesuatu yang perlu dipersoalkan//

Sekali lagi/berpihak atau tidak berpihak itukan itukan pilihan relasi/kenapa kompas.com memutuskan tidak berpihak ke A dan tidak berpihak ke B/tidak ke Jokow tidak ke Prabowo//

Sejak awal media kompas didirikan pada tahun enam puluh lima oleh pak Jakob dan pak Ojong/jelas disitu disebutkan bahwa keberpihakan kompas adalah kepada masyarakat/dijelaskan oleh pak Jakob/kita ingin mendirikan koran/kita ingin mendirikan media/buakn media atas nama satu kelompok/tapi media yang membangun Indonesia/siapa Indonesia?/masyarakat/maka keberpihkan kita berpihak pada pluralisme/pada Indonesia/rakyat/pada kebinekaan/pada siapapun mereka yang menjadi warga negara Indonesia/hingga awal koran ini didirikan untuk tidak memihak pada satu kelompok/dan itu bertahan sampai hari ini//

Kalau ada orang yang mengatakan kompas memihak memilih Jokowi/kompas.com termaksuk kah?//

Pasti ada yang bilang gitu/banyak media pasti akan mendapatkan label-label itu/ya itu kan anggapan orang/ya tidak apa-apa/karena tidak bisa tidak kolarisasinya kuat/kalau kamu tidak dianggap sebagai golongan A pasti kamu dianggap jadi golongan B/berita itu mengandung konsekunsi/tapikan kami tegaskan bahwa memang tujuannya bukan itu/tujuannya adalah kami lihat ada potensiketidakadilan/ketidak jujuran dalam proses pemilu maka yang diwatakan adalah proses ketidakjujuran/bukan keberpihakannya untuk menyudutkan//

Apakah fusi di Indonesia konteks pemilih pendiri itu sangat mempengaruhi dalam berita/pertanyaan dasarnya sejauh mana figure Harisna ajaran dari Jakob menjiwai jurnalisme kompas.com disaat kampanye pilpres//

Itu yang say sudah bilang tadi/ketika orang masuk sini/orang pasti kan teracuni atu terinternalisasikan oleh nilai-nilai yang dibangun oleh pak Jakob dan pak Ojong/apa nilai-nilainya?/kebinekaan/pluralisme/amanat hati nurani rakyat/memberikan tempat pada mereka yang menderita tidak mendapatkan suara/menyuarakan mereka yang menjadi korban atas berbagi macam ketidakadilan/itu tertularkan dalam diskusi dalam segala dinamika proses diredaksi/itu seperti nilai yang mengekal dan itu diruang redaksi/dan nilai-nilai itu hidup diwariskan dari generasi ke generasi/maka sejauh mana itu terpengaruh/sangat berpengaruh/kami adalah wartawan-wartawan yang mendukung kebinekaan Indonesia/pluralisme//

Ketika Jakartapos menurunkan sebuah editorial-editorial Jokowi tanda kutip pak Jakob berbicara bahwa dia agak sakit kepala/dengan ungkapan itu/walaupun editorial yang redaksi tapi ketika itu pilkada membuat mereka bilang Jokowi/karena mau tidak mau jakartapos itu/tetap orang maupun ada saham siapa tetap saja punya Jakob/nah apakah itu juga menunjukan bahwa pak Jakob juga ada keberpihakan//

Jakartapost itu tidak ada hubungannya dengan/jakartaposkan milik Jusuf Wanandi/jakartapost tidak menjadi bagian korpores kompas dan media/jadi mereka tidak ada urusannya/meskipun gedungnya dari sini ya/tetapi dia tidak menjadi bagian anak perusahaannya kompas dan media//

Berarti hanya image orang bahwa jakartapost itu//

Ya itu hanya kesalah pahaman orang saja/orang yang tidak mengerti bagaimana struktur jakartapos dalam konteks kompas dan media/saya tidak tahu seberapa banyak kompas dan media punya saham disana/tapi yang pasti kalau pun punya itu sedikit/saya kira Sofian wanandi/Fikri zukri/ yang pasti jakartapos tidak menjadi bagian dari korporasi kompas dan media//

Ya karena kalau dia menjadi bagian itu mau tidak mau/adalah salah satu sikap dari pendiri dan pemilik atau pengusaha//

Dibawahsepemahaman saya media Indonesia berada dibawah kompas media/itu tidak akan pernah..//

Karena kolarisasinya begitu kuat didua kutub itu/maka bagaimana kompas.com mendefinisikan kebenaran dalam konteks jurnalisme//

Fakta itu kan sesuatu yang suci/maka yang kami paparkan adalah/apa yang kami lihat sebagai fakta dilapangan/seperti tadi itu kan /soal babinsa itu/apakah itu benaran/faktanya kami menemukan itu/maka tidak ada rekayasa/fakta-fakta yang kami temukan/kami memaparkan fakta-fakta secara objektif/apa yang kami lihat/apa yang kami dengar/apa yang kami tafsirkan/diluar fakta dia tidak berita//

Walaupun fakta itu juga adalah dikontruksi oleh tim suksesnya//

Mungkin ya/kita kan tidak sepenuhnya/kadang-kadang bisa sampai jauh itu/konsep dua jari khususnya/itu jelas dikonstruksi/oh iya/kan juga fakta yang diikuti oleh ribuan orang yang demikian ramainya/demikian firal di media sosial/dan itu menjadi magnet memikat sebagian orang untuk menyaksikan itu/kan tidak mungkin tidak/karena faktanya rumor itu punyanya berita yang sangat tinggi//

tapi MNC tidak melalukan itu/karena mereka punya kberpihakan/artinya kompas itu/mengambil berita itu konstruksi dari tim suksesnya/jadi artinya ketika meliput itu/orang mengatakan kompas berpihak untuk mensosialisasikan itu//

orang bisa saja berpandangan seperti itu/tetapi tidak keberpihakan kami kan terlihat adalah silakan kalian timses membuyat konstruksi apaapun/diatas publik ketika itu mempunyai dampak/mempunyai impek dimasyarakat/itu adalah berita/justru yang keberpihakan semakin jelas di MNC ketika ada sesuatu yang sangat berdampak dimasyarakat/dia tidak mengangkat itu sebagai sebuah berita

ini ada berita lagi/JK/dulu SBY pecah/Prabowo/kenapa sekarang mendukung/berita-berita seperti ini/itu tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak berpihak/makanya ketika JK mengatakan SBY pecat Prabowo dulu/Prabowo/orang tuh mengatakan Prabowo tuh pernah dipecat oleh SBY/pasti nama buruknya/jadi susah mengatakan kompas tidak berpihak ketika menurunkan berita-berita seperti ini/berita babinsa kemudian konsep salim dua jari/Prabowo dipecat karena tidak didukung/itu susah mengatakan kompas tidak berpihak//

apakah JK kalau berbicara seperti itu?/dan faktanya memang dipecat/lalu menunjukan kami tidak berpihak kami tidak memberitakan itu/kalau kami tidak memberitakan itu/dianggap seperti berpihak ke yang lain kan??/pasti kami memberitakan atau tidak memberitakan dianggap tidak berpihak/lalu pijakannya apa/menurut saya pijakannya adalah fakta/yang tadi saya bilang/pijakan kebenaran jurnalistik ada pada fakta/sejauh itu merupakan fakta/sejauh itu berdampak pada publik/maka kami akan memberitakan/bahwa kami memberitakan itu dianggap ya resiko kolarisasi itu/kalau tidak memberitakan apa tidak dianggap tidak berpihak juga kan//

makanya saya tanya pengertian kebenarannya/kebenaran ketika kata kompas/kebenaran konsep dua jari itu sebuah kebenaran/tapi orang menuduh kan itu adalah dikonstruksi/kalau konstruksi bukan sebuah kebenaran /kan dibuat begitu kan//

pasti lah/dalam sebuah pilpres tidak ada sebuah keramaian yang demikian pasif yang tidak dikonstuksi/tidak ada/pasti di konstruksi/seperti sekarang/segala macam acara itu dibuat pada timses/mereka memang mau menarik media untuk memberitakan sebagian dari kampanye mereka/ada yang salah dengan itu/saya kira tidak/sejauh itu dikatakan memiliki dampak/impek yang sangat besar dimasyarakat/itu sudah punya news value untuk disampaikan/semua orang juga sudah tau konsep dua jari pasti dikerjakan timsesnya sanakan/tapi yang kita beritakan bukan bahwa ini dikerjakantimsesnya jokowi/tapi bahwa ini ramai didatangi orang/dantidak ada satupun/pada saat itu peristiwanya sebesar itu/Prabowo sepertinya acara cikea//

makanya demikian di MNC group itu/menaikan itu/SBY dukung Prabowo/kami juga punya tuh berita itu/nah karena kolarisasi begitu kuat/bagaimana kompas.com itu mendefinisikan adil atau/dalam berita jurnalistik saat itu//

semua begitu/kami tidak ada yang kami tahan/tidak ada yang kami tunda/tidak ada yang kami batas-batasi/semuanya memiliki hak yang sama/maka apapun yang dikerjakan oleh kubu A ataupun kubu B itu diberitakan/siapapun ataupun yang dilakukan sebuah kubu mendapat tempat/tidak ada yang ditahan/tidak ada yang ditunda/tidak ada yang dibatasi/tidak boleh begini-tidak boleh begitu/semuanya ambil/sesuatu yang membahagiakan disini adalah tidak ada interpensi pemilik/yang membatasi kerja perizinan kita//

jadi secara historis kompas didirikan partai katolik di Indonesia/apakah itu masih ada benang merah berpengaruh kesini?//

tidak ada/secara historis memang didirikan sebagai representasi partai katolik / tapi dari awal Jakob mengatakan/meskipun ini diharapkan sebagai representasi sebagai partai katolik/tapi koran yang dibangun oleh kita bukan koran untuk orang katolik/bukan untuk satu golongan tertentu/tapi koran untuk masyarakat mengatasi semua golongan/sejak awal dan ketika di PDI tahun tujuh dua itu/kemudian jadi bagian dari/dan secara histori/kompas itu pasti mendukung yang

calon PDIP/coba lihat yang histori/megawati kesini-kesini pasti/saya tidak tahu/saya masuk kesini tahun dua ribu/itu setelah megawati ya/saya tidak melihat keberpihakan itu/saya menjadi saksi hidup ditempat ini sejak tahun dua ribu berarti sudah enam belas tahun dan tidak ada sedikit pun/saya berani taruhan/sebuah interpensi dari kelompok manapun/yang mampu mengarahkan ruang redaksi untuk memihak konsep//

itu mungkin karena terjadi grup kompas itu sebagai pemilik pasar di/terjadi ketika kompas menjadi pemilik pasar/akan berbeda seperti kelompok yang bukan pemilik pasar//

saya tidak tahu/kebanggan menjadi wartawan kompas.com adalah salah satunya idependensi itu tadi/tidak ada satu kekuatan politik manapun/bahkan pemilik saham/yang bisa menginterpensi kami/harus melakukan arah pemberitaan seperti apa/satu-satunya pegangan kami adalah keberpihakan kepada kebinekaan/keberpihakan kepada Indonesia//

pengertian pada objekif/nah ini orang selalu akan bilang bahwa berita tuh subjektif/bagaimana kompas.com mendefinisikan objektifitas ketika kampanye pilpres tahun dua ribu empat itu?//

subjektif dalam pengertian bahwa angel sebuah peristiwa ditentukan oleh si reporternya/dia menulis dari sudut pandang mana/isi kepalanya apa/saat itu reporternya akan mempengaruhi isi/saya kira pengertian objektif itu adalah/kemudian menjadi kitab suci ditempat kami bahwa fakta tidak boleh dikurang-kurangi/disampaikan tanpa opini/tanpa ada tambahan sana-sini/faktanya dipaparkan saja/saya kira objektifitasnya terletak disitu/tidak ditambah-tambahkan/tidak didramatisir/kan ada tuh berita yang dilebih-lebihkan/kami tidak menganut paham seperti itu//

jadi yang independent itu bagaimana/pendefinisian independent//

itu tadi tidak teraktikikasi dengan berbagai macam kelompok/kami tidak teraktikikasi dengan partai politik/tidak ada hubungan/dukungan/atau tidak mendukung dukungan partai politik/tapi juga tokoh personal/tokoh-tokoh tertentu/tidak ada//

bagaimana pengertian netral dalam pengertian berita?/sebuah berita netral kompas.com ketika kampanye pilpres tuh bagaimana?//

saya kira sama juga ya seperti tadi independent ya / netral dalam pengertian bahwa kita tidak berusaha mengarahkan pemberitaan pada tujuan-tujuan tertentu/tidak ada/kita tidak mementingkan pemberitaan terkait kepentingan kelompok ini atau kelompok itu/tidak ada/netral saya kira disitu/netral dalam pengertian kami hanya memajukan fakta-fakta objektif yang kami temukan dilapangan tanpa menambahkan tanpa melebihkan/tanpa mengurangi /kami sajikan apa adanya//

kan polarisasi begitu tajam maka kepentingan publik yang didefinisikan kompas itu bagaimana?karena kepentingan publik bagi prabowo itu bukan kepentingan publik bagi Jokowi/begitu juga sebaliknya/lalu bagaimana kompas mendefinisikan kepentingan publik?//

kami melihat waktu itu ya/keprihatinan yang muncul itu adalah soal-soal hal yang berpotensi menimbulkan benturan diakar rumput/terkait SARA/maka kami tidak ingin kebenturan itu menjadi kenyataan sehingga bentrokan terjadi dimasyarakat/untuk menjaga itu / kami menjaga betul agar pemberitaan-pemberitaan kami bukan memperuncing masalah/kami menjaga betul supaya pemberitaan kami tidak menjadi minyak tapi menjadi air/maka ketika babinsa itu ya /kami hati-hati betul tuh/papres rapatnya lama/untuk mempertimbangkan ini harus bagaimana digarap/semua harus dicover dahulu /beritanya tidak boleh sepotong-sepotong/seluruh konfirmasi dalam seluruh berita/atau ketika kami mendapatkan isu-isu yang yang di daerah jawa tengah atau jawa timur kami hati-hati sekali supaya berita kita tidak memicu keresahan/kerusuhan publik/kami menjaga suasana yang demikian panas itu tidak menjadi semakin panas/karena kami lihat pada waktu itu/kolarisasi yang demikian kuat/potensi benturan yang sangat keras dimasyarakat sangat rawan//

iya artinya kepentingan publik/kepentingan untuk menjaga harmonis saja ya//

menjaga harmonis/menjaga supaya proses pemilih ini berjalan lancar dan baik/tidak menimbulkan benturan-benturan yang malah membuat berantakan/menjaga supaya prosesnya berjalan dengan adil/jujur dan baik//

ini masalh konfergensi/kompas itu sekarang sudah ada kompas.com/kompastv/kompas cetak/pertanyaan saya bagaimana bentuk konfergensi dari tiga perusahaan itu?//

kami secara perusahaan masing-masing berdiri mandiri/kompas.com/kompastv/kompas cetak/adalah perusahaan yang terpisah dengan management terpisah/dengan sumber daya manusia terpisah/wartawannya juga terpisah/kami biasanya hanya bergabung berita/hanya konfergensi dibidang jurnalistik/ada juga dibidang bisnis IT/redaksi/di IT kami masih pakai servernya kompas/kompas tuh masih berbagi/tetapi yang paling banyak konten dan bisnis/ konten dan bisnis saling bertukar berita/misalnya kompastv tidak memiliki website yang videonya kompastv karena video-video kompastv itu tayangnya dikompas.com/demikian juga berita-berita kompas cetak dibawah domain kompas.com/kami juga pernah mengambil berita dari kompastv/kompastv mengambil berita dari kompas.com/kami juga sering mengambil berita yang terbit dari kompas cetak/kalau bisnis juga suka jalan bareng/jual bareng paketan/kalau kamu berikan tempat saya dapat dikompas cetak.com dan tv//

kerjasama dilapangan?liputan khusus digarap untuk kompas?//

tidak secara khusus /tapi tek-tok saja karena lebih?"eh saya ada ini nih"kamu ada apa"/saling berbagi informasi secara informal tidak ada sesuatu yang khusus lalu direncanakan bersama-sama/karena masing-masing platform itu karakteristiknya berbeda-beda/jadi masing-masing punya tugasnya sendiri dengan karakteristik berbeda yang tidak bisa diwakilkan/misalkan disana ada tiga kompas/tv/.com/dan cetak/.com tidak mungkin menulis sebuah cetak/karena di pikir lebih cepat/sementara cetak tidak bisa menulis untuk.com karena space beritanya berbeda/tv yang sangat visual juga tidak mungkin berkontribusi untuk .com dan cetak/masing-masing lalu berjalan sendiri dengan platform dan keunikannya itu//

jadi belum satu basket ya//

ini tadi sedang digarap ya/hari ini/hari hari ini sedang dilakukan pertemuan-pertemuan intens untuk menggalang sebuah kerja sama/karena pertengahan ini kami akan pindah ke gedung baru/dan kami disana akan jadi satu ranting/berbaur//

harus diakui kolarisasi media/khusnya/itu menimbulkan luka yang sangat dalam/disemua pihak/sisi pesigologis tuh tetap saja/pertanyaan saya yang mendasar/bagaimana sesungguhnya peran media yang ideal dalam konteks politik di Indonesia/hubungan khalayak dengan pembaca/hubungan masyarakat dengan media yang ideal bagaimana?//

media itu kan disebut sebagai pilar keempat demokrasi/dalam pososi itu/saya kira media mempunyai peran/edukatif kepada publik tentang apa seharusnya publik ketahui/kedua saya kira media juga punya peran watchdog terhadap pemerintahan baik di eksekutif,legislatif maupun yudikatif yang menjadi lembaga yang bisa mengkritisi mengawasi apa yang terjadi disana/saya kira dua hal itu kemudian menjadi peran yang sangat penting/yang perlu dilakukan media/kepada publik yang menjadi sarana edukasi/kepada pemerintah agar menjadi watchdog atas apa dikerjakan/dan itu tidak mungkin bisa dilakukan/bisa digarap ketika media teraksimidasi /terkoneksi dengan kekuatan politik atau ekonomi/karena dengan begitu tidak bisa memainkan perannya secara fairnes/secar terkooptasi dengan kepentingan-kepentingan itu/itu hanya dilakukan oleh media yang/bebas/independent/netral tanpa kepentingan-kepentingan itu sehingga dia menyampaikan sebuah berita/apakah maksudnya itu pasti/memang betul atas nama kebenaran jurnalistik yang dia temukan dalam proses kerja-kerja dilapangan//

salah satu yang menghambat pemberitaan terbaik adalah iklan/bagaimana anda melihat iklan?/contoh biasanya iklan pengembang/bagaimana anda melihat secara makro?//

tidak ada urusannya dengan kompas.com/perebutan ruangan antara kepentingan bisnis dengan editorial biasanya terjadi pada media-media yang memiliki space terbatas/misalnya Tv/tv spacenya dua puluh empat jam/sekian menit/sekian detik/berita tidak tayang karena ada iklan masuk/dicetak gitu juga/banyak wartawan yang ngamuk liputan seharian sampai ketabrak mobil mau meninggal/beritanya tidak tayang karena ada iklan masuk gitu ya/di internet itu space tidak terbatas/sehingga sama sekali tidak ada ruang dimana ikaln membatasi pemberitaan/jadi berita yang ada naik saja terus/nanti iklan yang masuk ya masuk/ spacenya ada kok/tidak ada halangan pemberitaan karena iklan//

space banyak tapi bagaimana kepentingan iklan/seperti saya perusahan khusus gitu/pasng iklan dikompas //

kami tidak ada terbatasan/perusahaan mana yang boleh atau tidak boleh pasang iklan/sepertinya kalau ada yang pasang iklan/pasang saja/kita redaksi jalan saja/selama ini tidak ada interpensi atau tidak ada halangan pemeberitaan terkait dengan bisnis//

tetapi sepertinya kalau kata pak JK itu kompas itu hanya gester/saya cenderung saja kompas ini memang tidak memihak Jokowi tidak memihak Prabowo/tapi dalam hati nuraninya ingin Jokowi menang//

saya tidak tahu siapa yang dimaksud sebagai melihat presntasi dari kompas/kalau yang dianggap sebagai redaksi /artinya kan ada sebagai arahan/tidak ada/tapi yang menarik seperti ini misalnya orang beranggapan bahwa kompas.com berpihak pada Jokowi karena banyak berita-berita tentang Jokowi dan yang biasanya dikritik sampai pada kami/kok jokowi buang air kevil saja diberitakan/ada Jokowi mask selokan saja diberitakan inilah menariknya/berita Jokowi apapun kalo Jokowi itu kompastv banyak/kalau di online itu pembacanya bisa terlihat/pembacanya berapa/berita apa yang naik/lalu disamber banyak orang itu terlihat/Jokowi itu menjadi berita baru/kenapa menjadi berita baru/karena orang berminat terhadap berita-berita Jokowi/maka apapun berita tentang Jokowi pasti langsung disamber dengan orangkalau di media-media spacenya terbatas pasti kan ada seleksi ini yang perlu naik/karena memang terbatas/jangankan tidak/maka kita nempel/ada reporter/setiap gubernur pasti kita tempel/tapi tidak pernah ada masanya/dimana berita si gubernur itu demikian diminati masyarakat/samapai dengan si Jokowi iniyang saya tangkap kemudian kritik atau anggapan bahwa kompas.com dekat dengan Jokowi /berharap Jokowi menang/itu karena pemberitaan tentang Jokowi banyak sekali/kenapa banyak/sebenarnya rahasianya adalah itu dilakukan semua medi online manapun kata jokowi adalah karena diminati orang/pendekatannya sangat ekonomis //

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA MEDIA INDONESIA DAN METROTVNEWS.COM

ABDUL KOHAR

(DEPUTI REDAKTUR EKSEKUTIF MEDIA INDONESIA DAN PEMIMPIN REDAKSI METROTVNEWS.COM)

REKAMAN WAWANCARA 1

"Peta Pemilu 2014 menurut Media Grup"

Durasi : 49.36

---------Suara Samar-samar antara Penanya dengan Narasumber------

Penanya : Abdul Kohar... Abdul Kohar... Abdul Kohar. Gini bang pertanyaan yang pertama adalah... (bicara samar)... ini yang pertama a... kita tau peta media pilpres 2014, nah secara umum abang melihat gimana itu petanya?

Narasumber : Ya... media itu kalo koran itu dia punya hak untuk tidak netral, media kan tidak harus netral (berbincang dengan orang lain samar) yang harus netral itu kan katanya penyiaran, kenapa penyiaran itu harus netral karena frekuensinya kan punya publik, kan dia diatur betul, tapi kalo koran atau online yang sumber dayanya dimiliki oleh ... yang online itu tidak perlu atau tidak wajib netral. Ya, tapi dia harus infasial, dia independen, infasial. Artinya a... bukan berarti dia tidak berpihak, ya kalo di istilah kita kan ada independent cefickly, dia hanya berpihak kepada kebeneran, kan gitu.

Begitu juga dengan media, saya melihan pemilu 2014 yang lalu,ya memang... akhirnya media disodorkan oleh berbagai pilihan, dan pilihan ini memang mebuat semua media apakah itu cetak atau pun elektronik, maupun digital atau download itu menjadi cenderung, cenderung figur tertentu. Kenapa kecendrungan iu muncul karena memang ya macam-macam kaya Metro TV, media grup lah itu berpandangan bahwa a... ya dalam situasi Indonesia saat ini figur seperti Jokowi sangat dibutuhkan, apa itu figur yang seperi apa ya... memang berasal dari kaum rerata, kaum rerata ya artinya pada umumnya orang ya kan, bukan berasal dari elit

yang dia bisa merasakan denyut jatuh bangunnya rakyat itu, masyarakat seperti apa, dia bukan berasal dari istana, bukan berasal dari darah biru, bukan orang yang keturunan atau orang yang pernah mendapat privilledge privilledge , ya... kita mau bicara siapa, hampir semua presiden punya privilledge, Bung Karno punya privilledge karena dia proklamator, pak Harto punya privilledge karena dia dianggap menumpas PKI kan, lalu Habibie privilledge, karena dia dipanggil pak Harto pulang, di berikan berbagai macam fasilitas kan, Megawati ya dia tinggal di istana, anaknya bung Karno, putra proklamator, dia mendapatkan beberapa privilledge.

Gudsur darah biru Kiai NU, yang privilledge dikalangan NUnya juga cukup besar, maka dia digelari walikan. SBY, itu dia sebetulnya relatif terbebas dari privilledge meskipun dia adalah mantu dari Sarwo Edi yang ada, tetapi di tentara dia termasuk orang yang mendapatkan beberapa privilledge sehingga dia bisa naik jabatan dengan cara cepat. Nah Jokowi ni ini benar-benar purely, benar-benar berangkat dari rerata, orang yang biasa, yang mungkin orang tidak bermimpi jadi presiden, tapi dia punya denyut, perasaan yang kira-kira satu tarikan napas dengan masyarakat maka ini layak untuk diperjuangkan.

Apalagi kita melihat waktu itu lawan yang dihadapi Jokowi adalah seorang yang, potensial untuk mendapatkan privilledge karna dia jendral, kopasus, anaknya Sumitro, mantu... mantunya presiden, jadi mungkin saatnya inilah saatnya berubah, pada titik itu, wajar apabila muncul, muncul... (Narasumber menerima telepon, wawancara dijeda).

Penanya : Jadi keberpihakan media itu salah satunya alasan itu karena Jokowi rerata itu?

Narasumber : Salah satu ya itu, tapi ada termasuk a... dia kan menghadapi orang, figur yang notabennya masih belum selesai dengan berbagai macam persoalan... betul persoalan a... masa lampau, konflik HAM, dan sebagainya. Yang itu dia harus masih menjelaskan kan gitu, jadi itu ya wajar bila kemudian muncul, ada semacam orang menyebut sebagai pembelahan di media.

Penanya : Jadi, kalo begitu sikap Media Group itu jelas?

Narasumber : Saya kira clear ya... very clear, bahkan ini disebutkan di dalam editorial Media Indonesia bahwa ya... kita mendukung Jokowi, nah itu clear itu. Itu sama seperti Jakarta Post mengklaim, kemudian a... dulu ada Washington Post pernah mengdeklair gitu... untuk pemilihan presiden Amerika. Itu pula yang dilakukan oleh Media Indonesia melalui editorialnya artinya itu sikap resmi grup.

Penanya : Ni... pertimbangan tadi baru ada pertimbangan kepada tokoh ya... di ada pertimbangan lain ga a... di nomer tiga (3) ini?

Narasumber : Pertimbangan itu... yang lainnya itu adalah menyehatkan bagi demokrasi.

Penanya : Menyehatkan demokrasi, alasannya?

Narasumber : Ya.. gini... betul bahwa demokrasi itu bukan tujuan, dia adalah sarana untuk mencapai tujuan kesejahteraan, tetapi kita sudah punya konsensus bersama untuk memilih jalan demokrasi kan, karena itu demokrasi yang kiya kembangkan adalah demokrasi sehat, demokrasi yang memberikan peluan kepada siapapun, dari berangkat dari kelompok manapun, dari individu dengan level status ekonomi apapun, untuk ya dia bisa menduduki posisi paling tinggi di republik ini, itu bayangkan ketika misalnya demokrasi hanya milik orang-orang yang mendapatkan privilledge, nah... maka mimpi anak-anak kecil kita ketika masih kecil ditanya ingin jadi presiden itu impian kosong jadinya. Dengan, dengan keberanian untuk mendukung orang yang dia jejaknya mungkin masih ya orang hanya mengenal di belakangan. Maka itu menjadi alternatif, alternatif itu akan selalu menyehatkan bagi proses demokrasi kedepan.

Penanya : Ada pertimbangan ekonomi? Bisnis?

Narasumber : Pertimbangan bisnis, saya kira tidak se... bahkan, bahkan kalo kita lihat terlalu beresiko.

Penanya : Ùntuk bisnis?

Narasumber : Untuk bisnis. Untuk seorang businessman, itu terlalu beresiko. Kalo kalah bagaimana, itu terutama, kalo kalah habis, tetapi kan pertimbangan resiko itu pasti sudah dilihat ketika kita mau menentukan hal-hal yang jauh lebih besar, hal-hal yang lebih, lebih apa ya... lebih luas daripada kadar kepentingan bisnis, karena itu kan, mendukung Jokowi itu kan gaada bil-bil bisnis. Kalo kepentingan bisnis, kan berarti misalnya, oke kalo nanti saya jadi, anda akan mendapatkan apa atau partai anda akan mendapatkan a... kursi-kursi dsb. Itukan haknya presiden, danpresiden cukup taulah bagaimana harus mengakomodasi, dan ternyata memang ada yang diakomodasi, berarti ketika ditengah jalan ia dianggap tidak perform, dan harus di resuffle, ya harus terima lah, Tejo misalnya, Tejo kan diambil dari NasDem, tapi kemudian diresuffle, ya ga soal ya harus konsisten, konsisten untuk menyatakan bahwa ini ya bukan, bukan, apa namanya bukan segala-galanya gituloh. Bahwa kemudian ada aspek-aspek tertentu misalnya orang menyebut a... mendapatkan privilledge, bisnis sampe sekarang itu gaada proyek-proyek besar, ditangani oleh Media Group, taro lah misalnya, ginilah, bahkan iklan, jujur aja, kiya tuh lebih banyak jamannya SBY loh... (tertawa bersama). Sekarang itu pait loh, apalagi setelah si Sri Mulyani masuk... pait... pait... wah dicekek benerkan departemen itu kan. Jaman SBY tumpah-ruah kita, bener, iklan dari ini kan secara untuk bisnis media itu kan lebih menguntungkan, jaman SBY pula kita Media Indonesia menang tender lelang berkali-kali. Nah, sekarang hilang, terakhir sampai hilang, sekarang masih hilang tak kembali itu

Jadi, kalo ini dianggap sebagai bil bisnis ya faktanya memang gaada. Ada satu katanya waktu itu dikait-kaitkan dengan minyak, nah buktinya sampe sekarang engga juga, itu yang katanya mau ngambil minyak dari rawa nangol itu, gajalan itu (tertawa bersama). Jadi, nihil, tapi saya menduga nih saya bacaan saya, ada kepuasan batin dari Surya Paloh, atas apa yang dicapai, ini semacam pengakuan lah, bahwa ternyata saya berpengaruh loh di dalam politik, saya bisa

mempengaruhi massa loh, itu aja yang, yang, yang kepuasan, yang bisa tiap saat bisa dimintai usul oleh presiden, soal Tax Amnesty, soal ini, soal bhinnekaan, misalnya itu, itu sudah sesuatu yang wah membanggakan, kan kebanggaan orang kan macem-macem, nah dugaan saya seperti itu. Kalo dari bil bisnis, saya jusru malah melihat peluang bisnis kita itu jauh lebih besar yang dari negara loh ya, bukan dari korporasi, itu di dapat waktu jamannya SBY, rezim yang lalu.

Penanya : Nah a... keberpihakan keberpihakan terhadap salah satu calon kandidat apakah itu apa... sesuai dengan kaidah atau etika jurnalistik?

Narasumber : Gini, yang seperti yang saya katakan tadi, media itu kan mana ada sih media yang obyektif, betul-betul obyektif... gaada... obyektifitas media itu obyektifitas yang subyektif, ya kan... dari mana kita tau? Ya kan realitas yang diciptakan oleh media itu kan realitas yang sudah dikemas, sudah di training. Ada namanya agenda setting, kan gitu juga, jadi yang tidak boleh adalah ketika : 1. Tidak berimbang, 2. Kita tidak memverifikasi, negative campaign kan itu boleh, yang tidak bolek kan black campaign, nah karena itu ya bagi kita fair-fair aja, yang penting secara frame tidak salah, secara kaidah dasar jurnalistik juga tidak salah. E... keberpihakannya jelas, ya yang dilakukian kali Metro TV mungkin kan sekedar memuji-memuji Jokowi boleh boleh saja, yang penting fakta. Bahwa Jokowi pernah berprestasi A B C D kan... kedua mengkritik Prabowo, bukan mengkritik, tapi memaparkan data-data bahwa Prabowo pernah dipanggil oleh KomNas HAM, Prabowo pernah e... bermasalah dengan Dewan Kehormatan Perwira. Itu kan semua fakta-fakta , fakta-fakta kita hanya memunculkan itu, tetapi tidak ada yang kita pelintir, misalnya di plintir itu e... kita mengatakan bahwa Prabowo itu Khatolik, Prabowo Kristen, gataunya Prabowo Muslim, itu kan pelintir itu. Prabowo itu keturunan Cina misalnya, misalnya (tertawa sedikit). Itu kan engga, jadi yang yang kita lakukan dengan memuji, menyampaikan hal-hal baik seorang calon tertentu ya itu sah-sah saja, menurut saya secara kaidah jurnalistik meskipun, ya bagi orang-orang tertentu ini dianggap berlebihan, masa sih ada orang seolah gaada cacatnya, kira-kira begitu kan.

Tetapi dalam hal tertentu dia masih dalam taraf, secara jurnlistik bisa dipertanggung jawabkan, tidak menyebar berita bohong, berimbang dalam pengertian ya... berimbang itu bukan berarti nih saya menyetir dewan pers ni, berimbang itu bukan berarti kalo si A dapat 50, si B juga harus dapet 50, bukan seperti itu. Berimbang tidak seperti itu, berimbang itu ya... ketika ada si A disebut namanya ya dia di konfirmasi, tapi kan soal perspektif mana yang itu kan haknya di news room, itu kan yang disebut obyektifitas yang subyektifitas itu. Nah disitu, media kan sangat susah, kita boleh kampanye netral-netral tapi pada kenyataannya ada kok, bahkan media lain, media televisi, tanpa harus menyebut nama, yang a... survei di plintir-plintir misalnya, yang disurvei tuh sebetulnya kalah jadi menang, sehingga sujud syukur. Misalnya kaya gitu kan, tapi kalo betul seperti itu kan mengingkari fakta, itu kan namanya kebohongan,

Nah menurut kami di Media Group tidak sampe pada level kita berbohong, bahwa kita beberapa kita merasa menggloryfikasi Jokowi ya itu, ya itu, ya itu boleh lah, namanya kritik kita terima.

Penanya : Nah... a... dalam bentuk apa sesungguhnya pengaruh Surya Paloh, pemegang saham atau siapa pun dalam konteks memengaruhi berita?

Narasumber : Surya Paloh itu ndak pernah a... menyuruh kita memberitakan sesuatu atau tidak memberitakan sesuatu, secara langsung loh ya... tetapi begini... ketika dia punya keinginan keinginan tertentu untuk diberitakan itu pasti ada hubungannya dengan hal-hal yang lebih luas, soal-soal kebangsaan, soal kebhinnekaan, begitu juga ketika melarang untuk tidak diberitakan sesuatu ya... itu pasti dia berpikir bahwa ini oh yang masuk akal bagi, bagi banyakan orang. Tapi dia tidak pernah menyampaikan itu secara langsung dari mulut dia sendiri. Nyuruh, dia akan berdiskusi dulu dengan jajaran dewan redaksi, dan di diskusi itu tidak, tidak monolog loh... Ade Alwi itu pernah membantah ituloh 2 kali, membantah, langsung dengan teriak, dan dia terus jalan dengan keyakinannya sendiri. Dan besoknya muncul berita ternyata , ternyata 2 kali pula yang bener Surya Paloh, 2-0 jadinya. Akhirnya Ade geleng-geleng kepala "kalah saya", tapi ruang perdebatan itu hebatnya terbuka , dan di dalam pidato-pidato itu Surya Paloh itu tidak pernah memaksa kita mencoblos A B C, baik di send, gaada kita di suruh mencoblos di TPS ini, untuk mencoblos partai... yang di klair itu adalah hak politik masing-masing, tapi diujungnya dia bilang, "apa iya..... bapaknya sedang berjuang, anaknya tidak membantu, msa ya tega", cuma gitu aja, tapi gapernah memaksa, karena faktanya preferensi orang beda-beda.

Jangan dikira semua Media Group itu dukung Jokowi loh, banyak yang dukung Prabowo, makanya kan tadi saya bilang, anti Jokowi tapi mendukung "tika", becandaan, artinya bahkan di level yang paling a... tinggi sekali pun tidak ada pemaksaan kehendak mengikuti ini atau ini, tidak ada. Jadi itu bahwa "wah ini pasti karena intruksi", wong faktanya semua pada berperan di facebook juga kok. Ga di TV kok, ga hanya di TV kok, dan faktanya disini ada yang diem-diem kemudian memunculkan gambar Prabowo terus, tidak kita hukum, tapi kita ingatkan dia, eh ini sudah berlebihan, kita ingatkan bukan Surya Paloh.

Penanya : Jadi nampaknya pemilik atau pemegang saham itu hanya memberi tanda-tanda saja kan, rambu-rambu saja kan? Strategis aja kan?

Narasumber : Ya... rambu-rambu besar saja, ya... strategis, ga ngatur sampe detail engga, kita ini diberi keleluasaan makanya kan faktanya kan ya... semua dapet ruang, bahkan mereka yang Gerindra, yang pokoknya pendukung Prabowo kan dapet ruang, bahwa kemudian, merasa ruangnya kurang luas, ya itu sah-sah saja hehehehe.

Penanya : Nah... keberpihakan pada salah satu calon itu berarti menutup keberpihakan pada calon yang lain, pertanyaannya... bagaimana Media Group mendefinisikan kebenaran berita? Kan salah satu tujuan dari jurnalistik itukan nilai kebenaran kan...

Narasumber : Kebenaran... ya... ya... ya verifikasi lah, kita harus verifikasi , ruhnya jurnalistik kan disiplin verifikasi, ya kita harus verifikasi. Ni... a... masuk akal gasih pernyataannya, kalo meskipun itu dari Jokowi, tapi kalo diliat tidak masuk akal , ya itu kita tidak munculkan, kita cukup menahan diri, karena itu bisa jadi bumerang, bagi yang bersangkutan, juga bagi masyarakat, bisa jadi bumerang, verifikasi, begitu pula dengan e... Prabowo misalnya kan ada isu Prabowo pernah di tabokin sama SBY dan sebagainya. Ya kita harus verifikasi, karna kalo sampe detik-detik terakhir itu e... tingkat kebenaran beritanya itu belum bisa dipertanggung jawabkan, ya berita itu tidak kita muat, yang Prabowo katanya ditabokin ama SBY itu, bahwa hal-hal lain yang misalnya dia dipanggil Dewan Kehormatan Perwira, dia a... menggebrak meja dan memecahkan kaca, dan sebagainya. Akhirnya terkonfirmasi siapa, ya kita konfirmasi orang yang pernah menjadi penasehat hukumnya Prabowo, dekat dengan Prabowo, kita verifikasi, kita dapat dokumennya, dan kita tanyakan kepada mantan ketua Komnas HAM, ... Nusantara, tentang autentifikasi, atau autensitas dokumen, itu ya... menyatakan ya betul itu dokumen Komnas HAM, ya sudah... kita go on, jadi keberpihakan itu tetap harus berada dalam bingkai fakta yang verify, verifikasi, kalo faktanya ga terverifikasi ya... kalo dia datang dari pihak yang kita dukung ya... tentu saja tidak layak kita siarkan, begitu juga dari pihak yang menjadi lawan politik orang yang kita dukung juga... tidak bisa serta merta kita siarkan. Intinya adalah tetap standar, jurnalistik harus benar,

Penanya : Ok... nah, bagaimana aspek asas keadilan berita? Dalam ketika berpihak kan tidak mungkin 50-50 ya kan?

Narasumber : Ya... kan keadilan itu kan tidak mesti 50-50 , gituloh, adil itu kan banyak definisinya, jadi keadilan untuk orang kaya dan keadilan untuk orang miskin tentu saja treatmentnya berbeda, makanya itu kan ada teori sosial yang mengatakan orang miskin harus kita akselerasi supaya start mereka sama, apa istilahnya kalau di dalam isu gender itu, meng-accelerate lah, jadi karena sudah jauh tertinggal dan kemudian diciptakan suatu sistem sosial yang membuat mereka tertinggal. Jadi mestinya, dah belom saatnya kamu start, yang itu dulu start, setelah dia sekarang sudah lari 15 menit, nah sudah sekarang kamu start, tapi sama, perlakuannya sama, ya gabisa gitu dong, gaadil itu namanya, kan gitu.

Sama orang yang mendapatkan orang yang pernah mendapatkan privilledge dengan orang yang tidak pernah mendapatkan privilledge, orang biasa ya tentu saja treatmentnya berbeda dong. Wajar kalo kita, adil kalo, masih tetap adil kalo kita meng-accelerate ini orang-orang, jadi kan demi publik, ya tentu saja yang penting itu untuk publik, kan... harus kita akselerasi.

Penanya : Jadi... kalo dihitung-hitung secara matematik? Berapa? 80-20? Kalo 50-50 engga, kira-kira aja...

Narasumber : Ya... 70-30 lah, meskipun saya belom menghitung loh ya...

Penanya : Ya... engga, ini kan prediksi aja, kasar aja.

Narasumber : Ya... 70-30 cukuplah.

Penanya : Nah... ketika pemilihan fakta di lapangan itu sangat subyektif, maka pertanyaannya apakah asas obyektifitas yang diusung media masih ada?

Narasumber : Begini... obyektifitas adalah bagaimana kita memungut fakta a... bahwa itu benar-benar fakta, gituloh. Benar-benar fakta dan, dan bukan rekayasa, bukan pula fakta yang dibuat-buat. Nah perkara bagaimana itu mengemasnya dsb, itukan ada yang namanya perspektif, masa orang atas nama demokrasi kemudian dia boleh melakukan apa saja, gak bisa dong. Gabisa atas nama demokrasi, atas nama orang, boleh melakukan saja, dan itu kita siarkan saja, gableh dong. Itu aja, misalnya yang penting sudah ada, pihak yang mencaci-maki sama pihak yang pro, misalnya pihak yang... yang katakanlah misalnya a... supaya misalnya sama antara mereka, antara mereka yang pro bahwa ini kata-kata Ahok "bukan penodaan agama". Dengan mereka yang anti penodaan agama, sudah sama aja, tapi orang masih mau maki-maki apapun boleh apa saja, kan gak bisa, tetap harus ada koridornya kan. Orang tetap bukan disitu letak... letak keadilan dalam fakta. Fakta itu tetap memperhatikan kepentingan yang lebih besar, kepentingan... kepentingan apa itu... kepentingan bangsa, kepentingan bangsa, itu kan kepentingan masyarakat, kepentingan publik, kepentingan jangka panjang, mungkin apa... untuk jangka pendek ni, gak proporsional ini, ini terlalu jomplang, tetapi jangka panjang dia menyelamatkan bangsa. Orang atas nama demokrasi misalnya merusak "ini yang saya rusak tempat maksiat kok" misalnya, lalu kita shoot aja, yang penting pointnya berimbang, perusak, ya gak bisa begitu dong, apa kita gak ngeliat bahwa gambar itu bisa ditiru, akan menimbulkan repetisi pengulangan kekerasan, kan ada hal-hal lain yang harus kita jaga, kepentingan lain yang harus kita jaga, kepentingan anak-anak, kepentingan e... kepentingan ya bangsa secara keseluruhan, karena itu ketika kita memungut fakta, selama fakta itu clear, selama fakta itu... berguna bagi bangsa, dalam jangka pendek maupun jangka panjang, ya kita munculkan. Tapi... ketika fakta itu, fakta itu kemudian sebetulnya tidak mengenakan bagi bangsa ini, kalo kita buat mengenakan, ya gak juga, ga akan kita pungut, jadi asas keadilan tadi juga tergantung darimana kacamata kita melihat.

Penanya : Ok... a... ketika kita berpihak... ketika kita memutuskan berpihak pada satu calon, adakah independensi media?

Narasumber : Independensi kan gini... seperti yang saya bilang tadi, ada namanya secara etis dan secara institusional kira-kira gitulah. Etis dan organisatoris, etis kan institusional, secara etis... itu independensi kan kita tidak berpihak kecuali kepada kebenaran, kan gitu. Nah itu juga berlaku bagi media, tidak menjadi underbow, media tidak boleh menjadi tim sukses gitu, jika ada awak media menjadi tim sukses, dia wajib non aktif, intinya seperti itu. Jadi... di bedah editorial misalnya, bedah ediorial Media Indonesia, begitu orang itu dimasukkan menjadi daftar calon tetap, seleksi, maka dia harus non aktif, non aktif dari dewan redaksi, non aktif dari a... layar kaca, non aktif dari liputan dsb. Pokoknya hal-hal yang secara etis dia bisa menimbulkan conflic of interest, maka

harus dihindari. Dan itu itu kita praktekkan betul, orang Metro yang jadi caleg, yang sudah dinyatakan masuk dalam DCT daftar calon tetap, kalo DCS belom... begitu masuk DCT dia non aktif, DCT partai apapun, ada PAN, PPP, ada yang PKPU, PKNU dulu, itu semua harus non aktif. Nah itu... itu dalam rangka menjaga independensi tadi itu. Bahwa kita bukan bagian dari underbow, tapi kalo soal prespektif, bukan hal kita tidak harus independen, infarsialitas itu yang penting, asas dalam pers itu kan yang penting adalah infarsialitas, dia bukan menjadi bagian langsung dari, dari institusi manapun, apakah itu institusi negara, maupun institusi non negara... SGO, institusi negara otu, itu menyalahi infarsialitas, tetapi kalo.,. kalo netralitas , netralitas itu kan (samar), apa iya mungkin ada yang betul-betul ya bisa netral, itu... itu.

Penanya : Nah... yang ini, kalo sudah memlih salah satu calon, dimana kepentingan publik secara umum?

Narasumber : Kepentingan publik, begini kita harus menjelaskan bahwa dengan memilih calon A, maka publik akan memperoleh manfaat yang besar, dengan memilih calon B misalnya, publik akan mendapatkan manfaat yang sedikit tetapi akan beresiko terhadap hal-hal tertentu. Ya tetep, kita dalam rangka meng-edukasi publik, tidak mungkin kita misalnya gini, kalo sudah iklan itu diluar wilayah kita ya... kalo iklan bahasanya pilihlah aku, pilihlah A. Tapi di dalam berita, tidak boleh kita mengatakan pilihlah A, jangan pilih B. Tetapi yang kita sodorkan adalah dengan memilih A maka ada argumentasi, ada secara teori maka anda akan mendapatkan manfaat A B C D, itu diuji di publik. Toh kita tidak memonopoli kebenaran, faktanya apa, semua berita kita bisa dikomentari, boleh kok. Komentari di website, melalui e-mail, melalui facebook, bahkan telefon kan. Bahkan privilledge kita yaitu rencana, editorial, itu bisa kok dikomentari. Dimana di dunia editorial bisa dikomentari, kecuali Media Indonesia dan Metro TV. Kenapa bisa dikomentari? Karena kita tidak memonopoli kebenaran, bahwa kebenaran yang kita tawarkan ya itu masih ditawar lagi oleh orang lain.

Tapi gapapa... biarlah itu menjadi wacana, wacana yang sehat, makanya disitu ruang bagi publik masih tersedia, untuk mengkritik, untuk setuju dan tidak setuju gitu... jadi itu ... ruang yang masih kita sediain, kecuali kita menutup rapat-rapat ruang kritik, faktanya ditelepon, dimana, masih banyak tuh orang yang mengkritik kita, dengan kebijakan ini ya kami ga soal, tetap kami tayangkan kok.

Penanya : Nah... sekarang gini, pada konvergensi media, di 2014 itu dimana bentuk konvergensi media itu?

