TS 07/05
Kri
j.

TESIS

JURNALIS DAN PILKADA

Studi tentang Pola Interaksi Jurnalis dengan
Aktor Politik Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

Nanang Krisdinanto

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

NIM: 090210410L
Program Studi Media dan Komunikasi
Pascasarjana Universitas Airlangga
2004

JURNALIS DAN PILKADA
Studi tentang Pola Interaksi Jurnalis dengan Aktor Politik Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

TESIS

Untuk memperoleh gelar Magister
Dalam Program Studi Media dan Komunikasi
Ilmu-Ilmu Sosial
Pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga

Oleh:
Nanang Krisdinanto
090210410L

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
Tanggal 16 Agustus 2004

Lembar pengesahan

A

TESIS INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 16 AGUSTUS 2004

Oleh

Pembimbing Ketua

Drs. Henry Subiyakto, SH, MA

NIP.

Pembimbing

Dra. Sri Moerdijati, MA

NIP. 131 125 226

PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS

Telah diuji pada
Tanggal 13 Agustus 2004
PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua: Drs Basis Susilo MA
Anggota: 1. Drs Henry Subiakto SH MA
2. Dra Sri Moerdijati MA
3. Yuyun W.I. Surya Ssos MA
4. Dra Rachma Ida MA
5. Drs Suko Widodo MA

UCAPAN TERIMA KASIH

Saat memutuskan memasuki Program Studi Media dan Komunikasi Pascasarjana Universitas Airlangga ini, seorang dosen di sini mengingatkan saya. "Belajar itu melelahkan lho, Mas," katanya.

Saat itu, saya tidak terlalu memikirkan kata-kata itu. Maklum, yang ada di benak saya adalah gairah akan sesuatu yang baru, yaitu masuk kembali ke kehidupan kampus dan belajar secara sistematis, sesuatu yang sudah saya tinggalkan hampir 12 tahun sejak saya menyelesaikan studi S-1 saya di gedung yang sama (Program Studi Ilmu Politik FISIP Unair).

Pekan demi pekan, bulan demi bulan, dan semester demi semester saya lalui. Benar, yang paling saya rasakan adalah kelelahan. Semula saya menganggap enteng proses belajar ini, saya merasa akan bisa melaluinya dengan lancar meski harus membagi perhatian antara pekerjaan dan belajar.

Tetapi ternyata belajar memang amat susah dikompromikan dengan pekerjaan. Salah satu akibatnya, pada titik tertentu saya amat pragmatis, sekadar mencari nilai. Tapi saya meyakinkan pada diri sendiri, pada titik yang lain saya tidak boleh sekadar pragmatis. Harus ada nilai lebih yang bersifat kualitatif yang saya dapat. Titik itu adalah tesis ini, yang saya anggap sebagai kulminasi proses belajar di sini.

Itu sebabnya, dengan segala kelemahan yang saya miliki (seperti kemampuan mencerna hal-hal yang teoritik yang sudah menurun, kemampuan melakukan abstraksi yang tak sebaik dulu, kegagalan mengatur waktu, konsentrasi yang terpecah antara pekerjaan dan belajar, serta fisik yang kurang memadai untuk mensubtitusi segala kekurangan itu) saya tetap bertekad menyelesaikannya dengan segala yang saya bisa dan segala yang saya punya.

Bagi saya pribadi, tidak ada yang lebih memuaskan dan membanggakan ketimbang berhasil menuntaskan apa-apa yang pernah kita mulai dengan segenap daya yang kita bisa dan kita punya. Itulah yang membuat saya puas dan bangga bisa menyelesaikan tesis ini, apa pun hasil dan nilainya. Tesis ini menjadi semacam simbol tuntasnya sebuah upaya proses belajar yang buat saya amat melelahkan.

Dan akhirnya kelelahan itu berakhir, meski tidak tahu akan saya gunakan untuk apa gelar baru ini. Gelar, dalam profesi saya sebagai jurnalis, memang tidak terlalu berpengaruh signifikan dalam karier. Tapi paling tidak, saya bisa masih bisa menyelipkannya ke dalam *curriculum vitae* atau –kalau suatu saat nanti saya terkena gejala snobisme—bisa ditaruh di pigura dan dipajang di tembok ruang tamu. Atau sebagai aksesoris kartu nama agar lebih mentereng, seperti kartu nama seorang anggota MPR kenalan saya yang memajang seluruh gelarnya mulai profesor, doktor, SH, drs, MH, sampai MPd.

Untuk memenuhi standar basa-basi lembar ucapan terima kasih ini, izinkan saya mengucapkannya kepada sejumlah orang.

1. Almarhum H Moch. Said, yang membuka jalan bagi saya untuk menempuh program ini.
2. Hasyim Muzadi, Anton Prijatno, Agus Wibisono, dan Hery Sugiono, yang membantu saya memenuhi kebutuhan pembiayaan proses belajar ini.

3. Tjahjo Purnomo, Ronny H. Mustamu, dan Sirikit Syah, yang membantu merumuskan dan mensistematisasikan gagasan saya berikut mempersilakan buku-bukunya saya pinjam.
4. Hotman M. Siahaan, dalam kapasitasnya sebagai Direktur LSPS, yang meminjami saya sebuah ruang berikut AC-nya sebagai tempat menuntaskan tesis ini.
5. Henry Subiakto dan Sri Moerdijati, yang bersedia menjadi dosen pembimbing saya.
6. Yuyun W.I. Surya, Rahma Ida, Suko Widodo, dan Basis Susilo, atas kesediaannya menjadi dosen penguji.
7. Yola Damayanti, yang telah menterjemahkan abstrak-ringkasan tesis ini, dan juga telah memberi pinjaman printer untuk mencetak tesis ini.
8. Terakhir tapi terpenting, saya mengucapkannya kepada perempuan yang melengkapi hidup saya, Tri Andarini, dan seorang anak laki-laki yang menjadi sumber motivasi saya, Lintang-lintang Merdeka.

RINGKASAN

JURNALIS DAN PILKADA
Studi tentang Pola Interaksi Jurnalis dalam Melakukan Konstruksi Sosial atas Realitas dengan Proses Politik Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

Nanang Krisdinanto

Maraknya isu *money politics* (penggunaan uang secara ilegal untuk kepentingan-kepentingan politik) termasuk dalam kasus Pilkada di banyak daerah membuat masalah ini menarik diteliti. Dalam konteks studi media dan komunikasi, isu ini menjadi menarik ketika dihubungkan dengan media massa atau jurnalis. Tujuan penelitian ini adalah melihat bagaimana jurnalis mengkonstruksi berita dalam kasus Pilkada, apa saja yang mempengaruhi proses itu, dan bagaimana pola interaksinya dengan aktor politik Pilkada.

Kerangka teori yang digunakan adalah teori-teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi isi atau produksi berita (media massa). Yang banyak digunakan adalah teori yang dikembangkan Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reece tentang lima level pengaruh terhadap isi berita, yaitu level individual, *media routine*, organisasi, *extra-media*, dan ideologi. Penelitian ini lebih banyak menggunakan kerangka level individual dan organisasi sesuai tema penelitian yang dikembangkan. Selain itu juga dipaparkan kerangka berpikir yang bersifat umum untuk memberi gambaran tentang fungsi media, kekuatan media, dan fungsi jurnalis melakukan konstruksi sosial atas kenyataan dalam bentuk berita, suatu hal yang membuat para pemegang kekuasaan memiliki kepentingan besar untuk mengontrol atau mengkooptasinya.

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, paradigma konstruktivis, subjek penelitian jurnalis dan politisi, unit analisis kasus Pilkada, dan teknik pengumpulan data observasi partisipatif dan wawancara. Dalam mengumpulkan data, peneliti berposisi sebagai partisipan yang tidak diketahui oleh subjek penelitian.

Subjek penelitian sendiri dideskripsikan sebagai lingkungan yang diwarnai kultur korupsi. Kebiasaan jurnalis menerima uang atau amplop sudah berakar (baik secara historis maupun kultural), dan hal ini mempengaruhi perilaku mereka saat melakukan peliputan berita Pilkada.

Hasil penelitian menunjukkan, bagaimana jurnalis mengkonstruksi berita Pilkada memang di antaranya dipengaruhi interaksinya dengan aktor-aktor Pilkada dari kalangan politisi, yaitu para tim sukses dan kandidatnya sendiri. Sementara aktor Pilkada itu cenderung mengembangkan interaksi yang berpola kooptatif atau konspiratif terhadap jurnalis dengan imbalan uang.