Narasumber : Konvergensi... ya tentu saja kita liputannya : 1. Kita bisa coverage semuanya. Artinya begini, satu reporter itu bisa berkontribusi untuk... untuk tiga (3) media, bisa untuk televisi, untuk online, bisa juga untuk cetak, begitu sebaliknya, jika wartawan cetak meliput, investigasi, kita share fakta, ide, gagasan. Rapat perencanaan terutama menentukan tema. Nah kan dilapangan akhirnya tugasnya kita jadikan satu, kita jadikan satu tim, komandonya ganti-ganti nih... misalnya a... liputan A, nanti ketua timnya dari televisi, nanti liputan B ketua timnya online, liputan C ketua timnya dari... media cetak. Tetapi hasilnya ya

bisa kita pake semuanya, tergantung karakter masing-masing media, tentu saja TV kekutan gambar, sangat menonjol dan sangat penting, online begitu ada kecepatan dan sudah terkonfirmasi update info terbaru bisa langsung, ketika nanti penelusuran lebih dalam, maka teman-teman di cetak akan memiliki... kesimpulan. Maka bisa dipake itu, liputan bersama beberapa kali kita lakukan misalnya realita "mengungkap obor rakyat", liputan bersama itu media, Metro dan online, bahannya bisa kita pertimbangkan, bisa kita pake semuanya.

Penanya : Ok... a... nyari... a, semua orang mengatakan di 2014 itu media berada pada titik nadir, banyak kritik yang luar biasa tajam, kira-kira yang ideal media, media yang ideal itu

Narasumber : Ya..

Penanya : Media seperti apasih, hubungan khalayak dengan media itu gimana sih?

Narasumber : Sebetulnya begini aja... secara gampang, a... kalo kita sebut ideal maka, kita mau melihat yang mana... apakah model Amerika gitu kan, kalo model Amerika, apakah pertanyaan selanjutnya apakah itu cocok? Dengan kulit liberal, kulit liberal, orang bolehn menguliti secara apapun, tidak boleh marah, bahkan liberal, Barat, Amerika itu kan liberal. Versi liberal bahkan menghina nabi dengan karikatur itu kan biasa, menghina agama itu biasa, apakah seperti itu? Tentu saja tidak, bukan seperti itu. Lalu, apakah model totaliter? Totaliter yang kita musuhi bersama, kita susah payah memperjuangkan kebebasan pers, masa mau kembali send back ke totaliter, saya, saya tentu saja tidak setuju seperti itu, maka yang tepat, ideal itu adalah pers yang bebas, pers yang ideal bebas, tetapi kebebasan yang bukan liberal, kebebasan dengan tidak sampe pada liberal. Pada saat-saat tertentu ada tanggung jawab yang harus dimainkan oleh lembaga pers itu sendiri, ada hal-hal etis yang menyebabkan pers itu bisa menyensor ini pantas tidak pantas, kalo etis itu kan boleh jadi tidak masuk didalam... apa... di dalam aturan, tetapi mereka tetap taat itu. Misalnya gini, Inggris itu kan apa sistem hukumnya common law, banyak hukum yang common, hukum yang tidak usah ditulis, tapi common. Tapi kenapa masyarakat disana bisa jalani dengan itu, bisa menaati itu? Karena ada kultur, hukum yang common yang tidak tertulis, dibarengi dengan kultur, mainset, kultur, cara berpikir, dan budaya yang... yang... sudah mapan, sudah mantap. Itu orang kadang-kadang tidak perlu kok aturan tertulis, bahwa kalo ini sudah dinyatakan tersangak dia mundur, mana aturan tertulisnya, tidak ada.

Sebaliknya negara yang kulturnya belom mantap, itu umumnya masih begitu. Jadi Indonesia ini kan karna kulturnya belon mantap, segala sesuatu diliat ada ga aturannya, ya begitu juga dengan pers saya kira. Saya kira kalo pers itu kalo lah kita melihat tidak ada aturan bahwa menyiarkan orang teriak-teriak meng... mengata-ngatai a... Ahok misalnya itu... salah, itu tidak ada aturan yang mengatakan seperti itu. Tapi kan secara etis kan, ini bisa berbahaya bagi masyarakat, membentur-benturkan masyarakat kan bisa bahaya, apalagi tingkat pendidikan kan juga berbeda, Indonesia bukan Amerika, karena itu ada konsensus

besar yang harus kita ralat bersama. Nah ketika konsensus besar ini dihadapkan pada kita, kebebasan menyiarkan atau tidak menyiarkan, menuliskan atau tidak menuliskan, maka ini harus ditimbang-timbang, nah ini perspektifnya dalam perspektif etis. Pantas ga sih ini, menyiarkan seperti ini, meskipun belom ada aturannya sekalipun.

Jadi, sebetulnya... kita ini, kita memang lebih pas berada di tengah-tengah, tidak berdiri, tidak berdiri di zona ekstrim tertentu. Memang ada kritik, apa kok bebas kok pertanggung jawab, tapi faktanya ada kok, kebebasan kita mengacungkan tangan, di video kita kan dibatas hidung orang. Tanggung jawab kita adalah bagaimana kita menonjolkan tangan kedepan, tapi tidak tersentu hidung orang lain ituloh, kira-kira begituloh. Kebebasan, kebebasan pers yang ideal itu hal-hal kira-kira seperti itu. Pers harus dibangun atas dasar kultur, kedewasaan bersama, bukan a... bukan apa... bukan sensasional, bukan untuk mencari hal-hal yang kadar ya misalnya rating a... demi memenuhi ambisi banyak loh sekarang demi rating, orang bisa a... ga perduli, misalnya gini ajalah, ada orang melecehkan pancasila, meskipun dia sudah bilang terang-terang menentang pancasila, tapi tetap diberi tempat. Nah gaada tuh aturannya secara langsung kita tidak boleh mendapat ini, ini negeri demokratis, kebebasan pers, tapi kemudian apa iya sih, sikap konsensus untuk mengakui pancasila, tapi ada orang atau organisasi yang memakai pancasila, kemudian kita beri ruang sebebas-bebasnya, untuk bicara atas nama demokrasi, kalo kami Media Group gabisa, bagi kami itu bukan ideal.

Penanya : Nah... selama ini bentuk-bentuk salah satu kepemilikan tunggal, ada kemudian saham, ada juga kemudian dari iklan, apa majas ideal itu hubungannya langsung khalayak dengan media? Kepemilikan pasti akan memengaruhi berita, saham pasti akan memengaruhi berita, bisa ga media di Indonesia yang ideal khalayak langsung ke media, media langsung ke khalayak?

Narasumber : Kalo itu sih hubungannya sudah hubungannya industrial, khalayak memiliki saham terhadap media misalnya gitu kan, mendirikan PT, sekarang coba sebut lemabaga pers, industri pers Tbk. yang sehat! Pilihannya hanya adakan kepemilikan tunggal atau terbatas tetapi tetap eksis atau dimiliki publik terbuka lalu mati, pilihannya hanya menjadi sekali mejadi berarti atau mati, langsung mati atau ingin hidup 1000 tahun lagi, kan gitu. Lalu kan ini ada dua pilihan, tapi itu faktanya kan. Ya saya... tak bisa menyebutkan nama sayangnya, tapi fakta.

Penanya : Ya saya tau....

Narasumber : Utangnya ratusan Milyar, ya pilihannya hanya bisa collapse, sangat-sangat mungkin kalo sampe equitynya tidak tercapai, antara aset dengan utangnya lebih gede utangnya kan berbahaya, ancaman pers di Indonesia itu bukan apa-apa, utang iklan itu tidak bisa. Pernah ada kan koran-koran gratis? Di tahun 2000an itu...

Penanya : Ya... ya... saya tau

Narasumber : Di gagas oleh Farid Gaban itu... koran gratis Cuma tahan sebulan apa 2 bulan gitu.

Penanya : Makanya pertanyaan saya itu, pertanyaan Farid Gaban.

Narasumber : Makanya sekali berarti abis itu mati, jangankan cetak yang biayanya besar, online aja yang biayanya ya besar saja itu tidak bisa... tidak bisa... jadi, kepemilikan publik terhadap pers itu untuk Indonesia, masih jauh. Karena industri pers bukanlah industri yang punya nilai keekonomian, industri pers itu kan industri yang idealis, nah sekarang yang perlu dipertimbangkan itu adalah bagaimana pers itu tetap hidup tanpa menggadaikan idealisme, menggadaikan loh ya... artinya berarti terbuka ruang untuk selain menggadaikan, apa itu, namanya kompromi... itu loh... (penanya tertawa), compromise, jadi kompromi dengan menggadaikan itu dua hal yang berbeda, jadi tokoh-tokoh musllim pada tahun 45, yang dalam waktu 15 menit setelah menerima laporan bung Hatta bahwa ada masyarakat Indonesia Timur yang tidak setuju dengan Piagam Jakarta, maka tokoh muslim dalam waktu 15 menit bersedia mencoret 7 (tujuh) kata dalam ketuhanan yang maha esa. Apa itu artinya, kompromi, kompromi, tetapi idealismenya tetap terjaga, apa itu, ketuhanan yang maha esa itu kan berangkat dari tokoh-tokoh muslim, gituloh. Jadi antara kompromi dengan menggadaikan itu dua hal yang sangat jauh berbeda, nah kalo kita gitu, nah sekarang sekali berarti abis itu mati, janganb-jangan belum juga berarti, sekali nongol itu abis itu mati kan, berarti aja belom abis itu mati. Gimana... (penanya tertawa) nah lebih lebih gitu kan.

Penanya : Nah... dalam kajian akademik kepemilikan tunggal, terbuka, itu memang tidak ideal, tapi memang berarti, tidak ideal tapi memang berarti...

Narasumber : Ya...

Penanya : Ya itu memang... yang ideal itu memang tanpa adanya industri, tapi langsung berhubungan sebagai publik dan media dalam konflik interest, adanya (samar) itu yang ideal.

Narasumber : Ya... makanya begini... bagaimana tadi itu compromise, itu pula yang dikatakan Budiharto Sambangsih pada saya. Ngobrol kita ngobrol abis ngasih training ke UI, kedokteran UI, punya kegelisahan yang sama, kira kira gitu kan... gini kompas kok sekarang itu iklannya makin banyak gitu kan... ya mau gimana lagi, kita menghadapi resiko, dari satu sisi kita e... pekerja pers juga dituntut gaji yang memadai, artinya berarti pers ini harus mendapatkan uang. Sementara, masyarakat tidak mamu membeli dengan harga yang sesuai dengan harga yang sudah ditentukan misalnya... jual koran 7 ribu di Indonesia mana laku, ga laku... yang idealnya, okelah masyarakat tidak usah memiliki saham aja, tetapi masyarakat mau membli koran... membayar siaran sesuai dengan ongkos atau lebih daripada marginnya... maka itu sudah cukup, cukup menyehatkan. Makanya kan dibeberapa tempat, ya yang bener TV kabel.

Penanya : Subscribe... subscribe...

Narasumber : Ya... Subscribe... subscribe... itu kan lebih tapi faktanya kita coba digitalkan Subscribe, ya orang Indonesia hobinya gratisan kok... mana ada orang yang mau berjuang demi idealisme, katanya buat apa kaya gitu, mending nyumbang mesjid, namanya sedekah itu hanya di konotasikan dengan tempat-tempat ibadah kan, masjid dan gereja. Tapi lembaga-lembaga idealisme, yang menjunjung idealisme, ya tidak mendapat porsi yang memadai untuk sedekah gitu kan... kira kira begitu, apa... gambarannya... berat memang.

Penanya : Ya, ya, ya memang... oke, oke.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA METRO TV

ADE FIRMAN

(KOORDINATOR LIPUTAN METRO TV)

oke karena ini berbicara tentang metro tv secara apa media group secara umum / jadi pertanyaanya seperti itu secara umum bagaimana anda melihat peran media saat ini/ semua saja jadi secara umum tidak hanya dilakukan dengan media tapi secara umum saja dahulu//

jadi kalau media pada saat itu //terpecah dua ya karena memang / media saat itu //media saat itu kan terpecah dalam dua dua pandangan ya mengenai calon presidenya // petanya jelas terbelah dua kutub seiring dengan terpecahnya juga masyarakat putarnya/ jadi ada ada sikap editorial yang beda-beda / lalu peranya jelas masing-masing mengontrol/ supaya pemilu berjalan dengan jujur dan adil // ya fungsinya ya itu fungsinya yang jelas jadi fungsi kontrol ya

Of changeya macam ya kalo soal peta ya itu seiring dengan sikap masyarakat juga yang terbelah dua kutub // ada sikap yang yang berbeda-beda penafsiran/ lalu ketika sikap media anda media kami ikut kampanye pilpres kami pada sikap editorial kami/editorial kami melihat secara jernih apa yang terjadi di masyarakat saat itu/ adapun penafsiran orang-orang di luar ketika kami jadi media praktisan/ya jujur objective yang jelas kita bukan praktisan juga / ya karena prepeksi masyarakat seperti ini ya/ ya tidaktidaktidak bisa dipersalahkan juga masyarakat karena ketika ownernya kita berpolitik ya otomatis ada / sigma di masyarakat langsung prepsinya kita berpihak //terus peninganan pertimbangan persiapan media anda ketika kampanye / Oh ya gitu karena tadi di masyarakat ada

dua kutub ya/ dua kutub sikap dua pemahaman terhadap figur yang baik kedepan/ pertimbangan-pertimbangan yang dipakai kan baik dan buruk bobotnya seperti apa / dan yang terpenting Indonesia mau di bawa kemana itu yang dilihat / terus apakah kebebasan media anda ketika berkampanye sesuai dengan kaidah etika jurnalistik / ya kita kita coba satu yang dipegang pada saat pilpres adalah cover pusat/ kita kita coba cover pusat ada calon A calon B tetap kita akomondasi // kalau menurut etika jurnalistik kalau dipegang cover pusat/sudah sudah sesuai si dengan kaidah jurnalistik // tidakada masalah si sebenarnya si dengan antar korelasi antara dengan keperpihakan dengan kaidah etika jurnalistik // Cuma nanti besar bobot/ jurnalistiknya itu nanti yang menilai bukan kita/ ada KPI ada /ada lembaga lain lah dewan pers yang bisa menilai apakah bobot jurnalistik kita sudah sesuai dengan kaidah atau tidak tapi kalo menurut kita ya sudah/ sesuai karena yang kita pegang waktu itu adalah cover upset//

apakah sikap pemberian politik lebih memilih pengungkapan yang sama dan membangun terhadap pemberitaan kampanye//

yaitu tadi kan karena ada figma dari masyarakat kalau misalnya metrotv miliknya tokoh politik maka sikapnya pasti seperti kebawa onar kan figmanya itu/kalau di kita sendiri kita tidak terlalu tidak terlalu apa ya tidak terlau/condong ke kanan maksudnya /ada memang porsi-porsi yang memang // memang porsinya owner gitu /dan haknya owner untuk menentukan kebijakan editorial tapi secara / secara global kita si tidak terlalu partisan ya kita si masih pegang cover upsidesaja // kalau dari sikap politik owner ke karyawan nggak terlalu mengikat kita kasih bebas memilih partai lain/milih kandidat lain tidak ada arahan untuk memilih salah satu kandidat // jadi sikap dan pemberian politik sendiri dengan karyawan dan pemberitaan tidak terlalu seperti pandangan masyarakat yang pasti tidak juga seperti itu / kita masih ada etika jurnalistik juga agar keperluan juga segala macam //

ada pengertian mencari kebenaran dalam berita //kan ketika kita berpihak kepada salah satu calon/maka calon lain dilihatnya sesuatu yang salah//jadi bagaimana kebenaran yang dipegang metro tv itu bagaimana/dalam konteks pilpres dan berita itu//

sebenarnya begini kalau misalnya dalam konteks dulu kan ada ada terbelah pada Jokowi dan dan Prabowo kan/ ya kebenaran sebenarnya gini loh /kita juga masing-masing adil di Jokowi kita kasih team di Prabowo juga kita kasih team/Cuma memang kadang kebenaran yang ada di masing-masing calon itu berbeda tergantung sikapnya calon itu sendiri /misalnya ketika kita kasih team di Prabowo sikapnya prabowo agak keras terhadap MetroTv misalnya/wartawan kita pernah diusir dicaci maki gitu loh jadi kebenaran apa yang bisa kita terima ketika misalnya perlakuannya juga seperti itu gitu kan nah itu gitu maksudnya/berbeda dengan yang lain apa karena kita punya owner jadi dia perlakuannya juga jadi mau tidak mau / dari sisi sananya dia melakukan pembedaan / apa pengklasifikasian ya kitanya sendiri mau tidak mau ya karena sikapnya dia begitu

kan kita juga susah untuk mencari kebenaran dipihak yang sana kalau sananya juga sikapnya juga tidak welcome gitu loh / apakah pekerjaan fair adil dalam mitra ketika apa apa pekerjaan fer dan adil fair adil artinya masing-masing mendapat tempat pemberitaanya/ apa mendapat porsi berita jadi kita tidak menutup tidak menutup tidakmengembarggo bahasanya tidak membembargo /kandidat tertentu tidak kita masih tetep sayangkan kok //

kira-kira perbandinganya kan nggak mungkin lima puluh/lima puluh kan//

makanya saya bilang kalau mau perbandingan bukan kita coba lihat di tempat lain deh/ maksudnya dilembaga lain yang memang punya data yang perbandingan itu misalnya KPI ataudewan pers/ atau apa tidak adil kalau misalnya kita ngomong kita porsinya segini-segini segini tidak wong orang lain aja //

kira-kira kan kita di kerjaan Redaksi oh kira-kira kan tidak mungkin lima puluh/lima puluh atau mungkin tidak mungkin 100 % kosong juga //

kalau idealnya memang kita kepengenanya cover upside semua ter cover gitu lo kan semua/ Cuma memang ada kadang ada kendala juga dilapangan kan gitu kan/ jadi kita mau live assenji kita juga diusir/ya jadi bagimana ya/kita mau mendekati ideal gitu tapi ada kendala-kendala yang memang tidak bisa kita hindari dan mau tidak mau gitu ada pengertian objective dalam berita ketika kampanye //

objective di versi MetroTv ketika pilpres/ karena saya pernah kan melihat MetroTv subject tidak semua media subject ketika pilpres//

ya itu jadi kita/sebenarnya udah objective ya kan ketika ininya Cuma memang kita memberikan porsi yang bagus/yang baik gitu kan yang adil tapi memang ada kadang sigma dari luarnya sendiri membuat kita mau tidak mau ya dilihat orang berpihak gitu/dilihat orang tidak objective padahal kita coba objective misalnya kita membahas apa pelanggaran pemilu atau apa kita coba undang juga team sukses dari sana misalnya atau apa/ tapi kalau memang dari sananya tidak bisa atau setengah hati atau apa jadi ingin tidak objective kan/secara objective juga kita ikut apa ya menyelanggarakan debat dengan objective yang jelas dikasih porsi yang sama begitu kan/ jadi begini ada sigma di masyarakat opini masyarakat waktu itu terbelah ada stigma MetroTv saat itu berpihak begitu kan / stigma itu terus bergulir mempengaruhi sikap kontestan lain yang arti akhirnya mereka jadi resisten terhadap kita ya reaksi pada konsisten itu juga tidak/ jadinya kita susah berlaku objective dan memberikan porsi yang sama begitu loh maunya kan gitu //

independen dalam bentuk ketika kampanye / metroTv independen tidak ketika memberitakan pilpres //

independen dalam arti tidak bergantung jadi gini loh/ini susahnya kalau metro tv disamakan dengan partai politik misalnya/ dengan kita/ memang metrotv milik-milik tokoh politik yang mempunyai partai politik tapi Metrotv berbeda dengan partai politik begitu/ partai politik punya garis partai Metrotv punya kebijakan editorial begitu loh/ walaupun pemiliknya sama /secara independen dari owner ya kita independen saja begitu loh owner tidak pernah capek-capek di Metrotv karena pada saat ini juga owner juga lepas jabatan segala macem kan/dia tidak punya jabatan lagi di MetroTv kan dia sudah lepas semua/jadi secara independen sebenarnya kita juga sudah berjalan independen dan independensinyaitu yang dijalankan oleh awak redaksi pimpinan redaksi melalui kebijakan editorial/nah adapun nanti kebijakan editorial pembahasanya seperti apa dirumuskan secara apa ya itu ya independenya kita/ dalam arti apa yang kita jalankan di redaksi metrotv atas kebijakan editorial pemimpin redaksi adapun apa yang dibahas di editorial/di di dewan dewan redaksinya itu ya / sebenernya sudah independen/ tapi kadang ada pembahasan oh kita harus A kita harus B itu independensi yang menurut kita /tapi kalau secara secara setruktural kita tidak ada owner/Cuma memang yang mengdrive itu kebijakan editorial / edirorial itu kan kadang beda-beda kan masing-masing media dan tergantung pembahasanya ditingkat pimpinan redaksi /kadang misalnya/ kita cari yang pada saat itu misalnya/objectivitas misalnya soal kampanye hitam kan editorialnya/ hasilnya kita harus melawan kampanye hitam misalnya kan kadang memang kampanye hitam kan masing-masing calon juga kan merasakan kampanye hitam kan/

masalahnya bukan si A melakukan kampanye hitam si B melakukan tapi kan/kampanye subsansinya kampanye hitam harus di lawan bahwa pemilu harus jujur dan adil/yang dieditorial kan begitu kan/ itulah yang mengdrive tapi apakah kebijakan editorial di drive sama owner kayaknya tidak owner deh/kalau owner sudah konsen ke politik tidak ke perusahaan lagi //

jadi sepertinya owner ke redaksi itu selang masalah tanda-tanda/karena ownernya ke Jokowi maka kita langsung baca ownernya ke jokowi walaupun tidak bercampur dalam editorialtidak mungkin dong bela prabowo begitu kan //

tidak juga begitu maksudnya jadi ya/ini partai ini perusahaan kan dua yang berbeda badan hukumnya juga bereda /jadi masing-masing jalan masing-masing meskipun ownernya sama/dan owner pada saat itu aktivitas nya full ke politik begitu loh/ kita media berjalan sendiri dengan independen kan kita hanya

Melihat/ranning isu yang ada saja/ kita independen kan ranning isu kita tidak pada itu apa tidak owner langsung ini/ini/ini tidak/karena owner sudah lepas jadi membaca kalau bahasanya kita ranning isu/ isu yang ada sekarang dibahas dimana/dan itu nanti dirumuskan di editorial kaneditorial kita hari ini apa begitu kan/ melawan kampanye hitam atau apa yang sekarang kan misalnya metrotv itu editorialnya kita mengawal kebinekaan nah itu//

apakah pemberitaan netral dalam dalam berita ketika kampanye //

itu tadi netralkita coba cover upside/tapi kalau misalnya soal porsi beritanya nanti dilembaga lain ajalah/saya lihat yang punya data akurat kita kita tidak ngomong porsi/netralitas dalam arti semua wakil redaksi kan tidak apa/tidak di minta untuk memilih A si B si C tidak memilih partai si A partai si B tapi di bebaskan itu independen/ artinya ketika karyawan juga dibebaskan independen dan ketika pemberitaan juga independen /Cuma memang dalam redaksi itu setiap redaksi setiap redaksi di media-media manapun ada kebijakan editorial/ itu aja yang kita pegang nah/kalo misalnya karyawan dan pemberitaan netral tapi itu ada garis yang namanya kebijakan editorial / nah editorialnya apa berbeda-beda karena setiap hari kan editorial dilihat dari ranning isu /arahnya kemana-kemana kan gitu//

apa pengertian berpihak kepada kepentingan public dalam berita ketika kampanye//

oh iya itu dia yang yang saya bilang/pengertia berpihak pada public bahwa kita mau pemilu jujur dan adil kan berlaku jujur dan adil fairnes gitu kan/ tanpa kampanye hitam/ tanpa ada konflik vertical horizontal gitukan/ kita berpihak kepada public itu aja pegang/ kita tidakpanas-panasin kok tidak manas-manasin public untuk bentrok tidak/ kita coba bersikap /kepentingan public ya nomer satu/jadi bagaimana kampanye berjalan dengan damai tidak ada konflik tidak ada pergesekan tidak ada bentrok karena yang rugi juga rakyat Indonesia kalau itu terjadi kan/kita biasanya ada melihat tempo/ tempo bukan tempo media ya dilihat tempo yang ada dimasyarakat jadi/suhu politiknya ketika lagi keras kita akan turuin gitu kan ketika lagi landai karena kalau/ misalnya pemilu landai juga kan tidak bagus kita partisipasinya/ kita naikin tunenya gitu/ jadi kita lihat rytmenya tempo nya/ tempo apa dinamika politik yang ada kalau misalkan lagi panas banget itu kan menjurus ke konflik kita ini bentuk konfergensinya ini/nah bentuk konvergensi/biasa tuh konvergensi berada di sisi editorial tadi jadi editorial media Indonesia dengan metrotv biasanya tidak jauh beda karena orangnya ya itu-itu juga gitu kan jadi/ jadi kalau// konvergensi dalam artian opersional mungkin sinergi ya kita ada sinergi ketika misalnya media Indonesia ada agenda setting kita juga punya agenda setting jadi sinergi aja / kalau konvergensinya dalam bentuk kebijakan editorial berat karena memang media group kan jadi kalau misalnya kebijakan editorialnya namanay kebijakan editorial media group /kalau dari

tatanan operasional bukan konvergensi mungkin sinergi ya masing masing punya agenda setting sama sinergi//

bagaimana hubungan media dengan khalayak yang ideal bagaimana bentuk media / jadi yang ideal itu apakah kaya metro kaya yang di Indonesia itu sudah ideal hubungan khalayak dengan media//

khalayak tuhpublic ya/ public dengan media bentuk public dengan media yang ideal yang idealnya saling kritik/ saling membangun saling kritik saling berpartisipasi /danfungsi control jadi media punya fungsi control social/ public juga punya fungsi control media gitu kan/ makanya fungsi kontrolnya public itu/bisa disalurkan lewat lembaga lembaga Insitusi yang resmi/ misalnya untuk stasiun tv misalnya tv berita/public bisa mengontrol melalui pengaduan KPI dan kalau media kalau misalnya ada penyimpagan dimasyarakat anomali di anomali social bisa mengontrol lewat fungsi pemberitaan/ tapi fungsi pemberitaan juga fungsi pemberitaan yang santun ada cover putside kan/ya saya pikir yang ideal itu mas ya ada hubungan interaksi saling kritik tapi dalam koridor aturan yang ada gitu loh/ kan yang tidak sehat itu ketika misalnya masyarakat complain ke media/ tapi dengan cara-cara yang yang tidak benar misalnya/ secara langsung demo atau merusak atau apa atau dengan membuly yang reporter kita diintimidasi itu tidak benar juga/ media kepeda public juga gitu juga jangan di apa jangan memberikan masalah ke public /dan juga tidak memecah belah public gitu loh/justru yang di di utamakan kan public yang sehat yang sehat itu seperti apa yabg publik yang tidak emosional/ bisa memberikan pembelajaran jadi informasi berita itu bisa menambah pengetahuan kepada masyarakat mendapat pengalaman segala macem / kalau yang ideal memang ya saling mengisi gitu saling kritik saling memberikan masukan/ saling membangun gitu //

masalah apakah kepemilikan media ada yang pakai pribadi ada yang pake saham gitu atau itu ideal tidak/ setelah itu pribadi atau lewat saham atau dimiliki oleh masyarakat secara umum //

kalau saya pribadi saham media itu jangan pemilik tuggal/saya pribadi bisa mekanisme saham ke public/saham kepemilikan public dan/ bisa juga dengan mengundang pemegang saham lain /artinya media itu bukan tidak boleh ya bukan tidak boleh bukan tidak haram bukan tidak alergi dengan kepemilikan tunggal media tapi alangkah lebih baik kalau media itu/terutama tv karena menguasai rana/rana public frekuensi frekuensinya public maka selayaknya ada ketentuan atau mungkin idealnya pemiliknya tidak tunggal/ karena tunggal itu terkesan

private dan tidak sejalan dengan kepentingan public/ walaupun memang modal sendiri gitu//

kalau karyawan memiliki saham?

itu lebih baik /lebih bagus/ Cuma kan ketentuannya kalau kepemlikan saham karyawan itu kan terbatas ya/maksudnya ketika orang punya perusahaan dan ditawarkan kepublik artinya IPO atau melantai di bursa toh kepemilikan karyawan juga tidak terlalu besar maksimal paling sepuluh persen/ atau namanya emplois cove opction itu akan lebih bagus/ seperti itu dan tidak hanya karyawan dalam arti kalau dimiliki karyawan sahamnya juga bisa melalui lembaga lain/misalnya koprasi/koprasi karyawan yang memegang saham karyawan/itu lebih bagus kan/ketika misalnya untuk desiden dibaginya ke koprasi/koprasi ditambah lagi dengan SHU/ sisa hasil usaha/mekanismenya lebih enak/lebih bagus/lebih berkelola/dari pada omploistok optionberdasarkan perorangan karyawan/jadi satu karyawan dibagi berapa lembar saham/itu menurut saya tidak optimal/pengelolaan buat karyawan/benefitnya juga tidak terlalu banyak/tapi ketika seluruh saham itu diberikan ke koprasi/itu akan lebih berasa/dan koprasi akan mengelola itu/dalam bentuk satu usaha/itu lebih fair saya pikir//

bisa tidak media itu tersampaikan/jadi ada pola khalayak dengan media lain/sebab mau tidak mau mempengaruhi pada tayangan//

idealnya cetak itu bukan berbayar sebenarnya/karena mereka kan menginformasikan untuk masyarakat/Cuma memang ada post production disitu/harusnya si koran itu gratis/koran/majalah/gratis/masyarakat tidak dipungut bayaran untuk membeli/membeli koran/membeli majalah/tapi koran itu bisa dibiayai oleh iklan swasta/tapi susuah juga kalau misalnya dibilang media tanpa iklan/nah itu yang susah/media tanpa iklan untuk membiayai post production seperti apa/nantiflashback lagibalik lagi ke zaman ordebaru/ketika media/tidak usalah media swasta/cukup media itu lembaga publik yang dipegang oleh pemerintah/dibayar oleh pemerintah/tidak menerima iklan/artinya dia benar-benar untuk publik kepentingan negara/bangsa/dan negara/tetapi seiring zaman sekarang sudah tidak bisa lagi tv publik/misalkan tv publik/tv tanpa iklan/atau koran tanpa iklan/majalah tanpa iklan/radio tanpa iklan/tanpa iklan tidak mungkin/hanya cearity yang ada/mungkin ada orang kaya/konglomerat/membuat media gratis/tetapi saya sepakat kalau media cetak seperti koran dan majalah gratis/tidak dipungut biaya/karena apa/karena dia bisa hidup dengan iklan/artinya tidak lagi membebankan masyarakat dengan bayaran/kalau mau bagus oplanya/karena untuk menutup post productionnya bisa melewati iklan/jadi tidak pelu lagi dia

membebankan masyarakat untuk membeli/baik saya sepakat untuk itu/sepakat lagi seperti website/website di detik.com/kompas/segala macam.com/gratis untuk di fit/gratis untuk dilihat/tapi saya kurang sepakat misalnya harus subscribe/subscribe itu sudah lah kita bandnya itu sudah punya milik publik bandnya/jangan dibebankan lagi masyarakat/ dengan bayar-membayar/kalau informasi itu untuk publik ya diberikan untuk publik/lalu bagaimana mengganti kost production/melewati iklan/itu lebih bagus/jadi yang koran berbayar/majalah berbayar/kita harus beli/website harus subscribe/tv harus subscribe/itu membebani masyarakat/sementara dia sudah punya/kost production/biaya produksi yang bisa ditutupi dengan iklan/jadi tidak perlu lagi gridida mengambil iklan dari masyarakat/sudah lah yang namanya informasi itu bebas akses/tidak usah dibebankan bayar-membayar/Cuma kalau untuk koran dan majalah saat ini sajakan/dijual saja mereka empot-empotan untuk biaya produksi/banyak yang tutup apalagi di gratiskan/padahal kalau misalnya melawan dokma atau tidak melawan paradigma bayar itu kan/dengan membagi gratis/semakin banyak orang mengakses koran dan majalahnya dia/benefitnya apa/oplanya bisa naik/dan imbasnya di iklan/tapi semua tidak ada yang berani dan harus bayar/dan ketika orang harus bayar feedbacknya apa/feedbacknyaburuk/banyak orang tidak beli/subscribe juga tidak mau/artinya apa/jarang yang beli/jarang yang baca/feedbacknya apa/kelaporan iklan/karena semua pengiklan ingin lihat efektifitas memasang iklan /ini buat pelajaran koran-koran ini/tapi gini loh misalnya koran berani gratis/semakin banyak biaya/itu akan menjadi catatan untuk pengiklan/dan ketika misalnya dia sudah memberi tarif/memberi bayar/sudah/tapi ada juga paradigma masyarakat yang membuat celaka media cetak/ketika orang membagikan koran gratis/majalah gratis dianggap koran itu tidak laku/ya paradigma masyarakat seperti itu kan/mau tidak mau dia harus kasih tarif/padahal berbeda lagi dengan/kalau semakin banyak dengan dibaca orang/semakin disebar/semakin banyak redcardnya kan dimata pengiklan/tapi paradigma di masyarakat kalau koran dibagikan /majalah dibagikan gratis artinya tuh tidak laku/padahal bukan itu maksudnya kan/itu yang menarik/tetapi kalau misalkan iklan susah/iklan tulang punggungnya media ya/tapi untuk menjual informasi ke publik/publik dibebankan membayar atau keluar uang untuk turut mengganti kost productiondari perusahaan/itu yang kurang selera ya//

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA KORAN SINDO

ALEX ADJISAPUTRA

(REDAKTUR PELAKSANA KORAN SINDO)

Oke Pak Alex saya ingin konfirmasi bapak tentang sikap media anda ketika pilpres dua ribu empat belas??

Narasumber :

Kita melihat memang trend media saat itu memang sebagian besar campur-campur berpihak pada kubu Jokowi media Indonesia lalu,kompas,tempo,dan sebagainya jadi ada sesuatu yang berbeda nah ada satu ruang kosong yang,dari segi marketing ini luar biasa,jadi orang tidak ini kan bukan kita membagi peta dukungan,itu kan ada dua terbelah Ada Jokowi lima puluh dua persen/prabowo empat puluh delapan persen,pasar ini orang yang anti Jokowi,ini yang mewakili keberpihakan mereka,orang golkar yang dulu ,apa,kompas itu kan karena dia tidak dukung kompas akhirnya pindah ke media yang lain keberpihakan mereka,orang pks yang dulu masih…ini pasar yang besar sekali tidak semua orang kearah Jokowi kita fakta melihat banyak teman-teman dpr yang anggota dpr itu yang dulu berpihak pada kompas salah satu perwakilan media itu dalah seperti itu,sudah sisi marketing,Kita jujur aja ya kalau memang ini kebijakan itu dikompas dimana itu sama,jadi ada satu pertimbangan-pertimbangan lahirnya sekarang itu berita HL ditentukan bukan pada satu keputusan mana berita yang baik tetapi ada satu jadi ada satu kepentingan masing-masing,kepentingan ideologi jadi kalau kita tidak menyaksikan seperti kompas kenapa dia berpihak ke jokowi karena kepentingan politik ada kepentingan politik media indonesia karena pak ...mendukung Jokowi,Nah kita juga kepentingan tidak lepas dari pak Hate, menampilkan kepentingan bisnis kepentingan politik,pak Hate sebagai perindo tetapi memang kebijakan politik pada Parbowo,ini kita terus support , ada satu linknya arah kepentingan marketing kita,jadi antara kepentingan politik dengan kepentingan visi juga searah.

Jadi politik dan marketing ya ,jadi secara institusi koran sindo punya sikap politik tertentu,ada instruksi dari atas?atau dari mana?

Narasumber :

Sebenarnya kita membaca arah politik tadi ,instruksi-instruksi yang sifatnya yang,orang tahu pak Hate mendukung ini,kita sebagai memang kadang-kadang kita menyatui sebenarnya fungsi media … ya,kita juga liat bahwa ada satu hal yang memang tidak ruang tidak berimbangan bagaimana prabowo… kemudian berlanjut ke Prabowo waktu itu muncul hitam putih/nah waktu itu melihat

makanya kita,dengan kita yakini Prabowo tidak punya salah nah ini ya kita juga kembali ….

Jadi tidak ada instruksi ya bahwa ada rapat-rapat petinggi kemudian dari petinggi MNC Kemudian turun kebawah,kesindo,sindonews,okezone,ada kebijakan harus membela pak Hate?

Narasumber :

Kalau misalkan kita ya apa,ada dipihak Jokowi sebaiknya kita memberikan ruang pada Prabowo,iklan prabowo juga tidak ada mungkin termaksud wartawan dan Cuma kita kebijakan redaksi kita membaca arah politik pak Hate.

Jadi pertimbangannya tadi dua politik ya politik pak Hate dan marketing ya,apakah berpihakan pak Hate marketing itu tidak melanggar etika Jurnalisme?

Narasumber :

Nah kita menyadari betul ada resiko yang harus kita ukur,jadi kita membuat … dan kita melihat tidak ada suatu konflik ataupun resikonya seperti pilpres ataupun pemilu secar umum ,karena ketentuan kita itu dalam hal/keseimbangan dan dalam hal coverbootset memang sebagainya,nah ini masalah satu … saja kemana tuntutan kita tanpa menafsirkan kaidah jurnalistik,kita misalkan katakanlah mendukung prabowo tapi kalau diamati dikontennya itu kita juga mendukung Jokowi,jadi masalah pilihan,ini ibaratnya kan ini seperti arah angin ada angin yang menuju ke utara selatan keman-mana kan kita tinggal memilih kemana ini masalah misi dan tujuan hati kita tetapi apa unsur-unsur didalamnya itu tinggal kita pilah-pilah aja tanpa melupakan kejadian politik.

Tetapi sejauh mana sesungguhnya,tanda kutip ,tangan Hate masuk ke Sindo itu sejauh mana?

Narasumber :

Pak Hate distruktur sindo sebagai konter penanghung jawabkan pemberitaan yang Surya palo di… Pak Hate secara fisik dikoran sindo saya kira tidak seindensif,itu kan ada satu pemaksaanitu tidak seperti itu lalu kita melihat memang dia apa,kan memberikan ketukan satu ketukan/ ang sama misalakan seperti itu kan.

Jadi suka ada pesan ini berita dari bapak gitu.

Narasumber :

Tergantung kita mengeritik prabowo,Cuma tidak dimarahi gitu.

Iya dulu waktu saya berpengalaman di Media Indonesia ini berita dari bapak,nah kalau berita dari bapak dari Surya Palo gitu artinya sama dikompas juga kalau dari Pak Jakob semuanya akan kami…

Narasumber :

Ini beruntung tahun ini .

syarat-syarat tugas utama yang karakteristik media itu adalah kebenaran,pertanyaannya kebenaran apa ketika sindo ketika pilpres dua ribu empat belas itu.

Narasumber :

Saya mengatakan bahwa kita harus yakin, apa yang kita sebarkan nanti itu harus pada unsure kebenaran,kita meyakini tidak memlihat fakta hitam putih/kami yakin bahwa seperti prabowo tidak salah dalam HAM kita melihat bahwa…bagaimana prabowo dihajar habis-habisan,dan kita menyadari misalkan Jokowi … Kita juga menyakini bahwa Jokowi sebagai boneka saya meyakini dia sebagai boneka dengan kekutan-kekuatan diluar benaknya,jadi kita juga melihat secara persmatik Jokowi tidak yakin bahwa apa yang disamapaikan jokowi itu tidak kenyataan bahwa kita melihat apa,sikapnya jokowi seperti … kita hanya melihat malah kita memberikan penghargaan jokowi supaya kita…. Kosong sehingga kita tidak mendukung jokowi,bukan tetapi jokowi , kita pernah memberi penghargaan/kalau dibandingkan dengan Anas tidak ada apa-apanya dan dimudahkan PKL kemudian suatu tempat yang sama kalau mengatasi budaya suatu masyarakat yang hitrogen seperti Jakarta tidak akan mudah apa lagi di Indonesia,ngomongnya jokowi itu menggampangkan masalah,kita pernah ngomong Jokowi itu masuk Jakarta semuanya serba gampang itu, karena kita tahu kita sudah masuk Jakarta,kita yakin lalu masalah itu akan prabowo,dia berhenti pada Prabowo tidak ada orang yang bisa menghentikan prabowo, nah Jokowi sebagian kosong yang dianngap lemah,ini dibelakangnya kita lihat,ini kita memperjuangkan satu ruangan yang sama sekali ditafsirkan oleh media Indonesia, coba kalau kita ruang kosong sendiri.

Sepertinya koran yang berada di Prabowo hanya ini saja kan?

Narasumber :

Kita tidak dapat uang dari kita dukung abis-abisan Prabowo tuh,wartawan yang dibayar langsung juga tidak ada, sama dengan ini kan kita mendukung Anis juga , Cuma gini loh tidak mendukung satu

Satu lagi hasrat keadilan dalam berita bagaimana menempatkan Prabowo dan menempatkan Jokowi dalam sebuah pemberitaan

Narasumber :

Kita meyakini kita memberikan keadilan ini keadilan ditengah ketidak adilan jadi jangan menyebut sindo dalam partai politik independent sindo hanya sebagai satu unsur memberikan perimbangan informasi , tapi dengan konten kita juga itu ruang opini publik yang dibangun,tapi hoax ini muncul,Cuma dia yang mengkompalin dia menafsiri,kenapa hoax yang dikirim karena muncul kesadaran-kesadarn individu dimasyarakat, nah dulu orang tidak mengerti itu saya itu jadi wartawan dari mana teman-teman main dunia maya,sosmed itu,nah inikan robotic semua,robot yang memulai,yang bergerak dengan cara stuktur-terstuktur,tapi saya,nah ini kan saya baru menyadari belakangan yang memang berstruktur,bapak ibu yang satu perdesaaan yang memang pasif dan tersturkut otomatis,dan akhirnya memberikan penawaran-penawaran,banyak orang yang pro tidak tahu itu orang benar dan nyata nah begitu menjadi orang nyata,ini kualahan yang .. makanya ini muncul konfersif.

Nah sekarang pada objektif berita bagimana jika sudah berpihak objektif?

Narasumber :

karena itu tadi bukan fitnah tetapi fakta,kemudian kita konfirmasi,jadi orang tidak,kita berpihak, tetapi kita tidak memberikan ruang pada… ruang itu benar-benar kita rapatkan, kalau ada yang masuk konfirmasi,karena kita pengalaman kita pernah hampir kena kasus,dibawa ke dewan pers yang dua ratus US dolar itu,kita dipanggil polisi,pers begitu marah,polisi bergerak dewan pers bergerak, meskipun kita tidak dikonfirmasi tapi kita… gitu, kemudian kita cari pernyatan yang pers perah berbicara seperti itu,akan muncul diantara,kita cari,kita ambil lagi.

berarti kalau diredaksi ada independensial redaksinya?kalau pak Hate masih suka warning gitu/bagaimana orang redaksinya mau independent gitu/menentukan berita ini menjadi HL / berita itu menjadi HL bagaimana?

Narasumber :

Jadi dengan kreativitas kita,jadi independensi yang campur langsung dari maslah judul,hanya kebijakan saja ya kebijakan umum/membaca tanda-tanda saja ya.

Lalu, kalau sudah memihak prabowo kemudian bagaimana kepentingan publik itu. Di angkat oleh sindo

Narasumber

Tadi itu mas, jadi Ada satu kepentingan publik, yang kosong. Yang tidak di jamak oleh, yang di tafsirkan oleh media lain. Kita meyakinkan itu mas, makanya kita yakin. Ini kita bicara soal, orang membuat produk, misalnya ini dia mempunyai. Dia tidak akan mungkin disetujui oleh semua orang. Yakan, ada satu ceruk yang kemudian mengatakan kelas A. Jadi ini kelas A, jadi jangan dilihat hanya masyarakat linear apa, linear pada struktur sosial tingkat bawah, menengah, atas gitu ya. Jadi ada tutur linear yang berdasarkan politik. Ada kanan dan kiri. Nah itu kita mengambil yang satu kebutuhan menjadi politik. Kita mengambil posisinya,

kita tidak akan bisa mengambil semuanya. Jadi kita juga memberikan hak pada orang yang, pada publik yang tidak terkena.

Jadi itu kepentingan publik sindo dan kepentingan publik kompas beda.

Narasumber

Berbeda,berbeda. Ini dulu itu publik terpecah secara, secara terfragmentasi secara ekstream begitu. Ini masing-masing berbenturan. ini tidak ada satupun orang netral itu tidak ada. Memang ini agak aneh tapi sebenarnya begitu. Dan jokowi lagi ya, itu pasti tidak netral, dengan media yang aneh jowoki. Begitu sebaliknya, itu dalam. Ini memang dalam jarak, kita mengakui. Saya banyak berbicara termasuknya. Ini kita mulai pemilu kemarin kita mengtranskan media itu pada titik nadi yang terendah. Iya kita mengakui mas, kalau pada titik nadi yang terendah. Tidak ada yang, saya mencek apakah ada media yang konkret. Itu bohong mas, bohong. Ada yang orang cina protes ada mas, pernah perotes terus. laluKita ini menghajar jokowi terus. Karna dia fans nya jokowi, tapi ada yang mengungkapkan semuanya, orang berkat, nanti ada pelanggan-pelanggan baru, nanti kita tinggalkan. Tapi kita sudah mendapatkan yang baru. Itu karna itu, ini sekarang pak Hate dulu di puji oleh FBI waktu demo, waktu mengatakan Indonesia dulu. Begitu pak Hate dia tidak, apa masih membuka ruang untuk mereka. Termasuk demo saat di empat-empat satu dipuji yang menonton, kan seperti itu kan. Kita tidak meinggalkan kita memberikan, itu kita menjawab kepentingan publiknya begitu mas. Menjawab kepentingan sendiri dan diabaikan oleh media yang lain.

Saya menemukan kata kuncinya sudah, dan ini di konvergensi saya tidak tahu di MNC itu, ada berapa media, mungkin puluhan media. Saya hanya ingin tanya bagaimana hubungan berita khsuusnya antara koran sindo,sindo news, dengan RCTI. Mungkin Sindo news mempunyai berita eksklusif di berikan ke sindo. Koran sindo bagus dan di berikan ke RCTI dan lebih bagus polanya.

Narasumber

Nah itu mas ya, bangunan sinergi di kongmelerasi media ini itu belum lama mas, baik sebelum eksplor pemilu jadi tidak ada sangkutpautnya dengan pemilu. Nah kita memang, kerja kita halaman satu kita bahas di sindo news. tapi ini tv kabel mas MNC News, tv kabel MNC News jadi kita rutin setiap hari mas, jadi kita diberikan waktu untuk mempromosikan koran kita, jadi kita hadir secara fisik di studio saya dan teman-teman bergantian itu jam delapan pagi kita promosikan berita nya apa yang di bahas apa, dan lalu apa pertimbanganya. Kemudia di RCTI di Inews itu terkadang grafis kita di gunakan mas, di ambil. Kemudian di RCTI terkadang kurang dan di ambil juga, jadi kita itu memang secara grup kita saling mendukung karna kita ini kekuatan kita kan bersinergi. Nah tapi secara eksklusif mas, kita hanya mempunyai satu ikatan yang lebih kuat itu di grup kita sendiri koran sindo, tapi koran sindo itu ada koran sindo kemudian ada sindo.com. dan koran sindo dengan sindo.com begitu juga sebaliknya. Ini adalah komunikasi yang paling intens karena satu PT mas di MNC. Nah kita di grup kita perusahaan kita

itu di MNC. Itu di bawah MNC, nah ada tiga konglomerasi besar. Ada media.com itu termasuk tv kabel kemudian di bawahnya lagi ada MNC, MNC itu tv yang tv nah kemudian kita di bawah MNC ada kita bikin koran kemudian kita bikin sindo.com kemudian percetakanya dan sindo news. Tapi kita kerja sama dengan, tapi kita juga terkadang kita karna kita kurang Sumber daya manusia. Dan jadi Oke zone lah yang bagus akhirnya,

Jadi maksudnya supaya ada, ya ada sinergi kerjasama. Oh kalau berita MNC kubu prabowo kemudian MNC News kubu prabowo koran sindo kubu prabowo, maksudnya ada garis seperti itu.

Narasumber

Nah kita itu secara alamiah terbentuk mas, tapi saya jujur dulu ya apa yang di tulis oleh oran sindo itu mejadi patokan media di koran lain mas, media di koran MNC. Ada grup diskusi mas itu yang diskusi itu nah itu koran sindo itu bagus beritanya nah itu, itu Ariya yang bicara. Ariya sebagai direktur pemberitaan di MNC. Jadi kta sudah di patokan, karena kita mungkin disini ke video grafis, mungkin juga di politiknya juga lebih tajam di bandingkan yang lain, dan kita menjadi patokan arah, dalam tanda kutip keterkaitan media siapapun, kita juru tumpunya di kita. Jadi kita menjadikan ini, kita punya banyak politisi kan. Politisi wartawan kalau disini kan mungkin, mungkin kalau tv kanbergeser-geser mas pendalaman,pemahamantentang politik dan sempa terjang politik di lapangan itu yang terlatih terbatas, jadi kita menjadi itu.

Nah yang terakir, yang ideal hubungan media dengan khalayak itu seperti apa ya. Dalam kaca mata koran sindo itu, yang ideal itu.Hubungan media dengan khalayak itu.

Narasumber

Tentu memberikan satu nilai tambah ya, saya pernah membacakan koran sindo sebagai introfek terpercaya. Kita juga mempunyai satu,satu filosofi pemberitaan bahwa “great news not always good news, ... good news” jadi kalau dulu orang menganggap, teman-teman kita mengangkap bahwa berita yang buruk itu yang ..... , nah kita mendekorasi itu karna kita melihat suatu kebijakan komunikasitapi kebijakanya tidak secara umum. Jadi koran sindo itu mencoba untuk memberikan suatu, new tambah. memberikan spesifik baru pada koran, kalau orang membaca koran sindo itu. Itu orang mendapatkan informasi ilmu yang memberikan manfaat, memberikan inspirasi. Nah itu mas kita, banyak mewudjukan secara konflik. Kalau setiap hari, kemudian setiap minggu dan setiap bulan dan tahun. Setiap hari kita ada rapat besar, itu pernyataan guru dalam bidang politik,ekonomi dan sebagainya itu memberikan sesuatu nilai positif. Jadi kalau misalnya itu seperti meminum kopi di pagi hari setelah membaca itu kita semangat. Pikiran kita cerah dan mendapatkan inspirasi baru, semangat baru. Nah kita juga satu-satunyakoran yang membuat opini dalam satu mas, itu ada pak sawi kemudian ada pak, kemarin pak wijayat, dan kemarin itu pak siapa ya. Dan itu hampir semua pendukung jokowi mas, pak komarudin jokowi. Lalu pak .....

dukung jowoki. Pak ..... jokowi, dan satu lagi siapa yang sudah meninggal almarhum. Pak ..... jokowi. Tapi kita masuk saja yang prabowo, kita mandang itu tapi kita melihat sisi positif nya dia. Dan mereka juga tahu bahwa kita prabowo, sehingga dalam artian tidak eksternal, tidak menjago-jagokan satu atau dua kali. Kita tidak pernah memberikan larangan kepada mereka. Tetapi mereka mengetahui sendiri gitu. Nah itu intinya sebenarnya apa yang mereka sampaikan itu yang positif-positif. Kemudian itu di buang jauh, di dalamnya juga kita banyak itu mas, karna kita ..... yang mingguan. Ada kolom untuk marketing kemudian konsultasi, asuransi, lalu ada inspairing people dan lainya. Tahunan kita banyak oknum, oknum meskipun apa, kita tidak mengkritisi jokowi tapi kita memberikan suatu refernsi seperti apa, kita melihat dengankerangka yang kita menyakini secara objektif. Misalkan tahun ini kita melihat dan tahun depan seperti apa. Insyallah kita mengikuti jokowi karena coba kita melihat pada tahun pertama dan tahun pertama. ketika tahun pertama masih ..... itu juga semua koran mendewa-dewakan memuja-muja jokowi siapa yang mengkritik, kita memberikan suatu persefektif yang lain ya mas yang mencelakan. Nah itu ada mas. Iya, kan ada satu fakta lain yang tidak pernah di, coba jokowi menata perubahan dalam banyak hal dia, kebijakan-kebijakan yang berat dalam memperbaiki kebijakan kemudian mereka merasefel gitu kan, itu muncul dari mana dari kritik. apakah kritik ini pernah disampaikan oleh media indonesia oleh kompas, oleh tempo puja puji saja. Dan ini puja puji saja kan sama saja halnyakan di uji,di uji. Dan siapa yang paling lama itu kita, pasti kalau jokowi itu langsung kita sikat, sikat ya. Dan kita memberikan, kita klop karena media lain kan untungnya kecil dan kita memberikan untung yang pintar. Dan jokowi itu banyak melakukan perbaikandalam hal tersebut. Jadi kepada masyarakatyang memiliki pesan-pesan, fakta-fakta yang di kutip dari media lain, sesuai kita juga, dalam arti kita bertindak langkah. Dalam harapan ada satu perubahan, dan jokowi kalau ada ini pasti sedikit sensitif dan kemudian melangkahkan perubahan.

Oke-oke terimakasih, tapi betul banyak,banyak masukan terutama yang sangat teoritis yang dulu praktis sekarang teoritis. Jadi banyak yang tertinggal juga ternyata, sama seperti.

.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA RCTI

ARYA SINULINGGA

(DIREKTUR PEMBERITAAN MNC MEDIA)

00.01-00.20

(reporter) “pak Arya/pak Arya/ pak arya MNC group/ oke terima kasih pak arya, yang pertama adalah/pertanyaan yang pertama adalah/ secara umum MNC group atau pihak pak arya sendiri melihat peta media saat kampanye pilpers secara umum/ bagaimana pak?

00.20-01.11

(pak Arya) “pasti ini ya/ pasti masing-masing media punya penekanan terhadap pemberitaan masing-masing calon gituh ya/ dan mereka juga pasti berusaha untuk dan menimbangkan pemberitaan gitu ya/ dan.. yang namanya

setiap media itu ada di setiap calon nempel // Karena tidak mungkin sebuah media mau terlepas dari suatu momentum atau kejadian yang masing-masing calon tidak mungkin/ (ya) kata reporter/ sudah pasti// Jadi/ totalnya seperti itu ya//

01.12-01.17

(reporter) "jadi kalo ada media yang meng-klaim bahwa dia tidak disana/ tidak disini menurut pak arya?

01.18-01.20

(pak Arya Mnc group) "tidak disana/ tidak disini..?"

01.21-01.25

(reporter) "maksudnya, saya tidak di Prabowo, juga tidak di Jokowi apa itu logika atau bagaimana menurut pak Arya?"

01.26-02.38

(pak Arya) "saya sih bukan logis tidak logis sih ya/ tapi bisa saja di bikin ya namanya juga ngomong /punya hak/ untuk bicara seperti itu / kan bisa diliat dari pemberitaannya sejauh mana begitu jadi/ apakah dia ada di sini atau di sana yang pasti saya tau setiap media tidak mungkin hanya ada menempelkan orangnya di satu calon tidak mungkin// Secara dokumentasi pun akan merugikan dia juga/ kalau dia hanya membuat satu calon/ karena begini ya berita ini kan tidak berhenti Cuma hari ini saja/ dia ketika kita ada satu kejadian lagi nanti maka kita akan mengulang lagi/ berita yang lama itu untuk di lihat// misalnya janji presiden/ janji apa/ dulu bagaimana ngomongnya bener tidak? Kalau saya/ kalau media tidak punya/ tidak meliput berita calon tersebut nanti dokumentasi darimana ini melakukan evaluasi atau apapun itu gitu loh/ jadi pasti dia menempelkan ke masing-masing calon//

04.52-06.48

(pak Arya) "secara umum/ peta nya memang 2014 itu pertarungan yang sangat sengit ya pak?"

"kalo sengit kan ada calonnya/ antar medianya? Antar media ngapain bersaing ya? Oh tidak ya? tidak akan bersaing mereka/ kan masing-masing dapat malah yang bersaing itu kita mencari informasi dari calonnya/ mengejar calonnya// Nah/ kadang-kadang yang terjadi malah calonnya yang tidak memberi ruang juga kepada semua media/ ya/ya/ya/ya (suara dari reporter) itu juga hak dia / jangan melihat dari tampilan dimedianya// Misalnya ada/ kan biasanya kampanye gitu

nanti dia tidak ngajak/ media tertentu yang diajaknya yang lain tidak di ajak/ nah ini kan kita mau bagaimana? Dan kami kalau nolak narasumber tidak bisa di paksa ya/ kalau dia tidak mau? Yasudah// Tapi yang pasti kalau kami di MNC kalau dia tidak ngajak kami misalnya/ itu kita tau darimana di daerah mana kita cari/ kita juga memiliki wartawan lokal juga maka kita akan kejar dari sana/ karena apapun namanya kita akan cari dokumentasi mereka tidak mungkin tidak gitu// "

"nah itu secara umum/ kalau secara institusi MNC dalam pilpres itu banyak orang yang mengatakan berada di pihak Prabowo/ bagaimana pendapatnya?"

"kalau dibilang pihak Prabowo Hatta itukan/ sebenernya gini seperti yang saya katakan tadi bahwa/ kalo dihitung jumlah beritanya tidak juga/ tidak juga// Tapi diusahakan untuk memberitakan mereka ya karena kerugian bagi kita kalo sampe media kita itu ini ya hanya.. kekacauan saja yang di tampilkan// rugi/ apa saya penyelesaiannya bisa hilang/ kalau menurut saya bisa hilang kalau saya hanya berpihak pada calon tidak mungkin//"

"kira-kira porsinya berapa-berapa ya? Fifti-fifti kan ya?"

"kita tau juga yang namanya keadilan/ keadilan tuh beda sama keberimbangan gitu ya/ (ya/ya/ya) kata reporter//

Karena lain sama keberimbangan / ada calon yang saya kasih contoh/ seperti pilkada ahok itu sudah maksimum popularitasnya/ baru ketika anda memberi ruang yang sama-sama dengan abut fair tidak? tidak akan adil gitu/ tidak akan adil// Jadi/ inkanben pun dengan yang baru/ kalau di berimbangkan tidak adil bagi yang baru dia dapat proposi selama ini bisa dimana-mana bisa tampil di tv/ setiap hari tampil di media/ muncul orang baru/ sebab itu saya bilang bukan keberimbangan// Nah ini yang orang tidak bisa lihat bahwa kita mencernakan saja// Jokowi pada saat itu adalah Gubernur/ dan dia punya ruang untuk terpublish itu sejak 2012/ sementara calonnya tidak mendapat ruang seperti itu/ (prabowo ya) suara reporter// dimana dapatnya? Namanya pemerintah saya bergerak aja pasti saya mengerjakan sesuatu gitu bahwa sesuatu untuk rakyat misalnya/ begitupun media/ mereka bangun apa untuk rakyat?

saya pakai APDB untuk bangun sesuatu/harusnya saya undang media untuk melihatnya/baru si calon lain pakai apa?jadi kalo saya fair lah bukan keberimbangan/jadi keadilan/saya suka kasih contoh gini/sama seperti/mungkin sudah pernah liat/jadi kalau tembok orang menonton bola menonton bola/ada orang tingginya segini/yang satu kesini/yang satu lagi disini/kalo mau adil saya kasih rata semua//dia semakin tinggi nontonnya/ini tidak/tapi ini harus saya kasih satu/ini saya kasih dua supaya bias naik/ini adalah seimbang/berimbang/jadi menuju lapangan yang berimbang/jadi bukan medianya yang berimbang tetapi medianya yang memberikan ruang untuk terjadi yang namanya lapangan yang fairnes//

“Jadi media tuh sebagai alat untuk mencapai keadilan fairnes itu/oke/menarik pak Arya

“saya pernah melakukan ini juga kemarin ke Jesika/Jesika sama Mirna itu/Almarhumah Mirna/Hubungan media semua public ketika dimulai pengadilan/posisinya si Mirna benar saja/almarhum mirna tidak didukung jesika/jangan bilang-bilang mirna aja/ya paling tidak almarhumah Mirna dibilang dibunuh Jesica//maka saya kasih ruang yang adil bagi Jesika/makanya TV kami tuh akhirnya kasih ke/kasih tambahan semua//nah maksud saya ketika lapangan peleraiannya rata ini sudah berimbang/informasi sudah seimbang sehingga bukan media atau public yang mudah mendediifikasi tapi sudah akhirnya hakim akan melihat dari TV keberimbangan/kalo saya ikut saja dengan gaya yang sama/maka tidak ada yang namanya berimbangan/akhirnya kita akan mendapat lapangan yang miring sampai kapanpun ditendang sama dia//

“Menarik pak/jadi pertimbangan-pertimbangan selama ini MNC group dalam memberitakan khususnya pilpres itu ada pertimbangan//

“Sehingga orang bias lihatnya selalu mungkin wah ini ini/karena memang pasti kami kasih keberimbangan/karena lawannya tidak punya kesempatan untuk menunjukan siapa dirinya/apa ruangnya untuk memberikan/

Inkanben akan selalu di untungkan/gubernur akan selalu diuntungkan/posisinya oke memang bukan Jokowi bukan inkanben tetapi dia gubernur/gubernur Jakarta yang semua terekspos/dia liat gorong-gorong saja di ekspos/dan dia punya uang APDB/uang Negara untuk membikin sesuatu/dia bikin kartu sehat apa semua/dan dibayar oleh APDB/sementara lawannya tidak pernah punya ruang untuk kita/ tidak mungkin pakai uang dia untuk itu/

maka saya kasih ruang untuk dia //

“Oke/semua public tau bahwa Pak Hate sebagai owner dar MNC itu berada di Hanura kemudian dia pindah ketika dia gagal/dia pindah berada dibawah blok Prabowo/bagaimana pengaruh Pak Hate terhadap MNC/artinya pemberitaan selama pilpres//

“Tidak lah ya/tapi tetap saja sama seperti yang kemarin ya/artinya owner kan bukanlah day to day bisa memantau kita/memangnya dia lihat rundown kita/kan tidak /ownernya kurang kerjaan kali ya/gitu//

“mungkin Harisna nilai atau karakter Pak Hate turun ke MNC/kepemberita?

”Tidak/kan dia tidak masuk sini//

“ya artinya mungkin game stategi pak Hate//

“tidak lah/bagaimana/kan saya katakan tadi tuh bahwa kita tetap pada fairnes itu/kalau tidak kan saya tidak akan berita kan Jokowi dong/pasti beritakan Jokowi juga//

“Jadi walaupun pak Hate di Prabowo tidak ada pengaruh lain/pasti adalah//

“ada tapi tidak detail sekali//

“kira-kira berapa persen pak/kalo ditimbang saja//

“Susah juga ya/yang pasti kita dia/ tidak lah dia tidak pengaruh ke kita/ya pengaruh gitu-gitu aja/bukan detail yang membuat bahwa berita begini/berita begini//

“Tidak teknis kan?

“Tidak/kalau tidak kan isinya semua jelek-jelekin pasangan lain dong/begitu berita mengenai media kampanye tidak masuk dong/dan seperti yang saya katakana tadi/malah kita kadang-kadang terjebak dipersepsi calonnya/yang akhirnya kami tidak dikasih ruang banyak/yaitu semua orang pasti berkata/hanya kan pak Hate di ini/akibatnya MNC akan begini/sehingga calonnya pun tidak kasih ruang kita banyak/itu si yang terjadi//

“Jadi tercekik public itu dan tercekik calon akhirnya

“jadi malah kita/kami tidak diajak/tapi tidak diajak pun kita akan ngejar//

“dan itu ada nilai newsnya//

“Nilai newsnya/ tidak bisa saya hilangin/saya si buktikan saja/salah satu kita 2014 sharenya RCTI ranting sharenya bagus-bagus saja/jadi terdapat Panasonic award/dapat terfavorit/gitu kan//

“seperti tertangga sebelah gitu pak//

“ya masing-masing ya/kan public bisa menilai/dan kami belum pernah diusir-usir si tidak //

“maksudnya kan kalau tetangga sebelah/kita kan sama-sama dari media Indonesia pak/kita tau tentang keberpihakan media Indonesia atau media group begitu transparan/nah itu factor owner sangat berminat/itu tidak terjadi pada MNC//

“maksudnya gini// orangkan banyak yang terjadi tetapikan dilapangan, kami diterima public jadi tidak terlihat bohong kan orang menganggap kita tidak ada tuh kita diusir dari mana// tidak ada// ya mudah-mudah janganlah nanti bilang soal anda kok bisa berfikir negative saja// positifnya tidak ada yang liat/negative nya ada yang liat/ya saya beritakan negativenya juga dong/saya beri tau yang penting bukan hoax/kan gitu/dan kalau ada suatu dari pendukung apapun beritanya pasti anda mau nya yang bagus-bagus/public tuh maunya kita hitam putih/kita kasih yang baik mereka gak mau terima/pokoknya gak boleh negative aja/

“lalu karena begitu kencangnya pertarungan diantara kedua calon maka masing-masing media berada pada/menurut saya ada kesulitan mendefinisikan kebenaran pada masing-masing pihak//pertanyaan saya/bagaimana MNC mendefinisikan sebuah kebenaran pada masing-masing calon ketika pilpres ini//Contoh HAM Prabowo dan HAM versi Jokowi ketika pilpres kan berbeda/pelanggaran HAM Prabowo/bagaimana MNC mendefinisikan bahwa HAM kebenaran Prabowo dan kebenaran HAM menurut versi Jokowi/kan Prabowo dituduh HAM kan?orang menghajar semua bahwa TV sebelah itu bahwa Prabowo melanggar HAM/tapi ada yang membela bahwa/Prabowo tidak salah/yang salah itu adalah Wirantonya/nah bagaimana MNC mendefinisikan bahwa kebenaran HAM saja dulu//

“kita kemarin tuh ini/melihat fakta saja/fakta Prabowo salah tuh diapakan/ dihukum tidak?diberentikan dengan tidak hormat/hormat(kata reporter)/dihukum tidak ada/kita tidak mau berandai andai gitu/jadi berhenti di fakta itu/dan setelah itu pun ketika dihukum pun dia tidak pernah dihukum/ada pengadilan terhadap/yang lain-lain itu/dia tidak ada hukuman/kalau dibilang bahwa ini-ini-ini/loh kenapa tidak pernah di inikan/dan sampai hari ini memang ada di inikan/ tidak ada juga/jadi hanya andai-andai ya(kata reporter)/kan andai/saya berenti disitu aja/fakta bahwa pengadilan berhenti sampai disitu/orang-orang yang lebih dituduh sebagai publican/sampai dimana berhentinya/kenapa tidak lanjut//

“banyak orang sekali lagi/banyak curiga MNC ini tidak melanjutkan fakta ini/itu kan karena berpihak di Prabowo/lalu yang sekarang melanjutkan bagaimana?ada lanjutannya tidak (kata Pak Arya)/karena pengadilan HAM nya tidak ada/berita itu jangan beranjak pada andai-andai//

“namanya media kan hanya lewat/kan lewat saja/tapi kalau saya hanya lewat saja bagaimana pertanggungjawaban saya/kan tidak bisa kita bikin pengadilan media/

“jadi Prabowo tuh hanya di adili di media ya/

“iya/sementara kenapa tidak di/kan kalau kita berhentinya di pengadilan/apa yang fakta yasudah disitu//

“apakah pemberhentian dengan hormat Prabowo tidak cukup indikasi sebagai pelanggaran HAM?//

“kalau pemberhentian /pemberhentian secara hormat kan kepolisi/ada pertempuran mungkin pas itu/tapi kalau namanya HAM/namanya pelanggaran HAM pasti tidak ada pengadilannya/kalo ada pengadilannya ada hukumannya/hukumannya pidana/kalo memang pelanggaran HAM kenapa tidak dilanjutkan/pelanggaran tuh konsekuensinya hukuman//

“jadi kebenarannya tuh akhirnya jadi kebenaran politik disitu ya//

“itu saya ungkapkan ini dia melanggar HAM//

“adil sudah/nah objektif pak Arya/nyaris hari ini orang berkata tidak ada/2014 tuh orang tidak ada yang berkata objektif/semuanya subjektif/tanggapan pak Arya terhadap pemberitaan ini//

“begini sepanjang dia ada faktanya tidak bisa dibilang kita tidak objektif/dan kalau tidak objektif itu kan ada pelanggaran kode etik/ kami sepanjang hari tidak ada pelanggaran kode etik/ tidak ada yang namanya teguran/

“jadi menurut pak Arya objek itu jika berpihak pada fakta walaupun fakta itu di pilih//

“nah ini memang jadi perdebatan sama kaya perdebatan gajah saja/mana bagiannya/mana telinganya/

“ya yang kaya tadi pak Arya bilang berhenti fakta ketika pelanggaran HAM/sementara tetangga sebelah/ini harus dilanjutin dengan alasan ini/

“kan saya tidak boleh mengatakan/oh ini melanggar/kan memang ada lembaga mengatakan dia bersalah atau tidak/kalo di dakwa dia diperkirakan dia melanggar HAM gitu/itu kan masih abu-abu/kalo tidak kita hanya berkutak disitu-situ aja//

“oke ini pengertian Independent pak/balik lagi ke/karena pak Hate sebagai pemilik maka yang pertama pertanyaan/bagaimana MNC mendefinisikan Indepenfent/salah satu watak media itu harus independent kan/independentsi ketika media MNC menentukan sikap terhadap sebuah fakta/bagaimana sikapnya/karena mau tidak mau/kan tadi Pak Hate ada pengaruhnya/ berrarti tidak independent

“pengaruhnya gini/setiap orang bahwa/independent tahap apa gitu/memang pernah ada media independent?

“menurut pak Arya gimana?

“dulu aja sada media/kemerdekaan itu/RRI aja memang independent?/berpihak dia/baru sekarang kita liat di Amerika memang ada independent disana/ketika di Palestina apakah CNN dengan BBC atau yang lain bisa independent terhadap Palestina/tidak juga/baru media di Indonesia apakah bisa independent terhadap Palestina/tidak juga/Cuma kan yang perlu dijaga adalah sejauh mana kan gitu/pokonya kita berusaha untuk independent/berusaha pak itu saja/pengaruh ada tapi berusaha untuk independent/

“biasanya independent tuh/kalau dalam teori tuh berkaitan dengan ruang redaksi/jadi ruang redaksi menentukan berita/tidak ditentukan selain diruang redaksi/

“itu yang saya bilang/itulah pertempuran yang sebenarnya/bagaimana meminimalkan ada interpensi dan memaksimalkan namanya independent bahwa redaksi bebas untuk ngapa-ngapain/kalau dia punya referensi /sekarang gini pak/pas di pilpres tuh pasti wartawan punya pilihan masing-masing dan dia bertempur disitu/diredaksi itu/kalau dia kalah bertempur ya diujinya/yang penting adalah diruang redaksinya/dia bisa bebas untuk inikah gitu aja pak/

“nah ini keberpihakan kepada public

“kalo public yang saya bilang tadi/bahwa saya harus kasih public itu/public itu harus punya tipelmining dilapangan yang sama/jangan sampai public justru dengan fairnes yang saya bangun itu public akhirnya bisa jadi mendapatkan informasi timpang/informasi pas dia memilih udah benar dengan pilihannya/makanya saya kasih fairnes/dan kemarin kita cukup berhasil juga kasusnya Jesika itu/akhirnya public kan agak terbelah ya/kalo kita kasih ruang yang sama/bukan yang sama/ruang yang fairnes/mungkin public sudah duluan men judge/ini tidak dan akhirnya mereka bingung/harusnya media seperti itu/saya harus kasih ruang yang besar sekali kepada yang kurang/dan memberikan ruang lagi/jadi lebih fairnes yang ini lah/jadi public rata gitu memilih yang terbaik/

“saya akhirnya menemukan kata kunci dari pak Arya/selama ini kalo orang disebut dengan berimbang/disebut dengan adil itu/kalau ini orang misalkan dihalaman dua/dua/tiga/tiga/kemudian ada konfirmasi si A si B/ternyata menurut saya bukan begitu/

“tidak /nanti saya kasihan sama publiknya tidak dapat latar belakang yang sama/ tidak adil loh/apa gunanya inkanben udah punya lima tahun tuh punya ruang/tiba-tiba masuk orang/hanya punya waktu ruang tiga bulan/sementara dia menumpuk/dia punya pondasi lebih besar/baru nanati dia menumpuk habis itu disamakan lagi dia nambah terus/jadi hanya bertambah sedikit/sampai kapan pun maka kemungkinan inkanben menang itu makin kuat//

“nah ini konfergensi/di 2014 itu selama ini kan MNC ada RCTI/GlobalTv/dan macam-macam/pertanyaannya/bagaimana bentuk konfergensi dan sinergisitas ketika pemberitaan 2014 di MNC group//

“kita tidak ada konfergensi/masing-masing punya aja/paling ngobrol-ngobrol beli kopi dikantin/kan dia punya ruang redaksi masing-masing//

“jadi maksudnya kita liputan bareng-bareng/gitu/ tidak //

“tidak //

“atau MNC bisa mengambil berita dari Sindonews/atau dari Koran Sindo/tetapi artinya walaupin MNC tidak mendapat tapi ada dikoran sindo/bisa diambil//

“bisa/kadang-kadang onlinenya yang cepat/kalo kita belum dapat/mengejar dari dia aja/ minta//

“tetapi untuk satu basket bersama berita/belum ada//

“belum ada/baru sekarang aja//

“tetapi kalau sudah dibasket kan semua orang bisa mengambil/jadi dulu baru konfergensi dalam konten jurnalistik aja ya/kontennya saja/masalah mekanisme/sisitem/belum/dan terakhir pak Arya ini sesungguhnya kita-kita aja/menurut pak Arya Pers yang ideal/hubungan media dengan khalayak itu seperti apa?//

“saya harus kasih ruang yang membuat public itu mendapatkan informasi yang/mengenai orang/orang tersebut sudah seimbang/jadi bukan/saya bikin keadilan tuh bukan kepada si calon juga/sehingga kepada public nya/sehingga

public itu/mendapatkan calon yang dia punya prestasi yang sama/kapasitas jumlah volume/mengenai informasi orang tersebut/walaupun kadang-kadang sulit ya/seperti kemarin kita/soalnya kita mau cari negativenya Abuf/karena dia tidak / belum dapat banyak kita/atau negativnya Anis waktu di KEMENDIKBUD aja kan itu sedikit/jadi kalo saya si itu ya/public itu harus diberikan berita/informasi/yang mereka bisa mendapatkan referensi yang sama terhadap semua calon/biar fearnes//

“ini agak melebar/ apakah iklan akan mempengaruhi dari hubungan media dengan khalayak/jadikan dalam iklan tuh/kalo dipilpres banyak iklan Prabowo atau iklan Jokowi/apa itu mempengaruhi pada pemberitaan/

“wah itu berita tidak / tidak bisa//

“balik lagi kalau ditetangga sebelah/begitu banyak iklan pengembang macam-macam/itu pasti dia tidak mengikat kejelekan/artinya iklan mempengaruhi/nah pertanyaan balik ke MNC//

“kalo kita si/kan kita mainnya gak blokingan ya/kita spot/kan kalo spot bebas//

“tetapi apakah dalam konteks Indonesia/media itu sudah ideal/dalam konteks Indonesia//

“belum ya/makanya kemarin begini/bagi saya ketika banyak pihak/ketika anda tidak paham banyak /pilih yang lain/itulah demokrasinya/demokrasinya juga dipublik/saya tidak suka saya pilih yang lain/saya tidak suka MNC nih/saya pindah saja yang lain/begitu/kalo saya si ini ya/sepanjang media itu punya/ya saya cukup khawatirlah/kalau media seragam/itu yang saya khawatir/public tidak punya/pilihan/sepanjang dia berbeda-beda/itu bagus akhirnya public bisa/wah mungkin ini tengahnya/mungkin masuk akal/digabung-gabung sama dia/ kalau orang gak tidak Demokrat ya melihat yang lain/gitu/dan pilihan ada dipublik/ bukan pilihan ada dimedia/sepanjang public bisa memilih/itu udah ideal bagi saya/yang tidak ideal ketika/public tidak bisa memilih lagi/karena keseragaman berita//

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA SINDONEWS.COM

PUGUH HARYANTO

(REDAKTUR PELAKSANA SINDONEWS.COM)

REKAMAN WAWANCARA 2

“Peta Pemilu 2014 menurut sindonews.com”

Durasi 11:02

Penjawab : em apa namanya mengedit.. ya itu dia sesusai dengan ... emm apa namanya fakta yang terjadi pada saat itu. Nah itu dia. Yang terjadi pertanyaan mas tadi maksudnya gimana?

Penanya : ya.. hh.. mungkin ga sindo mengatakan bahwa pak prabowo melanggar HAM?

Narasumber : wah kalo..

Penanya : kalo di media indonesia pasti bilang begitu

Narasumber : ya kalo misalkan.. kalo menurut saya nih yang namanya media itu tidak berhak menyebut si A yang terima 9 pelanggar ham itu namanya tuduhan ini dia engga bisa milih temen emm.. kita hanya memberitakan kalo ada yang menuduh prabowo itu melanggar ham itu pun kita harus lihat yang ngomong siapa? dia kompeten? ga rekam jejaknya seperti apa? kalo kita anggap dia

memenuhi unsur memang itu dia kompeten ya kita hanya memberitakan apa yang disampaikan selebehinya kita konfirmasi ke walaupun ga prabowo langsung minimal ke ke timnya atau ke kubunyalah.. adaa tuduhan seperti ini bener ga pak? Ya saya jawab yauda selesai kita kita sebatas itu paling, makanya kita kalo misalnya dalam tulisan itu ada juga mas dalam bahasa penulisan bahasa yak itu kita tidak boleh menjustifikasi seseorang. Artinya, sekalipun kpk menyatakan atau siapa yak komnas ham menyatakan prabowo ini melanggar ham itu kita biasanya selalu mendahului dengan kata-kata dituding dituduh diduga karena kita juga belom ada misalnya belom ada vonis lembaga manapun yang menyatakan dia memang terbukti melanggar ham sampai saat ini.. kan masih simpang siur makanya kita selalu dahului ya itu tadi kata-kata yang sifatnya tidak menjustifikasi. Nah itu bahaya kalo udah keterituan, apalagi media yang udah media yang punya nama.

Penanya : ya tapi di 2014 itu kasus2 gitu tuh banyak berita2 begitu

Narasumber : ohh banyakk ya itu dia yang saya bilang. Dinamika politik 2014 itu luar biasa nah em.. kita juag ga munafikan kadang orang punya kecenderungan itu emosionalnya kan biasanya kebwa tidak sengaja termasuk misalnyakan reporter dilapangan nah misalkan contoh nih ya misalkan reporter emosionalnya ke bawa dalam salah satu kubu dia bikin itu dari tulisan keliatan mas. Disini ada filter kedua, editor namanya. Editor ini belom tentu dia punya emosional yang sama dengan reporter itu. Ini akan di daur ulang lagi akan di edit yang emm.. paling tidak itu emm.. berita yang sifatnya objektif.

Penanya: nah ini.. mari kesini.. ukuran objek itu apa? Nah inii...

Narasumber : nah kalo ini simple. Objek sendiri si tadikan tadi sih beberapa sudah saya sebutkan yang pertama kalo disebutkan satu persatu tidak.. tapi intinya secara umum kaedah jurnalistik itu. Yang pasti yang paling utama itu adalah cover buat slide, tidak bersifat menjustifikasi kalo secara teknis 5w+1 udah pasti.. nah intinya yang tadi jangan dijustifikasi,cover buat slide. Nah media justifikasi ya itu ya engga menuduh segala macem makanya itu kata2 diduga,dituduh,dituding itu sangat penting. Apalagi kalo semacem lembaga penegak hukum ya polisi segala macem ya itu pasti mengatakan diduga kpk diduga. Nah kalaupun misalnya ada satu penangkapan atau kasus yang sifatnya belum jelas itu kita pake inisial mas. Nah karena kita juga hati2 mas karena rawan yang namanya somasi juga nah kita kan mikir kesitu juga walaupun media sepert apa harus mikir sekelas mediayang memang jelas2 kalau mas ada yang bilang cenderung ke pihak2 tertentu pasti dia tetep punya kekhawatiran adanya gugatan

Penanya : hahahahaha

Penjawab: pasti dia ada filter nah cuman filternya sejauh mana pasti ada filter.

Penanya : oke oke.. baik, pengertian independen. Independen ketika kampanye pilpres harus gimana?

Narasumber : independen? Independen dalam apanya nih mas?

Penanya: berita

Narasumberr: beritaa .... ya kita sebenernya.. sebentar mas saya ini dulu *dering telfon narasumber berbunyi dan narasumber menangkat telfon*

Penanya: iya iya silahkan silahkan gapapa.

telfonan narasumber berakhir

Penanya : ya.. yang independen tadi mas. Independen dalam berita gitu gimana? Independen sikap media kaya independen selama kampanye.

Narasumber : kalo independen dalam penyajian dalam berita kali yak

Penanya: hmm hmmm iya

Narasumber : karena kita kan nantikan tampilannya dalam bentuk penyajian dalam berita. Itu sebentar lagi masuk secara umum aja yak.kalo detail agak rep..agak nanti. Kalo secara umum kita hanya menyerap yang dari lapangan terus kemudian kita olah didalam juga ada bagian tim pengolah dalam arti emm diolah jadi apa namanya berita dengan unsur2 rekayasa dan dengan mudah di standar yang ada. Ya udah selesai. Nah nanti beritanya seperti apa, yang pasti kita tidak bisa membuat berita yang tidak sesuai dengan fakta yang ada dilapangan, lebih sedikit. Kalo independen yang saya liat ya seperti itu. Umumnyaa, secara umumnya.

Penanya: iya. Nah apa pengertian keberpihak-pihak kepada kepentingan publik terus di 2014 kan begitu crashkan pertarungannya? Apa,bagaimana tuh simbonis penempatan kepentingan publik?

Narasumber : kepentingan publik sebenernya cuman satu ya mas. Dia pengen tau apa yang terjadi itu. Nah yang terjadi apa? Dinamika yang terjadi pada saat itu kita beritakan kepada mereka dengan standar yang ada dan mereka baca, selebihnya mereka yang memaknai sendiri ,menafsirkan sendiri yang penting kita memberitakan apa yang terjadi dengan kaedah yang ada, aturan yang ada. Udah. Karena kita kan ga bisa memaksakan orang untuk berpikiran sama dengan kita. Nah iya itu yang rep.. susah juga namanya, itu ga itu nantinya jatuhnya ga independen.

Penanya : bagaimana.. nah, konvergensi di grup mn.. ini kan ada Sindo,SindoNews,kemudian ada koranSindo,ada MNC ada banyak lah. Gimana tuh sinergisitas di antara grup di MNC Group tuh?

Narasumber : ya biasanya gini mas.. emm.. agenda 2014 itukan banyak event maksudnya kan acara. Ada undangan acara ini acara itu oh ini kan nantik kalo kita penuh semua kan ga mungkin jumlah kita terbatas armada kita artinya kita filter

mana yang menurut kita ini bagus,penting, menarik kita ambil selebihnya ada agenda yang tidak terpenuhi maksudnya tidak bisa mengirimkan orang atau pun sebagainya. Itu biasanya kita komunikasi dengan grup yang ada misalnya yang ada. Oh acara ini ada siapa misalkan. Oh misalnya adaaa... ada okezone misalnya. Yasuda kita kondisi sama dengan apa namanya dengan pimpinan yang ada di okezone. Misalnya ada temen yang ada di acara ini. Oke kalo emang dia bisa kirim, kirim. Kalo emang ga bisa ya kita bisa ke okezone kita bisa mengambil beritanya begitu pun sebaliknya. Ya itu namanya konvergensi jadi ya kalo bisa kita koordinasii acara ini ada orang apa engga, ya kita minta.

Penanya : boleh ya?

Narasumber : boleh.

Penanya : yang terakhir sebenernya yag ideal hubungan media dengan khalayak itu gimana sih?

Narasumber: maksudnyaa?

Penanya : jadi media yang ideal gimana sih? Hubungan antara khalayak dengan media selama inikan ada konflik kepentingan, ada kode interest ,ada kepentingan politik,ada kepentingan ekonomi, ideal itu gimana sih?media dengan khalayak?

Narasumber : sebenernya.. khalayak yang rame ini kan banyak pihak ya mas ya. Ada misalnya ada masyarakat biasa ada partai politik segala macem ya kita membedakan itu. Nah biasanya yang cenderung tidak itu masyarakat biasa kalau pun ada masyarakat yang tanda kutip ada di partai politik itu kita juga udah memandangannya berbeda.misalnya dia ada di partai politik a dia mengeluarkan statement tapi kita akan liahat arahnya kemana kalo memangnya bersifat mengkreditkan atau merugikan ke pihak yang kita anggap mengarah ke partai tertentu biasanya kita konfirmasi nanti. Seperti itu, nah itu disebut namanya kalo dalam istilah media online ya itu running berita follow up berita. Gitu.

Penanya: oke oke makasih makasih

Narasumber: iya.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

FERRY KURNIA RIZKYANSYAH

(KOMISONER KOMISI PEMILIHAN UMUM 2012-2017)

KECURANGAN PILPRES

Kode etik misalnya media online atau pun media cetak, bisa jadi mereka dibebeani dengan kode etik yang ada tapi dalam konteks keberpihakan mungkin bisa saja dia berpihak, tetapi keberpihakan itu seakan-akan menjadi refernsasi dan yang itu membuat…. Politiknyasemakin tinggi sehingga misalnya ada salah satu pasangan tertinggi kampanye yang melalukan perbuatan di luar peraturan yang ada itu pasti di blowup dengan framing kecurangan ,itu bisa jadi seperti itu padahal sebenarnya bisa jadi bukan konteks kecurangan yang dimaksud tetapi bisa jadi karena memang itu tadi untuk menegaskan bahwa yang bersangkutan itumungkin melakukan kekeliruan diluar konteks peraturan perundangan maka disangka melakukan kecurangan-kecurangan yang memang sistematis

Reporter : Jadi ada kecurangan … kpu yang resmi,ada yang palsu , ada kecurangan .. media?

Sayab berfikir seperti itu jadi bisa jadi media sudah menghakimi secara sepihak bahwa mungkin diluar konteks ketentuan mungkin diluar konteks kondisi yang ada itu disangka curang, nah padahal kan juga kita harus melihat bawha ketika ada kecurangan di kanalisasi saja,kanalisasinya lewat mana?lewat proses sengketa , proses pemilu , sengketa proses pemilu itu dilalui upaya-upaya bahwa ,kalau memang itu bersifat …. Nanti bahwa akan meneruskan ke kpu, tapi misalkan itu tidak bersifat pidana itu akan meneruskan langsung ke pengadilan jadi bawasub tidak akan tinggal diam kecuali misalnya ada yang perlu di eksekusi oleh bawasub , bawasub dilarang mengeksekusi , itu pertama yang kedua saya yakin kalau

konteksnya lembaga penyiaran,kpi pun itu tidak akan tinggal diam , karena kami pun punya yang namanya … kpu dan kpi bahkan bersama dewan pers dan juga bersama dengan kip, kalau ada yang terkait dengan kesalahan-kesalahan lembaga penyiaran itu menjadi kewenangan kpi untuk menindaknya , tapi kalau ada kesalahan-kesalahan pasanagn tim kampanye itu menjadi kewenangan bawasub untuk meresponnya dan menindak lanjuti seperti itu, tapi dalam konteks kalau ada kesalahan-kesalahan media cetaksepanjang itu melanggar kode etik yang ada dewan pers juga akan melakukan upaya-upaya antisipasi pencegahan seperti itu dan juga .. terhadap media cetak tersebut nah ini yang saya melihat bahwa prosese ini dibangun dengan tidak berimbang , harusnya tetap berimbang kalau misalnya berimbang prosese pemilu yang dibangun itu saya yakin tidak akan muncul potensi-potensi yang dikhawatirkan banyak pihak ,jadi soal kecurangan yang muncul pun tidak di justifikasii oleh media tersebut sebagai .. kecurangan , ini kan konteksnya pemilu kecuali kalau ini memang hokum rimba ya silakan saja bisa menjastifikasi bahwa itu adalah kecurangan , nah itu yang saya melihat ini perlu peningkat politik yang memang .. pemilih yang lebih pasif lagi kepada bahwa masyarakat termasuk oleh kepada teman-teman media juga , teman-teman media harusnya juga menjadi corong melakukan .. pemilih.. politik yang amanah, menyuarakan segala sesuatunya dengan berimbangkalau segala sesuatunya berimbang sya yakin tidak akan, sekarang kan sudah ter terkoalisasi,terkoalisasi dengan kutub tertentu sehingga apapun yang dilakukan kutub sebelah pasti itu salah dan itu curang , sebaliknya apapun yang dilakukan benar maka itu adalah sebagian yang memang melakukan-melakukan tindakan yang baik,mungkin karena dua calon itu

Reporter : Tetapi secara umumpertanyaannya apakah masyarakat itu tanda kutip membutuhkan kecurangan untuk menang calon itu?

Saya piker tidak ,masyarakat sebenarnya disugukan oleh aktifitas apa adanya saja , masyarakat sudaj cerdas sekarang bisa menilai mana yang baik mana yang tidak baik seperti itu mana yang itu salah atau tidak salah , jadi masyarakat tinggal ditunjukan saja , jadi masyarakat tidak butuh , masyarakat tidak usah disugukan dengan hal-hal yang memang lebih ada khawiran-khawatiran , masyarakat juga akan memfilter sendiri bahwa itu curang atau pun tidak curang sampaikan saja kalau memang sesuai fakta hukumnya itu curang ya , pasti akan dinilai masyarakat itu curang tetapi kalau tidak ya tidak .

Reporter : Tetapi ada anggapan konteks dua antara prabowo dan jokowi itu dua-duanya curang , tapi dengan kapasitas masing-masing ?

Iya bisa jadi , bisa jadi kedua kadidat ini melakukan upaya-upaya yang tidak sesuai peraturan yang ada atau berlaku untuk memainkan trik-triknya itu juga soal pengemasannya soal gaya oleh pasangan tim calon itu tadi tim kampanye mereka tetapi kalau yang disajikan itu diluar konteks ketentuan kampanye yang ada saya piker itu sudah upaya manipulasi , karena gini diaturan kampanye itu sudah sangat jelas apa larangan-larangan pertama misalnya tidak boleh pertentangan undang –undang dasar 45kedua jangan menghina SARA ,jangan berselisih atau

konflik, itu kan hal-hal yang sangat diatur sekali dan itu hukumannya pidana dan itu dimainkan dengan gaya apapun termaksud dimedsos pun, itu sudah satu potensi criminal .

Reporter : Apa betul memang untuk menang atau curang ?

Saya piker tidak kalau mau menang menawarkan visi misi programnya seluas-luasnya .

Reporter : Tapi dalam konteks Indonesia masyarakatnya yang masih bodoh itu ?

Tidak masyarakat Indonesia sudah cerdas,saya meyakini itu dan merasakan walaupun memang ada sebagian masyarakat yang agak materialistis , hanya memikirkan itu saja indikatornya ada amplop ataupun tidak ada amplop jadi ya dari partai atau pun dari calon tertentu , mungkin sebagian kecil dari masyarakat konteksnya itu masih berfikiir agak materialistis lah seperti itu .

Reporter : iya bentuk kecurangan itu banyak , kampanye biasanya kasus-kasus yang ramai KPU itu ketika antasari begitu ya artinya banyak-banyak kecurangan .

Bisa jadi ada oknum oknum tertentu yang tidak boleh kecurangan seperti itu , ya mungkin ya kalau misalnya castnya DKPP misalnya saya tanyakan ke DKPP berapa kasus yang itu sudah di vonis , dia bersalah atau apa

Reporter : Nah sesungguhnya yang untuk menghindari atau mengatasi masalah-masalah yang diduga kecurangan itu apa saja ?

Untuk menghindari , kalau saya tadi walaupun memang ini kerja keras ya ,soal pemilih sosialisasi informasi yang ,,, itu saja yang harus dikedepankan untuk mencurangi kecurangan yang ada dipilkada , yang kedua pemahaman aturan main oleh tim kampanye , yang ketiga soal panismen, panismennya harus jelas , jadi jngan sampai nanti panismennya tidak jelas oleh kita atau penegak hukum, yang ke empat penyelenggara sendiri tidak bermain-main , jadi saya piker itu yang menjadi hal penting untuk menghindari potensi kecurangan ya kalau penyelengaraannya konsisten kalaupun memang ada kesalahan perhitungan sangat manusiawi lah apalagi dengan kerja keras yang sangat luar biasa sampai malam ya itu , tapi tidak dalam kontek potensi untuk kearah kecurangan secara sistematis atau secara terstruktur upaya-upaya kecurangan itu yang kita hindari

Reporter : iya mungkin,saya tidak tahu apakah mungkin calon juga tidak pede atau memang dia harus curang

Ya itu gaya lama sebenarnya ,atau mungkin dia sudah , sudah dapat informasi bahwa dia kalah ya.., mungkin ya saya juga tidak tahu , sekarang sudah harus ditinggalkan lah ya kalaupun kecurangan itu dilakukan ya tadi saya katakana diawal bahwa masyarakatnya sudah jelas melihat bahwa ini curang atau ini tidak curang

Reporter : Kempen itu aturan kpu ada?

Ada tidak boleh melakukan kampanye yang membuat perselisihan itu ada jadi bahasanya tidak di .. , kalau black kempen kan yang memang lebih tidak boleh gitu kan , tetapi kalau negative kempen sepanjang itu ada datanya , ada argumentasinya

Reporter : Kalau lihat cerita .. di 2014 itu ketika dia keliling Sumatra itu dia cerita mengerikan bagaimana tim prabowo itu kata dia , itu menyebar … nah itu kan tidak hanya … walaupun susah di ferivikasi sesungguhnya

Ya .. politik itu seperti kentut susah ya,mohon maaf ya terasa baunya lebih , ketika siapa di telusuri yang kentut agak susah juga tau-tau sudah bau saja , harus ada orang , kalau sekarang agak progesif hukum sekarang , kalau dulu pilpres di aturan pilpres ..diakan harus pidana jadi tidak ada yang namanya .. nah itu yang kita lakukan , nah potensi mani politik itu bisa jadi ya muncul karena mungkin … tadi , karena .. tadi dan ada orang yang support gitu kan ya itu bisa jadi muncul seperti itu

Reporter : iya makanya fakta .. masyarakat kita itu terutama pertahanan itu tidak mau kalah ya kemudian dia menyebar manipulasi itu bentuk kecurangan itu manipolitik

Kalau saya si itu extra… di dalam pemilu seperti itu dan salah satu hal yang harus di hancurkan ya tadi ada permintaan pasti ada penawaran seperti itu,hukum ekonomi berlaku kan kalau masyarakat tidak mau menerima pasti akan ada penawaran,tetapi kalau masyarakat meminta pasti aka nada berlaku ekonomi tersebut , nah itu harus dipotong matarantainya dan sebenarnya masyarakat sudah cerdas tidak bisa diiming-imingkan manipolitik seperti itu walaupun secara fakta memang masyarakat kita masih , secara ekonomi masih belum ini, ya masalahnya kemiskinan dimana-mana tetapi solusinya pemilihan-pemilah itu tadi,pemilihan harus di genjot dan itu memang bukan instan , itu sangat panjang dan itu tidak disukai oleh oknum lah ya.