Pada level individu, pola kooptatif ini membuat jurnalis lebih berperan sebagai jurnalis partisan ketimbang apa yang disebut sebagai jurnalis partisipan atau netral. Jurnalis juga cenderung berfungsi partisan daripada berfungsi interpretasi, disemenasi, atau *adversary*. Sedangkan jurnalis yang menolak kooptasi ini cenderung menjauh dan bersikap netral atau kritis.

Pada level organisasi (*newsroom*), kooptasi ini memicu munculnya *editorial blue-penciling* yang dikembangkan jurnalis (dari kalangan redaktur) yang terkooptasi. Kooptasi dilakukan kepada media massa yang berpengaruh signifikan dalam proses Pilkada, yaitu terutama media cetak lokal. Media cetak lokal yang dikooptasi tidak hanya pada media massa besar (beroplah besar, kondisi finansial kuat) tetapi juga media massa kecil (beroplah kecil, struktur keuangan tidak kuat) dengan pertimbangan menutup semua kemungkinan munculnya berita yang merugikan dari mana pun asalnya.

Begitu pula jurnalis, konsesi dari proses kooptasi ditentukan berdasar asal medianya. Semakin besar dan berpengaruh medianya, semakin besar pula konsesinya. Jurnalis yang dikooptasi pun tidak hanya dari kalangan reporter tetapi juga redaktur. Dengan kooptasi yang relatifn massif seperti ini, aktor politik Pilkada berharap bisa mengontrol jurnalis dalam melakukan *agenda setting, priming, framing,* sampai *labelling*.

SUMMARY

JOURNALIST AND *PILKADA*
The Study of Journalist Interaction Pattern in Executing Social Construction of the *Pilkada*'s Reality

Nanang Krisdinanto

The rise of money politics issue in many cases of *Pilkada* -Political Process of Governor's Election- has been an interesting problems to be researched. This issue has been very interesting as it relates mass media and journalist. The aim of this research is to see how journalist construct news of *Pilkada*'s case, what has influenced the political process and how the interaction pattern relates to the political actor of *Pilkada*.

Theories which explain the factors that influence the content of news is used as the main theory in this research. Pamela. J Shoemaker and Stephen. D Reece explain five level of influence in making news, such as individual level, media routine, organization, extra media and ideology. This research bases itself on the level of individual and organization. Moreover, general theories, such as media's function, media's strength, and journalist function in constructing reality of the news, are also used in this research.

This qualitative research uses constructivist paradigm. The subject of the research is journalist and politest. Data are gathered by participation observation and interview. The researcher placed himself as a participant which is not fully recognized by the subject of the research.

The subject of the research is described as an environment which has corruption culture. Journalist habit in receiving money or any kinds of envelopes has been a rooted tradition historically and culturally so that this culture influenced their attitude when they make the news of *Pilkada*.

The result of this research shows that journalists who construct *Pilkada*'s news are influenced by the actors of *Pilkada* who are politicians' success team and candidates. Meanwhile, *Pilkada* tends to develop cooptative and conspirative interaction towards journalists by money.

In the individual level, cooptative pattern has molded journalists as participant journalist instead of neutral journalists. Journalists tend to function as participant rather than interpreter, disseminator, or adversary. On the other hand, journalists who are against this cooptative pattern tends to be neutral or critical.

In the level of organization (newsroom), cooptation has triggered the existence of editorial blue-pencilling which is developed by journalists who are cooptated. Cooptation is done to mass media which has a bigger influence in the process of Pilkada, especially local print media. Cooptated local print media is not only executed on big mass media but also small mass media. So that the possibility of disadvantage news are limited. Concession of cooptative process is based on the media. When the media is getting bigger and influential then the concession is getting bigger. Journalists which are cooptated are not only reporters but also editors. Therefore, the political actor of *Pilkada* hope so that they could control journalists in doing the agenda setting, priming, framing and labeling.