Reporter : ya terutama yang calon-calon itu kan

Iya makanya , ini kan sudah gaya-gaya meningglkan gitu, yang harus kita lakukan kan bagaimana … misi visi programnya , cerdas tidak? Menyapu masyarakat tidak ? kan begitu jadi memang di mentalitinya juga , metaliti calon pemimpin-pemimpin kita , iyak kan muncul fenomena seperti itu , kalau misalnya mental … saya fikir masyarakat itu kan , ya apalagi masyarakat-masyarakat kita ,asih budaya politiknya ..

Reporter : Kalau .. memang lebih disebut kecurangan itu karena disebut oleh media

Media juga harus tampil berimbang , terverifikasi jangan sampai menjustifikasi kecurangan , kalau pun memang secara factual memang ada ya harus segera diselesaikan , nah ini juga proses pembelajaran kedepan kanalisasi hukum ini kan

supaya berperan jadi proses sengketa yang ada di lapangan itu harus diselesaikan oleh lembaga yang kompeten yang menangani sengketa itu

Reporter : kalau kampanye dalam jangka satu bulan bisa tidak diselesaikan ? kan kalu disitu ketahuan, kalau A member uang , melanggar kampanye, bisa tidak diselesaikan dalam waktu sebulan ?

Bisa,hukumannya ada juga , berapa hari dia harus menyelesaikannya .

Reporter : Kemarin kasus ini .. DKI itu kan ? ini sepertinya tidak akan selesai karena pemilunnya pilkadanya sudah selesai kok, apa bisa diselesaikan , bisa dihukum, ketahuan yang memeberi ini , Ahok

Bisa , kalu pidananya bisa, tapi proses adminitrasinya tidak bisa,adminitrasinya selesai

Reporter : Kalau adminitrasinya itu terbatas pada penyelenggaraan kampanye

Waktunya itu pada waktu pada masa kampanye,sebetulnya sama juga prosesnya dengan pidana itu pada masa kampanye juga Cuma pidana terus berproses kan , dan nanti .. biasanya mengikuti hakimnya seperti itu , hakim dipengadilan ,ketetapan saja setelah dilantik akan ada vonis itu tidak mengikuti , harusnya mengikuti acara pemilu

Reporter : Tapi sepertinya berat gitu ya samapi di Vonis dipengadilan

Ada beberapa yang sudah di vonis dahulu,pernah ada kasus dibeberapa tempat ya itu ada juga.

DEBAT CAPRES-CAWAPRES

Yaa.. Debat capres dan cawapres ini memang salah satu metode dalam proses kampanye yang ada jadi kampanye selain alat peraga pertemuan terbatas tatap muka juga ada yang namanya iklan dan juga debat nah debat ini kita rancang dengan model yang memang lebih mengarah ke debatnya bukan hanya sekedar diaolog dan juga hanya sekedar yang biasa-biasa saja dalam kampanye tapi debat ini jadi satu agenda untuk melihat sejauh mana kegiatan itu betul-betul memaparkan misi dan visi programnya di hadapan masyarakat dan itu di siarkan secara luas oleh lembaga penyiaran baik itu swasta ataupun lembaga public. Nah mekanisme debat yang dilakukan ini tentunya kita coba membuat strateginya yang pertama kita tentunya merekrut orang-orang sakar yang memang kompeten diberbagai bidang yang nanti kita akan coba kerucutkan pada pemindahan-pemindahan atau apa tematik-tematik yang memang ada jadi itu yang kita upayakan disini ada tema tentang politik, ekonomi, lingkungan, budaya, social itu yang kita kerucutkan. Nah tugas para pakar ini adalah selain merumuskan juga

nantinya ketika dikerucutkan pada tematik-tematik tertentu dia membuat desain pertanyaan-pertanyaan karena dalam aturan kita melihat bahwa ini harus dipimpin oleh seorang moderator, moderator itu kita usulkan kepada masing-masing kampanye pasangan calon sehingga memunculkan moderator-moderator yang memang itu bisa di terima kedua pasangan calon seperti itu termasuk timnya itu sendiri timnya yang nanti merumuskan sehingga kita ingin betul-betul bahwa secara teknis mekanisme kenetalan yang ada didalam kampanye debat itu betul-betul terasa dan diterima oleh kedua belah pasangan calon itu sendiri . Nah ini yang kita memang coba upayakan secara detail bagaimana mekanisme yang ada dalam sisi materi. Sisi penyiaran public kita atas penyiarannya kita juga mengundang seluruh lembaga penyiaran lembaga penyiaran itu kita upayakan untuk dia menyiarkan secara langsung materi-materi debat yang disungguhkan pasangan calon yaitu ternyata berhasil kita tidak ada biaya sepersen pun dari lembaga penyiaran tapi yang pasti kita siapkan tempat dan kita siapkan berbagai hal yang menunjang terkait aktifitas debat sehingga walaupun diadakan diruangan tertutup dan kapasitasnya tidak melebihi lima ratus orang misalnya tetapi kita menyakini bahwa ini akan ditonton jutaan pemirsa Indonesia bahkan diseluruh dunia ini yang memang penting kita lakukan. Nah yang menarik dalam konteks debat ini adalah bagaimana proses debat ini menjadi satu keferensi untuk masyarakat dalam menentukan pilihannya mereka menonjolkan program visi misi programnya strategi dan juga hal-hal yang nanti dikerjakan dalam kurun waktu lima tahun masa kepemimpinannya jadi kita desain kita ciptakan supaya debat itu mengarah kesana dan ternyata itu berakhir jadi dua kandidat ini dia menyampaikan visi misi programnya dia sampaikan berbagai hal termasuk bagaimana mekanisme debat saling mengkristisi ketika ada program-program yang memang ada dalam debat itu sendiri yang memang dirasakan itu bisa kontrupuksi terhadap salah satu pasangan calon yang lain. Nah ini medianya cukup berhasil walaupun ruang-ruang debat yang lain secara informal itu juga diselenggarakan jadi bukan hanya KPU, KPU itu lebih formal lebih terata moderatornya jelas takarnya jelas pertanyaan yang disiapkannya juga betul-betul sangat bagus tetapi juga tidak menutup keinginan lembaga-lembaga lain seperti tadi menutup ekonominya sebagai penyiaran swasta dan berbagai tematiknya dan hal lain termasuk hak lain hak sendiri menyelenggarakan forum-forum debat serupa yang memang digagas dan di singkonais dengan aktifitas yang ada didebat kita jadi itu yang memang kita upayakan konteks debat.

Reporter : apa hambatan penyelenggaraan debat itu?

Secara umum sebenarnya penyelenggaraan debat relative berjalan yang memang terasa sangat muncul tarik menarik dan khawatiran itu adalah misalnya moderator jadi kita misalkan menyiapkan lima orang nama moderator yang diterima kedua pasangan calon problem matic kita memunculkan figur-figur karena memang media seakan-akan sudah terobsasi dengan kedua kepentingan kandidat sehingga anchor-anchor atau penyiar-penyiar disalah satu media ini memang nampaknya tidak diterima akhirnya dimunculkan adalah yang terkait dengan dosen ataupun guru besar yang memang atau pihak-pihak lain memang notabennya bisa diterima oleh kedua pihak terkait dengan soal penyajian moderatornya dalam hal materi

saya melihat tidak ada hambatan segnifikan kecuali memang munculnya isu-isu tentang kebocoran soal segala macam itu juga sedikit hambat tapi kita terus menyakinkan bahwa tidak ada yang memang ruang konteks yang disajikan dan akhirnya terasa bahwa mekanisme yang dijaga itu betul-betul fair ,yang selanjutnya terkait dengan soal teknis dilapangan kadang-kadang hambatannya terkait dengan hal yang sangat teknis misalnya soal lighting soal-soal sound soal penataan kursi soal segala macam yang membuat masing-masing kandidat merasa canggung, merasa problem matic urusan seperti itu misalnya tentunya perlu tau soal hal-hal yang jadi secara subsansi proses pelaksanaan debat itu sudah menjadi romaterial romodel bahasanya romodel untuk pasangan-pasangan debat dimanapun termasuk dikepala daerah dan ini sama halnya yang sudah pernah dilihat dipilkada dki kemarin. Nah itulah debat yang memang diawal pada waktu pilpres itu ditunjukan mekanisme secaranya seperti ini mungkin hal teknis lainnya soal debat adalah khawatiran tim sukses kampanyenya ketika dia harus battle berdebat antara kandidat dan kandidat lain yaitu itu saja yang membetulkan khawatiran-khawatiran yang ada walaupun kita meyakinkan bahwa kalo memang dipersiapkan sebaiknya mungkin visi misi programnya sesuai tematik materi yang ada saya pikir tidak ada problem jadi kita yakinkan pada tim kampanyenya jadi itu yang menjadi sedikit khawatiran dari tim kampanye.

Reporter : masalah netralitas kpu selalu penyelenggara itu ditarik kesana dan kesini anggapan duluan bagaimana menjawab itu dari Kpu

Ya.. memang banyak upaya-upaya untuk mengarah kearah sana dan menganggap bahwa kpu itu secara tegasan tidak netral dan juga ada kepihakan dengan salah satu pasangan calon kadidat tapi saya menyakini bahwa hal itu tidak terjadi jadi di kpu RI di kpu provinsi kota itu kita coba di klaim mekanisme pola yang lebih interigtas independen dan itu di kemas supaya semuanya bisa ada yang merasakan bagaimana mekanisme yang dijalankan dalam pers kpu salah satu hal yang memang penting yang kita lakukan soal transparan dengan transparan maka apapun yang memang kita kerjakan itu tidak akan ada komitmen apapun main mata apapun karena sudah transparan public sudah tau tentang aktivitas yang kita lakukan oleh karena itu dalam hal aktivitas kampanye yang kita buka secara transparan mungkin bagaimana mekanisme yang kita jalankan sehingga masing-masing pimpinan kampanye juga paham mekanisme seperti apa lembaga penyiaran paham seperti apa dipihak lain lembaga kpi juga seperti apa itu dijalankan di sisi lain misalnya terkait dengan proses-proses pengembangan teknologi informasi dengan system opeasi itukan satu media satu alat untuk kita lebih transparan juga dan dengan langkah itu bisa kita yakinkan kpu bekerja pada rel yang sudah benar dan kalau ada yang melenceng berarti public sudah mengetahui sedini mungkin nah ini upaya yang kita lakukan sampai saat ini termasuk misalnya kita bagaimana hasil akhir dari pemungutan suara itu kita scan dan kita upload kepada web kita dan itu bisa dilihat oleh seluruh dunia bagaimana hasilnya dari ini bahkan efek dari sana symbol partisipasi masyarakat awal pemilu dari umum segala macam itu kan menjadi partisipasi dari masyarakat untuk mengawal proses pilkada jadi intinya untuk meyakinkan bahwa kita ini betul-betul tidak berpihak ya kita wajib melaksanakan aturan main yang ada kita juga

upayakan teman-teman kita benar rel independen integritas dan sanksinya yang terberat adalah pecat jadi itu yang kita inikan dan kita kordinasikan dengan BAPP supaya kalau misalkan ada hal-hal yang seperti itu segera saja di eksekusi oleh BAPP jadi kita tidak main-main dengan urusan itu dan ketiganya soal transparansi supaya lebih transparan.

Reporter: masalah pertanyaan kpu itu buat debat itu untuk masyarakat tetapi pertanyaannya apakah masyarakat butuh debat itu?

Sebagai referensi pengetahuan informasi pemahaman terkait dengan pasangan calon,saya fikir butuh kenapa berbeda mungkin dengan pilkada yang rentang kendalinya yang emosionalnya yang lebih dekat atau dengan pemilu legislative ya dia sahamnya banyak yang diperjuangan oleh partai tentu mungkin tidak menjadi problem tapi untuk pemilihan presiden dan wakil presiden rentang Indonesia itu jauh dan pemilihan ini indonesia sehingga masyarakat memang butuh informasi yang memang update terkini apalagi yang sekarang kita inginkan adalah pemahaman terkait dengan visi misi programnya oleh para kandidiat itu kita dapat secara masyarakat secara langsung nah termasuk soal kapabilitas dan kredibilitas pasangan calon nah dengan media debat orang bisa melihat orang bisa mengetahui bagaimana kredibilitas, kapbilitas bagaimana integritas psangan calon itu sendiri dalam menganggapi personal-soalan yang ada muncul di masyarakat termasuk bagaimana menangapi respon dari kandidat-kandidat yang lain itu nah ruang debat ini luar biasa dan saya yakin prilaku pemilih ini pengaruh oleh soal debat perilaku pemilih ini dari awal debat tidak oleh salah satunya apalagi debat ini kita desain mendekati hari pemunggutan suara dan itu menjadi refensi bagi masyarakat untuk punya pereferensinya untuk memilih kandidat-kandidat tertentu yang dia sukai jadi saya merasa bahwa debat walaupun memang diadakan diruang tertutup karena memang jaminanya kita adalah lembaga penyiaran yang memang betul-betul menyiarkan secara live dan itu namanya full jadi ada masa medianya itu saya pikir betul-betul punya efek yang sangat luar biasa terhadap perilaku pemilih masyarakat yang memang notabanenya mungkin belum dapat informasi secara utuh terkait dengan kandidat yang disalurkan.

Reporter : banyak orang mengatakan ansumsi masyarakat debat itu adalah cara kpu sebagai penyelenggara untuk mengkrontruksi calon pada calon yang bagus wah jokowi bagus dari mana ya dari debat prabowo bagus dari mana ya dari debat tau dari mana tanggapan terhadapnya saya fikir tidak,kalau konteksnya itu dan itu menjadi bagian dari pencitraan menjadi bagian dari pencitraan yang diingkan dari tim kampanye ini tapi dalam konteks yang memang dijalankan oleh penyelenggara semata-mata kita sebagai ajang kampanye ajang kampanye dalam metode debat terbuka dan itu bisa meyakinkan para pemilih masyarakat terkait visi misi keluhnya dan meyakinkan masyarakat terkait dengan kasus-kasus yang memang terjadi yang muncul dan sekarang meyakinkan masyarakat kalau ada efek feedback dan hal lainnya jadi kalau ruang konteksnya pencitraan itu bisa terjadi menjadi strateginya tim kampanye dan dalam konteks kita ya kita tidak membuat itu sebagai proses pencitraan tapi kita ingin menampilkan ini loh kandidat yang seutuhnya dia tampil seperti apa ya dia juga harus pertahankan

argumennya ketika dia itu debat dengan pasangan yang lain misalnya dengan pertanyaan-pertanyaan yang ditutupi dengan moderator jadi itu aja yang menjadi penting.

Reporter: ya akhirnya saya kasih contoh,prabowo yang punya kasus HAM itu kemudian itu di waktu debat kemarin itu diserang JK nah pengungkapan prabowo jadi kepunya kasusan banyak orang yang tidak tau jadi kita nonton debat ada kasusnya ternyata banyak orang mengatakan bahwa debat juga salah satu menjatuhkan kandidat

Bisa jadi dia karena mungkin masyarakat tidak mengetahui secara lebih utuh siapa kandidatnya jadi itu strategi lawan untuk menampilkan potensi-potensi dengan hidennya yang tertutup dari masing-masing kandidat untuk melihat istilah kelemah-kelemahannya itu kan soal strategi debatnya saja walaupun efeknya dari masyarakat menjadi tau ini kan tidak menjadi problem masyarakat juga harus mendapati informasi seutuhnya baik itu kelebihan dan kelemahan yang dimiliki sehingga masyarakat punya referensi dia memilih betul-betul yang terbaik jadi trik ini tidak menjadi upaya untuk merendahkan atau menciptakan kandidat itu problem itu tidak tapi saya fikir inilah yang harus dikemas oleh tim kampanye tim kandidat sendiri untuk melihat salah satu ada potensi yang unggul itu harus di majukan tapi kalau ada kelemahan di dalam diri itu juga harus disampaikan dengan upaya yang lebih cerdas oleh pasangan calon tersebut dan untuk meyakinkan untuk masyarakat bahwa dengan masyarakat itu tidak akan merumitkan dirinya dan siapapun yang memang nanti ketika dia memimpin ini dia juga harus menciptakan tinggal .. saja yang memang harus diupayakan.

Reporter: salah satu kalau dulu kita menggenal tentang agenda media masyarakat mengikutinya jangan-jangan kpu punya agenda masyarakat mengikutinya?

Tidak saya fikir tidak ada debat dan juga kampanye yang lain itu memang aturan yang ada dalam ketentuan kontitusi undang-undang kita turunkan secara logi teknis dalam peraturan kpu jadi sebenarnya ada semacam diverifikasi atau keragaman aktivitas kampanye dilakukan dan tidak menonton ruang itu harus diperbesar seharusnya dari pada misalnya rapat umum dalam mengalihkan masa banyak dan juga itu ada monipolitiknya dan untuk mendengarkan jurkam bahkan diselingi dengan lebih banyak dangdut lebih efektif jadi proses pencerdasan masyarakatnya tidak efektif nah sekarang keragaman kampanye ini didorong dengan setidaknya dua hal pertama adalah terkait dengan pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka yaitu blusukan itulah cara efektif pada masa efektif supaya masyarakat menggenal dia dan luar biasa yang seluas dengan pertemuan terbatas dalam scop yang lebih kecil sederhana dan yang ketiga debat jadi ini soal keragaman bentuk kampanye disajikan dari pada kampanye-kampanye dengan biaya tinggi tapi ternyata dengan meraih masyarakatnya tidak ada bahkan kadang kala mobilisasi masa yang dilakukan itu mobilisasi masa partainya sendiri harusnya kampanye itu ditunjukan untuk menyakinkan pemilih bukan meyakinkan konsekuennya kalau konsekuenya sudah …terhadap pasangan kalau konteks pemilih itu susah dia naik itu yang harus kita yakinkan debat menjadi

salah satu sarana untuk meyakinkan memilih segala kualitas yang dia miliki dan juga menyakinkan pasangan yang lain bahwa dia memang punya kapasitas dengan hal terkait seperti itu.

Reporter: secara makro bagaimana hubungan kpu akhirnya dengan kpi sebagai yang berwenang dalam bidang penyiaran nah pertanyaannya bagaimana kpu dan kpu mengkrontruksi debat secara illegal yang tadi sudah mencegahkan masyarakat hingga menemukan simpati dari para calon pemimpin.

Kontruksi yang dibangun pada debat ini memang piur kpu, kpi itu hanya dalam konteks mensupport kita untuk lembaga penyiaran ikut terlibat secara aktif jadi sebenarnya desain dari awal sampai akhir itu adalah kpu tapi kpi juga memberikan penekanan bahwa partisipasi yang diupayakan oleh lembaga penyiaran public maupun swasta punya adil untuk menyiarkan walaupun kita beri jeda iklan tiga puluh menit itu kan waktunya Sembilan puluh menit debat full tiga puluh menit itu iklan mereka juga punya kesempatan untuk bisnis dengan iklannya jadi itu yang memang dilakukan kpi sendiri memang tidak ada kewenangan terkait dengan debat itu.

Reporter: yang ada diberbagai problem yang ada didebat yang tadi itu problem sesungguhnya apa solusi untuk mengatasi problem-problem didalam debat itu

Saya fikir kordinasi dan komunikasi independen dengan pasangan calon dan juga kordinasi komunikasi yang intens dengan lembaga penyiaran dalam konteks debat itu sendiri nah kalau misalkan dua hal itu komunikasi yang inten dilakukan kepada pasangan calon atau dalam tim kampanye itu dan itu kepada lembaga penyiaran dilakukan secara efektif saya menyakini proses debat ini tidak ada mis komunikasi kordinasi tidak ada khawatiran bahwa kpu itu nanti tidak ifansial bahwa kpu itu berat sebelah bahwa kpu itu akan melakukan bios ofpower terkait dengan aktivitasnya jadi itu saja yang kita yakinkan dengan mekanisme yang kita jalankan misalnya dalam hal dalam tv-tv materi yang ada itu kerjakan dalam rekap kita materinya debat apa saja terus misalnya lembaga penyiaran lembaga penyiaran mana saja yang harus mempeoses siaran secara langsung tapi diberikan kewenangan ataupun tanggung jawab karena memang misalnya ada ada empat kali debat atau lima kali debat berarti kalau lima kali debat berarti sejumlah lembaga penyiaran itu di bagi secara adil kepada para kandidat nah memang problemnya misalnya lembaga penyiaran ini tidak mau dia yang wakil presiden maunya yang calon presiden semuanya yang seperti itu nah ini kan yang kita pisahin presiden presiden wakil presiden pun ini tapi presidennya pun adil dan juga ada yang kedua langsung pasangan jadi kita desain dan ciptakan seadil mungkin supaya lembaga penyiaran agar menikmati apa yang dirasakan.

Reporter: tadi salah satu jeda debat tiga puluh menit iklan Sembilan puluh menit debat

Jadi itu full satu setengah jam itu debat jadi itu kita dua jam, tiga puluh menit ini iklan jadi kita selama Sembilan puluh menit ini kita bagi lima atau enam segmen setiap segmennya itu diselinggi oleh debat sekitar lima menit tiga menit atau lima

menit di kali enam jadi sebenarnya tiga puluh menit itu seluruh totalnya itu salah satu upaya kita tetap juga mereka butuh biaya produksi nah karena memang kita nol rupiah maka kita cover dengan iklan tadi untuk menutupi biaya produksi memberikan biaya kepada kita jadi mereka iklan.

Reporter : apa keuntungan kpu disitu dengan dialihkan debat itu tanpa debat itu utidak apa-apa kan?

Tanpa debat itu sebenarnya tidak apa apa tapi kita memberikan pemahaman yang utuh informasi yang utuh untuk masyarakat informasi yang lebih untuk masyarakat terkait dengan iklan kampanye itu jadi semata-mata kpu itu lebih menyiarkan lebih mensosialisasikan dan menginformasikan tentang pasangan calon tentang visi dan misi programnya pada masyarakat secara luas itu lewat mekanisme pada debat jadi itu saja tujuan kpu jadi tidak ada konteksan bahwa kita punya media untuk menyiarkan karna kalau debat itu dilakukan ruang tertutup hotel misalnya kalau dihotel biasanya hadir seribu orang kebanyakan penduduk Indonesia itu dua ratus juta bagaimana dua ratus juta itu terjangkau untuk menyiarkan itu padahal ini sangat efektif sekali untuk menginformasikan maka dibantu oleh lembaga penyiaran penyiaran itu disiarkan secara langsung,ranting sharenya luar bisas itu

Reporter: apa kpu sendiri menggunakan konseluiner apa penyelidikan bahwa debat itu berpengaruh

Ada beberapa meneliti soal debat saya fikir banyak juga yang tertarik dan efektifitasnya juga sangat luar biasa saya sendiri buat tulisan untuk debat dan ini juga salah satu media yang sangat menarik debat pertama kali diadakan maksudnya dalam konteks ini dan mereka bisa menunjukan hal yang sangat baik.

Reporter : debat kemarin itu pertama kali ya

Ya sebelumnya sudah pernah juga di tv gitu kan tapi ruangnya kan kaku jadi tidak menampakan debatnya itukan battle itu kan langsung kalau ini kan penanyangan tv misi program jadi tanggapi pertanyaan panel tanggapi tapi ini kan langsung misi visi programnya begitu selesai ini ada kasus ini dan sesudah itu langsung debat nah itu kan menarik lebih bagus gitu kan

Reporter: lihat debat amerika lebih menarik kan

Lebih menarik itu kan lebih battle itu lebih saling terang ya tadi salah satu, ya tadi salah satu hambatannya adalah khawatiran-khawatiran yang muncul dalam tim sukses mungkin dari kandidatnya tidak khawatir tapi dari tim suksesnya kan mungkin ini baru amsusinya saja khawatir misalnya nanti mengarah ke pribadi

Reporter : kenapa kpu tidak menyapaikannya kesitu

Kita ada rambu-rambu yang memang didebatkan itu ya hanya pers apa yg dimiliki programnya jadi apa yang bersifat pribadi boleh didebatkan kulturnya berbeda jadi khawatir saya ada problem tapi ininya problem nanti kandidatnya konsekuen

masyarakatnya upaya itu yang harus kita lakukakan dia perannya itu penting membuat mendinginkan yang bertempur ditingkat elite itu sangat tidak menjadi yang harus bertempur ditingkat ini

.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

HARIS AZHAR

(MANTAN KOORDINATOR BADAN PEKERJA KOMISI UNTUK ORANG HILANG DAN KORBAN KEKERASAN)

DUGAAN PELANGGARAN HAM PRABOWO

Pertanyaan mendasar nya itu mas, penegakan HAM di indonesia. Itu nampaknya ada bagian masyarakat yang menginginkan tindak tegak HAM. Bagaimana pendapat mas haris.

Ada kegagalan-kegagalan hak asasi manusia di Indonesia itu, ada beberapa faktor. Yang peratama faktor kelompok pelaku ya dari situasi pelaku. Yang menciptakan

apapun caranya supaya tidak ada pertanggung jawaban hak asasi. Biasanya itu dari kelompok tentara atau aparat keamanan polisi,militer. Nah karna mereka memang terikat secara ediologi dari histories dari para seniornya yang nama-namanya memang tidak bisa bertanggung jawab. Dan mereka kan selalu bilang bahwa, itu. Kalau anda tilang saya berarti anda tilang institusi saya. Padahal nama pertanggung jawaban hak asasi manusia secara pidana, tanggung jawab pidana. Pertanggung jawaban kriminal itu personal, nah tapi institusi tentara saya kelola menjadi momok kalau mereka yang tanggung jawab hak asasi. Nah mereka berkerja karena mereka mempunyai uang, mempunyai akses, bermain politik jadi semua energi rekoproditas itu di pakai untuk mereka menciptakan ada situasi yang hidren dari segi sinitis. Bahwa kejahatan tidak terhukum. Nah biasanya mereka pakai akses itu. Mereka mau pakai uang, misalnya mau beli berbulan-bulan dan berhari-hari supaya tidak menuntut pertanggung jawaban negara itu tadi, yang kedua itu menciptakan situasi masyarakat di lingkungan ini. Dengan hak asasi manusia negara ini tidak akan bisa maju melelahkan, nah itu yang membuat menjadi netral.sebetulnya bukan tidak populer, populer tapi masalah kesini, yang namanya menegakan keadilan bagi masyarakat,kesetaraan,pemenuhan hak asasi manusia untuk masyarakat kalau berhadapan terhadap pejabat negara dan aparat. Nah yang ketiga kredibin penguasa, yang juga tersandra oleh politik-politik para orang-orang lama, atau institusi yang menjadi pelaku pelanggaran HAM. Dari mulai yang berani itu menurut saya Gusdur,Megawati justru menikmati kudetanya tentaranya ke Gusdur, yang depresnya Indonesia. Lalu SBY ya pasti lah,diamemakai pocket balery-balery demokrat. tapisebetulnya dia kan orang yang lebih imprensif dan dia mengandalkan tentara sekali, untuk menjaga stabilitas. Jokowi lebih parah dibandingkan SBY. Wajahnya ndeso, cara berbicaranya ndeso. Cara berbicaranya ndeso karena dia memang bukan aktor politik, dia bukan agen politik, dia orang yang ketiban, bukan durian runtuh, ketiban floor tidak ya. Oh iya Menurut saya, dia sama siapapun yang menggunakan dia sama-sama mengambil keuntungan. Dia tidak mengerti apa itu negara, bagaimana memimpin negara, dia pikir memimpin negara sama dengan pemimpin wali kota. Bayangkan, dia biasa mengurus selokan kota solo, sekarang mengurus jembatan atau selokan yang lebih besar analoginya seperti itu. Karena negara itu kompleks jauh lebih kompleks ada motion ada emotion dalam kebijakan-kebijakan, artinya ini jauh, ini jauh lebih parah menurut saya. Jadi situasi ini akan seharusnya memang, adalah persoalan menurut saya adalah tantangan yang paling cerdas dan terdahsyat bagi dunia presiden. Tapi untungnya dulu kita berhasil ya setiap elektrik setiap pemilu, kita hadirkan agenda-agenda HAM. Selalu jadi wacana, karena dulu yang menarik, faktornya banyak ya tidak mungkin satu. Karena setiap region itu identik dengan salah satu pelanggaran HAM. Setiap calon. Dilihatnya begitu ya Wiranto masih jadi capres, SBY dengan ..... , prabowo, jokowi ada hendro priyono di belakangnya. Jokowi kan tidak bisa dilihat dari personal. Presiden itukan lembaga, jadi siapa ada region apa di belakang lembaga itu dan siapa lembaga itu. Kita tidak bisa melihat personalnya. Kalau dia chief untuk membuat kue itu personal, tapi kalau presiden dia tidak bisa personal. Makanya di dua ribu empat belas kita bilang ini dua-duanya melanggar HAM, ada videonya buka saja di youtube di

kontras itu ya, saya dan ..... bicara bahwa ini dua-duanya melangar HAM. Kita tidak mendukung jokowi ko.

Jadi kalau ada teman-teman yang beberapa ..... menuduh prabowo pelanggar HAM, sementara jokowi tidak pelanggar HAM.

Itu pelanggaran lagi sih. Kurang pergaulan saya kurang pergaulan

Nah terus mas kira-kira

Banyak teman-teman..... mendukung jokowi secara dilihat, nanti saya coba cari fotonya ya barang kali masih ada, saya sudah report semua statement-statement mereka yang dukung-dukung jokowi. Buat saya teman-teman..... banyak, kan banyak orang ..... ini yang seolah olah memperjuangkan sesuatu padahal sebenarnya hanya mengakumodir kritisnya mereka saja, mereka tidak banyak yang tahu ingin memperjuangkan apa. Anda tahu tidak kritik kan protes apa yang diperjuangkan itu tujuan itu dua hal yang berbeda, jadi punya kerjanya mengeritik dan dia harus bekerja di kelompok masyarakat. Tapi tujuanya sebenarnya ingin menjadi penguasa. Nah, sama prabowo itu dugaan saya karena mereka tidak dapat negosiasi yang baik saja, bukan karena malu orang yang menghilangkan orang. Nah kalau sama jokowi mereka main personal itu seolah-olah orang ini ramah dihargai prabowo, mereka tutup mata kepada ..... dan ....., ... saya sih sudah menjadi fare beberapa teman yang di ..... dukung jokowi menurut saya ini yang agak parah, begitu.

Dari berbagai problem ini, empat yang di kemukaan mas haris kira-kira jalan keluarnya. Jalan keluar dari masalah ini. Yakan tadi mas haris mengidentifikasi ada empat, ini eksekusi negara,NKRI,dipandang masyarakat.

Satu menurut saya, saya orang yang percaya bahwa ..... harus terus dipelihara, artinya memang kita harus mejaga terus. Terus menggelora, menggelorifikasikan tuntutan hak asasi manusia itu harus terus dilakukan. Harus di Wacanakan di corp, harus membangun proses membangung import. Viral dan tidak mengecil dan membesar tapi virak yang stabil, gitu. Hari ini yang bisa kita laporkan hanya melihara ..... kalau melihat templete politiknya seperti ini yang bisa dilakukan hanya ..... lalu hukum negara mau gimana bicara sama ....., ... bilang pemenuhan listrik juga hak asasi manusia. Dan kita lagi, Lebih baik kita fokus kesitu dulu gitu. Buat dia hak asasi manusia itu di pilih mana yang ..... kaya ada penyebarnya berapa, lalu ada berapa besar peran yang ada yakan, tangan yang menggumpal itu sebesar apa, itu kita topik saya hanya yang itu. Jadi kalau sudah begitu, menurut saya sih tidak ada yang harus di optimiskan.

Tidak itu maksud saya sangat minimalis sekali ya, menjaga wacana itu sangat minimalis sekali

Buat saya atau buat negara.

Ya untuk kita penegakan HAM secara umum.

Buat bangsa ini ya sangat minimalis.

Sangat minimalis menurut saya.

Ya tapijuga dibeberapa situasi juga memang harus begitu, nah itu yang sangat progresif gerakan sosialnya tunggudua puluh lima tahun untuk menyeret sejumlah kolonel atau jendral ke pengadilan. Tunggu ..... berapa ..... dan lainya, dan itu ....., publik memories di skors itu yang bisa kita tegakan akhir-akhir ini. Sembaring mencari terobosan, membangun sejumlah terobosan kecil-kecil ya.

Jadi kita sangat bergantung dengan pers.

Pers,sosial media, alternatif media, gerakan feri-feri , gerakan feri-feri itu melakukan diskusi banyak, dan menurut saya setiap ..... kita kan mempunyai dokumentasi-dokumentasi itu dan harusnya di putar kembali lagi, dan teman-teman ..... membongkar foto ketika ibu-ibu yang menuntut anakanya hilang itu, sudah hilang tapi masih menuntut tapi tuntutan itu kan sepuluh tahun lalu, sekarang ..... dibongkar lagi ..... jadi memang dia memutar-mutar itu yang menurut saya, dan terus kan kita kan di reproduksi mereka gayanya masih gaya, tentaranya masih gaya-gaya. Gaya-gaya orde baru. Misalnya mengangap bahwa tuntutan HAM itu adalah aktivitas TKI. Yang ..... itukan benar sekali menurut saya, jadi padahal sebetulnya ..... tentara kan lewat kelompok islam mau beli ..... melawan ahok lalu kembali ke jokowi yang kalau membuat ..... yang itu, mau kembali ke jokowi. Tapi kalau orang melihatnya ini cina vs amerika yakan, dan selalu pasti dimana-mana Amerika pasti mainnya bersama orang islam ..... sama tentaranya. Itu dari mana-mana dari zaman dulu. Nah yang dipakai isinya komunisme, karena dengan komunisme orang ingatcina, cina komunisme. Cina kan sebenarnya, saya juga tidak suka politisi cina ..... tapi hari ini menguasa cina itu sudah lebih liberal dari pada liberal, dan dia menggunakan komunisme sebagai brand saja. Tapi saya lihat ok lah, itu mau dipakai sama mereka untuk mengingatkan bahwa yang kita lewati ini komunis tapikan jangan sampai menunjuk cina, ya nunjuk lah dia di sini, jokowi akanmenurunkan pelanggaran HAM. Gitu, dan HAM itu adalah agenda PKS. Nah yang menarik apa, ide soal HAM untuk PKI. itu muncul setelah, sebelum sebentar ya. (Angkat Telfon)

Ya terakhir yang selanjutnya. Terlepas dari perdebatan kemudian rasa pesimis kita itu, terhadap apa yang dikatakan mas haris. Refleksi kritis terhadap HAM hari ini itu sesungguhnya bagaimana.

HAM itu mengalami situasi yang agak paradoks di indonesia dan di dunia global, dia makin. Makin memenuhi ruang-ruang publik wacana-wacana HAM dan rujukan-rujukan tertulis. Prinsip,tafsir dan semuanya itu terproduksi dengan sangat baik sekali, ... HAM kita itu sebenarnya di dunia internasional sukses kita mengepung. Dari mulai dari reproduksi akademik, jaringan akademiknya, ... , atlet, lembaga-lembaganya ..... makin mengepung dunia. Dan itu menyebalkan bagi banyak orang. Banyak orang bilang ada survei yang mengatakan tetapi tidak menolong manusia ..... mereka menganggap hak asasi manusia itu harus ....., padahal publik gagal memahami bahwa ada

sejumlah negara tindak penguasa yang tidak akomodir terhadap HAM. Kita di indonesia ..... demokratif dua hari yang lalu bicara di depan PBB ..... HAM itu demokratif terbesar di dunia. Punya eleksen dalam lima tahun mempunyai lima ratus lima belas eleksen. Tapi tidak mengakomodir hak asasi, gitu yakan kontenya jauh dari hak asasi manusia. Kelakuanya anti HAM semua. Contoh yang paling mudah yang mengatakan ..... di PBB orang yang namanya ada di dalam korupsi E-KTP namanya ..... yakan, di dunia juga mengalami hal tersebut nah tapi ada perespsi yang salah seolah-olah sudah ada dimana-mana tapi ko HAM tidak bisa melakukan apapun, ya karena tidak pernah di akomodir. Ibarat kata Barcelona sudah mengepung menguasai penguasaan bola sampai tujuh puluh persen tapi tidak bisa melepaskan bola hanya itu saja yang tidak ada. Tapi dia main-main sudah bagus dia ..... nah hak asasi juga seperti itu, nah akhirnya dia di serang balik hari ini. Kelompok kami itu sudah seperti kelompok yang ya kalau di negara-negara yang gagal korup dengan nada-nada stupid gitu ya. Ya negara-negara Indonesia,Malaysia dia menganggap bahwa kami ini produk barang, liberalisme dan itu masih sampai sekarang itu hidup lagi. Kalau di negara-negara barat di negara-negara itu mereka tidak menganggap HAM itu sebagai relatifitas, tapi mereka menganggap melihat bahwa kurang lebih banyak bertanggung jawab. Untuk mengakolasikan bahwa hak asasi manusia itu dapat berjalan dengan baik. (Mengobrol Dengan Orang)

Ya ketika paradoks itu dalam konteksindonesia itu, apa yang bisa dilakukan sesungguhnya.

Terus menafsirkan menurut saya. Coba nanti cari ya mas di google saya pernah menulis itu, lima salah kaprahan di indonesia. (Mengobrol)

Jadi saya bilang begini, mekanisme dan proses tidak akan jalan ketika ada pelanggaran HAM. Yang pengadilan itu tidak jalan. Pengadilan itu ada dimana di ..... kenapa ..... menarik karena disitulah pengadilan. Media itu juga sarana pengadilan, gitu. (Angkat Telfon)

Ya jadi ketika mas haris tadi bilang paradoks gitu, di satu sisi memproduksi wacana berbagai peraturan luar biasa sisi yang lainya.

Sisi yang lainya, jadi paradoks itu kita mengadopsi nilai. Menciptakan institusi. Indonesia itu hoby nya ..... dijadikan. Jadi tekanan soal hak asasi manusia, khas nya indonesia itu dijawab dengan munculnya aturan-aturan lalu menggunakan diam kata-kata hak asasi ya, atau kata-kata hak jadi kebijakan peraturan atau institusi, misalnya peraturan baru. Peraturan presiden soal kota ramah HAM. So what happen gitukan kota-kota yang ada di indonesia. Kota-kota ini anti HAM semua, setelah munculnya peraturan itu apa yang ..... tidak ada. Terus yang dibilang apa yang hebat, wah bupati itu sudah pasang wifi gratis di tengah kota. Bukanya memenuhi hak asasi seseorang tapi malah membodohi orang. Seharusnya kita berfikir oh hak asasi itu adalah wifi gratis. Lalu indonesia sudah menjanji kelompok inisiatif menentang penyiksaan di berbagai negara. Nah di indonesia saja tingkat penyiksaan saja meningkat, kita ini bodoh atau apa. Pemerintah indonesia berhasil me-loby sejumlah negara untuk tidak

mengeksekusi mati warga indonesia di berbagai negara. Disini orang asing dieksekusi terus. Jadi antara munafik,kebodohan,jahat di dijadikan satu, menghianati konsep-konsep HAM yang sudah di adopsi, indonesia itu kalau anda lihat sejarahnya dalam hak asasi manusia wah, budi utomo itu berdiri dalam rangka kebebaan berkumpul, kebebasan berpendapat, membela hak pendidikan, 1908. Lalu waktu menyusun UUD 45 ..... empat puluh delapan. Hatta dan yamin itu sudah membela hak untuk mengontrol negara dalam perdebatan BPUPKI, tahun 45 bulan juli sampai agustus. Hatta ya, waktu dewan ..... itu bicara lagi perdebatan HAM, tahun 50-an. Dewan ..... dibubarkan oleh soekarno tapi idenya di tampung oleh pak soeharto tahun 66-67 dibentuk namanya panitia ..... untuk persiapan konstitusi bandung yakan. Ada salah satu panitia ..... di komisi dua kalau tidak salah atau komisi tiga yang membahas tentang HAM dan ketatanegaraan itu debat lagi, Cuma karena soeharto takut kepada HAM tahun 71 hasil panitia ..... itu tidak di adopsi, nah kita punya, kita punya cukup banyak sejarah. Sejarah ....., sejarah pelanggaran, sejarah perdebtan ..... bahwa ..... HAM itu, di sejak awal sudah ada. Dan hatta dan yamin itu. Sesama hatta orang yang dari eropa, dia menikmati ..... HAM yang dibawa oleh para ahli-ahli demokratis dari prancis yakan, bacaan-bacaan eropa yang diasingkan ke eropa itu, dia belajar itu. Jadi agen-agen ..... ya hatta waktu itu. Dan orang-orang ini gagal. Kalau saya si menganggap ..... hak asasi manusia, ... adalah orang-orang yang gagal, jadi bukan menanti hak asasi bodoh,bodoh untuk memahami wacana-wacana hak asasi manusia.

Jadi kalau produksi wacananya luar biasa ya, tapi ekseskusi nya itu

Bahkan menurut saya ada beberapa wacana hak asasi manusia yang agak ngawur, jadi orang yang pro hak asasi tapi cara ..... ngawur

Contoh contoh contoh

Ya tidak apa-apa kita bubarkan HTI , ya tidak begitu jugasih saya juga bukan pendukung HTI,saya ..... saya anti malahan dalam konteks ideologi. Tapi menurut saya dalam soal hak asasi anda tidak bisa, kalau anda mempresentasikan hak asasi manusia anda bahasa bicara seperti itu. Karena cara yang digunakan adalah ..... caranya tidak ..... kelompok ..... kan mendukung, wah ..... saya satu sisi mereka bicara pluralisme satu sisi mereka mendukung kebijakan ..... pemerintahan yang main institusi, itukan tidak boleh. Analisa nya AJI tepat saat itu. Ya tidak bisa karena kan ..... hak asasi manusia kalau anda mau menutup anda harus membuktikan bahwa mereka itu melakukan tindakan-tindakan pidana, mentri tidak boleh ..... temen itu tidak memenuhi mentri. Kalau dia ingin me-ngeband boleh tapi sesegera mungkin dibawa ke proses hukum, dibuktikan. Mau setan apapun yang ada dibalik ..... itu ya begitulah. Demokrasi menguji itu yang dimaksud hatta itu bahwa anda harus menguji saling menguji satu sama lain. ..... harus di bangun dalam demokrasi hak asasi menjadi prinsip untuk menguji itu .....

Jadi saya, akhirnya kalau sudah menemukan jalan keluarnya jadi tinggal merangkai oh yaudah sudah ketemu sekarang, jadi karena itu pertanyaan saya itu

apakah betul masyarakat kita itu tanda kutip membutuhkan ketidakpastian tentang HAM, betul kata mas haris, betul kan tentara kan butuhkan ketidakpastian HAM itu. Negara butuh,kekuasaan butuh karena mereka mengambil keuntungan dari itukan.

Sebenarnya kalau mereka ada ..... mereka terfisik, mereka berfisik karena kita kira itu ..... itu bukan ..... penguatan, ... politik ini menggusur semua, mereka ini kan menyebar dimana-mana karena pelanggar HAM nah kalau hak asasi mendominasi, anti korupsi mendominasi. Orang-orang ini ..... semua, tidak bisa ..... ada di dunia politik menguatkan gitu.

Oke oke karena saya kan sudah ketemu penjelasanya jadi sekarang saya membaca kenapa ada media seperti. Salah satukan MMC group itukan tidak pernah memberitakan sedikitpun tentang HAM prabowo ketika pilpres ya dengan berbagai alasan. Sementara di tv lain media indonesia begitu menggebu-gebu kadang-kadang berlebihan kan dari ..... itu .....

Kalau saya sekarang sudah tidak pernah diundang oleh metro. Media indonesia.com masih maulah tapi kalau metro tv sudah tidak mau, kalau mata najwa dia independen.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

TOMMY F. AWUY

(DOSEN FILSAFAT UNIVERSITAS INDONESIA)

Jadi pertanyaan mendasar itu adalah apakah budaya populer itu adalah masalah ketidak beresan sosisal dalam kondisi saat ini.

Narasumber : tadi kategori apa ketidak beresan sosial, jadi kembali pada statement anda tadi yang awal-awal itu ada persoalan apakah itu given atau kontruksi. kalau kita menyebut sesuatu yang given artinyakan kita mengacu pada sebuah, kesadaran metodelogis tentang objek, baik material dan formal yang sudah tersedia. dan ketersediaannya itu karna ada asumsi bahwa realitas kita ini terjadi secara tidak niat begitu saja,dalam arti apa itumengacu pada sesuatu misalnya, kalau kita percaya itu sesuatu yang alamiah berarti ada hukum alam yang mengatur.dan kalau kita bilang hukum alam yang mengatur ini seperti keyakinan-keyakinan pada, pada kalau saya inginkan latar belakang cerita tadi saya juga jelaskan pada kesadaran-kesadaran matematik dan kesadaran bahwa memang sudah ada kebenaran di dalam hukum alam itu. Yaitu hukum alam,bagaimana bertemu. kebenaran seperti itu punya asumsi ketika pitagoras mulai mempersoalkan apa ini kosmik. kosmik bagi dia persoalan matematik.kosmik itu adalah relasi dari semua benda kesatuannya sebagai kosmik. Dan relasi apa yang membuat relasi itu, Itu adalah logot,logot dalam bahasa yunani kuno adalah kata tapi kemudian oleh pitagoras itu diterjemahkan sebagai prinsip keteraturan struktur, dan itu bersifat matematik. karna logot itu adalah sesuatu yang dianggap ya ..... sistematik yang bisa kita temukan didalam pikiran yang abstrak,dan pikiran yang abstrak itu maksudnya mengacu pada persoalan-persoalan matematik seperti itu. Didalam matematik itu misalnya asumsi muncul bahwa semua makhluk hidup pasti mati itu sudah benar, benar ya sudah benar-benar. Kalau kita menemukan sesuatu yang aneh misalnya ada makhluk hidup yang tidak mati, yang salah pasti bukan yang semua makhluk hidup pasti mati yang salah adalah

yang makhluk hidup tidak mati-mati. Nah itu kan bukti, jadi bukti materialitu selalu salah saja. karena sudah dapat asumsi matematik semua orang pasti mati, eh semua mahuk hidup pasti mati. atau semua orang pasti mati. Di aristoteles kemudian menerjemahkan itu daalam hukum ..... semua orang pasti mati, aristoteles adalah orang,maka aristoteles pasti mati kan itu sudah asumsi terberi semua itu,terberi maksudnya kebenaran sudah ada didalam struktur alam,yang bersifat matematik oleh plato mengatakan itu adalah kebeneran yang disebut dunia ide, itu lah.Kebenaran seperti itu, maka dunia ide tidak akan pernah salah dia adalah benar dengan sendirinya, manusia berusaha untuk mencari itukan. untuk menemukan bukan mengkonstruksi, menemukan dunia ide itu dengan jalan ..... matematik,karena plato mendirikan akademia itu sekolah pertama di dunia perguruan tinggi di dunia itu dengan semboyan kita dari mitos .....artinya itu berfikir secara matematik ade semboyan dia yang masuk diakademia itu yang tidak tau matematik tidak usah masuk dan plato sangat percaya pada hukum alam yang sudah harmoni itu ..... pitagoras ..... alam sudah dengan sendirinya karna ada harmoni pasangan benda-benda di onder ofthing seperti .....itu adalah tatanan struktur yang benar adanya.Jadi mau apa kita mau hidup disini adalah untuk mencari kebenaran yang sudah ada itu.Nah itu kan asumsi dari apa yang tadi kita bicarakan atau muncul dari anda yang mengatakan apakah itu persoalan given atau kontrsuksi,problem kontruksi itu juga muncul didalam sebuah warisan filsafat yang muncul dari komsofi. mereka adalah penemu-penemu juga ada penemu bahasa,penemu retorika dan penemu hukum bahasaa bahwa bahasa itu hanyalah perjanjian ..... yang dilanjukan oleh strukluralisme kemudian, oleh ..... kemudian padahal itu dari ..... sebenarnya. Bahasa, nama itu hanyalah muncul secara konfensi . Artinya ketika kita ingin menamakan sesuatu dan orang mengakui itu. itu adalah sebuah kontruksi, karena kita menamakan sesuatu secara nama itu adalah arbitra suka-suka kita aja tapi kemudian jadi kebenaran karena ada orang lain yang konfensi jadilah kebeneran itu kebenaran konfensional. dan itu adalah kontruksi dari itu kan muncul cikal bakal sampe ke dunia modern atau port modern yang bicara tentang kontruksi awalnya dari sana. Kemudian, kalau kita daratkan itu pada teori-teori sekarang ini, memang dua-dua itu katakanlah itu bisa relevan, bisa dijadikan untuk alat analisa hanya problemnya tergantung pada objek analisa kita itu kan. nah anda meneliti media tinggal kita lihat saja dari asumsi, media di kontruksi atau tidak. Kalau pendirian saya tidak ada sesuatu yang berjalan secara ..... konsumsi apalagi persoalan media,jadi ketauan langsung posisi saya ,saya melihat sesuatu serba kontruksi dan kontruksi itu lewat bahasa. karena baduy kontruksi, konstruksi..... mengatakan bahwa hanya bahasa yang bisa berbicara tentang sesuatu yang di kontruksi, fariabel utama lah bahasa, yang sekarang saya lihat terjemahannya ..... , ... media adalah sebuah kontruksi bahasa jelas, apalagi kalau masuk di dalam komunikasi, tidak mungkin dia menjalankan fungsinya itu tanpa bahasa,sementara di pihak lain melihat bahasa itu hanya sebuah kontruksi. tidak berjalan secara alamiah,jadi ..... itu konstruksi dengan konstruksi. melihat objek yang di kontruksi dengan alat analisa kontruksi finish. nah itu jawaban saya untuk pertanyaan yang awal-awal itu,kita mencara dasar teorinya itu,asal usul teorinya itu dari mana dulu, nah itu kemudian saya ingin mencari tahu lagi pertanyaan lanjutan ini seperti apa.

Nah karena salah satu bentuk bahasa yang populer hari ini adalah musik, ya dan musik di konstruksi ketika kampanye kemarin jokowi 2014 itu adalah konser slank, itu di konstruksi untuk memenangkan jokowi dan jk kemudian dari situ orang menganggap musik adalah salah satu, artis khusunya adalah salah satu ..... nah pertanyaan mendasarnya. apakah musik harus konteks politik. Apakah musik,bahasa,ataupun artis adalah paling efektif sebagai ..... apalagi disitu adalah hari-hari terakhir jokowi itu.

Narasumber : kontruksi itu selalu berpihak ada maunya. Tidak ada maksudnya. Seperti kita mengkontruksi undang-undangpasti ada maunya gitukan. dan maunya selalu maksudnya itu berkaitan dengan kepentingan-kepentingan,kalau kita sudah jelas dengan ..... kalau kita bicara media politik dalam konteks, eh media komunikasi dalam konteks politik dalam hal ini kemudian slank statusnya dan slank ini dibuat dianggap sebagai media,media juga untuk penyampaian atau media yang digunakan untuk urusan politik yaitu dengan slank ..... atau ..... lebih banyak,jelas kepentingannya disitu.jadi ini memamng di kontruksi dengan keinginan dari partai yang, tentu saja yang ikut kompetisi pada pemilihan itu,itu sudah dengan sendirinya fariable yang tidak kita jelaskan bahwa kepentingan partai adalah cara mengkontruksi masyarakat lewat slank yang dianggap sangat populer. Itu bagian pendekatan retorika dari kepentingan partai,fariable satu itu kontruksi pasti ada retorikanya. Nah untuk retorika itukan untuk adalah ilmu untuk meyakinkan membujuk masa didalam komunikasi supaya mereka mengikuti keinginan dari sang komunikator, kalau dilihat semua disitu, retorika adalah bagian dari cara untuk menyalurkan atau membuat kepentingan-kepentingan itu berhasil. Retorika disampikan lewat kampanye kan dalam hal ini,jadi itu kita udah bisa jelaskan bahwa semua itu bergantung pada keinginan-keinginan politik. Kepentingan keinginan dan kepentingan politik dan jelas sekali semua kontruksi,nah saya tayakan disini justru sebenarnya dari kontruksi ini apa si yang mau kita cari itu. Yang anda mau cari itu,apa ke khasan dari kasus slank ini untuk diangkat sebagai fariable yang paling menentukan didalam ..... anda.

Kalau saya melihat dari jurnalistik itu prof kalau dari sudut teori jurnalistik ketika dia berada dalam satu kaki politik maka dia menjadi masalah, karna media itu secara teori umum tidak boleh berpihak secara politik tapi berpihak kepada nilai. seperti ..... ,tapi tidak boleh secara politik karena itu akan menyebabkan ketidak adilan didalam pemberitaan gitu. khusus kompas dan media indonesia itu mengkontruksi yang ada kepentingan untuk kepentingan jokowi makanya lebih dalam saya ingin tau dalami apakah budaya populer yang kita sebutkan tadi yang awal didiskusikan, budaya populeritu adalah paling efektif untuk menggayak kata, kalau dibandingkan dengan cara-cara yang lain gitu.

Narasumber : nah sekarang saya persoalkan lagi kalau kita bicara tentang populer ok ingat hal yang menarik sekali untuk dikaitkan dengan media masa itu sendiri apakah media masa itu bukan sebuah budaya populer.

Awalnya bukan,awalnya bukan tapi seiring perkebangan zaman ia kemudian tergerek pada arus pada di ..... pada ..... untuk popularitas gitu. Awalnya tentu

bukan kalau melihat sejarahnya tapi pada posisi disini ya dia sebagai budaya populer.

Narasumber : Mungkin disitu kita bisa berbeda bahwa saya melihat bahwa media juga pada awalnya sudah budaya pop.

Media awalnya popnya,menarik gimana-gimana.

Narasumber : itukan disebut media masa,kaya sisi jurnalistik kan media masa,masa itukan pop dalam arti mencapai sebanyak-banyaknya orang itulah masa, dan sebanyak-banyaknya orang itulah pop, populer maksudnya disukai, disukai oleh banyak orang dan menyangkut selera banyak orang. media masa kan berusaha untuk itu, dia berusaha untuk mencapai orang banyak dengan adanya teknologi sesa. Kemudian muncul media elektronik,media cetak itu udah dari gotenbear bahwa pers itu sudah muncul dari zaman pencerahan untuk industri sudah ada karena itu menjangkau banyak orang jadi kepentingan dia adalah kepentingan menyampaikan berita untuk kebanyak-banyak orang itu pengertian sebenarnya sudah masuk kebudaya pop. Memang waktu itu belum muncul karena .....budaya pop itukan namanya media masa, publik itukan menyangkut orang banyak ruang yang banyak sekalipun publik dalam bahasa jermannya itu media itu lebih publik keselalu publik yang mengacu pada satu satanan yang kita tekan rasional lah orang jerman mau liat itu pablik dengan kata yang rasional makanya setimisi media masa itu di jerman bukanlah apaya ..... atau wartawan atau jurnalistik itu kan dianggap atau diistilahkan sebagai publik, sebagai publik bukan media komunikasi kecuali itu muncul diamerika kemudian segala macam gitu tapi by the way persoalan itu tetap aja persoalan pablik yaitu menyangkut banyak orang. pop sebenarnya itu ya, Jadi kalau dibilang tadi bahwa media masa awalnya itu bagi saya juga bukan pop bagi saya itu sudah masuk kepentingan pop,karena dia masa.

Jadi kalau gitu media masa sebagai pop,musik juga pop ketemu.

Narasumber : ketemu. Nah kalau apa lagi kita angkat budaya pop berkaitan dengan media masa itu setelah muncul, ya dalam hal ini televisi bukan lebih mengila lagi kan.televisi kemudian menyangkut persoalan budaya visual, sudah bukan lagi media cetak bersifat literasi.barang kali itu problemnya jadi mungkin anda melihat secara literasi bahwa literasi itu tidak menyangkut budaya pop ya. Budaya, saya bilang budaya literasi itu menyangkut budaya yang fiksi mati gitukan, penulisan segala macam,itu bisa memang relefan dengan media cetak, media cetak ya kekuatannya di tulis media literasi seperti itu kan dan media literasi itu tidak menyangkut budaya langsung pada budaya pop memang kalau dilihat dari situ bisa dikatakan bahwa alasan anda mengatakan sebelumnya tidak ada alasannya tetapi itu harus dijawab bahwa setelah muculnya media masa elektronik ..... muncul pop banget-banget.tapi kalau dilihat secara istilahnya itu pop,publik,nas dan segala macam itu setidaknya menyangkut pop karena menyangkut banyak orang,menyangkut kalau udah banyak orang kan psikologinya itu kan tinggal selera suka atau tidak suka sebeneranya kebenaran litersi yang harus diperhitungkan secara sistimatik lah segala macam tidak, tidak

seperti itu bahwa sudah pada awalnya prinsip jurnalistik adalah berorientasi pada kepentingan banyak orang,itu orentasinya berada pop, sudah menyangkut banyak orang masa pop, populer.

Saya baru sadar sekarang ini. Karena kalau bicara baca-baca media apa,budaya populer itu selalu jangkal kemudian hura-hura,banalitas dan bla bla bla sementara pers kan tidak begitu,begitu loh tapi kok prof bisa menemukan begitu.

Narasumber : saya belajar, saya kan jurnalis juga saya kan jebolan .....,jadi saya tau sejarahnya juga gituya, sejarah pers itu ya sedikit banyak lah sekalipun saya ga ahli-ahlinya tadi saya bilang saya kan sekelas sama andi,saya belajar lah sekalipun pada waktu saya belajar juga belum ada kategori-kategori seperti ini, tetapi prinsipnyakan pers harus berorientasi pada komunikan pada rakyat banyak dia tidak berorientasi pada kepentingan bahasanya sendirikan, wajar orang kalau tidak mengerti pasti malas baca ini, kita tidak menegrti. makanya bahasa harus ngepop.bahasa kan harus ke pop jurnalistik.

Kembali kemasalah,apakah sekali lagi budaya populer yang hari ini bakal bisa hura-hura bla bla bla yang ..... begitu.Beberapa reverensi apakah jadi masalah sosial bagi penegakan sebuah ..... dan demokratif prof.

Narasumber : sangat,sangat persoalan pop kalau sekarang bilang masalah sosial itukan menyangkut dengan problem dura ekonomi. Kalau kita sudah masuk didalam problem sosial secara ekonomi media masa menentuan sekarang dalam hal ini dia bisa membuat bangsa ini kocar kacir secara ekonomi dengan pendapat-pendapat dia dengan kepentingan-kepentingan dia tapi jangan salah juga bahwa dia juga sudah di kuasai oleh ekonomi kan prinsipnya. Tidak ada media masa sekarang yang bukan kapitalis, ya itu kan sudah persoalan sosialsering, dan media masa ini kan mau memunculkan saja apa lagi elektronik benar-benar pada pop yang bisa memancing banyak iklan. Banyak iklan tentu banyak pendapatan,dan banyak pendapatan tergantung rating dan rating itung tergantung dari yang menjangkau banyak ..... orang tadi ..... nah tapi persoalan yang paling mendasar disini sebenarnya adalah pada ideologi mediamasa itu sendiri, nah ideologi ini kembali lagi kita bicara tadi udh ideologi kontruksi benar-benar kontruksi kapitallistrik dalam bahasa saya.sudah kontruksi kapitallistrik karena tadi tergantung rating dan tergantung berapa oplahnya gitukan, semakin tinggi oplahteorinya semakin banyak iklannya semakin bisa bertahan media itu bukan sekedar media itu bertahan bisa kaya, dan itu adalah juga referentasi dunia kapitalistik media masa itu dengan demikian si ..... pernah mengatakan yang ini menjadi semacam atau sebuah prinsip ideologi bagi media sekarang,media massa sekarang yaitu the medium is the massage maksudnya kan saya memahami itu medium itu sendiri adalah ideologi itu sendiri dia mengkontruksikan diri dia hanya untuk menggunakan orang-orang lain untuk menyampaikan ideologi dia.saya wawancara orang padahal wawancara itu saya sudah kontruksi sedemikian rupa yang wawancara itu tinggal memperkuat yang ingin saya sampaikan pada publik. nah kaya gitu kompas, media indonesia, manalah

majalah-majalah tempo,koran tempo atau sinar harapan dan segala macam itu kan mereka punya kontruksi-konstruksi sendiri,tapi tidak pernah bisa lepas dari kontruksi ideologistik kalau tidak bicara kapital sekarang kapitalismi pasti terjelembab lah kedua ideologi itu. Ini kontruksi disini adalah kontruksi kapitalistrik dan mereka melihat bahwa ini menyangkut banyak orang dan mereka menggunakan media populer sebagai saluran untuk menyampaikan kepentingan-kepentingan mereka kalau anda bilang tadi media-media ini menyangkut kepentingan urusannya dengan ke jokowi untuk menang, mereka mengkontruksi itu juga,mengkontruksi bahwa ada yang harus dikontruksikan kuat yaitu slank, icon budaya populer dalam bidang musik ya jelas lah fariabel untuk itu.

tanpa di budaya pop sebagai masalah sosial, salah satunya di bidang ekonomi bahkan untuk .... kira-kira ada tawaran jalan keluar untuk mengatasi masalah budaya populer ini.

Narasumber : saya tidak tahu setiap opini saya, hasil pendapat saya jalan keluar atau tambah permasalahan, bikin masalah gitu ya. kalau ..... jalan keluarnya adalah bikin masalah. Supaya tidak berhenti. Nah Persoalan tentu saja saya tidak akan berpotensi untuk membuat jalan keluar kalau hal ini, karena kalau jalan keluar saya akan melihat ini dead lock , dead lock apa antara kepentingan media,kepentingan di lapangan budaya populer itu sendiri yang hal ini di wakili oleh slank yang di gunakan dengan kepentingan kapitalistik modal itu kan, kepentingan modal. nah Ini sebenarnya berjalan seterusnya ini. dan kita berada di dalam era yang memang, era tidak bisa kita elakan, bahwa ..... ini akan berjalan dengan leluasa untuk sekarang ini,seperti tadi saya bilang bagaimana tidak jalan leluasa kalau kita selama ini dan sampai sekarang itu berada di dalam logika ..... logika kapitalistik, bahkan jangankan media politis-politis partai politik juga kan tidak bermain dengan persoalan kapital-kapital ..... sudah masuk pada problem kapitalis ..... kita lihat kapasitas ini kan yang bermain di balik kapitalis itu apa sih, kapital saya tidak benar-benar yakin kalau itu persoalan agama, itu persoalan kapital disitu tetapi siapa yang berdiri di tiga paslon kemarin itu, ... jadi saya tidak melihat itu sebagai dead lock tetapi saya melihat bagaimana tiga ini atau sejauh mana tiga ini akan berlangsung..... sejauh mana gitu, dan sejauh manapun saya tidak bisa juga memprediksikan kapan ini akan berhenti selama manusia itu atau zaman ini dikuasai oleh ..... dan oleh kapitalistik dan, oleh selera-selera massa, selera pop Benar anda tadi katakan bahwa selera pop itu di bilang sebagai selera yang tidak berkualitas dalam bahasa jerman hal-hal yang itu berbudaya pop itu disebut chip ..... tidak ada di dalam persoalan utama kehidupan ..... itu adanya di lirikan budaya pop di istilahkan seperti itu dalam bahasa jerman tapi jarang budaya pop, finishing juga untuk kita definiskan satu seperti itu,pop dengan serius kita liat faktanya ..... sedemikian rupa dulu orang yang hidup di dalam seni yang elit katakanlah kabaret,lagu seriosa, papa rosi dengan suara merdunya yang ..... , tapi apa yang dibuat papa rosi pada tahun 90an awal bahkan sampai 90an akhir dan 90an awal, kerja sama dengan orang-orang pop ..... , ... dengan segala macam ..... , itukan sudah ..... antara elit yang dibilang tadi sampah dengan yang ....., nah dimana kita melakukan lagi itu, mana budaya dan ..... itu.

Tidak bisa di bedakan akhirnya.

Narasumber : Tidak bisa, sulit sekali kita memanfaatkannya lagi saya bisa setuju ucapan anda tapi kalau itu kita pakai didalam pengertian budaya pop untuk, mungkin abad 16,17,18,19 jadi setelah kemudian dikasih statik-statik bahwa pertunjukan bermutu juga perlu masal untuk itu mereka kemudian tidak bisa lagi bertahan di dalam definisi-definisi budaya pop seperti itu pertunjukan-pertunjukan elitjustru, dulu ..... itu hanya menerima tanda kutip yang benar-benar highclass, kemudian tahun 60-an sudah bergeser seperti deep purple, yang pop-pop semua itu masuk kesana kan, simbol elitik hancur, berantakan. Butuh masa lah katakanlah seperti itu. tapi begitu masuk ya akhirnya seperti orang batak bilang ..... uang yang mengatur negara ini, jadi ada persoalan-persoalan yang muncul kemudian, yang ini umumnya membutuhkan redifinisi tentang hal-hal yang kita definisikan sebelumnya, yang sekarang kita sebut budaya popseperti apa loh, (kayanya bukan hanya ..... tapi seluruh aspek kehidupan perlu di definisi ulang ya.)iya kan tekonologi juga jelas sekali, ketika tadi kita kembali lagi media massa. setelah media massa ini era televisi ..... gitu kan karena apa. Karena muncul pengaruh satelit bahkan sekitarnya kemudian untuk budaya yang kita sebut budaya digital ..... media massa juga perlu di redefinisi lagi karena tidak hanya cepat dan ritual tadi tapi kemudian muncul media digital ini kan problem besar juga yang justru media digital ini tadi itu batas elit dan pop .....

Kalau kita tarik untuk ..... terhadap budaya populer yang menjadikan alat untuk kampanye ..... itu apa point dari .....

Narasumber : Itu saja yang kita telusuri itu yang menjadikan mereka alat, alat politik. bahwa media massa ya jelas tidak main politik, kalau politik itu adalah persoalan kepentingan, berarti politik dengan demikian berkaitan langsung dengan kekuasaan media massa kan ingin .....didalam konteks kekuasaan, dan pasti ideologi mereka lebih, mereka lihat siapa yang nanti akan memperkuat kapital mereka agar lebih mengembangkan kapital mereka lewat media mereka,tujuan media massa kan itu kekuasaan juga kalau dulu yang kita liat atau kita definisikan yang anda bilang bukan sebagai pop, karena kita masih lihat dulu, oke bisa saya terima pendapat anda karena dulukan sampai pada tahun 76 itu muncul teori bahwa ..... kekuasaan sosialnya sebagai alat ..... alat ..... gitukan. (Kalau saya menyebutnya mitos pak) iya mitos bahwa pers menyebutnya kekuasaan keberapa itu ketiga atau keempat ..... dan dijadikan itu sebagai sesuatu ideologi, dan ..... penting karena berhadapan dengan penguasa-penguasa yang perlu diturunkan. Jadi, jadi itukan kontruksi juga ..... mendukung kontruksi .....

jadi akhirnya ..... sebagai bagian dari masalah sosial.

Narasumber : Iya, itu malah sekarang bukan bagian loh, Dia sebagai agen utama dalam ..... kalau saya bilang dia itu agen utama, sekarang orang ..... jadi sudah rumit gituloh. ..... tapi rumit dijelaskan bahwa semua itu adalah kepentingan modal, kepentingan ya kekuasaan kalau alat analisa ..... analisis kita tingal lihat kan pernyataan-pernyataan dari ..... dalam mengkontruksi

bagaimana supaya mereka itu bisa menguasai ..... dan kemudian kontribusinya itu kerja sama dengan ..... ketika yang calon itu jadi yasudahlah beres itu. (Ya ada .....) yaiyalah,semua keuasaan begitu, lalu ada diciptakan kontruksi ..... dan apalagi.

Nah sepertinya untuk budaya populer saya tudak menemukan benang merahnya kemudian ..... karena kan akan ..... dengan teori-teori yang lain.

Narasumber : nah, Sebuah paradigma baru yang ada masalah-masalah ditimbulkan oleh kapitalisasi kita sebenarnya dari tadi telah meneliti dengan berperan berkondisikan modern bahwa kita ini merupakan sebuah relatif yang sama-sama penting, yang tadi saya bilang relatif kompleksnya karena mereka sama-sama penting yang tidak bisa ditotomi satu sama lain, peran dimana menyalahkan sekarang sebenarnya tidak ada logika yang disalahkan atau dimenangkan. Logika sekarang ..... kesempatan saja, jadi siapa sekarang yang menjadi konflik jadi kalau logika soal pentangkai ..... sekarang ya kalau didalam kampanye perlu kandidat tapi apakah eksensinya itu mereka bisa menang tetapi yang kita salahkan ..... tetap kuat gitukan. yang namanya kepentingan bisa saja dihitung waktu atau ke yang dimaksud ….....

kalau dengan balik lagi, apakah post modern ..... sebuah tawaran alternatif.

Narasumber : Kalau dibilang alternatif kita bisa katakan kalau dia memberikan flusifektif alternatif bahwa ya seperti tadi didalam relatif itu kita tidak bisa melihat ada central, power dan central. ..... power, power ini berjalan bukan hanya bahan permainan, masalah ..... kalau permainan apa permainan kepentingan, permainan kepentingan itu yang tidak tahu sebenarnya yang mana, kita tidak tau lagi yang sekarang ataukah itu mitos atau fakta saya tidak tau lagi, ... hanya perseorang partai dan …..... partai jadi problem bersama-sama ..... saya hanya single menjadi permainan bahasa kepentingan.

stokmoni sudah merambah berbagai aspek walaupun kemudian punya efek muncul berkelipan, pertanyaannya apakah dalam konteks media massa jurnalistik apakah ada ..... jurnalistik stopmotion.

Narasumber : kalau melihat yang tadi, Bahwa ini adalah permainan terkesima itu kan buat sifat-sifat stok modern saja tidak ada lagi central atau symbol yang berkuasa ya tapi semua bisa jadi symbol, semua bisa jadi penanda-penanda tidak ada diistimitif itu memang menyangkut dalam bine kupon tadi kan permainan wancana semua ini, permainan ..... semua, kepentingan ada sekarang kan kita lihat yang muncul tehnik itu adalah justru komunitas-komunitas, …..... komunitas dengan permainan bahasanya menunjukan central yang ada.

kalau kita menyebut pers hari ini ..... pers ideal adalah persmengontrol kekuasaan untuk macam-macam apakah pers hari ini itu pers prespaktif.

Narasumber : Pres matika ajalah yang namanya itu jalanya itu prasasti jadi dia yang memutuskan.

apakah pres matic itu masuk wilayah mutlak kalau terpenuhi program ritme atau pers modeling.

Nrasumber : Tergantung bahwa dia permainan itu salah atau permainan untuk yang asik-asiksaja karena tidak bisa terhindarkan permainan-permainan tertentunya seperti itu. kalau sekarang keyakinan saya melihat situasi ..... ya tidak ada pihak yang akan menang ..... yang pihak itu dia bilang itu salah ..... kekuatan untuk ..... yang lain ..... media post modern itu, post modern ..... dalam artian juga dia membuat sebagai administer dan masyarakat sebagai agen partai politik sebagai agen yang lain-lain kritikus juga sebagai agen jadi mereka bermain-main bersuara,paling tidak ..... sebagai wacana kita berhutang untuk mendefiniskan kita selalu masuk berbahasa berformasi, bahasa berformasi maksudnya Bahasa-bahasayang media juga yang paling bagus beritanya dia paling jujur paling mine itu bahasa yang ..... dalam arti pengertian prasasti bahwa setiap agen berlakukan bahwa bahasa saya tidak dipakai dalam calon-calon jurnalisme pengleng bawa masalah paling atas selalu ..... kalau kita lihat inilah media massa masuk permainan agenda politik termasuk jokowi dan prabowo dengan ..... maknanya gampang ada agen tertentu benar-benarmenganalisis mengisi survei yang ini yang berpihak ke jokowi tapi ini terjadi …..... orang percaya saja yang kita lihat ini kan bertarung apa itulah orang-orang tidak bisa melihat fakta dan mitos orang peradilan juga tahu persoalan ada ahok itu sangat peduli orang cuman hilang populasi ini ada dipasang ini harus itu sampai orang yang tadi kita bilang persoalan tenaga kerja itu bisa datang kepada wilayah yang berotoritas ya itu masyarakat problem yang belum terpecahkan ya oleh karena itu saya tidak tahu apakah ini dengan makro apakah ini masalah soal universal kalau dikatakan urusan birateral bahwa ini ada dipihak ..... sekarang itu setiap Negara tidak bisa dikatakan tapi apakah universal dalam satu arti satu makna universal itu bisa membedakan universal itu tahap bahwa itu kita semua digunakan dalam stasiun makna berlaku untuk semua tapi kalau universal ada sebuah publik kalau kan saya mencoba membebaskan kalau zaman ..... media itu menggunakan nilai kurang, kurangnya adalah control kekuasaan siapa modern media itu sebagai nilai tukarkan kapitalisme tapi hari ini pospol itu saya lebih cenderung sebagai nilai yang mutof sebagai signitif dikit saja jadi ofan itu dengan yang off-nya jadi ya setiap ..... mereka ada yang kita sebut ada di agensi, agensi-agensi konteks sumberitas mereka mentranseling, makna-maknnya sendiri jadi kita melihat, kemudian Indonesia punya pers akses social itu menyangkut dengan popularitas selera berhubungan dengan akses pengandaan produk-produk termasuk bidang dasar masih dianggap survey masih terjangkau disemua orang.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

M. ALFAN ALFIAN

(DIREKTUR RISET THE AKBAR INSTITUTE)

KEBERPIHAKAN PRESIDEN SUSILO BAMBANG YUDHOYONO

1. Apakah keberpihakan Presiden SBY pada 2014 kepada Prabowo adalah sesuatu yang wajar atau sesuatu yang tidak wajar ditinjau dari pertarungan politik di 2014?

Saya kira SBY tidak punya pilihan lain selain mengarahkan dukungannya ke mau tidak mau kekuatan politik di luar Jokowi ya, dan dalam hal ini Prabowo, karena tidak ada titik-titik temu diantara kepentingan politik SBY (Partai Demokrat) dengan PDI Perjuangan terutama, dan saya kira sudah menjadi rahasia umum bahwa ada masalah komunikasi yang serius antara Pak SBY dengan Bu Megawati. Sesungguhnya posisi Pak SBY itu membuka diri untuk bekerja sama

dengan Megawati. Artinya, apabila memang dikehendaki untuk diajak berkoalisi mendukung Jokowi oleh PDI-P, itu kelihatannya tidak akan ditolak oleh SBY maupun Partai Demokrat. Tetapi, ternyata koalisi pendukung Jokowi kan sudah cukup dan tidak ada kepentingan dari pihak Megawati untuk mengajak serta Partai Demokrat. Dalam posisi seperti itulah kemudian, Partai Demokrat dan atau SBY itu menjadi terkunci untuk tidak bisa mendukung koalisi yang diusung oleh PDI-P. Kebuntuan komunikasi masih tetap berlanjut antara SBY dan Megawati dan pada akhirnya mau tidak mau pilihannya tinggal mendukung lawan dari koalisi yang didukung oleh kelompok PDI-P dan partai-partai lain itu, yakni pasangan Prabowo Subianto dan Hata Rajasa.

Disisi lain ada faktor Hata Rajasa sebagai besan dari Pak SBY, terus juga mempengaruhi pilihan politik SBY pada tahun 2014 itu. Nah, itu dua faktor itu yang menyebabkan SBY pada akhirnya memilih pilihan politiknya kesana. Memang agak repot ya SBY dalam memutuskan pilihan politiknya itu karena tidak sejak awal merupakan pilihan politik yang diharapkan, tetapi mau tidak mau itu adalah pilihan politik yang harus dilakukan. Nah itu saja. Jadi, dengan Pak Prabowo itu bukan juga tidak punya masalah antara SBY dan Prabowo bahkan peluang titik temu diantara kedua tokoh ini besar karena sama-sama berlatar belakang militer. Bahwa mereka pernah menjadi bagian dari studi institusi ABRI di masa lalu. Itu lebih membuat kedua tokoh ini mudah untuk melakukan komunikasi dan saya melihat juga karakter Pak Prabowo juga bukan seorang politisi yang susah untuk diajak berkomunikasi. Pak Prabowo adalah seorang politisi berlatarbelakang militer yang rasional, tidak jaim, tidak jaga image dan dia terbuka untuk berkomunikasi dengan siapa saja, tentu berdasarkan kepentingan-kepentingan politik yang dipertimbangkan sebelumnya, maka karakter egaliter Prabowo itu yang menguntungkan Pak SBY untuk pada akhirnya bisa berkomunikasi lebih baik dibandingkan dengan hubungan komunikasi Pak SBY dengan Megawati. Jadi, pola hubungan komunikasi antara elit yang menentukan pilihan politik SBY pada Pilpres 2014, pertama.

Yang kedua faktor hubungan kekeluargaan dengan cawapres Prabowo, yakni Pak Hata Rajasa yang merupakan besannya Pak SBY. Itu juga menjadi faktor tersendiri dalam hal mengapa Pak SBY pada akhirnya membela menurut istilah Anda Prabowo pada Pilpres 2014.

2. Apakah keberpihakan SBY pada Prabowo atau pilihan politik SBY pada Prabowo, apakah itu etis atau tidak dari sudut pandang SBY itu sebagai Kepala Negara?

Kalau dalam konteks Pilpres 2014 etis aja, karena pilihan politik itu adalah sesuatu yang mengharuskan elit-elit politik yang terlibat dalam partai-partai politik untuk memutuskan pilihan politiknya. Kendati pun Pak SBY itu menjadi Kepala Negara tapi kan dia penentu jalan politik di Partai Demokrat. Nah ini isunya ialah apakah rangkap jabatan itu etis atau tidak kan itu pada akhirnya. Ini kan jadi isu abadi di politik di Indonesia.

Ada yang mengatakan bahwa tidak ada masalah rangkap jabatan itu asal bisa meletakkan diri bahwa seorang presiden pun juga bisa menjadi perangkap sebagai ketua partai apabila memang dia bisa menunjukkan kepada publik kapan hari-hari mengurus partai, dipisahkan dengan hari-hari mengurus negara. Tetapi, para filosof yang lebih konservatif menolak bahwa itu sangat tidak etis dan oleh karena itu rangkap jabatan itu harus dihapuskan. Mestinya kalau seorang jadi presiden, itu harus meninggalkan partainya. Seperti yang sering dikutip dan sudah menjadi semacam ANDAGIUM (?) etika politik. Ketika sudah terpilih menjadi presiden, mestinya elit politik itu harus meninggalkan partainya. Tapi dalam tradisi politik di Indonesia, era reformsi, itu kan tidak seperti itu, dan masalah etika politik itu makin lama makin dianggap tidak relevan lagi karena Bu Mega juga pernah melakukan hal yang sama. SBY walaupun dia pada saat itu, pada akhirnya mengambil alih posisi ketua umum dari Anas Urbaningrum juga kan dan kemudian dia melakukan rangkap jabatan dan dia langsung mengurus partainya sendiri ketika dia menjadi seorang presiden. Maka, isu etika politik itu menjadi isu yang terpinggir dengan sendirinya oleh praktek-praktek politik yang dianggap lebih dinamis, atau lebih pragmatis, atau lebih dianggap penting karena politik itu pada hakikatnya adalah proses pengambilan keputusan terlepas dari apakah dia itu melanggar etika atau tidak. Isu etika politik itu hanya sekadar isu yang muncul di artikel-artikel koran saja tapi didalam kehidupan sehari-hari masyarakat tidak mempersoalkan SBY itu mau jadi presiden merangkap sebagai ketua partai ataupun tidak. Isu etika politik jadi kurang relevan dalam hal ini, walaupun rangkap jabatan itu juga tidak etis sebenarnya dalam hal ini.

3. Tadi disebutkan SBY dengan Prabowo itu satu institusi, kemudian saling menguntungkan. Apakah diantara hubungan kedua mereka itu untuk saling menutupi kekurangan masing-masing?

Tampaknya tidak sampai sejauh itu. Ini hanya sekadar untuk, semua itu harus kita baca dalam proses pilihan-pilihan politik menjelang pilpres 2014 yang menghendaki mereka pada akhirnya bertemu kepentingan. SBY juga pada akhirnya bertemu kepentingan dengan Prabowo karena pilihan politiknya memang mengarah kesitu. Jadi, tidak ada itu kaitannya mereka dengan saling menutupi kelemahan di masa lalu, karena tentu saja tidak hanya sekadar urusan pilpres, hal-hal yang terkait dengan masa lalu juga tidak dianggap penting untuk diungkap-ungkap oleh sesama politisi yang berlatarbelakang militer. Nyaris tidak pernah ada konflik politik yang membawa-bawa pertistiwa-peristiwa masa lalu dan itu menjadi sesuatu yang dianggap menguntungkan oleh jenis politisi ini. Jadi saya kira, tidak ada kaitannya dengan apakah mereka saling menutupi hubungan masa lalunya. Bahkan beberapa media juga mencoba untuk mengkaitkan bahwa masa lalu kedua orang ini baik-baik saja, tidak ada sesuatu yang membuat mereka itu berkonfrontasi sejak era dia netral dalam karirnya di kemiliteran. Hubungan SBY dan Prabowo itu tidak seperti hubungan SBY dengan Pak Wiranto yang sempat menghangat dan sempat memunculkan spekulasi-spekulasi politik yang dikesankan bahwa kedua tokoh ini memang rival bebuyutan, tetapi dengan Pak

Yudhoyono, Pak Prabowo tidak punya masalah yang membuat masyarakat terkesan bahwa kedua tokoh ini pernah memiliki masalah konfrontasi diamitra dimasa lalu. Jadi, ketika mereka saling pada akhirnya SBY membela Prabowo, mendukung Prabowo tidak ada kaitannya dengan upaya menutupi kelemahan-kelemahan masa lalu karena memang mungkin sesama politisi berlatarbelakang militer juga punya kode etik tersendiri untuk tidak mengungkap-ungkap masalah dimasa lalu.

4. Balik lagi ke etika politik, tadi ada dua hal yang berbeda, satu dalam realitas dan satu dalam idealisme. Apakah etika politik di Indonesia itu harus dibukukan dalam peraturan dengan sanksi hukum dan dengan aturan-aturan yang baku atau hanya tentang wacana saja?

Yang namanya etika itu tentu pasti hanya sekadar wacana dan kovensi. Kalau ditulis itu hanya sekadar sebagai piagam atau semacam pernyataan atau sekarang yang sedang nge-trend itu ialah code of conduct. Itu kan tidak bersifat mengikat secara hukum, kecuali ada konsekuensi hukum. Nah itulah bedanya antara etika dan hukum. Kalau etika itu kan sesuatu yang tidak harus berkosekuensi terhadap sanksi hukum. Kalau proses hukum muaranya adalah ada sanksi hukum dengan penegakan hukum itu. Oleh karena itu, etika lebih longgar, etika lebih fleksibel ketimbang hukum. Hukum itu kaku, dan hukum itu kadang-kadang terkait dengan urusan menang-kalah, yang kalah harus dihukum, tetapi kalau orang yang melanggar etika kadang-kadang itu cukup dimaafkan.

Etika politik itu sesuatu yang seperti itu juga. Etika politik itu bukan hukum politik. Etika politik itu bukan sesuatu yang harus kita baca sebagai sesuatu proses hukum dalam peradilan. Etika itu lazim dilanggar. Makannya kan pernah ada iklan lembaga survey disebuah koran setengah halaman penuh, ucapan selamat kepada beberapa klien gubernur yang terpilih di berbagai daerah, bahwa lembaga survey itu telah memenangkan beberapa gubernur, si A di provinsi ini, si B di provinsi ini. Itu menunjukkan kepada pembaca bahwa dia punya reputasi. Tapi jargon yang dia tulis dalam iklan itu begini, "Kami siap melayani klien apapun, asal tidak melanggar hukum." Nah kalimat "asal tidak melanggar hukum" itu kan menarik. Kalau melanggar etika kan tidak masalah, melanggar etika itu belum tentu melanggar hukum. Jadi, sebenarnya iklan itu menegaskan suatu pengakuan bahwa selama ini yang dia lakukan itu adalah nabrak etika, melanggar etika, tapi itu tidak masalah karena dianggap tidak melanggar hukum. Selama tidak melanggar hukum, apapun bisa kami lakukan untuk memenangkan klien kami.

Termasuk menabrak etika?

Nah, itu kan begitu. Jadi, melanggar etika itu biasa dalam politik. Karena etika itu merupakan sesuatu yang abstrak, yang pengertiannya berbeda-beda dan satu masyarakat ke masyarakat yang lain, orang mengatakan bahwa apa yang Anda lakukan melanggar etika, tapi orang lain mengatakan tidak dalam budaya masyarakat kami itu tidak melanggar etika, dalam budaya masyarakat Anda itu

melanggar etika. Di Jawa Anda makan bersama, kemudian cara Anda makan itu tidak sopan, maka itu dianggap melanggar etika. Di masyarakat yang lain, di Batak misalnya perilaku yang di Jawa itu yang dianggap melanggar etika, dianggap biasa-biasa saja. Tentu di depan umum misalnya, itu di kita dianggap sangat tidak sopan, di masyarakat Jawa misalnya dianggap menghina. Di masyarakat lain tidak masalah. Itu kan salah satu alasan mengapa orang itu menganggap etika itu abstrak dan etika itu subjektif. Kalau penegakkan hukum kan sudah jelas.

Nah, etika politik itu menjadi sesuatu yang sentral dalam pemikiran politik, dalam praktek politik. Makannya ada suatu mata kuliah yang menempatkan etika politik ini sebagai suatu isu sentral. Ada yang menyebut sebagai mata kuliah pemikiran politik, teori politik, etika politik, itu tumpang tindih disitu membahas masalah-masalah yang terkait dan hubungan antara politik dan moralitas dan itu juga sangat berbeda-beda antara pemikir satu dan pemikir yang lain, filosof satu dan filosof yang lain. Sehingga kemudian dalam politik itu etika politik dianggap penting tetapi real politik itu jauh lebih dianggap penting. Real politik itu ialah instansi politik yang sesungguhnya. Jadi, misalnya dalam pilkada DKI belakangan ini, itukan banyak sekali kritik mengemuka terhadap kemenangan Anies-Sandi kan masalah identitas politik, pemanfaatan isu-isu untuk kepentingan politik. Itukan kalau diamini hal-hal semacam itu kan tidak absah secara etis kemenangan itu kan. Tetapi kan tidak menggugurkan kemenangan yang sebenarnya, real politik nya.

Dalam konteks pilpres 2014, juga begitu. Semua pasangan, kalau dicek satu per satu juga banyak melakukan pelanggaran etika politik. Pelanggaran-pelanggaran etis dalam kampanye, pelanggaran-pelanggaran segala macam itu bisa di cek BAWASLU sana. BAWASLU kan tidak semua kasus yang dilaporkan masyarakat itu bisa diangkat dalam proses hukum. Hanya kasus-kasus tertentu saja yang dianggap mengandung delik hukum, itu bisa diproses secara hukum. Tapi banyak laporan yang hanya sekadar mengendap sebagai catatan pelanggaran oleh BAWASLU yang tidak bisa diangkat atau dibawa keranah hukum.

5. Dengan kondisi ada perbedaan yang sangat dalam antara etika dan praktek, apakah dengan kondisi masyarakat seperti ini, Indonesia yang seperti ini, membutuhkan tentang etika politik?

Etika politik pasti. Etika politik itu kan kewajaran dalam berpolitik. Dalam berpolitik itu wajar atau tidak orang melakukan tindakan-tindakan dan aksi-aksi politiknya, yang wajar itu seperti apa dan sebagainya itu kan sudah menjadi semacam pemahanam umum, tetapi politik itu kan sangat memberi ruang yang terbuka bagi aktor-aktor yang terlibat didalamnya untuk mencari pembenaran atau legitimasi pembenaran. Upaya untuk mencari pembenaran itulah yang seringkali bertabrakan dengan etika. Yang dicari oleh seorang politisi bukanlan kebenaran, tetapi pembenaran-pembenaran terhadap apa yang dia lakukan. Ikhtiah untuk

mencari pembenaran, ikhtiar untuk membenarkan tindakan-tindakannya itulah yang seringkali dianggap tidak etis, seringkali dianggap melanggar etika.

Tetapi dalam konteks di Indonesia, melanggar etika itu sesuatu yang biasa?

Tidak hanya di Indonesia, tetapi dimanapun kelihatannya begitu. Di Amerika belakangan ini, kemenangan Donald Trump itu banyak catatan pelanggaran etika yang dilakukan oleh dia.

Tetapi dianggap lumrah ya?

Nah itu, tentu saja ada banyak yang mengkritik, misalnya tweetwar yang dia lakukan, ujaran-ujaran yang dilakukan yang bernada rasis dan kemudian dia meremehkan kelompok tertentu dalam masyarakat, itu kan melanggar etika sebenarnya. Tetapi orang sudah protes tentang perilaku tindakan-tindakan seperti itu, menyayangkan. Tetapi karena dianggap tidak melanggar hukum dan tidak bisa dibawa keranah hukum, dianggap sesuatu yang pada akhirnya orang hanya bisa menepuk dada. Jadi, etika itu kan pada akhirnya orang bisa menyimpulkan, oh ini proses demokrasinya berkualitas, oh tidak berkualitas, itu saja. Tetapi demokrasi berkualitas atau tidak berkualitas kan tetap menghasilkan pimpinan. Pemimpin yang terpilih itu kan tidak kemudian serta-merta gugur kalau kemudian dikomentari banyak melanggar etika. Karena melanggar etika itu bukan sesuatu yang tidak sama dengan melanggar hukum dan kemudian dijadikan sanksi hukum yang kemudian membatalkan proses politik yang dilakukan oleh orang itu. Misalnya di Amerika sekarang ini kan begitu. Semua orang sepakat bahwa Donald Trump melanggar etika dalam kemenangan dia menjadi seorang presiden, tapi tidak semua pelanggaran etika itu bisa ditindaklanjuti dalam suatu proses hukum, kecuali hal-hal yang dicoba untuk diangkat oleh lawan politknya untuk mengurus kembali dugaan-dugaan pelanggaran penghitungan suara, tapi itupun juga tidak mempan. Belakangan ini juga terkait upaya untuk memojokkan Donald Trump itu terkait dengan isu Rusia, Rusia yang dianggap menggunakan kekuatan teknologi informasinya untuk mengacak-acak penghitungan suara di pemilu Amerika itu sehingga memenangkan Donald Trump. Dan apabila itu terbukti benar dan kasusnya bisa bergulir di pengadilan dan kemudian Donald Trump divonis bersalah, maka itu bisa mengugurkan posisinya sebagai presiden terpilih.

6. Dimana titik temu antara politik dan etika politik?

Etika itu hanya urusan catatan kaki saja dalam proses politik. Etika itu bukan menjadi sesuatu yang pada akhirnya menentukan kemenangan dalam kontestasi politik. Tidak ada jaminan bahwa orang yang mengindahkan etika atau melakukan tindakan politik tingkat tinggi atau high politic dengan cara-cara yang mereka anggap tidak melakukan pelanggaran etika, itu akan menang dan atau kalah dalam kontestasi politik. Jadi, etika itu harapan publik luas bahwa demokrasi itu harus berlangsung secara fair dan berkualitas. Ukuran demokrasi yang berkualitas itu antara lain, terutama apabila etika politik diindahkan oleh apakah elit yang

berkontestasi ataukah oleh masyarakat secara umum. Tetapi, dalam prakteknya itu hanya sebuah imbauan. Orang seringkali juga tidak merasa melakukan pelanggaran etika ketika dia melakukan aktivitas politik, padahal itu melanggar etika.

7. Jadi kalau begitu, hukum dengan etika politik tidak pernah bertemu?

Oh iya, tidak pernah bertemu dan itu dua hal yang berbeda, karena kalau etika itu sanksinya hanya sanksi moral, sanksi sosial, kalau pelanggaran hukum itu sanksinya hukum. Kalau dalam agama itu kan sudah jelas kalau moral itukan akhlak, kalau hukum itu fiqih. Kalau Anda tidak memberi pengemis di jalan, itu Anda tidak etis, bermasalah secara etika. Akhlak Anda dimana itu. Bisa dipersoalkan. Tapi secara hukum, secara fiqih kan lain lagi, kalau secara fiqih kan justru pengemis itu yang salah, mereka kan yang mengganggu ketertiban umum. Dalam politik begitu juga. Itulah yang membuat politik dianggap sebagai seni, karena dalam hal ini adalah seni untuk membenarkan tindakan-tindakan para politisi, tindakan politik, upaya untuk melakukan pembenaran politik, melegitimasi politik itulah yang ketika menjadi isu sentralnya.

8. Bukankan etika yang ada dalam masyarakat adalah salah satu sumber hukum?

Iya sumber hukum kalau sudah dikodifikasi menjadi aturan hukum. Kalau tidak kan tidak semua hal-hal yang bersifat etis itu menjadi aturan hukum yang bersifat mengikat dan sanksional. Itu kan ada hukum formal, dan hukum material. Saya tidak begitu paham. Ada filsafat hukum, ada hukum formal, selama masih belum menjadi hukum formal kan itukan etika dalam masyarakat. Ketika ada formalnya maka itu mengikat semua orang, kalau selama masih bersifat belum mengikat semua orang, nah itulah etika.

9. Ini kasusnya akan sama pada kecurangan pemilu.

Ya kecurangan dalam pemilu itukan juga susah pada prakteknya. Anda perlu menelaah bahwa BAWASLU itu menemukan banyak sekali pelanggaran dalam pemilu tapi yang berujung pada diajukannya kepada pengadilan itu hanya sedikit saja. Jadi mengapa hal itu bisa terjadi. Nah itukan karena laporan-laporan yang dilakukan oleh masyarakat itu banyak yang tidak dianggap sebagai pelanggaran hukum, hanya sekadar pelanggaran etis. Kalau pelanggaran etis itu tidak akan menggugurkan hasil pemilu, hanya bisa mengatakan dengan kesal, tidak bermutu pemilu kali ini, politik uangnya banyak, dan sebagainya. Tetapi kalau itu tidak terbukti secara hukum dan tidak berujunga pada proses hukum, maka itu menjadi isu etis, isu moral politik.

Atau mungkin penegakkan hukumnya memakan waktu yang lama dan melelahkan untuk mengadali sesuatu bahwa itu melanggar hukum?

Ya, itukan masalah teknis tapi kalau memang dianggap itu pelanggaran hukum yang perlu diangkat dan ditindaklanjuti ke pengadilan, mestinya lama atau tidak lama itu bukan jadi pertimbangan utama, pertimbangannya adalah penegakkan keadilan pemilu.

10. Sampai sekarang kita belum pernah mendengar bahwa si A melanggar hukum, kemudian sanksinya A, termasuk pada pemilu kemarin.

Ya itu, jarang ada orang yang kena sanksi hukum pidana pemilu. Itu memang agak susah penegakkan hukum pemilu kita. Jadi satu catatan. Makanya dalam politik elektoral di Indonesia, etika politik itu menjadi tidak sepenting real politik. Etika itu hanya isu pinggiran. Kalau kemudian wartawan terus menerus menanyakan masalah itu etika politik kepada narasumber, lama-lama kemudian koran-koran akan diisi oleh sesuatu yang tidak bisa merubah real politik, kan hanya wacana dan ujung-ujungnya orang akan mengatakan pemilunya tidak berkualitas, tapi yang menang tetap saja menang.

Isu mengenai demokrasi berkualitas, tidak berkualitas ini kan sudah lazim dari lembaga pemerintah demokrasi. Itu kan selalu membuat laporan demokrasi di seluruh negara. Mengapa negara kita dianggap demokrasi penuh, kemudian menjadi setengah penuh, atau tidak penuh. Yang setengah penuh itu dianggap sudah demokratis, tetapi pelanggaran etikanya masih banyak terjadi. Jadi tidak bermutu. Paling hanya sekadar tidak kemudian kalau lembaga pemerintah demokrasi menurunkan rating bisa dari full democracy jadi half democracy, demokrasi setengah-setengah itu, Jokowi kemudian tidak absah, harus pemilu ulang lagi, itu kan tidak begitu. Hanya sekadar kajian, yang didasarkan oleh indikator-indikator etis dalam proses politik.

11. Kayaknya banyakanya pelanggaran etika bisa jadi mungkin itu pelanggaran hukumnya sedikit? Kalau banyaknya aspek pelanggaran etika, maka pelanggaran hukumnya sedikit?

Tidak juga seperti itu. Bisa dicek di BAWASLU, mengapa kasus-kasus pelanggaran pemilu itu tidak selalu berujung pada pelanggaran hukum. Berarti itu pelanggaran etika yang lebih banyak dan disisi lain mengapa yang sampai keranah hukum itu sedikit. Bisa jadi aparat penegak hukum kita juga merasa tidak mampu untuk mengatasi masalah-masalah pelanggaran yang begitu banyak apabila semuanya dikonversikan kedalam kasus hukum, maka tidak akan cukup waktu dan sebagainya terlalu bertele-tele. Jadi keterbatasan proses hukum itu juga menjadi faktor tersendiri.

12. Mungkin butuh waktu yang lama kalau ada beberapa pelanggaran etis itu harus disidang butuh waktu yang lama dan melelahkan?

Iya, aparat penegak hukum kita juga terbatas. Dalam kasus pelanggaran pemilu, sengketa pemilu, sengketa politik di Indonesia ini menjadi semacam bola pingpong antara MA dan MK. Si MA tampaknya tidak mau dilimpahi urusan-urusan sengketa pilkada, makanya itu dikelola oleh Mahkamah Konstitusi, tetapi disisi lain juga belakangan ini MK juga tidak mau terlalu banyak mengurusi kasus-kasus semacam itu karena alasan-alasan teknis tertentu.

13. Apakah kondisi pelanggaran yang dibiarkan, tidak ada hukumnya, pengadilan yang lama, tidak transparan, apakah itu akan membuat pelanggaran dalam bentuk lain, dan pelanggaran akan semakin tolerir?

Tergantung perkembangan aturan-aturan pemilu yang ada, yang selalu berubah setiap lima tahun. Apabila memang perancang kebijakan itu serius dalam merancang undang-undang tentang pemilu, maka dia akan ketat dalam menerapkan hukum pemilu, hukum pidana pemilu, dan akan betul-betul mengurus pelanggaran pemilu itu dan menyeret pelaku pelanggaran itu keranah hukum. Selama ini juga aturan main atau perundangan-perundangan yang ada tidak meng-cover, tidak mendesain dirinya untuk mengarah kearah yang lebih serius. Karena kita tahu bahwa yang membuat rancangan hukum pemilu itu adalah elit-elit yang berkontestasi dalam pemilu itu sendiri. Sehingga ini sudah menjadi kritik umum, bahwa dalam pasal-pasal penegakkan hukum pemilu banyak celah yang bermuara pada kesimpulan para elit politik itu tidak memiliki komitmen yang sungguh-sungguh dalam mendesain aturan-aturan terkait dengan pelanggaran pemilu. Sehingga itu juga membuat banyaknya pelanggaran pemilu itu tidak bisa berujung pada proses hukum. Perbaikan aturan perundang-undangan itu menjadi mutlak adanya tetapi sayangnya politik yang ada didalam partai-partai politik itu lemah kearah sana. Hampir tidak menjadikan isu itu menjadi isu utama, isu penegakkan hukum pemilu, yang mereka ributkan itu selalu isu-isu lain seperti sistem pemilu, versi suara menjadi kursi, penetapan dapil, kemudian ada isu-isu lain yang terkait dengan peluang kemenangan partai dalam pemilu. Sementara penegakkan hukum pemilu itu menjadi sesuatu yang tidak dianggap penting oleh mereka. Padahal, LSM-LSM pemantau pemilu, LSM yang concern terhadap regulasi pemilu itu menganggap paling penting penegakkan hukum pemilu, termasuk bagaimana aturan mengenai money politic, aturan mengenai dana kampanye, aturan mengenai dana keuangan partai, pengelolaan keuangan partai. Tetapi itu semua dianggap isu-isu yang remeh-remeh saja oleh partai-partai politik yang punya kursi di DPR, yang terlibat dalam proses perancangan pemilu.

14. Artinya, elit partai itu mendesain peraturan untuk melanggar peraturan, untuk mencari celahnya melanggar peraturan?

Ya secara alamiah seperti itu karena yang mereka pikirkan kepentingan untuk menang. Paling dipentingkan adalah kepentingan agar partainya menang dalam pemilu. Mereka tidak memposisikan isu-isu etika politik sebagai isu-isu perioritas. Isu-isu etika politik dan isu-isu penegakkan hukum sebagai sesuatu yang prioritas. Mengapa demikian? Karena secara politik hal-hal semacam itu juga bisa menjadi senjata makan tuan, apabila itu seperti membesarkan anak macan. Dia yang membuat suatu aturan, pada akhirnya bisa menjerat dia sendiri.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

SUWARJONO

(KETUA UMUM ALINASI JURNALIS INDEPENDEN)

Wawancara: secara umum bagaimana AJI secara intitusi baik dulu ataupun sekarang melihat peta petarungan pilpres kampanye 2014.

Memang kita tidak punya kelebihan yang bisa dijadikan rute utama untuk menunjukan berita yang kemarin dilakukan oleh teman-teman adikat itu dijakarta itupun bukan hanya sarus tapi termasuk pembelian umpera pemilu secara umum

dan itupun hanya melihat pelanggaran-pelanggarannya tapi soal koalisasi pembinaan independensi itu hampir dinyatakan oleh awak media termasuk soal pilihan-pilihan mereka berpihak atau berhati-hati ke siapa itu terutama untuk 2014 itu sangat terasa dansebenarnya 2014 saya juga masih ada disalah satu media yang punya pilih politik dan saya kira pengalaman real lapangan baik teman saya dimnc teman-teman saya dimetro teman-teman diviva group pertama tiga ini ya yang paling kelihatan mengambil personing terlepas misalnya 4 group disebut disitu sebagai asuhan mereka mengambil tujuan ini tapi saya kira diantara sekian group media yang punya aktivitas politik jelas kalau kompas tidak punya patron tidak punya patron misalkan mereka mempunyai tokoh ketua partai seperti halnya yang terjadi ditv intertv group dimnc group atau diviva group karena jelas tiga ini mereka apliasinya debartemennya sangat kuat bahkan lebih di pemilu pun sudah digunakan untuk kampanye mnc digunakan oleh kampanye partai pemilik Haritanu kemudian metrotv digunakan oleh kampanye surya paloh dan viva digunakan untuk kampanye partai golkar jadi ketiga ini jauh lebih kelihatan pola ritas dengan kegunaan media juga sebanding dengan media yang lain patron media ini kan terletak dikelompok-kelompok tv meskipun dikoran itu ada misalnya nyewa pos group tempo group tapi yang paling rata pengunaan dikarena mereka menggunakan tv-tv yang selama ini sebetulnya frekuensinya … atau mereka pintu air yang seharusnya dikelola oleh lembaga yang kepentingan public bukan untuk kepentingan partai prinsipnya itu terasa betul.

Reporter: apakah keberpihakan pers atau kepada partai politik atau berpihakan para calon partai pilpres adalah … tidak keberesan social bagi masyarakat demokratif.

Kalau dilihat dari parken kejelekan tidak hanya diindonesia Negara luar juga terjadi dan memang nampaknya justru demokrasi yang diambil oleh kedua Negara itu memungkinkan kelompok orang termasuk pengusaha atau termasuk pemilik media itu mengambil kitab untuk bersebrangan dengan lain-lain bermedia dan parken ini sudah berhasan ketika indentitas kita media mulai dikuasia oleh para pedangan dan politik bukan lagi oleh orang-orang norwegia itu contoh untuk penggeseran penyalahgunaan itu sangat kuat kalau dari latar belakang media digroup-group besar ini adalah awalnya yang dimiliki oleh orang murni-murni atau jurnalis atau sebenarnya dia pengusaha media bukan dari pengusaha lain itu kan hanya dikelompok kompas dikelompoknya pempojawapos termasuk dikejadian diindonesia tentunya indoensia awalnya juga backgroundnya dia media orang jurnalis diluar itu sebagian besar kan pedangang lebih gesit dan politisi vivagroup ikut kelompoknya emtek pun pedangang transkop pedangang kelompok-kelompok ini kemudian misalnya orang-orang pemain baru yang backgroundnya politisi dan pembisnis kalau awalnya mereka tidak paham soal sander generitik kita masih bisa mengerti seharusnya memberikan tau tapi kemudian orangnya sangat paham sekali sangat paham dengan media paham-paham kode etik dan lain-lain nanti kemudian dia melancurkan kepentingan politik tertentu itu upaya yang layak ditanyakan karena dia tau betul pahamnya etikanya seperti apa kode etiknya bahkan undang-udangnya dan sebetulnya ada di mega Indonesia group karena mereka yang kita awal memang dibawah undang-

undang media dan kemudian media sebagai bisnis kalau misalnya dengan kelompok-kelompok lain saya melihat banyaknya sekian group besar ini memang murni misalnya saya kelompoknya kompas dan tempo termasuk yang masih real berusaha untuk menjaga penelitian sesuai standar etik biolitik meskipun belakangan mereka berkompromi dengan bisnis dan group kompas misalkan juga saya kira apalagi digenerasi yang baru mereka kompas pun digroupnya udah berjejeran … misalnya kalau dilihat dengan media-media indonesiaa seperti kompas tidak menjaga standar etik biolitiknya itu sangat kelihatan betul sangat luar biasa.

Reporter: apakah keberpihakan secara politik di 2014 bagi media adalah sebuah kesalahan atau sebuah keliruan atau kompominya dengan kode etik jurnalistik?

Dengan standar komper kode jurnalistik tidak masuk karena mereka jelas menggunakan standar kepentingan pemilik contoh bagaimana misalnya metrotv di 2014 sangat sedikit sekali memberitakan atau bahkan menayangkan kubu lawan politiknya itu kan besic distandar jurnalistik dietika atau kalau preming sih tidak bisa dipungkiri ya misalnya freming tapi hal yang sangat standar adalah menggunakan standar kode politiknya aja itu tidak dipenuhi kalau misalnya itu dikatakan apakah mereka tidak menggunakan standar saya kira memang tidak untuk tiga media yang dimiliki oleh ketua partai politik kebetulan waktu itu semua media itu ikut kontestan dipemilu dan mereka semua ketua partai diluar kompas group tetap ketua partai itulah mnc lalu metro dan viva ketiga-tiganya sangat real kalau mau dikomper …. apakah mereka .. kode etik jurnalistik saya katakan tidak bahkan kami 2014 itu karena saking 2014 kami menganugerahkan AJI itu 3 media itu sebagai musuh .. pers di 2014 satu-satu ini untuk pertama kalinya aji menyebut orang media pemilik media atau pengelola media sebagai musuh kebesaran pers di 2014 karena itu penggunaan frekuensi begitu lama waktu itu tiga tv itu tvone, metrotv kemudian mncgroup jadi ada lima tv yang pemiliknya sudah dijadikan bagaikan musuh kebesaran pers akibat ruguni.

Reporter: sesungguhnya banyak pertimbangankan masalah pertimbangan politik sebagai pertimbangan ekotomi mereka berpihak kalau pas dipertanyaannya apakah kapitalisme dalam jurnalistik itu sudah merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari lagi sehingga menyebabkan 2 orang politik kekuatan turun untuk membisniskan berita .

Industriata media memang tidak bisa dipungkiri agar semua media yang sekarang masih bisa terpaid masuk diranah itu dan mereka kemudian bergeledah dengan politisi untuk menjual media mereka ini yang saya kira termasuk paradoks bagaimana media yang seharusnya dibangun tapi ternyata kalah dengan kapitalisasi bahkan segala ini sebenarnya makin kebelakang semakin menguat itu karena masih pun level diamerika karena ada beberapa media bertahan itu tinggal lima pemilik besar Indonesia masih ada dua belas pemilik diamerika tinggal empat puluh lima yang masih bertahan diperusahaan yang lainnya ya mereka menjadi media-media burem yang misalkan kandidat pun tidak berat bahkan kalo konglomerasi untuk konteks sekarang ini diperkiraan mangkanya lawan sekarang

lawannya terbesarnya adalah media-media, media besar yang saya kira yang justru bisa melawan kelemahannya

Reporter: apakah dengan konglomerasi itu kan tidak selalu jelas pertanyaannya apakah konglomerasi itu bisa kompromaid bisa komprasibel dengan kode etik jurnalistik?.

Sebagian besar atau kecendrungannya konglomerasi ini karena mereka terkait kearus instalasi media instalasi ini yang mejadi problem adalah mereka kompromi dengan yang namanya …. sendiri yang memang kemudian bisa kalau system nyusun tidak kuat dia bisa menyeret ranah jurnalistik ke isu-isu atau kompromi terhadap prilaku bisnis dikelompoknya apalagi untuk media yang mereka belum bisa mandiri dengan penghasilan mereka sendiri ada berapa media tv sekarang sangat tergantung pada bantuan dari pihak lain pertama dari owners atau dari subsidi bayang kalau subsidi itu mereka sangat tidak bisa independen tetapi saya yakin ada beberapa media yang frutaksinya independen ya misalnya dua media yang bisa jadi rujukan adalah misalnya tempo dan kompas saya masih yakin pilihan mereka untuk independen itu masih bisa dipertanggung jawabkan untuk tetap netral kode-kode etik kecuali karena mereka rekan bisnis kerja adalah kompromi kalau ada tekanan karena ini bisa contohnya adalah yang simple misalnya kayak level kompas karena pihak asing besarnya dia menjaga yg namanya equin derem ,,,,keseimbangan bisnis dan politik ya simple aja lah kalau mereka dapat takaran yang sangat keras misalkan mereka ditekan oleh kelompok agama untuk heran mereka memilih kompromi selama-lamanya adalah mereka memilih tidak memberitakan itu berkali-kali kalau soal terkait apbd mereka memilih tidak memberitakan.

Reporter : kalau kita ngobrol … itu yang bukan dikelompokan itu mereka memang trauma, trauma masa lalu mungkin trauma kompas berbeda dengan trauma tempo. Mulai pemberitahuan dari enam pulih lima kemudian ke tujuh puluh delapan kemudian ke monitor mari kasus fpi itu kemudian membuat mereka.

Memilih mereka untuk aman memang menjaga itu, keseimbangan karena merasa mereka sudah media buta perilaku mereka tidak mau mengambil resiko jadi untuk level kompas yang mungkin bisa di… adalah pihak itu mereka memilih diam untuk bisa-bisa yang penting daripada mengancam kehidupan mereka.

Reporter: terlepas dari berbagai ingripolitik kompas itu tetap berada dijalur yang secara historis yang berada di… itu. Kita akan akui rasanya susah kalau kompas harus membackup pks misalnya karena partai …. itu adalah fusi di pdip tahun tujuh puluh dua dan … dan teman-temanya … kompresi jaga macam-macamnya adalah pentolan-pentolan pimilihan yang tidak bisa dihindari dalam bahasanya saya senetral-netralnya kompas tetap aja dia punya kecendrungan untuk berada di pihak khusus kali ini adalah pdip termasuk jokowi dan pertanyaannnya apakah kekuasaaan para petinggi media kayak owner media kayak yakob itu kalau dikompas punya beberapa media mnc sampai menjadi factor yang paling besar mempengaruhi berita.

Saya kira yang paling kelihatan hanya dua yang kelihatan di subkebijakanrasi itu kemudian langsung muncul dipemberitaan mnc dan media Indonesia setelah kompas meskipun secara ideology orang-orang yang mempunyai apidiasi partai politik dilevel mengambil kebijakan yang kekini memang 2016 tidak kelihatan meskipun keseruan misalnya dia mendukung jokowi tapi itukan pilihan yang sudah dipertimbangan ketika misalnya ada dua pilihan satu. Prabowo dua. Jokowi nah figur-figur jokowi, prabowo kan tidak sebenarnya tidak tim satu partai mereka bisa juga melihat banyak factor jadi saya sih tidak begitu melihat untuk kompas group tidak melihat ke pdi-annya itu muncul sebagai besar kasus hari-hari itu dengan mnc dan metro setiap hari setiap detik bahkan setiap menit itu kelihatan di pemberitaan bahkan disetiap halaman harinya mungkin ada halaman-halaman khusus itu contoh misalnya paling gampang adalah kalau mnc membuat acara apalagi haritanu namun .. headline minimal halaman satu bandingkan dengan titik misalnya apakah kalau ketua pdip ngomong dia ada dihalaman 1 kompas hampir pengacara kecuali kalau memang itu berita besar tapi jadi dia levelnya pdip akhirnya pengunaan media oleh owner oleh pemilik dari ketiga ini kompas yang tidak kelihatan apakah dari pengamatan umum beda dengan nyetrum misalnya tv-tvnya sangat kelihatan yang namanya pidato surya paloh tidak ada yang berani motong ya pokoknya ya begitu lah sangat kelihatan sikap-sikap yang kemudian diusulkan dalam vitalisasi dikompas itu lebih kelihatan mementingkan bisnisnya dibanding dengan ideologinya kelihatan.

Reporter: ketika semua media semua saja 2014 memilih prefesi politik tertentu apakah boleh media itu berpihak pada salah satu kandidat.

Kalau dia mendigler kepada public kami adalah pemilih asiliasi politik dengan a calon b itu lebih bagus sebanding pura-pura independen atau menjadi media yang netral tapi justru membohongi public dengan mengajak public untuk memberikan dukungan pada pihak-pihak jadi sebaiknya jadi public itu akan mengerti jadi apresi media ini saya yakin sih kalau dia bigner-bigner itu tetap akan mendapat pembaca minimal dari orang yang mendukung calon jadi itu jauh lebih baik dibanding tidak mendeglir tapi kemudian malah memberikan semasti yang salah pada para kandidat atau menipu atau mungkin membuat konten-konten yang seakan-akan baik pada ..

Wawancara: dalam konteks hari ini boleh media dukung-mendukung.

Harusnya media itu melayani public kalau kita ngasih setuju dengan misalnya prikopat media itu harusnya bukan memberikan dukungan pada parpol tapi bagaimana menyediakan kepentingan kekayaan termasuk membantu masyarakat public yang kita temukan itu harusnya sama bukan kalau media kemudian bukan media itu kan media-media peratikan jadi jelas media peratikan dan media yang benar kalau ini terusan ini berbahaya kedepannya karena orang tidak lagi percaya dengan media-media ngapain saya baca media karena media sekarang kalau dilihat cuman hanya kebutuhan politik ngapain susah payah membuat media apalagi kita jadi wartawannya untuk independen kalau kemudian isinya itu yang kita tetap maksudnya tidak boleh.

Reporter: tapi itu 2014 menunjukkan sebaliknya kan.

Mangkanya aji memberikan musuh besempet pada derekan bagi pihak kami itu adalah musuh berat karena musuhnya sekarang tidak lagi oleh pihak luar tapi dari dalam pengungkangan dari dalam.

Reporter: orang akan bertanya bagaimana tim full membackup jokowi misalnya orang akan bertanya setiap media punya argumentasi tertentu media Indonesia bilang saya mempriorikan jokowi karena jokowi orang biasa kemudian ermansia akan bilang membela prabowo karena prabowo tidak …. karena beridapat misalnya tempo mengapa mendukung jokowi dengan alasan yang berbeda artinya orang pada tak hanya itu kan.

Jadi misalnya itu orang akan memutuskan sesuai dengan hati nurani mereka teman-teman megatrasi sepanjang tidak ada i… mungkin dari pemilik cuacu itu adalah keputusan dari redaksi bahwa kita melihat dengan semua tetap kesempatan bagaimana ruang redaksi adalah yang akan menentukan bukan dari interpensi kalau perkembangan ruang redaksi memutuskan ini kita lebih condrong melihat calon a lebih bagus ketimbang a kemudian calon b lebih bercahaya dan kami punya terkait dengan kerjasama misalnya berbahaya apabila masyarakat dipimpin oleh calon yang tidak pendibel itu sangat mungkin kami bukan intepensi dari pemilik atau owner yang suka ditiku.

Reporter: ya akhirnya jadi berdebatan si a lebih baik dari si b berdebatankan.

Pasti ada tolak ukurnya masing-masing dengan background yang mereka miliki mereka akan memprestasikan misalnya prabowo jauh lebih bagus, lebih tekad itu kan soal pilihan-pilihan tapi cuman yang itu ruang rekadsi yang diputuskan.

Reporter: ini masuk … ini ke pertama ke … kompaks itu selalu bilang bahwa kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran pertanyaannya kalau dalam 2014 itu kebenaran apa yang dikejar oleh media itu?

Hampir sebagian besar lebih 2014 media memang larut ke isu pemilu dan pilpres memang kemudian kalau sudah masuk ke pilpres kecendrungannya adalah memberikan penilaian-penilaian mana yang lebih mana yang tidak saya kira media itu salah kalau mereka kemudian kalian melihat menilai seekwekot dan lain-lain memberikan pilihan kepada a dan si b tapi yang penting adalah menurut saya ya panjang standar kode etik jurnalistik itu kan biar masyarakat yang menilai masyarakat yang akan menguji apakah kan mereka juga yang menentukan kerap tanpa disistem oleh media pun mereka pun sudah ada penilaian dari paparan semua media jelas sekarang mediakan dengan mudah kita memilih pilihan apbd tinggal kita mau memberikan yang berimbang bisa si a calon si a bajaksi media ini kalau ingin kita melihat figure tv dengan…. Tetapi kalau dari awal mereka sudah punya pilihan infomasi ini yang hanya menjadi semacam infomasi tambahan termasuk dari pihak lain itu yang menjadi penguap saja oh memang calon saya adalah lain lagi dan ini sebetulnya semakin kesini nanti ke 2019 karena di 2019 opini termasuk kecendrungan oleh system algoritma dimedia-media

online pihak algoritma ini orang tidak ada pilihan ketika saya sudah masuk ke rombongan ini mendapat info yang sama kan seakan-akan dapat info sebelah.

Reporter : itulah kemudian dimana punya … keadilannya keadilan berita khususnya dalam konteks pemilihan presiden kampanye itu.

Kalau adalah lawannya mesin-mesin seperti teknologi ini yang sangat berbahaya itu yang sebenarnya harus dilawan karena memang teknologi model algoritma seperti itu orang sudah tidak memberikan tidak berikan pilihan itu begitu baca satu kandidat akan dikosis bacaan semua kandidat ini tidak pernah diganti kandidat lain itu yang saya sangat berbahaya dan itu didominasi oleh itu-itu juga tapi bagusnya adalah untuk konteks media online kalau media online itu kalau media online bagusnya mereka tidak terkungkung disistem algoritma satu gagasan tetap penampilan online itu atau media-media juga menresritip mereka time dan waktu jadi waktu yang terakhirlah yang jelas tidak baik itu tapi itu menurut saya jauh lebih kalau ini mereka yang harus dipertahankan media-media ini dan orang bagaimana mengajak orang untuk kembali membaca media agar dia mendapatkan informasi yang utuh, utuh itu tidak hanya satu pihak karena kalau lewat media-media social dia seakan-akan dapat informasi yang satu kelompok saja kalau dimedia misten tidak dua-duanya akan muncul berdasarkan waktu terbaru masih time line tidak dikelompokan begitu saya kalau dimedia misten tidak hanya misalnya saya selama ini mengakses satu kelompok menurut saya dapat kelompok itu tidak dua-duanya masuk problemnya justru malah prioritasi itu 2014 kan ditv, ditv kalau media merah calonnya tidak jelas misalnya prabowo media biru ke jokowi itu real namanya tapi masyarakat masih bisa punya pilihan media-media lain ya kalau mau ingin menjadi tim atau menjadi pendukung salah satu pihak ya tapi dia akan bagusnya adalah kalau mereka sudah kelihatan fasiliasinya ya kita tidak mau bisa milih apakah kita fasiliasi ke merah atau ke biru itu yang real di 2014.

Reporter: dengan pilihan-pilihan politik, politik-politik kemudian peserta politik apakah masih ada objektifitas dalam sebuah berita.

Saya sih yakin sekarang malah kita mengajak masyarakat untuk perda memilih media tidak mengandalkan karena kita sudah tau media punya kecendrungan pilihan hati misalnya punya priosi politik karena kita sudah tau kita tidak bisa mentah-mentah mengambil bahwa itu masih tampilkan pasti semuanya benar kita harus melihat media yang lain media lawannya misalnya dan ini saya kira jauh lebih penting problemnya adalah tidak semua masyarakat paham bahwa apa yang disajukan oleh media juga keimpian tidak lengkap tidak punya kepentingan hanya itu yang lebih berbahaya karena untuk masalah pendidik mungkin mereka ngerti ya paham baik itu kelas menenggah bawah kadang-kadang media semua dianggap bahwa berita yang disajukan oleh berita itu adalah peka sebenarnya padahal tidak selalu dia kadang-kadang mengambil angel-angel preming yang berbeda.

Reporter: kesan dimasyarakat media itu harusnya terang kenapa tadi terus majalah bagaimana.

Justru kita memberikan pemahaman ke masyarakat tidak semua media itu netral kemudian mempunyai standar politik yang bagus dan bisa dengan sabar apalagi media-media yang punya filiasi politik tadi yang mempunyai kepentingan politik yang sudah awal mereka ditunjuki oleh ketua partai oleh dimiliki untuk kepentingan politik ini jadi harus dilihat selalu adalah konteks itu kalau tidak dianggap bahaya karena orang dianggap puas semua impian-impian itu benar jadi itu menurut saya malah bahaya itu yang saya kira tapi sekarang mereka juga cerdas sudah ngertilah kalau media dimiliki oleh partai misalnya oleh kelompoknya mnc dari dulu juga orang tau apliatif politiknya jelas jadi tidak langsung melihat dengan bukti pokonya malah gini mendingan kalau melihat pertama adalah terkait dengan partai politik ketinggal diikutin aja kalau golkar medianya mana aja kalau misalnya pdip kemudian surya paloh nasdem udah pastilah itu terus perindo ya tidak jauh-jauh saya kira masalah sudah membaca itu apalagi yang tidak ada lagi iklan perindo dimedia lain hanya coba di mnc kecuali kalau perindo itu iklan di semua media wah itu luar biasa pengunaan media untuk partai miliknya itu sangat karena ujung-ujungnya paling murah biayanya iklan tadi mahal betul.

Reporter: jadi kalau media itu ada harus melayani kepentingan public apakah di2014 itu media melayani kepentingan public.

Untuk beberapa media partai dia memiliki melayani kepentingan partainya jelas 3 media itu jelas dia tidak ada kepentingan partai kepentingan pemilik yang media-media lain lebih jauh fair terutama yang tidak punya asosiasi politik misalnya pegat adapun mereka ada hubungan misalnya kompas punya hubungan apriasi para petingginya pada pdip emtek juga kemudian, kemudian misalnya pokok trans punya priasi dengan misalnya dalam pks dan lain-lain tapi dimata public masih belum kelihatan apriasinya karena keluaran apriasinya jauh banget yang satu ini memang sangat partisan kelompok-kelompok ini partisan sementara yang ini ya mereka masih menjaga untuk tidak condong kebahagia.

Wawancara: ini tentang pergeseran makna jurnalisme karena kita akan berkata bahwa wartawan itu bukan hanya diindonesia bukan hanya pemilik media tapi loget juga wartawan kemudian berita itu bukan hanya wartawan yang keluar tapi masyarakat juga musti jadi jurnalisme, jurnalisme itu bukan hanya pemilik media tapi juga milik keluarga. Pertanyaannya bagaimana aji mendefinisikan berita menurut adalah tawa berurusan media ketika harus perlu melayani proyek itu.

Jadi kalau mengacu ke undang-undang tf yang dipakai sekarang ini yang diperlu jurnalis itu adalah mereka yang bergabung dimedia yang badan hukum kalau jadi diundang-undang pers joker dan suarban itu tidak masuk tapi bagi aji tidak diaji itu karya jurnalistiknya bukan dia kerja dimana jadi misalnya seorang bloger kalau dipakistan membuat berita yang sudah dengan standar pemberitaan kode etik kemudian dia juga menyampaikan isu-isu public masuk bagian itu termasuk dia swarga bahkan orang pers kampus pun dia konsisten membuat konten-konten yang berkualitas kemudian standar kode etik berarti bagus dia masuk tapi mungkin kalau dibawah itu pasti tidak masuk atau dipegang-pegang ramah

dengan emtek tidak masuk karena mereka kelompok ini masih menganggap ya itulah mereka yang bekerja dimedia lembaga hukum sementara misalnya ya bekerja kedepan tidak begitu tapi kan media sudah berubah parkom sudah berubah sudah tidak lagi hanya mengandalkan pada kutub-kutub perusahaan-perusahaan pers apalagi ketika pesan pers sudah punya kepentingan-kepentingan yang menghambat kepada pemiliknya misalnya ya itu menjadi selesai mulai sekarang mulai berubah pergeseran terjadi dan itu semua sudah dilakukan oleh warga karena menghadapi pers yang media yang mainstream yang kadang-kadang didominasi oleh media-media tapi sekarang juga media mainstream pun banyak pergeseran dibelakangan mereka tidak lagi membuat konten-konten yang murni dan mempunyai apriasi politik tidak mulai lagi banyak beberapa media-media yang sekarang muncul baru dan kita lebih independen karena dibangun diantara teman-teman jurnalis atau logan mereka mempunyai pengalaman dimasa lalu yang ada disebuah kelompok media partai yang dimiliki oleh atau selalu diinterpensi sekarang mereka banyak media-media baru kampus online.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

BEKTI NUGROHO

(KOMISIONER KPI 2013-2016)

1. Jadi secara umum, bagaimana KPI saat itu melihat pertarungan kontestasi media, baik secara bisnis, ideologi, dan kepuasan?

Kita membuat peraturan bersama dengan KPU dan BAWASLU untuk membuat rambu-rambu itu, supaya ranah publik ini tidak digunakan untuk kepentingan kelompoknya dan itu keluar peraturan karena terkait dengan pemilu, maka yang mengeluarkan adalah KPU.

Apakah efektif atau tidak itu mesti dilihat dari dua sisi. Kalau menurut teman-teman dari AJI, dan yang selalu mengkritik kebijakan-kebijakan KPI, menurut pantauan mereka (teman-teman AJI dan sebagainya) banyak media-media yang melanggar, sementara KPI juga punya data tersendiri tapi tidak semasif itu. Yang kedua, mereka kemudian dari para pemilik media ini dimasukkan menjadi sebuah program atau bahkan ada yang menjadi sebuah iklan, bukan blocking time. Artinya selalu bisa disiasatkan oleh pemilik media. Contoh misalnya iklan. Mereka kemudian berkilah kalau iklan kan tidak dilarang. Ketika sampai disitu teman-teman KPI merasa susah juga karena ini adalah iklan dan iklan tidak dilarang, meskipun saya sebenarnya secara pribadi masih bisa ngepress karena ini sudah sikap teman-teman, ya saya tidak mau ngeyel. Kalau toh saya ngeyel artinya satu suara dibanding delapan suara yang lain. Kalau saya masih punya instrumen untuk bagaimana ngepress itu. Yang ketiga, kita berhadapan dengan orang-orang kreatif. Mereka akan selalu punya celah bagaimana untuk mengakali. Maka kemudian akhirnya, setiap untuk mengingatkan itu kita selalu membuat surat edaran sebelum pemilu bahwa diingatkan lagi dengan mengutip dipasal 36 di undang-undang penyiaran, bahwa frekuensi itu tidak boleh digunakan kepentingan kamu dan kelompoknya. Karena ini harus netral. Sementara, ada masalah antara netral dan independen. Di dewan pers mengacu pada undang-undang MPR, undang-undang pers tidak mengenal kata “netral” tapi “independen”. Di undang-undang penyiaran munculnya kata “netral”. Ini menjadi problem, dewan pers tidak melarang tetapi KPI itu menganggap sudah netral.

Karena ada persoalan itu maka kemudian kita bikin surat edaran. Persoalannya adalah efektif atau tidak, itu sama dengan pemilu 2009. 2009 itu sepeti apa, 2014 itu seperti apa itu harus tekstual. Tetapi tetap menurut teman-teman aktivis masih banyak yang gugurnya. Maka kemudian, kemarin kita sempat berpikir RUU Penyiaran berikutnya harus ada instrumen, harus ada tools bagaimana untuk melarang bahwa pengurus partai tidak boleh menjadi pemiliki televisi. Tetapi itu kemdian diprotes secara konstitusional. Kemarin perdebatannya disitu. Tetapi

saya termasuk yang setuju bahwa pemilik partai tidak boleh punya televisi. Oke tetapi itu bisa disiasatkan, secara yuridis bukan nama dia tetapi orang ini akan nurut sama pemilik partai kan bisa saja. Maka kemudian, waktu itu teman-teman dewan pers sempat studi banding ke London, disana tidak dilarang tetapi kemudian dibatasi. Kemudian, pada edaran atau peraturan KPI bahwa akhirnya yang benar di adopt sama undang-undang pemilu dan ini dibatasi. Itu yang paling fair. Jadi iklan dibatas, semua fair-fair saja. Itu kemudian bisa digunakan untuk iklan tetapi untuk berita tidak bisa. Disitu teman-teman agak gampang karena disitu kemudian nanti bersentuhan dengan dewan pers. Bagaimana caranya kita kunci dengan bentuk satgas, satgas antara KPI dengan Dewan Pers. Dan disitu yang diharapkan efektif atau tidak lihat nanti. Nampaknya waktu itu akhirnya karena mungkin masing-masing kubu tidak efektif, satgas ini tidak jalan. Ditambah lagi masih ada keterbatasan pemantauan di KPI. Kita tidak punya sistem pemantauan yang real time. Jadi masih manual, kalau manual mengandalkan mata.

2. Di televisi tidak ada murni bisnis atau ada pertarungan ideologi?

Kalau pure bisnis sampai sejauh ini saya tidak menangkap mereka ada pertarungan ideologi. Kapitalism itu biasanya selalu ideologi. Kalau kamu menangkap kapitalism adalah ideologi, that's ideologi. Tetapi kalau bisnis dipisahkan dari ideologi kapitalism, berarti dia murni cari duit saja. Saya tidak melihat, karena mereka pragmatis saja. Ini konsekuensi dari demokratisasi. Demokratisasi itu pada akhirnya pergulatan kekuasaan. Untuk merebut kekuasaan itu, maka pengusaha atau partai politik akan memanfaatkan segala yang ia punya, terutama yang strategis untuk merebut kekuasaan itu. Karena demokratisasi itu identik dengan soal mayoritas dan kelolompok minoritas, maka dia akan cari apa yang bisa menjangkau itu. Saat ini yang paling strategis adalah media massa. Meskipun sekarang ada fenomena tentang sosial media. Maka ia akan gunakan itu.

Memang sebenarnya televisi itu sejak dulu sejak kelahirannya, bisnis?

Tergantung, kita kan bicara soal sejarah media massa. Kalau swasta memang dia murni bisnis itu kan diamini oleh undang-undang bahwa dia memang institusi bisnis, sehingga dia dibolehkan untuk mencari profit. Tetapi karena ini menyangkut soal frekuensi yang merupakan notabennya adalah milik negara, maka disitulah diperketat dengan peratuan perundangan (undang-undang penyiaran). Disitulah kemudian ada pasal yang menjaga tentang netralitas, kemudian independensi, terkait dengan publik, tidak boleh terkait dengan kelompok, itu sebenarnya dalam rangka itu. Karena ada kecenderungan kalau tidak dibatasi, dia akan dimanfaatkan. Ternyata benar kan. Tetapi kalau kita bicara dari sejarah yang muncul waktu itu ada juga yang namanya sejarah TV publik dan ini juga diundang-undang dikenal empat itu, televisi publik, televisi komunitas, televisi swasta, dan sama televisi berlangganan. TV publik ini yang kemudian dibiayai oleh negara dalam rangka menjadi alternatif atau mungkin menjadi rujukan atau paling tidak menjadi penyeimbang, tetapi ini menjadi persoalan

serius di Indonesia karena kemudian Negara tidak mampu menyediakan anggaran yang memenuhi syarat apalagi kemudian desain dari sistem pemilihan di Undang-Undang itu kemudian TV publik ini dewannya dipilih oleh Komisi I di DPR ternyata menjadi persoalan tersendiri. Ini tidak selesai-selesai, karena kemudian yang terjadi adalah "bagaimana sih kalau ada orang dipilih kira-kira dia memiliki indepedensi dari yang memilih gak?" Ini menjadi persoalan. Indikatornya kita lihat saja, apakah TV publik yang kita punya itu mampu sebagaimana yang diharapkan oleh pendesain-pendesain undang-undang itu. Rasanya tidak, karena jangan-jangan disitu juga terjadi mekanisme (bukan transaksional), tetapi perselingkuhan atau apa antara si pemilih dan yang dipilih, karena itu politis. Politis akan sangat tergantung pada sistem politiknya, sementara sistem politik yang terjadi tuh apa, kan transaksional. Partai politik bukannya menjadi institusi politik, tetapi menjadi industri politik. Ini menjadi sebuah fisiosirkul yang tidak ada ujung. Maka saya sering mengatakan ini semuanya tidak akan berubah kalau sistem politik ini tidak berubah.

Karena televisi itu bisnis, bagaimana dihubungkan dengan etika?

Jadi begini, ini ranah yang berbeda. Makanya saya selalu mengatakan bahwa sebenarnya saya itu akan membenakkan sejak saya di komisioner pendekatan saya selalu pendekatan persuasif, karena yang saya ketuk sebeneranya adalah kehidupan beretika, karena orang itu kalau sudah selesai ditataran etis, yuridis tidak penting lagi. Tetapi nampaknya ini tidak, karena tidak tahu siapa yang memulai nampaknya kita terjebak dalam pemikiran legal formal. Segala sesuatu dilihat dari aturannya seperti apa, undang-undangnya seperti apa, SKnya seperti apa, PPnya seperti apa, itu berpikiran legal formal. Kalau saya tidak. Marilah kita berpikir dengan pendekatan moral, tanggungjawab sosial. Disitulah pentingnya sebagai kewajiban warga negara, siapapun itu harus punya yang namanya tanggungjawab sosial. Ini yang disebut dengan pendekatan moral, etika. Tetapi pemikiran semacam ini tidak populer. Sehingga akhirnya tetap kita terjebak dengan pemikiran-pemikiran, pendekatan-pendekatan yang legal formal. Bagi saya itu tidak. Saya lebih suka dari dulu adalah pendekatan-pendekatan etis. Kalau dengan pendekatan etis, persuasi selesai. Baru kemudian ketika dia satu kali, dua kali, tiga kali secara etis tidak bisa, ya sudah. Tetapi kemudian alatnya yang gebuk ini benar tidak. Jangan-jangan yang alat gebuknya tumpul juga. Jadi problem. Sekali lagi, persoalan ini menjadi persoalan serius karena informasi itu adalah makanannya pikiran, makanannya otak. Kalau banyak informasi-informasi yang tidak bergizi, informasi-informasi yang tidak sehat, informasi-informasi yang tidak akurat, informasi yang didegradasi, informasi yang direkayasa itu membuat otak-otak kita menjadi tidak sehat dan itu bahaya. Sayangnya, konsep yang didengung-dengungkan dengan K3 itu, Keamanan,Kesehatan, dan Keselamatan kerja itu hanya berorientasi kepada, itu sudah sangat implementatif. Padahal menurut saya kesehatan juga harus kesehatan pikiran, bukan kesehatan fisik. Keselamatan, keselamatan pikiran. Ini jauh lebih bahaya dibanding fisik. Itu yang ternyata sampai sekarang belum menjadi pemikiran utama. Nampaknya ini ada semacam ketidaksadaran atau ketidakpedulian diantara birokrat kita terhadap kesehatan pikiran masyarakat, terhadap kewarasan masyarakat sehingga kemudian

mereka tidak menganggap bahwa budaya itu penting. Padahal budaya ini berangkat dari pikiran dan sikap. Ketika tidak ada yang mengolah pikiran, tidak ada yang mengolah sikap, maka kita akan melahirkan orang-orang berperilaku asosial, karena kulturnya tidak kuat, karena kita tidak punya strategi budaya, karena media massa apalagi dengan sosial media tidak didesain sedemikian ini menjadi sebuah entry point untuk membenahi culture masyarakat kita. Padahal pembangunan infrakultur (itu istilah saya) lebih penting dibanding infrastruktur. Kalau infrastruktur ada duit itu selesai. Artinya ada duit selesai, tetapi untuk membangun infrakultur mungkin 10 tahun, 20 tahun tetapi kita tidak punya. Saya waktu itu masuk ke KPI sebenarnya dalam rangka untuk membenahi itu. Saya ingin mendesain KPI itu menjadi sebuah institusi yang masuk ke wilayah strategi budaya. Tetapi rupanya ini tidak laku.

Prinsip-prinsip apa saja yang ada didalam KPI atau rumusan-rumusan KPI?

Kalau undang-undangnya itu bagus. Kalau jurnalisme kita merujuknya ke Undang-Undang Pers. Kecuali yang pasal tadi saja, soal netralitas dan indepedensi saja. Bahwa untuk urusan jurnalisktik itu mentaati pada kode etik jurnalisme.

Kalau pada konglomerasi media itu jadi masalah sosial bagi kita untuk konteks Indonesia saja, untuk pilpres.

Tetapi kalau lihat itu, 2014 itu menurut saya menjadi masalah.

Selama aksesnya, kembali lagi untuk masyarakat tidak jadi masalah, karena bisa memilih dan memilah. Disitu sebenarnya peran KPI, peran Dewan Pers, peran Kominfo untuk menghadapi realitas politik. Yang menjadi masalah adalah dua-duanya, tingkat literasi rendah, aksesnya juga hanya terbatas. Masih ingat tidak ketika KPI menghentikan Quick Count karena pertimbangan itu. Jadi kembali lagi tergantung masyarakat gimana dan tingkat literasinya sejauh mana. Meskipun kalau kita hubungkan tingkat literasi media dengan berkolerasi positif dengan tingkat pendidikan memang masih rendah. Tetapi sekarang muncul fenomena sosial media. Sosial media ini aksesnya ditingkat mana? Kalau secara awam dia hanya bergerak dianak remaja sama dewasa. Jadi yang untuk 40 keatas belum. Fenomena sosial media ini akan menjadi sebuah demokratisasi baru dibidang media konvensional, karena mereka kemudian punya, katakanlah Ahok diserang habis-habisan, orang akan gampang dengan lihat Facebook, Twitter dan sebagainya.

Ini prediksi saja, polarisasi TV ini akan terus berulang termasuk pada 2019 atau akan perubahan? Faktor apa yang akan berubah?

Saya rasa tergantung ketegasan si regulator. Selama regulator dan pemerintah sadar perannya sebagai wasit, mereka tidak akan …….. Tetapi kalau kemudian si wasit ini ikut bermain, dia akan ……

Hari ini faktanya?

Rasanya belum setegas itu.

Berarti pada 2019 akan terulang?

Kita tidak tahu, masih 2 tahun lagi.

Kalau lihat fenomena hari ini saja

Saya termasuk tidak yakin. Karena ketika saya di KPI, saya masuk agendanya tiga. Strategi planning, karena itu nanti untuk membuat …. bagi instruksi KPI. Yang kedua rating publik, rating kualitas itu dari pelaksana. Yang ketiga, saya sebenarnya menghendaki perubahan PNBP, pendekatan negara bukan pajak. Karena sektor televisi dan radio ini hanya 40 miliar. Kecil banget. Sementara …. 13 triliun. Meskipun kalau dari segi bisnis berbeda, tetapi setidaknya fair tidak. Realnya seperti apa hanya mereka dan orang pajak yang tahu. Tetapi saya waktu itu sampai sekarang kami gagal. Selama 3 tahun tidak mampu memecahkan, membuat perubahan PNBP untuk itu.

Berarti menurut saya, ternyata yang bermasalah itu KPI?

Tidak dong. Komisi I juga bermasalah.

Apa ada permainan KPI dengan pemilik-pemilik media?

Saya tidak mengerti. Saya tidak pernah dihubungi kaitannya soal itu. Mungkin mereka mengerti. Karena sudah jelas di Dewan Pers saya dua periode terpilih. Kalau ada permainan atau tidak, saya tidak mengerti.

Tetapi indikasi teman-teman ada?

Saya tidak tahu. Karena kalau soal itu, hanya Tuhan dan mereka yang tahu. Saya tidak mau fitnah.

Tetapi kalau dilihat dari kebijakannya?

Kalau saya melihat begini, apa yang saya pernah ikut rapat, saya heran ada pelanggaran itu sudah jelas-jelas pelanggaran tetapi istilahnya pembinaan publik. Kemudian ada pelanggaran lagi, baru dikasih teguran. Nanti kalau ada pelanggaran lagi, pembinaan lagi, baru kemudian teguran dua, baru kemudian diberhentikan. Itu main-main namanya. Kalau saya, sikat. Kalau tidak begitu, tidak jera dia.

Itu sebagai background saja, bahwa memang di KPI saja tidak solid.

Oh pasti. Komnasham juga tidak solid. KPK juga tidak solid. Karena backgroundnya dari mana-mana. Harus dikaitkan dengan sistem politik kita. Yang pilih partai politik. Partai politik sumbernya dari mana. Orang-orang yang duduk di komisioner itu dari mana.

Balik lagi ke sistem penyiaran, kalau dengan berbagai sistem yang ada di Indonesia ini, Anda melihat sistem pers yang berlaku di Indonesia secara teoritis, sistem pers apa?

Menurut saya kaitannya dengan sistem pers yang sekarang kalau mengacu kepada undang-undang itu sebernarnya mengadopsi Pers Pancasila. Menurut saya itu yang paling benar. Karena pada akhirnya kebebasan 100% itu tidak ada. Semua ada batasnya. Di undang-undang pers tidak ada instrumen untuk bagaimana membuat supaya pers itu menjaga moralitasnya, karena kita sudah tidak punya lagi mekanisme kontrol untuk itu. Kalau dulu masih ada SIUP tetapi sekarang tidak ada. Mestinya bisa diambil jalan tengah. Jalan tengahnya adalah tim …. harus mendapat rekomendasi dari Dewan Pers. Jadi ada semacam mekanisme sedemikian sehingga check and recheck nya itu berjalan, balancingnya berjalan.

Jadi kalau begitu, lebih baik kita menggunakan sistem pers yang transaksional saja dalam konteks pertarungan pilpres kemarin?

Kemarin saya melihat mereka tidak punya tanggungjawab sosial. Mereka tidak dalam rangka menjalankan itu sebagaimana amanah undang-undang.Undang-undang itu sebenarnya tanggungjawab sosial. Tetapi mereka tidak, karena mereka kerjanya pragmatis saja. Mereka hanya cari untung. Ini semuanya sebenarnya bisa berubah di Eksekutif. Karena puncak sistem kekuasaan ini adalah Eksekutif. Tetapi ketika Eksekutifnya tidak punya keberanian, tidak punya ketegasan, tidak punya kebijaksanaan, dia akan begini terus. Jadi kita butuh yang tidak peduli apa kata partai politik.

Saya melihat akhirnya kalau dipilah secara macro, micro, dan meso maka kemudian macronya memang kondisi masyarakatnya begitu? Kemudian mesonya DRP dan Pemerintahnya begini? Kemudian micronya medianya begini?

Saya berdebat dengan teman-teman pro demokrasi. Saya tidak anti demokrasi, tetapi coba Anda pakai teori Cost and Benefit. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk demokrasi dan reformasi? Berapa cost yang dikeluarkan? Benefitnya apa bagi publik? Itu saja. Dan sampai sekarang tidak ada yang berani mengkaji itu. Karena takut dengan partai politik. Termasuk akademisi tidak ada yang berani. Sistem politik yang kapitalistik ini akan membuat semuanya menjadi ….. Karena sekarang yang sedang kuat adalah kapitalisme.Puncak dari demokratisasi yang kemudian ditingkahi dengan kapitalisme itu hanya materi, hanya kekuasaan. Maka saya tidak anti dengan demoktatis. Apalagi sistem yang kapitalistik. Artinya pola-pola pengambilan keputusannya transaksional, bukan tanggungjawab sosial. Sekarang negara itu siapa? Yang mengambil keputusan. Dulu ada yang namanya MPR, yang membuat GBHN, dilaksanakan oleh Eksekutif. Sekarang tidak ada. Maka saya punya gagasan, bikinlah yang pilih presiden, yang pilih kepala daerah itu rakyat, pusat sampai kedaerah. Anggotanya siapa? DPD dan DPR. Hak dan kewajiban sama. Komposisi sama 50:50. Siapa yang membuat kebijakan? MPR sama daerah. Siapa yang melaksanakan?

Eksekutif. Setahun sekali dievaluasi sama sidang. Karena ini akan ada persaingan antara DPR dan DPD. Jadi ini harus clear.

Belajar dari 2014, pertarungan yang sangat sarkastis itu, ada optimisme terhadap media?

2019 nanti pertarungannya mungkin akan terulang, sehingga ada peluangnya Media Indonesia dan ada TRANS sama MNC. Mungkin akan seperti itu. Tetapi sekarang ada SBY. Jadi ada tiga kubu. Kalau tiga kubu persoalannya kembali ke tadi. Bagi masyarakat yang punya akses, tidak masalah. Perlu dilihat secara statistik, seberapa banyak masyarakat yang punya akses itu. Tetapi itu akan menjadi persoalan di masyarakat yang punya akses tertentu. Sekarang ada sosial media, banyak yang mengatakan eksposur lebih besar daripada konvensional.

Jadi masa depan jurnalisme televisi Indonesia?

Menurut saya kalau jurnalisme ada yang berpengaruh, yaitu namanya …. Ada organisasi pers, ada organisasi televisi, selama komponen-komponen ini efektif bisa mengontrol, bisa memengaruhi terhadap …. yang menaati etika, tetapi kalau sekarang mereka ikut-ikutan bermain. Jadi kalau ditanya akan seperti apa, tergantung.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

NEZAR PATRIA

(ANGGOTA DEWAN PERS 2013-2016)

Bagaimana Dewan Pers membaca pertarungan kampanye 2014 yang sangat sarkastis dan sangat vulgar?

Kita sudah mengantisipasi pertarungan pemilu 2014 terutama ketika melihat sejumlah media yang menggunakan frekuensi publik,televisi dalam hal ini TVOne, MNC, ada MetroTV dan mereka kebetulan, bukan kebetulan tetapi memang kita melihat pemilik-pemiliknya ini ikut bekecimpung dalam politik itu. Ada Ical dengan TVOne, lalu ada Haritanoe waktu itu pernah NASDEM terus HANURA, lalu ada Surya Paleo dengan MetroTV itu yang jelas-jelas memberikan semacam kenyataan bahwa mereka menjadi pimpinan partai politik dan kita lihat bagaimana mereka selalu tampil didalam media-media yang mereka miliki itu, berbicara dan berkampanye dan lain semacamnya. Dewan Pers sudah melihat pertarungan 2014 itu pertarungan yang cukup sengit dan melibatkan raksasa-raksasa pemilik media. Kita sejak awal sudah membuat sejumlah seruan-seruan kepada media-media yang kira-kira punya potensi bias karena ownership dalam peliputan agar bersikap profesional sesuai dengan kode etik jurnalistik. Pertarungan 2014 betul-betul pertarungan yang saya kira salah satu pemilu yang cukup ramai dalam sejarah republik berdiri. Pemilu 2009 tidak demikian, sebelumnya 2004 juga tidak demikian, sudah ada penggunaan-penggunaan media di 2004 kalau kita lihat bagaimana kandidat yang waktu berkampanye menggunakan media lalu memakai yang mereka sebut serangan udara, lewat televisi dan segala macam. Sedikit mundur kebelakang, saya kira kenapa juga pemilik-pemilik media itu ikut berkecimpung dalam politik, itu karena peranan media begitu besar dalam mobilisasi opini, dalam pembentukan opini, dan lalu kemudian dalam mendefinisikan mana lawan mana kalah, dan juga mengarahkan publik untuk memilih salah satu kandidat. Selain itu juga, media memberikan satu kejutan bahwa mereka bisa mengangkat seseorang yang katakanlah tidak

dijagokan tiba-tiba menjadi “hero”, itu dimulai pada 2004 saya kira. Jadi sangat manarik. Ditahun 1999 kita belum menemukan gejala ini, media belum tampil, kebebasan pers hanya satu tahun setelah itu tumbang. Tetapi di 2004 saya kira media-media sudah menikmati kebebasan sekian tahun dan lalu mereka menjadi salah satu sumber bagi publik untuk melihat apakah salah satu sumber pendidikan politik bagi publik ditengah gelombang reformasi pada waktu itu dan saya kira tayangan-tayangan politik, entah itu talkshow, bahkan juga sampai media-media yang katakanlah isinya politik, cukup laris. Itu dimulai dari tahun 1999 sampai dengan 2004. Demikian hebatnya bagaimana media kemudian menjadi salah satu alat untuk mendefinisikan situasi politik di Indonesia. Dengan power yang sedemikian besar, dengan kebebasan yang sedemikian besar yang dinikmati oleh media, apalagi dengan Undang-Undang Pers yang baru dipasang, Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 jelas disebutkan bahwa terhadap media nasional, media penyiaran dan penerbitan tidak dikenakan breakdown. Dengan demikian saya kira menjadi satu kesempatan yang cukup besar, penggunaan platform cetak, televisi, internet juga begitu kuat ditahun 2004, sudah mulai muncul tetapi belum sedominan itu, dan terkait perang ditahun 2009 itu kuat sekali peranannya, media-media online maksud saya. Pada masa-masa itu, dipemilu 2004, saya kira orang mulai belajar, terutama bagaimana seorang Susilo Bambang Yudhoyono pada waktu itu bisa muncul hanya dengan memanfaatkan satu sentimen bahwa dia dianiyaya ataupun dia diperlakukan tidak adil oleh Megawati. Lalu dia semacam menggosok sentimen fiktimisasi. Semua saya kira analisis tentang itu sudah ditulis oleh banyak karya-karya penelitian. Tentu yang bisa kita simpulkan, momen di 2004 itulah peran media begitu besar. Jadi ada fiktimisasi salah seorang figur politik, dari situ dia kemudian jadi media darling. Semua orang melihat SBY adalah harapan baru bahwa dia ditengah situasi yang pada waktu itu ancaman disentegrasi sangat tinggi, konflik dengan latarbelakang ketegangan agama begitu kuat sepanjang 1999 sampai 2004. Tetapi kita lihat ternyata di 2004 harapan itu berkumpul disemuanya di SBY, dan dia menggunakan media dengan sangat terampil. Jelas saat itulah kita melihat bahwa media punya peran luar biasa. Mungkin 50% pertarungan politik apabila Anda bisa menggunakan media maka 50% pertarungan politik Anda sudah menangkan. Itulah yang terjadi pada 2004. Pada 2009 orang ingin mengcopy kembali bahwa media sangat powerful, bahwa sebutulnya kita bisa menciptakan figur-figur politik dengan menguasai media. 2009 itu diulang lagi dan begitu banyak orang kemudian yang punya media mencoba ingin masuk politik dengan modal popularitas, orang yang menikmati popularitas sebagai pemilik media. Fenomena itu bukan baru karena di belahan dunia yang lain sudah terjadi soal media dan politik. Di 2009 kita melihat media-media besar terutama televisi, pemiliknya mulai memasuki politik. Mulai mengincar kursi-kursi partai politik dan menganggap bahwa karena kebetulan mereka bukan hanya menguasai televisi tetapi juga punya bisnis yang secara horizontal ada banyak, misalnya punya bisnis hotel, dia punya bisnis-bisnis lain, ada yang punya bank, ada yang punya perkebunan, ada yang punya manufaktur yang lain, mungkin MNC dia punya bank dan macam-macam, grup Viva juga sama, grup Metro juga sama. Saya kira juga ada kepentingan ekonomi politik yang mendorong mereka untuk maju sebagai ketua partai ataupun membentuk

partai sendiri. 2009 itu adalah satu demontrasi kekuatan media-media, itu pertarungan yang jauh lebih manjur kerena pengalaman 2004 itu . SBY terpilih lagi disitu tetapi pada periode itu juga kita menyaksikan pemerintahan yang dihasilkan pada pemilu 2009, SBY jilid II itu ditengah jalan mengalami penurunan popularitas yang luar biasa karena media lalu kemudian berubah sikap menjadi pengkritik yang paling serius terhadap pemerintahan SBY. Saya kira Anda bisa lihat lagi di 2011, 2012 bagaimana SBY begitu tipis telinganya, beda dengan masa awal dia 2004-2009 itu benar-benar bulan madu SBY dengan media, tetapi 2009 keatas dia sudah mulai dikritik. Ditengah situasi seperti itu muncul yang namanya Jokowi. Ini juga saya kasih konteksnya karena bicara etika pada konteksnya jadi lucu juga. Jadi muncullah yang namanya Jokowi, dan Jokowi ini menarik simpati yang luar biasa karena dia adalah antitesa dari SBY. Pertanyaannya adalah Jokowi juga kemudian mematahkan tensis bahwa kalau Anda pemilik media, Anda bisa menang dalam pemilu. Jokowi tidak punya media dan dipemilu 2014 dia berhadapan dengan satu konfigurasi yang luar biasa dan Jokowi mampu memenangkan hati dan pikiran rakyat lewat tindakan-tindakan kepemimpinan dia yang sangat sederhana itu. Mulai dari Walikota Solo, kemudian masuk ke Jakarta dan kemudian bertarung dan dia menang, itu ada harapan yang besar orang pada Jokowi karena dia adalah antitesis dari SBY. Dan tiba-tiba orang merasa Jokowi adalah kita, rakyat. Dia orang biasa yang kemudian jadi pemimpin. Itu yang kemudian membalikan lagi peran media yang tadinya bisa menciptakan tokoh dari "rahim" mereka sendiri, ternyata tidak bisa karena media sebetulnya kalau kita lihat dia dibangun oleh dua elemen, publisher dan audien. Publisher ternyata gagal menitikan kemauannya kepada audien. Audien punya favoritnya sendiri, kecintaannya sendiri dan disinilah Jokowi. Sekali lagi publisher harus tunduk pada audien dan siapa yang menyetir audien, ini yang menarik. Pada saat itu muncul sosial media dan lain-lain, ini membuat pertarungan menjadi lebih kompleks permainannya. Muncullah Jokowi disebelah sana dan Prabowo di backup oleh grupnya Viva, ada MNC kemudian ada macam-macam. Pertarungan kemudian kita lihat disebelah sini akhirnya Surya Paleo mendukung Jokowi maju yang jelas dia bukan lagi media darling tetapi people darling. Saya kira itu menarik juga dari media darling ke people darling. Bagaimana saya bisa katakan itu people darling? Karena upaya-upaya untuk mengjajar Jokowi itu dilakukan oleh media-media yang tidak suka dengan dia. Lalu pada kenyataannya itu tidak berhasil. Waktu itu saya di Viva diminta untuk tidak banyak memberitakan Jokowi. Tetapi celakanya berita apapun tentang Jokowi itu traffic-nya tinggi. Sekali lagi bahwa audien yang menentukan sikapnya. Kalau kita tidak memberitakan Jokowi, traffic kita rendah dan main data. Dia betul-betul opinion leader bahwa dia betul-betul sosok yang dicintai oleh orang-orang, betul-betul tidak ada yang lain, rakyat seperti tersihir oleh Jokowi. Itulah yang terjadi sehingga media-media ini terbelah juga yang pro yang kontra. Lalu pemilu 2014 kita lihat pertarungan yang cukup sengit. Jadi antara dua media ini betul-betul digunakan, walaupun beberapa cukup smooth mainnya. Mungkin belajar dari 2004-2009. Lalu di 2014 mereka cukup smooth memainkan itu hanya satu-dua media yang sangat kasar. Saya contohkan misalnya TVOne bagaimana membuat isu PKI dalam waktu itu bahwa PDI-P yang mendukung Jokowi ini

adalah Komunis, bagaimana ada omongan sesuatu bekas wakil gubernur Jakarta itu yang menuduh salah seorang pendukung Jokowi itu adalah Komunis karena dia ikut dalam Kongres Partai Komunis mungkin masih ingat kasus itu yang kemudian berujung dengan datangnya massa PDI-P menggeruduk TVOne. Itulah satu-satunya kasus yang melibatkan aksi dan itu dilaporkan ke Dewan Pers. Diluar itu ajaibnya tidak ada laporan ke Dewan Pers. Menurut saya karena Indonesia waktu itu juga terbelah, semua terbelah, semua terseret dalam emosi ini. Kami di Dewan Pers mencoba untuk objektif dan berdiri ditengah untuk berteriak "Hei jangan gunakan ini!" ke pro Jokowi maupun ke pro Prabowo. Tetapi itu kalah suaranya oleh gemuruh kampanye dan terbelahnya masyarakat Indonesia. Cuma ada dua pilihan, kalau tidak Jokowi pasti Prabowo. Kita berupaya semaksimal mungkin meminta agar media bersikap profesional. Usaha itu bisa dikatakan berhasil karena ketika ada kasus TVOne, pertama mereka melaporkan ke polisi si PDI-P, tetapi kita coba langsung intervensi sebelum itu dilakukan kita langsung bilang ayo sini kita mediasi saja di Dewan Pers. Lalu kemudian mediasi itu terjadi dan tayangan yang dibuat oleh TVOne diakui itu agak bias, kesimpulan yang salah, logika yang keliru, fakta yang keliru, dan mereka setuju meralat berita itu dan meminta maaf, baik kepada PDI-P maupun kepada publik. Setahu saya itulah satu-satunya kasus yang cukup aneh selain Obor Rakyat, itu ditahun 2014 muncul kemudian Obor Rakyat yang diadukan oleh para pendukung Jokowi yang dianggap sebagi media yang menyebarkan fitnah dan segala macam dan saya kira ini juga kita mulai melihat gejala-gejala bagaimana sentimen dan emosi dimainkan dan itu mampu membakar. Mungkin pada waktu Obor Rakyat itu belum seperti pemilu yang dilakukan di Amerika, tetapi apa yang dilakukan ditengah sebuah ketegangan yang membelah sebuah masyarakat untuk dua pilihan, apapun isu itu akan membangkitkan sentimen. Orang sudah tidak bisa objektif ditengah kedua pilihan itu. Tidak ada tempat ditengah. Sehingga isu apapun akan jadi sentimen yang membesarkan kebencian atau membesarkan kecintaan. Dua itu, cinta dan benci. Sehingga Obor Rakyat pada waktu itu benar-benar melakukan satu upaya untuk merontokkan popularitas Jokowi. Dia tidak bisa dikalahkan dengan isu-isu yang lain karena populismenya begitu kuat tetapi dia hanya kuat di sosial media, di perkotaan-perkotaan, tetapi itupun didukung oleh sejumlah pers, termasuk pers yang tadinya berada ditengah tetapi agak suing sedikit memberikan tempat kepada Jokowi dan saya kira hampir bisa dibilang 70-75% media di Indonesia (minus kelompoknya MNC dan TVOne) itu mendukung Jokowi karena audiennya menuntu hal yang seperti itu juga. Dan audien ini bukan hanya penikmat media mainstream tetapi mereka juga menikmati sosial media, mereka menikmati yang namanya video-video yang disebarkan, mereka menikmati teks-teks yang disebarkan, mereka menikmati klip-klip pidatonya kedua kandidat ini. Dan ini ternyata tidak bisa disetir oleh media mainstream atau diubah dengan semena-mena dengan cepat oleh media mainstream, seperti yang terjadi mungkin 10 tahun yang lalu. Jadi kesaktian media mainstream ini mulai berkurang karena ada medium lain yang kita sebut sosial media. Itulah yang terjadi di 2014 kita melihar parade kampanye yang digunakan segala lini, baik sosial media, media-media gelap, lalu sampai kemedia-media yang mainstream. Pelanggaran etik yang dilakukan pada waktu itu dimedia mainstream yang kita

temukan adalah pencampuran antara opini yang begitu “telanjang” yang dilakukan dan kasus yang paling nyata adalah kasus PDI-P versus TVOne.

Itu yang muncul dipermukaan. Banyak hal yang publik melihat ketidakadilan dalam pemberitaan. Contoh bagaimana Prabowo dihabiskan di MetroTV dengan kasus HAM-nya, tetapi disatu sisi dibela oleh MNC. Apakah sebuah fakta dugaan pelanggaran HAM Prabowo yang tidak diproses oleh pengadilan hanya oleh DKP, itu bisa dipotret dalam dua hal yang berbeda oleh Media Group dan MNC Group? Apakah itu tidak ada pelanggaran etika?

Saya kira yang bisa dilihat disitu pencampuran fakta dan opini. Jadi faktanya mungkin sama bahwa Prabowo berdasarkan fakta-fakta yang ada dia diadili oleh Dewan Kehormatan Perwira, dia dipecat, kasusnya adalah soal kerusuhan Mei dan penculikan mahasiswa, itu satu fakta yang saya kira diterima. MetroTV itu mengekspoitir ke fakta itu ditambah tentu saja opini yang dia bangun juga. Di MNC dan TVOne fakta itu ada tetapi dia potret bahwa ini kenapa bisa terjadi, ada konspirasi untuk menjatuhkan Prabowo, jadi dia pandang dari angle yang lain. Dan saya kira semuanya bertujuan bagaimana dengan fakta-fakta yang ada, interpretasi fakta itu dibangun dengan cara membungkus fakta itu dengan opini-opini yang mereka mau. Jelas dalam upaya untuk membungkus itu ada saja terplesetnya., ketidaksesuaian antara fakta dan opini, blending antara fakta dan opini, jadi tidak jelas, disitu kita memberikan teguran-teguran.

Kalau pada posisi seperti itu, ada pelanggaran-pelanggaran etika tidak dalam kasus Prabowo?

Ada tetapi tayangan waktu itu banyak sekali. Dewan Pers mengambil sikap seperti ini, ada semacam pengaduan dari publik, ada patroli oleh publik tayangan apa yang tidak sesuai dan itu diadukan ke Dewan Pers, itu yang kita sikapi.

Jadi Dewan Pers tidak aktif? Hanya pasif saja?

Hanya pasif menerima. Dewan Pers karena keterbatasn orang dan tayangan-tayangan itu semestinya pertama sekali direspon oleh KPI, seakan-akan dia masuk ranah penyiaran dan kita juga di 2014 pertarungan ini paling brutal di televisi. Kalau di media cetak mungkin tidak terlalu.

Kalau berita di televisi itu merujuk ke Dewan Pers, ke Undang-Undang Pers. Ternyata ada dua kata antara independen dan netral. Di KPI tidak ada kata netral, hanya ada independen. Kemudian orang menginterpretasikan netral dengan tidak berpihak kemana-mana. Orang menginterpretasikan independen dengan saya boleh membela seseorang asalkan independen.

Independen dengan netral ini adalah dua penelitian yang berbeda. Independen itu artinya dalam upaya media ataupun jurnalis untuk melakukan liputan dan melaporkan fakta-fakta kepada publik secara jujur. Dia tidak dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan diluar jurnalistik. Itu penelitian independen. Misalnya dia tidak dipengaruhi oleh sogokan, dia tidak dipengaruhi oleh interest yang ada, murni

bagaimana dia melaporkan fakta dan dia melayani publik. Netral adalah berhubungan dengan sikap. Media memang bisa punya sikap dan itu tidak boleh ditunjukkan ketika dia melaporkan fakta. Sikap ditunjukkan waktu dia membuat tajuk rencana, editorial dan lain semacamnya. Itu boleh saja tetapi itu lebih kepada media cetak sebetulnya. Kalau ditelevisi sangat riskan karena pencampuran fakta dan opini bisa terjadi dengan cukup halus dengan impact yang puluhan kali lipat dari media cetak, karena dia audio visual. Jadi netral itu merujuk kepada sikap. Media mungkin tidak bisa netral sepenuhnya. Ketika Anda misalkan memberitakan penggusuran petani segala macam, media cenderung memihak yang lemah karena audien juga punya yang namanya social justice, keadilan sosial, sentimen dan lain semacamnya. Jadi media cenderung membela yang lemah. Dalam hal itu dia tidak netral lagi sebetulnya, tetapi dia tidak bisa misalnya ketika melakukan liputan sebuah demontrasi petani, dia semata-mata hanya memberikan kesempatan petani berbicara, lalu kemudian mengabaikan sisi pengusaha, lalu punya fakta-fakta yang lain bahwa petani secara sembarngan menyerobot tanah mereka, bahwa tanah ini sudah dimiliki perusahaan A. Tetapi karena kita didorong satu sentimen pro petani, kita bilang bahwa perusahaan merampas segala macam tetapi fakta itu tidak kita kemukakan. Itulah namanya blending fakta dan opini. Itu yang tidak boleh dilakukan oleh pers. Dia bisa melaporkan fakta itu secara seimbang, ada versi petani, ada versi pengusaha. Dipelajari dengan baik, lalu kemudian dia punya sikap, dalam soal ini pengusahanya salah tetapi petaninya juga punya soal, dia buat diopini bahwa ini sebaiknya diselesaikan begini begini begini. Itu menurut saya perbedaan indepedensi dan netralistas.

Sampai akhir-akhir ini memunculkan bekas berlanjut dari 2014 sampai sekarang.

2019 itu babak kedua aja sebetulnya. Kelihatannya begitu, tetapi kita coba lihat peran media dalam hal ini apakah dia kembali menjadi ortodoks seperti sebelumnya atau dia menjelma menjadi peran-peran yang lain, tetapi sudah pasti sosial media punya peran yang lebih besar dari yang lalu.

Masalah konglomerasi media, Hari Tanoe, Surya Paloh, kemudian Yakob, dan nyaris semuanya punya media, walaupun itu isu basi diseluruh dunia. Adakah tempatnya etika ketika konglomerasi begitu menghegemoni di Tanah Air hari ini?

Konglomerasi dan etika sebetulnya dua hal yang berbeda. Misalnya media yang dibawah satu konglomerasi yang menggulita tetapi menegakkan satu pelaku jurnalistik yang sesuai dengan kode etik itu bisa terjadi. Bisa juga justru makin sembarangan, karena didorong oleh macam-macam. Satu, politik. Kedua, bisnis. Keinginan untuk ekspansi, keinginan untuk menghalalkan semua cara supaya medianya menjadi sangat populer, bisa ekspansi lebih luas, dan segala macam. Yang berbahaya dari konglomerasi adalah keragaman isi yang terancam. Jadi content diversity itu yang terancam oleh yang namanya konglomerasi. Kenapa terancam? Karena dibuat satu owner. Karena dia konglomerasi, dia menginput audien lebih banyak dan audien yang banyak ini ada kemungkinan hanya mendengar ataupun menyimak dan menyerap satu lini saja. Jadi itu yang menjadi

faktor. Akibatnya penyaringan terhadap fakta dan segala macam itu bisa terjadi. Itu yang kita lihat dipemilu 2014, media-media yang punya multi platform, seperti MNC misalnya, itu dari televisinya sampai radionya Anda bisa lihat bagaimana yang dilakukan. Itu yang bahayanya. Jadi inti dari konglomerasi ini saya kira adalah teracam diversity, content diversity, keberagaman konten. Ancaman itupun akan menjadi kenyataan kalau ownernya intervensi, memaksakan yang namanya pandangan politiknya, like and dislike yang dia miliki, agenda setting yang dia punya untuk memukul lawan bisnis ataupun lawan politik, itu bisa teradi.

Kalau lihat perkembangan hari ini, apakah kita perlu memisahkan antara etika media cetak, media elektronik dan situs berita?

Saya kira kode etik jurnalistik itu yang paling panjang media cetak, dan jurnalistik itu diformulasikan oleh media cetak. Bahwa kemudian muncul ragam ataupun format jurnalisme yang baru didorong oleh teknologi komunikasi, itu kemudian memunculkan varian-varian lain dalam kode etik. Ada penggunaan medium yang berbeda, dari teks kemudian menggunakan gambar, menggunakan suara. Tetapi pada esensinya, semua kode etik saya kira membawa nilai-nilai yang sama. Apakah harus ada yang berbeda-beda kode etiknya. Kode etik buat media televisi mungkin tidak sama dengan media cetak. Jelas karena treatmentnya juga tidak sama, medium yang dipakai juga berbeda, tetapi nilai universal yang pasti ada dalam kode etik itu. Karena yang diatur pola komunikasi antara media dengan publik. Kemudian tugas utama dia mereport kebenaran atau tidak.

Munculnya internet, kemudian berbasis pada media online, banyak kritik terhadap media online. Artinya hit and run. Kemudian Dewan Pers membuat sebuah media siber, panduan pemberitaan siber. Apakah media online, sebutlah merusak atau mendekonstruksi beragam etika yang sudah dibangun begitu lama?

Tidak merusak dalam pengertian dia mendekonstruksi saya kira tidak. Hanya saja dia belum diatur, terutama karena dia bisa dipakai bukan oleh wartawan yang profesional tetapi pra-amatir ataupun publik secara umum yang mencoba mempraktekkan media mereka sebagai media jurnalistik, tetapi tidak mengadopsi kode etik jurnalistik. Jadi sebetulnya yang diatur dari panduan pemberitaan media siber itu bukan kode etik yang baru, untuk melengkapi kode etik jurnalistik yang sudah ada, yang diatur disitu lebih kepada, misalnya kalau ada koreksi, mereka harus lakukan karena hak jawab dikode etik jurnalistik masih sangat cetak perspektifnya sehingga membutuhkan panduan pemberitaan media siber ketika terjadi kesalahan yang dilakukan media online, dia tahu bagaimana memberikan hak jawab, bagaimana teknik koreksi itu dilakukan. Jadi lebih pada hal yang teknis. Prinsipnya tetap sama.

Tetapi kecepatan itu benar-benar menghancurkan jurnalisme?

Itu konsekuensi dari teknologi informasi dan itu memang pertarungan dimanapun karena itu berkaitan dengan kecepatan waktu, bagaimana Anda menyikapi waktu. Jadi saya kira bukan meyalahkan soal media online selalu cepat tetapi tidak akurat. Masalahnya ada orang yang ingin tetapi kita lihat dengan kelimpahan

informasi yang muncul lewat platform internet ini. Orang juga punya satu titik jenuh sendiri. Orang menjadi letih dengan informasi yang begitu konstan, begitu cepat, orang membutuhkan jeda, orang membutuhkan satu tempat stop untuk merenungi apa sebetulnya, mean of the information ini, apa sebetulnya makna dari lalu lintas informasi yang begitu cepat ini, apa pentingnya buat saya. Bahkan sejumlah orang kalau kita tanya ada semacam paranoid bahwa gencarnya informasi ini, orang semakin spesifik memilih apa yang dia suka. Jadi dia tidak menyerap semua. Jadi artinya orang memilih-milih informasi sendiri dan mendalaminya sendiri sesuai dengan kesukaan dia.

Artinya realitas jurnalistik hari ini sudah begitu kompleks, sehingga kemudian membuat semua orang boleh memilih, termasuk dalam memilih fakta dan informasi?

Saya kira kalau fakta kita tidak bisa kompromi. Ada satu andagium, fact is …., opinion is free, comment is free. Jadi fakta itu suci. Sekarang itu lebih baik kembali kepada faktanya, bukan soal kepada kebenarannya. Faktanya ada tidak. Kalau ada faktanya, Anda bisa konstruksi sendiri, mengambil kesimpulan sendiri. Yang miss dari perkembangan yang sekarang ini sehingga orang bisa miss selidik, menurut saya itu adalah kemampuan untuk melakukan interpretasi terhadap fakta secara mandiri. Artinya berpikir kritis.

Fakta tidak bisa diubah, tetapi kemudian yang muncul yaitu Jurnalisme Interpretatif. Apalagi didalam jurnalisme politik itu sangat tipis antara menuduh dengan membela, antara pahlawan dengan penghianat. Bagaimana dalam jurnalisme interpretatif itu etika masih tetap dipertahankan?

Sejauh dia konsisten dengan fakta, saya kira etikanya adalah sangat klasik, dia tidak boleh memperkosa fakta. Katakanlah begini, kalau memang ada kandungan racun didalam sebuah perusahaan air minum, 30ml merkuri segala macam, dia tidak bisa bilang itu 80ml, itu opini, tetapi seorang politisi yang ingin menjatuhkan perusahaan air minum ataupun dia punya kepentingan yang lain, dia akan bilang ini kandungan yang sangat berbahaya dan akan mengancam manusia, itu opini atas fakta yang ada.

Jadi jurnalisme interpretatif itu lebih cenderung pada opini akhirnya?

Bukan. Jurnalisme interpretatif itu memberikan konteks terhadap satu peristiwa yang ada. Si jurnalis yang memakai metode interpretatif ini, fakta itu dilaporkan sepenuhnya tetapi diletakkan didalam konteks. Disitu dia mencari tahu lebih dalam lagi. Dia kasih background. Jadi ibaratnya kalau ada satu fakta, tidak ditempatkan apa adanya tetapi dikasih semacam pentas supaya orang paham lebih luas. Bukan cuma latarbelakang, tetapi juga foreground dengan memberitahukan beberapa hal. Jadi dia memberikan meaning, makna apa dari situ. Tetapi itu berkembang ditahun 80-an. Bahkan sekarang berkembang lebih dalam lagi, ada yang namanya data jurnalism yang menggabungkan antara kemampuan investigatif dengan jurnalisme persisi. Bagaimana melaporakan angka-angka statistik. Jadi sebetulnya ini dasarnya sudah ada di jurnalisme interpretatif, tetapi

mereka lebih memperkuat lagi, misalnya penggalian data yang lebih serius, menggabungkan teknik statistik dan mengolahnya lebih populer. Tetapi pada umumnya komitmen pada pelaporan fakta.

Kembali kepada keberpihakan media. Selama audien mengatakan media tidak boleh berpihak. Faktanya waktu 2014 kemarin ada yang berpihak.

Kalau media cetak sebetulnya itu salah kaprah yang dibuat oleh Orde Baru, dalam artian indepedensi dan netralitas. Pada waktu itu media-media pada masa Orde Lama semuanya punya afiliasi politik. Dan sesungguhnya kalau melihat sejarah pers, pers itu memang menjadi corong, pers itu memang menjadi satu wadah untuk melayani informasi komunitas tertentu, entah itu komunitas agama, komunitas pedagang, entah itu sindikasi, mereka membuat satu buletin untuk bertukar informasi, untuk melayani kepentingan mereka sendiri tadinya. Lalu kemudian, pada waktu itu yang namanya objektifitas segala macam belum menjadi hal yang pokok, bahwa mereka melaporkan fakta, iya, tetapi pada umumnya mereka tidak dituntut untuk objektif, tetapi selalu dalam sudut pandang komunitas ini. Diawal abad ke-20, makin beragam komunitas-komunitas ini. Lalu muncullah media-media yang berpikir kenapa harus cuma melayani satu komunitas, saya harus melayani lebih banyak orang lagi. Berdirilah dia sebagai media yang non-afiliasi. Disebutlah independen. Dalam hal independen ini, mereka berpatokan jangan masuk opini didalam pelaporan fakta. Ini dimulai di Inggris, di Manchaster pada tahun 1920-an, didirikan oleh sekelompok petani. Di Amerika juga dulunya media-media ini punya afiliasi. Jadi saya ingin katakan bahwa sebetulnya bukan barang haram baut sebuah media untuk mempunyai sikap selama dia disampaikan diruang opini. Itu untuk cetak.

Televisi yang menggunakan ruang publik, harus jauh lebih hati-hati. Dia harus sangat profesional memisahkan fakta dengan opini dan kecenderungan pembelokan opini atas paparan fakta-fakta dengan kemampuan audio visual yang mereka punya, dan mereka harus sangat hati-hati karena mereka menggunakan frekuensi publik. Tetapi kalau mereka pakai kabel segala macam, silahkan saja kalau memang mau menjadi televisi propaganda, televisi segala macam karena ini sistemnya kapitelisme yang liberal, Anda punya kebebasan. Tetapi kalau penggunaan frekuensi publik, semua orang berhak menggunakan frekuensi publik, hanya kemudian negara mengatur memberikan lisensi kepada sejumlah organisasi media yang bisa menggunakan frekuensi itu. Tetapi semua orang berhak. Disitu ada kepentingan publik yang besar. Makanya dalam aturan KPI ada public interest, itu harus dilayani oleh televisi-televisi, dia harus punya tayangan-tayangan yang sifatnya publik interest. Itu tidak berlaku untuk televisi kabel, dimana Anda bebas memilih, apalagi Anda bayar, Anda tidak suka Anda stop. Sama seperti koran, kalau Anda tidak suka, Anda tidak usah beli. Ditelevisi yang free to air, dimana Anda bisa bebas menggunakannya, menyimaknya, Anda kadang-kadang cuma punya pilihan 7 atau 8 televisi, Anda tidak bisa pilih yang lain.

Tetapi memang nampaknya realitas itu sangat susah dibungkus oleh televisi. Bagaimana seseorang harus menyampaikan bahwa tidak berpihak, sementara dia mengatakan berpihak. MetroTV atau siapa saja mengatakan bahwa saya tidak berada di Prabowo tetapi juga tidak berada di Jokowi, karena realitasnya sudah begitu kompleks. Karena realitas sudah begitu kompleks, maka apakah betul era …. itu ada dalam konteks jurnalistik?

Iya ada. Kalau kita lihat …. mengambil pengertian bahwa fakta tidak begitu penting lagi tetapi yang penting sentimen yang dibangunnya. Dari fakta ke sentimen. Dari objektif ke subjektif. Jadi yang digosok disitu sebetulnya efek subjektif. Bukan barang baru sebetulnya sudah dilakukan lewat selebaran-selebaran, mungkin sekarang dengan kecanggihan teknologi efek emosinya bisa lebih dipertajam dengan memperkaya narasi-narasi dengan teknologi audio visual, dengan segala macamnya, dia jauh lebih efektif soal menyampaikan pesan dan impact yang diharapkan. Perilaku pembaca politik, memang selalu didorong oleh sentimen-sentimen yang emosinal, sesuatu yang rasional. Sebetulnya sederhana saja, media ini bergerak dengan begitu cepat teknologinya, sementara kemampuan kita menyerapnya itu berjalan lebih lambat. Itu problemnya, lebih cepat fakta palsu itu beredar ketimbang kita sadar bahwa itu palsu. Sebetulnya kemampuan kita menyerap informasi secara benar itu atau disebut dengan literasi media, tingkat melek media kita itu yang harus ditingkatkan. Dalam hal ini media-media yang punya kredibilitas dan integritas, itu mestinya membantu pembacanya untuk literasi media, dengan misalnya melakukan fact checking terhadap isu-isu yang keliru yang beredar. Jadi dia semacam clearence house of information. Itu media yang benar menurut saya seperti itu. Kedua, tentu saja critical thinking, berpikir kritis ini yang paling penting. Bahkan komunikasi sebetulnya kalau menurut saya itu soal penyampaian pesan dan pencerapan pesan. Itu mungkin bisa dikatakan 70% ditentukan oleh kemampuan nalar kritis kita untuk melihatnya, karena dia begitu gampang dimanipulasi. Pesan gampang sekali dimanipulasi. Ini masuk ke filsafat komunikasi. Dan upaya benteng kita sendiri untuk menghadapi itu adalah nalar kritis kita. Kita selalu bersikap skeptis dulu, bener tidak ini. Karena begitu kita skeptis, kita langsung secara instingtif kita melakukan recheck. Lalu kita juga bisa mengidentifikasi lewat too good to be true fakta ini atau ini rasanya ada yang salah. Kemudian kita tahu ini palsu.

Yang terakhir, apa betul isi dijurnalistik dengan fakta hari ini itu hanya isu pinggiran? Isu etika jurnalistik atau isu penegakkan etika jurnalistik dalam konteks jurnalistik hari ini yang begitu luar biasa itu hanya isu pinggiran dan isu catatan kaki saja?

Etika itu tidak punya kekuatan interaktif. Etika harus dibantu dengan penegakkan hukum. Dalam soal ini, bagaimana sumbangan etika dan hukum. Etika ini mungkin memberikan dasaran moral untuk hukum dalam bekerja. Jadi kalau misalnya dinyatakan salah secara kode etik, lalu perkara itu dibawa keranah hukum, biasanya hakim akan melihat ini kalau saya putuskan salah saya kira secara moral benar tidak, secara kode etik ini juga salah, maka itu akan memantapkan palu hakim jatuh bahwa itu salah. Tetapi kalau kita bilang dia tidak

salah secara jurnalistik, dia melakukan ynag benar dan itu sesuai dengan standar profesional. Tetapi karena kepentingan non-jurnalistik, dia hendak diseret karena dia mengungkapkan kebenaran, bahwa hakim harus melihat dimensi lain yang non-jurnalistik disitu, dan biasanya kalau keputusan Dewan Pers jurnalistik dia tidak melanggar etik, tidak diseret ke pengadilan, hakim akan melihat keputusan Dewan Pers itu. Itu akan melambatkan palu hakim jatuh dan bisa saja dia bebas. Jadi, etika itu sendiri dia tidak bisa apa-apa. Dia hanya berhenti pada seruan moral. Apalagi ditengah rezim yang demokratis dimana kebebasan berbicara itu dia hargai, tetapi kebebasan berbicara diproteksi, pelakunya atau tindakan kebebasan itu diatur oleh undang-undang. Undang-undang ini punya konsekuensi, memaksa bahwa Anda melanggar, menertibkan Anda.

Dan celakanya untuk undang-undang KPI khususnya, internal mereka tidak solid, kemudian undang-undanganya begitu, artinya dikeluhkan susah, tetapi diinternal saja mereka tidak solid. Itu untuk televisi. Belum lagi untuk yang lain.

Iya itu karena bias politiknya terlalu tinggi. Memang pertama kalau kita melihat KPI ini mereka dipilih lewat suatu proses pemilihan di DPR, dan tentu saja disitu ada medan politik, medan kepentingan, itu konsekuensi. Sebetulnya apa yang dilakukan pemilihan Dewan Pers tidak melalui DPR, itu suatu keuntungan sendiri. Dewan Pers bisa lebih bersikap independen. Memang selalu ada perkara dalam setiap representasi. Apakah dia valid, apakah dia pantas, macam-macam. Setiap tindakan representasi pasti mengandung unsur-unsur pertanyaan tentang keabsahan. Itu diselesaikan dengan satu mekanisme bagaimana check and balances di komunitas itu bisa dibangun dan kala Dewan Pers mengambil satu sikap dan semangat dari Undang-Undang Pers, maka dia jauh lebih enak untuk mengatur pers. Kelemahannya adalah misalnya soal budget, mereka tidak seperti KPI, anggota-anggota Dewan Pers tidak dibayar, bisa dibilang volunteer, merelakan dirinya untuk bekerja, membantu memikirkan soal-soal pers. Saya tidak bilang bahwa Dewan Pers itu steril sepenuhnya, karena organisasi pers itu juga kita tahu beragam. Makanya saya bilang representasinya juga ada soal disitu. Tetapi paling tidak dengan aturan-aturan yang dibuat kemungkinan dia dipagari oleh kepentingan-kepentingan politik itu jauh lebih kecil. Saya tidak mengatakan semua yang melewati Fit and Properties kemudian jadi tidak netral atau apa, tetapi itu memang sangat tergantung pada produknya. Sebetulnya Fit and Properties itu adalah pintu, begitu Anda lewat dari pintu, maka Anda kembali lagi membawa amanah publik, karena digerbang itu sebetulnya orang-orang yang mewakili publik untuk menyeleksi Anda. Begitu Anda lewat situ mestinya Anda tidak berpikir bahwa Anda wakil satu partai atau Anda didukung oleh 2-3 partai. Anda mengabdi buat audien, Anda mengabdi buat publik luas, Anda di KPI mengotrol itu semua.

Kalau Undang-Undang Pers itu direvisi, kemudian berkaitan dengan Reward and Punishment, bahwa sebuah karya jurnalistik online ini tidak memenuhi unsur pers, tidak memenuhi kaidah jurnalistik, itu bisa tidak Dewan Pers?

Tidak bisa karena tidak punya mandat itu. Kalau di undang-undang direvisi masalahnya kita melanggar satu prinsip yang kita yakini sendiri setelah era kediktratorat lalu kita kembalikan lagi, saya kira …. Penegakkan hukumnya yang paling penting. Jadi pada titik mana dia bisa kita hukum. Jatuhkan palu hakim sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Tetapi itu kalau masih dalam ranah misalnya praktek jurnalistik yang dilakukan, sudah ada panduannya dia harus balance dan memberikan tempat buat ini dan dia tidak boleh bias. Sepanjang dia tetap dalam koridor ini, dia mengexercise kebebasan berpendapat yang dilindungi oleh undang-undang. Jadi jangan dia dikriminalkan. Itu saja sebetulnya semangat. Jadi kalau ada portal berita apa, yang tujuannya memang untuk melakukan fitnah, bukan urusan jurnalistik, itu tindakan kriminal. Yang paling rumit sebenarnya mendefinisikan apakah ini jurnalistik atau bukan. Itu akan terus berkembang tetapi sejauh ini perdebatan soal itu sudah mengarah kepada panduan-panduan. Inilah yang harus disepakati, menyepakati aturan main saya kira itu menjadi soal yang pokok.

Kalau lihat realitas hari ini memang yang jadi problem itu ini, mengerikan memang.

Mengerikan karena jurnalisme berubah terus. Maksud saya jurnalisme ditantang oleh teknologi komunikasi yang lebih baru yang menyebabkan jurnalisme harus menyesuaikan dirinya. Tetapi patokan-patokan buat truth harus disampaikan, kebenaran harus disampaikan, laporan komitmen terhadap fakta, saya kira itu belum berubah. Karena kalau itu mati, jurnalisme pun sebenarnya selesai. Kita masuk kedaerah post-jurnalism.

Itulah salah satu kesimpulan saya kalau ini akan berlangsung babak kedua di 2019.

Saya kira akan berlangsung demikian, tetapi sekarang bagaimana kita mengantisipasi itu. Sekali lagi bahwa media itu bukan berdiri sendiri. Media itu ada publisher (penerbit), ada audien. Memperkuat audien itu juga sangat penting karena selama ini kalau kita melihat jurnalism, sangat publisher oriented. Mestinya audein oriented juga. Saya kira ada kebangkitan era media works lagi setelah orang dibingungi oleh berbagai macam informasi yang tidak benar.

Justru sosial media menjadi audien center?

Iya dia audien center, tetapi mengalami pembusukkan karena bercampur antara fakta dengan opini. Dia harus ditreatment juga. Intinya sangat simple, critical thinking. Level pendidikan orang, wawasan orang terhadap masalah itu penting dan ini menyerikan karena media sosial masuk sampai kelevel-level akar dimana kesiapan mereka menerima infomasi sangat kritis itu kecil sekali. Mereka menerima apapun yang muncul dimedia sosial sebagai kebenaran bahwa ini memang benar terjadi, dan mereka mengambil kesimpulan. Jadi kecenderungan ini sangat tergantung dari horison pembaca juga. Dalam arti lain tingkat intelektualitasnya.

Kalau kesimpulan saya, memang era jurnalistik sudah harus lewat?

Kalau saya lihat jurnalisme itu tidak akan mati, sepenjang orang komit dengan satu laporan yang berbasis atas fakta-fakta.

Tetapi berapa persen di Indonesia yang masih peduli dengan laporan fakta-fakta?

Itu soal medianya. Media-media yang menyebarkan fitnah harus dibuat kapok.

Kalau kita bicara kecenderungan, maka kecenderungan jurnalistik hari ini kebebasannya diluar kontrol kita. Membaca media online itu mengerikan kadang-kadang

Mungkin juga karena katakanlah badan yang mengatur soal ini perlu diserahkan kepada Dewan Pers, atau satu lembaga saja. Dewan Pers ini mesti diperkuat, orangnya mungkin lebih banyak, teknologi pemantaunya lebih canggih, lalu diperkuat dengan aturan-aturan untuk menghukum, bukan oleh Dewan Pers tetapi oleh badan hukum, yang bisa dengan cepat merespon persoalan ini. Karena kebebasan ini keblablasan karena itu perlu diatur secara ketat. Dewan Pers dikasih sesuatu untuk membreakdown, misalnya. Masalahnya adalah kita mungkin akan mengorbankan beberapa nilai penting demokrasi disitu, bahwa orang bebas berbicara tetapi dengan satu kemungkinan bahwa dia bicara berbeda dengan kita kemudian kita beradu, selesai sudah.

Jangankan Dewan Pers, KPI saja yang peralatan dan anggaran dananya begitu sebutlah lebih banyak dari Dewan Pers, untuk memberi sanksi saja harus berulang kali.

Karena mereka bergerak ada kepentingan dibelakangnya.

TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

FARID GABAN

(WARTAWAN SENIOR DAN PEMIMPIN REDAKSI GEOTIMES.COM)

Pertanyaan mendasar saya itu apa betul hari ini itu paradigma ..... itu ada di rana jurnalisme?

Narasumber : dirana jurnalisme menurut saya ada, itu sebenernya dicirikan oleh permentasi ya sebenarnya. sekarang sebenernya media-media itu kan makin dengan munculnya terutama ..... jadi kalau pada era tahun 70.80 sampe 90 akhir ya sebelum soeharto jatoh itu kan era media besar jadi organisasi-organisai besar lah bahkan pos kota itu kan besar itu jadi kemudian teruama juga dipengaruhi oleh internet ya, dengan dipengaruhi oleh internet munculnya media-media baru seperti detik,itukan sebenarnya media baru media internet tapi yangwalaupun kemudian ..... menstream,Cuma dia menstream di online. Jadi sebenernya dua perkembangan pertama, yang pertama munculnya internet itu juga mendorong postmo dan ..... lebih besar ya, karena apa karena tadi untuk memproduksi media relatif lebih mudah modalnya lebih kecil kalau dulu bikin percetakan harus mikir apa, sekarang hampir semua orang bikin media.itukan fenomena postmodernisme juga disitu permentasi,kemudian permentasi tidak hanya dari sekala tapi juga dari internet. Media sekarang banyak muncul media-media yang juga punya internet yang spesifik kecil ya mungkin bukan tidak sebesar seperti tempo seperti kompas, kecil dengan audiance 2000,3000 dan 5000 spesifik punya konten jadi kalau menurut saya itu menggambarkan, menggambarkan ..... tadi adanya tren postmo itu,trenpostmo itukan sebenernya keluar dari tanda kedudukan organisasi besar sebenernya ini hal yang samakan sudah ditulis oleh ..... , ... tahun 80an itu ya, waktu saya masih kuliah itu. Saya bilang waktu itu nanti akan muncul namanya pondok-pondok elektronik, elektronik artinya sebenarnya termasuk media itu bisa dikelola oleh satu orang dua orang tiga orang sebenernya kembali lagi seperti masa lalu, jauh sebelum media-media besar pada waktu itukan orang hanya perpikir buletin sepuluh halaman,dua puluh halaman untuk lingkungan sendiri. saya punya pengalaman sendiri juga waktu kuliah itukan saya bikin buletin di kampus sama di salman semua itu memang untuk kebutuhan, walaupun waktu itu problemnya karena proses media itu masih, masih membutuhkan jalur yang panjang ada editing ada saveing ada repro ada ..... kalau sekarang itu hampir kita nulis langsung publish,video juga sama,tv juga sama. Coba anda lihat youtube chanel sekarang kita bisa bikin stasiun tv sendiri,maksudnya itu yang menggambarkan study cosmo itu disitu, ya artinya lebih beragamlah dan tidak ada lagi monopoly. Sekarang misalnya bahkan yang media besar kaya tempo,kompas yang media mnc hampir kalau secara online tapi setara sama pks ..... misalnya ..... punya pengaruh yang kira-kira hampir sama saya mengatakan saya sendiri tidak terlalu setuju ya tapi orang orang kenapa begitu peduli dengan pks ..... gitu yang tidak apa-apanya dibandingkan sama tempo,sama atau majalah seperti hidayatullah itu

kecil masalah di kalimantan itu kenapa dia punya kehadirannya hampir paling tidak kalaupun masih disebut kecil tetapi bersaing, dia itu karena kemunculan internet.

Itu postmo dari segi gerakan bagaimana postmo sebagai sebuah kerangka efistimologi. Contoh kalau dulu namanya objek ..... sekarang tidak ada lagi ..... kalau dulu yang namanya idependen sekarang muncul ..... bagaimana cara menanggapinya.

Narasumber : sebenarnya kalau menurut saya tidak ada yang berubah dalam konsep ..... dari dulu saya gapernah ada media yang objektif. saya ada objektifity, dan objektifity itu klaim. kaya kompas atau tempo,idependen objektif itu sebagian besar klaim karena kita itu kan dipengaruhi oleh dia semua,wartawan itukanbukan robot dan langsung memproses yaitu subjektifitas ada, belum lagi ya subjektifitas dari yang paling ..... , ... apa modal. Itu hampir sepanjang masa itu terjadi makanya tidak ada, tidak banyak perubahan.Cuma sekarang ini karena subjektifitas itu makin muncul makin bareng ..... itu yang menyebabkan orang mungkin mengatakan sekarang era subsidititas tapi menurut saya dari dulu memangnya kompas itu independen betul 100% objektif betul tidak. (mungkin porsinya saja ya.) pilih didalaam news room yang besar biasanya pengambilan keputusan dalam redaksi itu biasanya memang lebih beragam kaya ditempo itu banyak orangnya ada, dan dia berlapis-lapis lebih kemungkinan mengurangi subjektifitas itu ada. Sekarang memang era ketika makin kecil,makin kecil tuh biasanya makin ..... juga. Kalau, Tapi juga sama kaya dulu republika ..... cukup besar tapi sebenarnyakan isinya orang islam semua menulis gitu.kompas walaupun dia agak beragam tetap nuansa ..... tempo walaupun cukup beragam power atau pengaruh kaya gunawan ..... subjektivitas ..... kan tiap orang kan pasti punya sertifikat tidak ada yang tidak punya sertifikat. Badan ilmu itukan ..... apalagi ilmu sosial,ilmu pasti aja itu ada kecenderungan itukan sebenarnya tadi, itu zaman ..... ilmu itu sesuatu yang bisa di ukur bisa di moderisme.modernisme itu menimbang dari badaya, perasaan ..... tadi hal-hal yang ..... yang spiritual.dulu kan yang disebut ada apa lagi ilmuan itu kalau bisa diukur kalau tidak bisa diukur tidak ada tapi post modern seharusnya kan menggali lagi.spiritual bahwa yang ada itu tidak semuanya yang bisa diukur jadi kalau dari sisi subjektifitas kalau menurut saya tidak ada. cuma sekarang jadi terasa ketika semua orang bebas untuk bicara dan bisa bicara dan bisa di capai oleh orang lain lihat saja di wa dulu mana orang punya opini gitu loh terdengar oleh orang lain.sekarang semua opini.

Kita kembali ke, menurut saya si sama juga mitos dari kopak tentang jurnalisme pertama ada kewajiban jurnalisme pertama adalah pada kebeneran ..... sekian yang demikian kopleks apakah masih ada kebenaran jurnalisme itu.

Narasumber : gini, kalau menurut saya kompleks banyak sebenarnya saya mengikuti kaidah-kaidah dia yang disebut kebenaran dalam jurnalistik ..... itu kebenaran yang prosedural, prosedural itu kebenaran dari step by step satu meteologi kalau soal ini harus bicara dengan andrian. kebenaran yang dicapai melalui satu kalau menurut saya melakukan tugas jurnalistik itu tetap ..... tapi itu bukan soal subjektifita-subjektivitas kebenaran yang di capai melalui satu proses ….. Dan ….... tapi kalau pengetahuan kita terbatas kanverifikasi kita akan terpakai kalau bacaan kita juga pedek kita,ketika kita menulis,mencari kebenaran dalam misalnya yang paling sederhana kita mau tau tetang pencemaran sungai misalnya ada industri yang dituduh melakukanpencemaran sungai.kalau kita tidak paham ilmu kimia kita bisa percaya kebenaranya tapi itu sesuai kebeneran dengan upaya tadi kita belajar kimia, kemudian dalam sidak peradilan apakah yang diputuskan oleh hakim itu sudah pasti, sama seperti dalam jurnalistik kebenaran yang dicapai melalui pengadilan itu sudah kebenaran yang relatif sama di jurnalistik juga kebeneran relatif jadi suatu kebenaran yang dicapai melalui satu metode. Ya jurnalistik kan ada metode,wawancara,riset semua itu kan metode sama.dihukum juga sama ada PAP ada rating ada ini dan lain-lain ada proses terbuka dan hampir sama, hampir sama tapi kan tetap juga itu bukan kebeneran hakim upsolud satu kata saja bisa salah.juralistik juga begitu sama.

Jadi yang dimaksud dengan objektif sebagai metode ..... itu.

Narasumber :yaitu, jadi kebenaran prosedurel kebenaran yang dicapai melalui sebuah prosedur karena seorang wartawan dia harus menguasai prosedur itu gabisa wartawan ..... sama seperti hakim tidak bisa memutuskan tanpa dia bisa paham juga soal hukum. Tapi bahkan kalau dia paham soal hukum tentu sudah mencapai kebenaran yang upsolud sama seperti wartawan.seberapa pintarnya orang proses verifikasi bisa salah ini tidak ada yang upsolud itu namanya kebenaran prosedural,kebeneran ilahiah itu beda lagi sesuatu yang kita tidak bisa tentukan

Ketika tadi tetap ada tanda warna biasa termasuk dalam .....

Narasumber :kurangi biasnya, tadi kalau kita ngikutin prosedur.misalnya tadi kita menulis dengan wawancara tidak kalau tidak sama sekali kemungkinan biasanya jauh.tapi kalau kita wawancara bahkan orang yang mungkin pandangan hidupnya tidak kita setujui tapi kita coba untuk mendengar kemungkinan untuk lebih untuk mecapai kebenaran lebih .....yang kedua riset misalnya ..... tidak memakai riset kemungkina untuk salah juga besar tapi yang pakai riset pun tidak selalu 100%, jadi itu ada prosedur dalam, dalam misalnya itu dalam jurnalistik itu ada dua. Yang pertama itu adalah tentang ilmunya prosedur yang kedua itu tentang sikap(etik) prosedur itu menyangkut keterampilan. dokter,dokter itu untuk bisa

bedah tidak sembarang,sama wartawan itu juga sama tidak bisa sembarang,sembarang jadi wartawan karena dia harus mempelajari dasar jurnalistik tehnik wawancara.sama seperti dokter dia harus pegang,bagaimana cara pegang pisau yang benar dan untuk etik,etik ini yang melandasi dari setiap profesi.dokter yang canggih sekali ada tapi tidak menjaga etik.wartawan juga begitu pintar sekali dia tidak menjaga etik dua duanya tapi ada yang bagimana etik itu tidak menguasai keterampilan juga ada, sama seperti tadi dokter yang menguasai etik kalau hidupnya lurus tidak menindas pasien.tapi kalau dia gabisa meng-operasi, dua-duanya dibutuhkan keterampilan tehnik sama pembahasan pada etik

Salah satu yang membuat dia,faktor utama yang hari ini begitu biasa dengan kepentingan politik atau kekuasaan.

Narasumber : kalau saya kekuasaan,kekuasaan itu bisa poltik bisa ekonomi. Misalnya ada satu media yang menulis dengan dasar bukan karena ditegur secara politik,kalau dulukan jaman orde baru kan ditegur nah itu ..... politiknya kuat,kalau sekarang tidak,sekarang tidak ada pemerintah negur gitu tidak tapi saya benar mengarahkan kemasan iklan,ya tadi pemilik media itu sebabnya bisa beda-beda paling tidak ada dua perbedaan misalnya untuk kasus yang sama kita bisa melihat antara tv one dengan metro tv lah. Itu pengaruh ..... berapa ..... berapa juta.dulu dijaman orde baru itu koran misalnya melanggar sesuatu digeledah yang paling ..... karena itu yang di berlaku setiap wartawan pasti akan ..... dia akan berpikir ..... pertama-tama ketika ini berlanjut seorang wartawan bukan takut sama pemerintah,takut sama temannya sendiri karena temannya sendiri yang akan bilang kalau kamu menulis dengan berani kita semua akan ..... kadang-kadang itu beban yang paling berat bukan teguran pemerintah tapi teguran teman-teman gitu kita kehilangan pekerjaan itu kita di didik untuk ..... berdasarkan,terutama yang sensitif secara politik yang sama ketika aga sedikit berbeda ketika dimasa sekarang namun kehilangan pekerjaan mungkin korannya tetap terbit namun karena kamu ngelawan pemilik kalau ini lebih individual seberapa jauh kita mampu, karena teman kita malah senang kalau kita .....dan bisa ..... nah disini misalnya etik kemudian live style individu ..... itu yang mempengaruhi, itu yang kalau saya sendiri ya saya coba untuk, untuk saya terapkan dalam diri saya sendiri,saya tidak pernah takut gitu kan karena saya secara keterampilan saya merasa kalau hidup tidak bias ditempat,saya bisa ditempat lain saya tidak pernah takut,yang kedua karena life style saya simple, saya lebih mudah untuk menghadapi yang seperti itu gitu,jadi kalau saya bertengkar sama tidak cocok ya simple saja keluar tidak perlu harus kompliks pribadi.jadi itu juga yang membuat lebih mudah kita menghadapi yang seperti itu gitu,nah banyak orang mungkin independent dalam arti ini tapi kehilangan pekerjaan itu takut makanya salah satu ukuran saya untuk idependent ini itu bukan hanya tidak terima ..... berani tidak kalau suatu ketika berdasarkan hati nurani kita belum tentu kebenerannya hakiki.

Kita menganggap itu keliru dilakukan atau dipaksakan oleh orang lain, atasan kita. Jadi kalau tidak berani ngelawan happytor,manred apalagi pemilik karena takut kita dipecat menurut saya tidak idependent,independentsi itu sampai ke situ hs, sama hidup saya simple gapunya mobil,tidak punya ini sampai sekarang masih naik motor .....

Balik lagi sedikit kebelakang masalah konglomerasi media, ... lidah dinding api itu sesungguhnya ..... kecil di dunia jurnalistik itu secara kitoris sampai sekarang.

Narasumber : itu prinsip yang, salah satu prinsip yang penting tapi tidak selalu mudah untuk di terapkan, terutama ya hanya bisa dilakukan itu tetap dalam etika ada terutama itu yang harus sidori seorang pemred kewajiban seorang pemred yang paling berat itu disitu menjaga,menjaga pagar api dan itu banyak diterapkan juga dimasa lalu oleh beberapa biasanya oleh wartawan-wartawan yang orang mengatakan itu idealis, tidak peduli sama bisnis tidak peduli sama ini ..... cuma itu sulit sekali diterapkan cuma itu salah satu kaidah yang penting. ..... (kesulitanya.) Salah satu kesulitannya biasanya tadi kadang-kadang seorang pemred misalnya dihadapkan oleh surfaipel lu mau koranya bangkrut, kalau dulu korannya bangkrut karena ditutup, apa kalau koranya berenti di tutup.kalau sekarang kan salah satu ancamannya korannya mati karena tidak ada iklan tidak ada pemasaran nah itu yang kadang-kadang menjadi dilematis dijalanan pemred gitu, tapi kalau saya, saya biasanya melakukan dari dini. Makanya tadi saya selalu mencoba untuk kenapa lebih tertarik oleh perusahaan yang kecil.makin besar, itu dilemanya makin berat, dilema bisnis,dilema politiknya makin besar.kalau kecil itu dilemanya lebih kecil karena tadi mungkin kita tidak perlu ..... yang besar tapi asal juga pengeluarannya juga tidak besar, tidak apa-apa. koran bisa …..... atau kedua tadi, kita ya memang harus keras untuk misalnya tadi pemred tadi dia harus mencari iklan,kan tidak boleh itu kalau pakai rapid kan tidak boleh,pemred itu kerjaannya benar-benar di produksi yang mencari iklan bagian bisnis,tidak mau tau dia dapat duit atau tidak dapat. Tapi kalau saya mengatakan saya mencoba untuk mengapresiasi dari segi bisnis, kesulitan dari sisi bisnis.Yang saya lakukan adalah saya mencoba bikin produk yang cukup friendly,friendly buat masyarakat banyak bukan untuk satu dua pihak gitu makanya kualitas,makanya saya selalu peduli walaupun saya wartawan tulis saya selalu peduli pada desain pada kemasan desain ya typography misalnya, saya tidak mau asal-asalan disitu. karena saya mau mengimbangi dimensi disisi editorial dan itu juga yang saya lakukan waktu di republika. saya tulis-tulisan saya keras mungkin sedikitberesiko kan, tapi saya berani menjamin tulisan saya baik,artinya apa karena harus ada upaya yag lebih,supaya kita disegani oleh bagian bisnis disegani seorang pemred harus disegani dari bisnis soalnya dia tidak disegani oleh bisnis dia bisa ..... dia punya kewibawaan dia hanya punya kewibawaan dia punya keterampilan yang lebih tinggi kalau misalnya saya tulisan saya jelek saya bagian pemred .....

bagian bisnis ya tulisannya jelek saya sebagai pemred saya harus berusaha keras untuk tetap independent tapi saya juga harus memberikan timbal balik.timbal baliknya dari apa, liputan yang bagus,tulisan yang bagus,cetakan yang bagus.

Menurut saya,saya justru menganggap tembok api itu hanya mitos sesungguhnya.

Narasumber : tidak, itu prinsip. prinsip dalam jurnalistik,itu yang membantu seorang wartawan menjadi lebih independent.kaidah etiknya seperti itu. Itu bukan mitos tapi itu prinsip,prinsip itu ya bisa dilanggar sebagaimana prinsip-prinsip yang lain.sebagian besar kita melanggar itu,ya cuma lagi-lagi kalau saya mengatakan sesuatu saya mengikuti batarapi atau saya mengikuti ..... itukan klaim saya,orang lain yang menilai. selalu soal klaim, apakah ..... koran yang salah satu ..... itu juga dalam sejarah tidak ada semuanya sama makanya itu tadi itu pagar api itu memang harus kita usahakan tidak selalu dalam perjalanan persis. Salah satu ini juga kaitanya dengan ..... kalau diinggris jelas sekali diamerika juga ..... antara di washington misalnya ada dua koran misalnya washington post dan washington time. Washington post hampir selalu lebih deket ke demokrat, washington time lebih ..... kalau di inggris itu ada guardian sama the time,time of london,guardian selalu ke sosialis keburu. The time itu makanya tadi tidak ada yang disebut ..... murni, itu cuma klaim, guardian bisa mengatakan dia mengklaim telah melakukan verifikasi tapi sebagian pasti akan dipengaruhi oleh bias ideologinya tapi itu ya memang dunia itu seperti itu, isinya cuma klaim nah kadang-kadang ada beberapa kebenaran yang bisa di adu ya tadi kalau prosedurnya sama tapi ketika kesimpulannya berbeda nanti lihat aja mungkin suatu ketika di titik itu kita tidak bisa ..... tapi setelah sekian tahun baru ..... nah itu kenapa kebenaran prosedural itu kadang-kadang diuji oleh ..... ya misalnya sampai sekarang saya agak berbeda dengan ..... soal terorisme soal ..... diskusi kita itu sudah 10 tahun, 20 tahun karena bisa uji, kira-kira mana yang ..... dulu orang bilang tidak pernah tidak ada konfirasi amerika karnea orang bisa mengatakan hal yang sama

ya pengujian waktu itu mirip seperti skandal distrok itu ya waterkey.

Narasumber : waterkey, hanya waterkey lebih cepat pembuktiannya dia tidak memerlukan,tapi misalnya kematian kenedi, kemudian peristiwa ..... lobang ..... yang menyebabkan perang ..... itu setelah konflikasi tapi itu baru bisa dikatakan setelah sekian tahun, dulu sebagian ada orang yang bilang tapi banyak orang tidak percaya itu bukan kebenaran umum tapi sekarang atau ..... adam husain konfirasi atau bukan atau isis. Suriah sekarang itu masih berjalan nanti baru terbukti.

Baik pada teori jurnalistik, apakah keberpihakan media kepada partai politik khusus di 2014 adalah sebuah ketidak beresan sosial bagi masyarakat demokrat.

Narasumber : kalau menurut saya sebenarnya sah sah saja keberpihakan itu, misalnya tadi sama lah misalnya seperti di indonesia guardian,guardian hampir selalu pada tapi kebijakan disana lebih ke platform bukan ke orang, kita kalau menurut saya problemnya di orang kalau plasma jelas lah misalnya sosialisme dengan kapitalisme kita memilih yang mana, kan terserah kita. Kita punya referensi sendiri-sendiri nah seperti guardian dia lebih pada platform, platform sosialistik itu bisa dilihat perbedaan-perbedaan misalnya diamerika washington post,newyork time itu dia akan lebih ke demokrat dan lebih ke buruh. Melayang newpost punya si konglomerat pers muslok,ya lebih ke publik dan itu biasanya ke bisnis besar nah keterlibatan seperti itu menurut saya si sah-sah saja tapi pada ideologi, nah di indonesia itu sudah tidak ada ideologi obks gerindra,golkar sama aja itu ..... nya begitu juga dengan calon-calonya. seperti ..... apasi perbedaan utama antara jokowi dengan prabowo ..... orang bilang kan jokowi lebih sosialis, dalam beberapa hal kalau dari klaim,klaim platform prabowo lebih sosialis sebenarnya klaimplatform, ya tidak tau kalau dia jadi presiden beda lagi. di indonesia itu problemnya kalau kita berpihak secara politik,politiknya sendiri rusak. Agak sedikit berbeda dengan di eropa, tidakbisa di samakan, beberapa bulan yang lalu saya menulis perusahaanya politik di indonesia. saya mengucap salah satu dari penelitian andres pulpen itu pengamat politik dari jerman kan kita terbiasa mendengar pengamat politik dari ..... dan ..... dan ini dari jerman. Jadi Politik indonesia itu mengikuti tren ..... seperti di philipina, pertama presiden silolo politik,politik ..... jadi banyak mata politik dibentuk hanya untuk mengantarkan orang menjadi presiden. grindra,hanura,golkar,demokrat hanya untuk mengantarkan. Yang kedua tidak ada demokrasi ..... didalam mata politik. Cuma isinya kan ..... demokrat,demokratis tidak ada loyalitas,loyalitas politisi terhadap partainya orang bisa berpindah-pindah partai. loyalitas pemilih ke partai mengambang itu karena kita di didik menjadi di orde baru itu kan punya jasa besar yang merusak ..... jadi ..... sama .....jadi ikatan orang pada partai politik itu kurang, massa mengambang. kemudian tadi karena tidak ada platfom yang jelas ..... macam-macam dan satu pilkada pks sama pdip .... pilkada sama golkar karena tidak ada platfom,tidak ada ..... itu fenomena yang disebut fenomena philipina. Rusak, Kita itu mengikuti. lagian karena rusak politik kolonial amerika,amerika tuh juga bukannya model demokrasi yang ideal, many politik tuh juga bisa walaupun bukan bagi-bagi uang ya saya tidak mengartikan many politik bagi-bagi uang ..... politik itu mengikuti tadi philipina mengikuti amerika,amerika mana yang saya artikan many politik, itu orang maju untuk menjadi kandidat parlemen atau walikota atau bupati atau gubernur atau presiden, karena dia tidak punya basis kaya jokowi kan dia tidak punya basis kekuatan utamanya dari modal. Kalau seorang kandidat sudah dikuasai modal kita bisa membayangkan pabrik ..... tuh seperti apa mau dibikin, itu many politik yang paling lebih berbahaya kalau menurut saya. dibanding orang bagi-bagi uang itu hampir merata. Coba saja lihat di setiap pilkada,jadi kalau tadi media berpihak pada politik untuk situasi indonesia salah satu prombelmnya karena politiknya rusak. Nah kalau saya waktu masih aktif di delta ya platform saya itu di publik

politik itu di ..... makanya saya tidak terlalu tertarik dengan pertarungan individu ahok sama anis,tidak tertarik. Yang saya amati selalu di platformnya jadi keberpihakan saya kalaupun berpihak saya berpihak kepada platform,bukan pada itu bisa dilihat dimajalahnya terutama di publik politik.

nah kalau tadi media berpihak itu tidak menjadi masalah lalu, ketika membuat kita tempatkan sebagai suara bagi orang yang tidak punya suara apakah itu hanya kasus penggusuran saja,kasus-kasus yang menyangkut orang miskin saja.

Narasumber : oh tidak, semuanya.Itu juga bisa berarti untuk minoritas, minoritas itu ya seperti.....,ya mereka orang kaya, mereka tidak di gusur tapi kan di ..... tiyonghowa dalam kasus tertentu ya, tapi dalam kasus yang lain tiyonghowa itu power full bukan orang yang tidak punya ..... tidak bisa di ini. Jadi ..... itu salah satunya juga konsep,prinsip,kaidah yang harus di ini,tapi ya tidak hanya menyampulkan kemiskinan,penggusuran dan lainya.

tapi ya sudah kaya kemarin penggusuran pasti suaranya adalah suara pemerintah,nyaris tidak ada sangat ketindas misalnya orang ..... tidak ada suaranya,koprasi modalnya luar bisas

Narasumber : Itu pengaruh yang besar

kitamasuk kepada ..... tadi masalah begitu kuatnya pemilik modal begitu kuatnya owner hingga nampaknya menurut saya itu sekarang media bukan lagi sebagai bisnis,sebagai modal, tapi media gaya-gaya hidup saja.

Narasumber : Tidak sekedar gaya-gayaan tapi ...… orang yang mengang media,megang kekuasaan walaupun sekarang fenomena tadi benar-benar berkurang memang betul bisa praktis jaman suharto punya media samapai sekrang itu berbeda tapi tetap orang masih tidak hanya kaya itu pemiliknya itu pro ahok banget tapi bisa lihat di majalah saya sendiri tidak pro ahok itu juga nanti...dan sejauh ini saya masih mempertahankan itu

tapi betul bahwa media hari ini ..... itu jadi symbol ..... kan,orang kalau bicara kompas,yakob. yakob itu maaf kan sudah tua,sudah pikun tetapi kan nama yakob itu .....

Narasumber : Semuanya sama .....

kaya mitos saja .....

Narasumber : Sama gitu ya,saya lebih memilih republika karna saya termasuk cepat,saya kan berasal dari bawah ..... itu saya masih umur tiga puluh tahunan itu pasti cuma kalau ada kejadian yang saya tidak setuju saya bisa lepaskan gitu

aja karna saya tidak punya beban kadang–kadang bukan soal ideologi, berani bukan menjadi miskin berani dengan jabatan kalau jadi miskin itu hampir tidak lah saya kehilangan jabatan,kehilangan mobil nah ini Cuma memang sudah beda dan presiden itu tergantung dari besar kecilnya media.

kalau saya lihatsurya paloh ..... ya setiap media punya kekuasaan tetapi lebih lanjut …

Narasumber : Dari sisi bisnis itu tidak ada apa-apanya dibanding interior bisnis yang lain.

bahkan media kan sudah semakin ..... saja di mnc kan semakin kecil saja bisnis dari sebuah bisnis hp yang luar biasa bahkan itu untuk menjaga saja

saya pernah..... menurut mas farid tentang hubungan media dengan publik saya ingat mas farid mengatakan bahwa air ke dinding api itu menjaga iklan agar tidak nyebrang itu agak susah makanyan sangat sulit untuk,kemudian bapak ingin menawarkan bahwa ada hubungan media dan public atau masyarakat yang ideal,saya ingin gambaran.

Narasumber : Ya yang ideal itu tadi kembali ke masa lalu jadi media yang di biayai oleh pemerintah,oleh pelanggan kalo sekarang lebih, sekarang ada model baru namanya ..... saya kerja free .... saya tidak kerja dikompas tetapi saya mau meliput sesuatu yang menurut saya penting bagi public saya umumkan dia media sosial siapa yang mau membiayai saya itu ada beberapa kasus beberapa wartawan di amerika yang meliput perang irak dengan lebih independent. dia minta pertimbangan dari public,itu sama tadi kalau di biayai oleh pemerintah itu akan lebih independent ini disbanding kalau ditekan oleh ….. jadi sebenarnya kuncinya kembali ke media yang bukan media yang terlalu besar itu sejalan dengan tadi .....itu kan sebenarnya melawan .....yang besar-besar raksaksa kembali ke kecil-kecil jadi komunikasi-komunikasi seperti itu yang kita terjemah profesi itu atau komunitas pecinta alam..... biasanya sumbangan dari publik bukan sumbangan yang besar hingga orang..... kecil-kecil tapi banyak

itu kalau media online itu mungkin kalau tranfisi itu.

Narasumber : Bisa

apa koran yang biayanya produknya besar.

Narasumber : Yang seperti itu kembali ke ukuran sebenarnya tidak perlu pesat,untuk apa si menjadi besar,salah satu ini hampir sama ya analoginya dia bukan produksi masal oleh komunitas-komunitasnya kalau saya tidak hanya media salah satu ekonomi tidak perlu media-media besar saya tidak pernah terpukau lihat media besar,kembali kesekala,yang lebih kecil lebih independent namun saya kalu di media besar makin kecil ketika kita ga ada beban makanya tadi saya tunjukan bahwa media-media yang kecil itu punya .. yang ya walaupun tidak bisa dikatakan sama tapi bisa bersaing dengan yang besar kalau produknya bagus....muncul hal-hal yang tadi di bilang.....sekarang ini era depcation

perusahan-perusahan besar berguguran tempo dengan kesadaran..... kalau jadi jauh lebih agresif dan di sisi lain itu akan mudah untuk kalau kita kecil tidak .....saya termaksud yang tidak maksud saya kenapa saya kerja...itu buka karna..mungkin saya sama seriusnya saya meneliti media yang kecil dengan media yang besar

jadi perlawanan terhadap media besar maupun kecil itu bukan hanya oleh media sosial atau lewat media-media komunitas

Narasumber : karena itu kemudian harus di perdekat lagi .....itu hanya akan bagus kalau menerapkan prinsip-prinsip kaidah-kaidah jurnalistik kalau mereka juga akan menurun...yang bisa di sebut citezen jurnalistik.

hubungan yang ideal itu adalah halayak dalam komunitas ya.

Narasumber : betul bisa alternatif ya,kalau misanya komunitinya luas bisa juga itu jadi itu bisa jadi target komuniti misalnya Koran islam misalnya muhammadiyah punya majalah yang sampai sekarang masih bertahan,dia dihidupi melalui komunitasnya .....yang bikin besar itu bedanya Cuma muhammadiyah tapi kenapa muhammadiyah masih bertahan itu sudah cukup besar untuk sebuah majalah komunitas nah salah satu kelemahan dari majalah-majalah besar adalah kemampuan untuk membuat keragaman nanti yang meliput peristiwa di kedalaman itu hanya di liput oleh golongan tertentu jadi salah satu kelemahan makin sebesar sebuah media .....untuk meliput hal-hal yang mikro artinya memang memberikan keberagaman sekarang hampir semua di liput oleh orang jakartakalau suasana nasional.jadi pilkada ahok padahal kandidat jurnalistik tidak hanya di jakartadibanyak Negara tetangga desa saya .....walaupun tidak islam orang sering keliru kan itu melihat semuanya tentang ..... kita melihat keluar jakarta itu bukan isu yang sampai harus mati-matian,kandidat lain kan ada jadi bukan soal agama menurut saya,makanya di media walaupun buka tidak media sosial …. menurut saya itu redupsional yang begitu keterlaluan.

dengan kondisi yang begini itu dengan banyaknya lokalyang terbitnya berbagai suara-suara komunitas apakah media-media, media sosial utama apakah media-media tetangga masih berpengaruh di masa depan.

Narasumber : Bagaimana soal tadi soal referensi saya mungkin banyak orang tapi berlebihan saya tidak mau baca Koran pilkada tidak menarik koran-koran besar akan hilang kecuali mereka merubah haluan..... makin tidak di baca tetap tadi mungkin menurut .....makin kecil

gempuran media sosial itu luar biasa ya.

Narasumber : Sekarang waktu saja yang di media sosial berapa waktu yang kita habiskan untuk twitter,facebook,youtube

tapi untuk mungkin berapa lama kondisi masyarakat membutuhkan media massa yang koperatif terhadap .....kalau tidak mengubah polanya.

Narasumber : Media itu akan selalu adatapi akan berubah formatnya,medium,skala juga kan,jurnalistik bagi saya itu tidak akan berubah meraka tidak berubah prinsip-prinsipnya kaidah-kaidahnyabahkan sekarang kita akan masih membutuhkan metode jurnalistik yang karna tidak ada proses …... kalau kita bisa melihat mungkin akan bertahan karna kalau tidak punya kepribadian kita hampir tidak peduli baca Koran, tapi kita akan masih perlukan media .....peristiwa seperti iniapa maknanya jurnalisktik sangat penting misalnya orang ..... informasi tapi kalo kita dirimba apa yang kita butuhkan mediakan bisa gait orang utnuk ke satu makna ia dalam...informasi,pengetahuan sekarang ini data atau informasi tapi pengetahuan itu kunci jurnalistik.....itulah pengetahuan data,infomasi,jurnalistik .....ketika informasi begitu banyak tapi kan orang begitu .....atau pengetahuan didalam memahami disana diinginkan pada saat itu...bukan cma di putuskan atau bagi pembangunan infrastruktur artinya itu apa nah begitu tapi buka hanya memperbaharui informasi dia..apa tugasanya ternyata masyarakat harus menginformasikan yang membuat koran bisa bersikap...banyak media tidak sampai pemerintah akan menurunkan subsidi atau menaikan harga sudah selesai apa maknanya dan disitu tetap dibutuhkan ketrampilan juga etika jurnalistik

tapi akhirnya semua orang itu dalam kasus itu media group mengatakan kenapa dia mendukung jokowi atas nama keadilan karena jokowi tidak punya.....seperti golkar atau suharto kata mnc ketika saya wawancara keadilan kenapa,karena jokowi di rebut media .....prabowo tidak memiliki itu bagi saya itu ada perbedaan antara sikap media sudah termasuk kompas itu salah satu indikasi dan berbagai hal kalau semakin majemuk...mendominasi bahwa kepihakan mnc pada pak prabowo kenapa tidak dilakukan kompas dan media Indonesia itu hanya mengambil konser slank dua jari tetapi itu tidak diambil oleh mnc dan menurut saya itu ..... bagaimana dengan ….. kalau yang sederhana ya yang berguna yang benar media saya mendukung si A tidak berguna karna memberikan iklan maka dia benar.

Narasumber : Kalau saya berguna tetapi Nanti berguna dari konsep apa berguna untuk apa kalau saya salah satu yang penting di media bisnis yang lainitu dengan memberikan kemampuan masyarakat untuk menjadi warga negara dia tidak konsumen memiliki media memberikan kita suatu alat untuk menjadi warga negara yang baik,warga Negara yang baik itu artinya apa, karna dia media publik bukan media privat bahkan kalau di miliki oleh swasta privat ..... dia punya amanah public pada aliran ideologinya ..... bagus bagi kapitalisme semua biasanya karna itu mengambil individu tempat jadi makanya sampai sekarang dalam kehidupan sehari-hari…...air misalanya kalau saya tidak mau lagi .....ketika semua menjadi privat transportasi air,tanahkita hanya konsumen kaya tol kita semua konsumen kalau sudah begitu apa gunanya jual harga apa gunanya pilkada apanya gunanya presiden,wakil presiden kalau semua sudah privat disitulah kita perlu tidak bisa semua di serahkan pada individu kalau diserahkan kepada individu ..... orang naik mobil itu rasional ,tapi tidak semua orang sama makanya tidak bisa individu itu harus dihadapkan public,public itu yang memelihara siapa?ya itu pejabat public,kalau pejabat public pikirannya ..... ya seperti itu nah di situlah peran media masih penting ..… saya punya prinsip seperti ini kita

mungkin lebih kecil tap melakukan yang benar. membuat kerusakan yang jauh lebih ..... kalau sudah kecil,kita membuat kesalahan ,bukan selalu benar ,tetapi kalau kita mengerti membuat kesalahan ,kesalahannya juga kecil .

satu lagi kemarin AJI dan pers itu mendefinisikan berita wartawan dan jurnalisme yang berbeda dengan undang-undang, jadi aji itu menilai bukan kan hari ini undang-undang pers mengatakan bahwa namanya jurnalistik adalah sebuah...sementara aji melalui ..... konfres kemarin mengatakan bahwa mereka tidak menilai pada ..... tetapi melalui produk-produknya

Narasumber : Karena begini bisa.sub ..... itu bisa dilakukan semua wartawan setiap wartawan juga melakukan yang berbeda jadi disitu seolah kalau wartawan kompas kalau saya melakukan sendiri tidak legal ya tidak bisa kalau saya jurnalisme itu bisa di lakukan dengan individu asal dia menerapkan tadi ada dua tadi dia mempunyai keterampilan jurnalistik yang kedua memelihara kaidah jurnalistik etik artinya kalau dua ini dipenuhi dia sudah wartawan tidak perlu dia harus bekerja di satu tempat karena ada banyak masalah di tempat insitusi yang sudah cukup terkenal dan juga melakukan ini jadi jurnalistik itu bukan soal institusi bukan soal,apakah kita menguasai keterampilan yang kedua apakah kita mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik etik itu tadi kalau itu sudah dulu ketika zaman suharto nah itu termasukitu kayanya kan sampai pada sertifikasi karena itu wartawan utama,sepertinya saya tidak.. update status itukan bisa problem untuk kebutuhan ..... mungkin verifikasi itu penting,itu tadi orang-orang dating kemana-mana mencari wartawan itu menurut saya tidak bisa menjadi satu-satunya ukuran seperti misalnya tadi ada dokter yang pintar sekali tetapi tidak bisa bedah atau tidak mengikuti kaidah ada dokter yang mungkin tidak punya seftifikasi dokter tapi dia bisa melakukan itu Cuma bukan sertifikasimenjadi dokter itu tidak penting itu bagian dari,tetapi kita tidak boleh pegang itu sebagai,sama diprofesi apapun

ya kalau ..... anti metode kemudiantiba-tiba kita masih .....ideology.

Narasumber : tadi formalitas,zaman ..... itu selalu penyeragaman kemudian yang di kasih stample ….. melawan itu formalitas tapi lebih ke substansi apakah saya mengaku wartawan atau tidak atau saya bekerja disuatu media contohnya estensi jurnalisme itu apa. nah kalau suah seperti itu kan yang formal-formal yang baju yang kita kenakan itu tidak penting mau kerja ditempo,kompas,tidak penting.

CURRICULUM VITAE

A. Identitas Pribadi

Nama	: Dudi Iskandar
TTL	: Bandung, 5 Maret 1972
Pendidikan	: Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
Pekerjaan	: Dosen Fikom Universitas Budi Luhur Jakarta
Alamat	: Puri Bintaro Hijau F8-8, Pondok Aren, Tangerang Selatan, Banten.
Handphone	: 0815 166 4340
Email	: dudi.iskandar@budiluhur.ac.id, dudisabiliskandar@yahoo.com

B. Pendidikan

1. SDN Bojong Emas II Majalaya, Bandung (1984)
2. SMP FK Bina Muda Cicalengka, Bandung (1987)
3. MA Al Muayyad Solo, Jawa Tengah (1990)

4. IAIN Sunan Gunung Djati Bandung Fakultas Ushuluddin, Jurusan Dakwah (1996)
5. Lulus test Program Pascasarjana Fakultas Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung (1998)
6. Program Pascasarjana Political Communication Universitas Mercu Buana, Jakarta (2012)
7. Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran 2015-sampai sekarang

A. Pengalaman Organisasi (Kemahasiswaan)

C.1. Intra Intituter

1. Wakil Sekretaris Senat Mahasiswa Fakultas Ushuluddin (1994)
2. Ketua Bidang Pengembangan Minat dan Bakat Senat Mahasiswa Institut (1995)
3. Ketua Bidang Nalar dan Intelektual Senat Mahasiswa Institut (1996)

C.2. Ekstra Intituter

1. Ketua Bidang Pembinaan Anggota HMI Komisariat Ushuluddin (1993)
2. Ketua Bidang Pembinaan Anggota HMI Komisariat Ushuluddin (1994)
3. Ketua Bidang Pembinaan Anggota HMI Cabang Kabupaten Bandung (1995)
4. Wakil Ketua Pembinaan Anggota Badko HMI Jawa Bagian Barat (1997)

D. Prestasi

1. Murid Teladan SDN Bojong Emas II (1982)
2. Juara Lomba Pidato se-eks Keresidenan Surakarta (1989)
3. Juara Lomba Karya Ilmiah Fakultas Ushuluddin (1994)
4. Penerima Beasiswa Gudang Garam (1994)
5. Penerima Beasiswa Super Semar (1995)
6. Juara IV Lomba Karya Tulis Wartawan tentang Haji dan Umrah (2004)

7. Juara I Lomba Tulis Wartawan tentang Oli Motul (2005)

E. Pengalaman Pekerjaan

1. Guru MA/MTs Al Falah Cicalengka, Bandung (1996)
2. Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah, Bandung (1997)
3. Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Siliwangi, Bandung (1998)
4. Peneliti di LSM Komunitas Lingkungan Hidup (2000)
5. Reporter *Media Indonesia* (Oktober 2001- November 2007)
6. Asisten redaktur *Koran Jakarta* (Desember 2007-Maret 2010)
7. Redaktur *beritasatu.com* (Juni-Juli 2010)
8. Redaktur *Gresnews.com* (Juli 2012- Februari 2013)
9. Dosen Fikom Universitas Budi Luhur Jakarta (2012- sekarang)

Catatan:

1. Selama di *Media Indonesia* pernah ditugaskan di desk Jabotabek (wilayah Tangerang), Pendidikan, Haji dan Umrah, Olahraga (PBSI, PSSI, dan sepak bola internasional)
2. Di *Koran Jakarta* menjadi pengelola rubrik Gagasan (opini/*book review*). Sempat mengelola rubrik Sports. Terakhir memegang rubrik Megapolitan
3. Menjadi narasumber dalam *Dialog Publik* di TVRI dengan tema "Memperbaiki Penyelenggaraan Haji"

F. Artikel/Resensi

F.1. Kompas

1. *Civil Religion, Piagam Madinah, dan Pancasila* (Opini, 31 Mei 2001)
2. *Agenda Politik Islam Inklusif* (Resensi, 15 Juli 2001)
3. *Menyelamatkan Masa Depan Kehidupan* (Resensi, 26 Oktober 2001)

F.2. Media Indonesia

1. *Mengikis Tabu Menuju Masyarakat Demokratis* (Resensi, 17 Oktober 1999)
2. *Menanti Kebangkitan Kedua HMI* (Opini, 4 Desember 1999)
3. *Membentuk Islam yang Mengindonesia* (Resensi, 17 Juni 2001)
4. *Kepak Elang dari Kutaraja (*Resensi, *5* Agustus *2001)*

F.3. Republika

1. *Menguji Kekuatan Oposisi HMI* (Opini, 5 Februari 2001) bersama Ahmad Doli Kurnia
2. *Dari Gerakan Struktural-Formalistik ke Substansial-Kultural* (Opini, 5 Juli 2001)
3. *Reideologisasi Mahasiswa* (Opini, 15 Mei 2010*)*
4. *Rekonstruksi KNPI* (Opini,19 Oktober 2011)
5. *Konstruksi Citra Politik* (Opini, 23 Juli 2013)
6. *Koalisi Madinah* (Opini, 27 Januari 2014)
7. *Publik dan Akal Sehat Media* (Opini, 22 April 2014)
8. *Pertanggungjawaban Media* (Opini, 10 Juli 2014)
9. *Penjajahan Intelektual* (Opini, 19 September 2016)
10. *Agama dan Komunikasi Politik* (Opini, 7 November 2016)

F.4. Koran Tempo

1. *Teologi Sepakbola* (Opini, 29 Juni 2010)
2. *BUMN Haji, Mungkinkah?* (Opini, 2 Agustus 2010)
3. *Kisah Keramat dari Yang Terhormat* (Resensi, 12 Desember 2010)
4. *Rekaman Lain Sejarah Dunia* (Resensi, 9 Januari 2011)
5. *Menyibak Pseudo-Pembangunan Tersisa* (Resensi, 27 Maret 2011)
6. *Mengikis Tabu Sekulerisme & Demokrasi Liberal* (Resensi,5 Juni 2011)

7. *Agama Perspektif Kajian Budaya* (Resensi, 31 Juli 2011)

8. *Melengkapi Biografi Muhammad* (Resensi, 18 Agustus 2013)

F.5. Panji Masyarakat

1. *Mencari Simpul Konflik* (Resensi, 4 April 2001)

F.6. Pikiran Rakyat

1. *Bebas Beragama dan Agama Bebas* (Opini, 28 April 2010)

2. *Menyoal Ongkos Haji* (Opini, 28 Juli 2010)

3. *Puasa dan Konflik Agama* (Opini, 16 September 2010)

4. *Teologi Sosial-Politik HMI* (Opini, 5 November 2010)

5. *Pekerjaan Rumah Para Cendikiawan* (Opini,10 Desember 2010)

6. *Demokratisasi Olahraga* (Opini, 15 Januari 2011)

7. *Apa Maumu, PSSI?* (Opini, 29 Maret 2011)

8. Perempuan Bukan Dokumen Kearifan (Opini, 18 April 2011)

9. Pencerahan Umat (Opini, 13 Mei 2011)

10. Ramadan dan Polusi Spiritual (Opini, 9 Agustus 2011)

11. Memandang Perbedaan (Opini, 29 September 2011)

12. BLT dan Politik Pencitraan (Opini, 23 Maret 2012)

F.7. Jurnal Nasional

1. Menuntaskan Kebinekaan (Opini, 7 Januari 2011)

2. Pancasila sebagai "Agama" Publik (Opini, 4 Maret 2011)

3. Menyelamatkan Sepak Bola Nasional (Opini, 1 April 2011)

3. Revolusi Paradigmatik dengan Kesantunan (Resensi,18 Mei 2011)

4. Sumber Etika Bangsa (Opini, 25 Juni 2011)

5. Ramang, Macan Bola (Resensi, 30 Oktober 2011)

6. SEA Games dan Martabat Bangsa (Opini, 5 November 2011)

7. Perang Bintang di Pilkada DKI (Opini, 7 April 2012)

F.8. Sinar Harapan

1. Agama Turun Gunung (Opini, 19 Januari 2011)

F.9. Majalah Ikhlas Beramal

1. *Refleksi Kekerasan Atas Nama Agama* (Opini, Desember 2005)

F.10. Seputar Indonesia

1. Mitos Negara Islam Madinah (Resensi, 15 Mei 2011)

2. *Menanti Kejujuran Negara* (Opini, 24 Februari 2012)

G. Buku/Karya

1. *Rekonstruksi Nilai Dasar Perjuangan HMI* bersama Andito (1998)
2. *Keajaiban di Tanah Suci saat Haji dan Umrah* (2004)
3. *Haji ; Antara Aroma Bisnis dan Tarikan Spiritual* (Editor) (2005)
4. *Menggapai Demokrasi; Jejak Politik HR Syaukani* bersama Hery Susanto dan Ali Amran Hasibuan (2006)
5. *Perjalanan Sebuah Bangsa; Catatan 80 Tokoh Nasional* (2008) (penyusun) bersama Dwi Agus Susilo dan Masad Masrur.
6. *Jejak Prestasi Olahraga Indonesia di Kancah Internasional; SEA Games, Asian Games, Olimpiade 1951-2011 (2011)*
7. *Dari Bangku Sekolah ke Medan Perang; Jejak Patriotisme Tentara Republik Indonesia Pelajar (TRIP) Jawa Timur* bersama Israr Iskandar (2013)
8. *KNPI : Konflik, Media, dan Paradigma, Sebuah Kajian Analisis* (bersama Dwi Agus Susilo dan Masad Masrur) (2013)
9. *Keruntuhan Jurnalisme* (2015)

10. *Mitos Jurnalisme* bersama Rini Lestari *(2016)*

H. Jurnal Ilmiah

- Representasi Kekuasaan dalam Konflik KNPI 2008-2011 (Analisis Framing Pan Zhongdan dan Robert Kosicky) Jurnal Avant Garde, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Volume I Nomor 1 Juli 2013

- Konstruksi Pemberitaan Dugaan Kasus Korupsi Kepala Skk Migas (Analisis isi Berita Kompas, Republika, Koran Sindo, dan Media Indonesia) bersama Armaini Lubis, Communication, Volume 5 Nomor 2 Oktober 2014

- Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Jurnalisme Online Bersama Rini Lestari InterAct , Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta Volume 4 Nomor 2 November 2015

- Ideological Representation of Power in Media Convergence (Critical Discourse Analysis of Norman Fairclough in News Campaign 2014 Presidential Election in Kompas Group, Media Group, and MNC Group) bersama Antar Venus, Herlina Agustin, dan Aceng Abdullah, JESOC (Journal of Education and Social Science), Malaysia, Volume 7

- Teologi, Etika, dan Islamisasi Jurnalisme, Jurnal Komunikasi Universitas Trunojoyo, Volume 11 No 1 (2017)

- Perbedaan Konstruksi Tulisan di Media Massa dan Media Sosial bersama Ahmad Pramegia, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Akademi Sekretari Tarakanita Volume 2 Nomor 2 April 2017

- Political Journalism in Media Convergence Era bersama Antar Venus, Herlina Agustin, dan Aceng Abdullah International Journal of Development Research, India, Volume 7, 08 Agustus 2017

- *Struggle of Discourse in Indonesia Presidential Election Campaign* bersama Antar Venus, Herlina Agustin, dan Aceng Abdullah International Journal of Advanced Research in Dynamical and Control System, Vol. 9 Sp-16/2017 (terindeks scopus)

I. Lain-lain

1. Kursus Bahasa Inggris di Harvard Bandung Intermediate Level (1997)

2. Kursus Bahasa Inggris (khusus translate) di Pratama Kediri (1996)

3. Kursus Bahasa Inggris TOEFL di LIA Mercu Buana (2011)
4. Liputan SEA Games Manila, Filipina (2005)
5. Liputan Haji di Arab Saudi (2007)
6. Anggota Aliansi Jurnalis Independen (2012)
7. Peraih paper terbaik pada Kuala Lumpur Internasional Communication, Education, Language and Social Science Confrence (KLiCELS 6)

Demikian curriculum vitae ini saya buat dengan benar. Saya bertanggung jawab atas semua informasi yang tertera.