ABSTRAK

JURNALIS DAN PILKADA
Studi tentang Pola Interaksi Jurnalis dalam Melakukan Konstruksi Sosial atas Realitas dengan Proses Politik Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada)

Nanang Krisdianto

Runtuhnya Orde Baru dan kontrol negara terhadap pers ternyata tidak secara otomatis membuat pers bisa disebut independen dan lepas dari segala bentuk kontrol. Pada kasus Pilkada, kontrol ternyata tetap ada, yang berbeda hanya pihak pengontrol dan alat kontrolnya. Jika di era Orde Baru yang menjadi pengontrol adalah negara dan alat kontrolnya adalah aparatus negara (yang tecermin pada aturan, ideologi, dan birokrasi termasuk birokrasi militer), pada kasus Pilkada di era pasca Orde Baru yang menjadi pengontrol adalah kekuatan politik-ekonomi yang tecermin pada para kandidat dan alat kontrolnya adalah uang. Hal ini memungkinkan terjadi karena lingkungan jurnalistik di Indonesia diwarnai kultur korupsi.

Tujuan penelitian ini adalah melihat bagaimana jurnalis mengkonstruksi berita dalam kasus Pilkada, apa saja yang mempengaruhi proses itu, dan bagaimana pola interaksinya dengan aktor politik Pilkada. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, paradigma konstruktivis, subjek penelitian jurnalis dan politisi, unit analisis kasus Pilkada, dan teknik pengumpulan data observasi partisipatif dan wawancara.

Proses Pilkada ternyata amat mempengaruhi proses jurnalis dalam mengkonstruksi berita. Aktor politik Pilkada dari kalangan politisi cenderung mengembangkan hubungan yang bersifat kooptatif atau konspiratif dengan uang sebagai konsesi. Dengan kooptasi ini, kedua belah pihak sama-sama mendapat keuntungan. Aktor politik Pilkada bisa mendorong dimuatnya pemberitaan yang sesuai kepentingan politik mereka, sementara jurnalis mendapatkan imbalan uang.

Kooptasi ini tidak hanya berpengaruh pada level individu wartawan, tetapi juga hingga level organisasi, yaitu *newsroom*. Pada level individu jurnalis, proses kooptasi atau konspirasi tak hanya meliputi jurnalis yang berada di lapangan (reporter) tetapi juga jurnalis yang berada di belakang meja perencanaan dan *budgeting* (redaktur).

Kata kunci: jurnalis, kooptasi, kontrol, uang.

DAFTAR ISI

Sampul Depan i

Sampul Dalam ii

Prasyarat Gelar..... iii

Persetujuan iv

Penetapan Panitia..... v

Ucapan Terima Kasih vi

Ringkasan..... viii

Summary..... x

Abstrak xi

Daftar Isi xii

BAB I. PENDAHULUAN 1

I.1. Latar Belakang Masalah 1
I.2. Rumusan Masalah 13
I.3. Tujuan Penelitian 13

BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN 14

II.1. Media dan Masyarakat 15
II.2. Media dan Berita 17
II.3. Faktor yang Mempengaruhi Isi Berita 23
II.4. Model Shoemaker dan Reece 27

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN 42

III.1. Metode, Pendekatan dan Jenis Penelitian 42
III.2. Lokasi Penelitian 43
III.3. Subjek Penelitian 43
III.4. Unit Analisis..... 44
III.5. Teknik Pengumpulan Data 44
III.6. Teknik Analisa Data 46

BAB IV. DISKRIPSI SUBJEK PENELITIAN 48

IV.1. Lepasnya Kontrol terhadap Pers..... 49
IV.2. 'Limbah' Kebebasan Pers 58

BAB V. DATA DAN ANALISA 80
V.1. Pilkada, Politisi, dan Jurnalis 80
V.1.1. Para Aktor 80
V.1.2. Tim Sukses 85
V.1.3. Pilkada Era Orde Baru 90
V.2. Jurnalis Mengkonstruksi Berita Pilkada 95
V. 2.1. Dari Jurnalis Partisipan ke Jurnalis Partisan ... 103
V.2.2. Editorial Pensil Biru 112
V.2.3. Isu Judi dan Pilkada 120
V.2.4. Independen atau Tetap Sub-Ordinat? 129
V.2.5. Kooptasi, Untuk apa? 138

BAB VI. PENUTUP 144
VI.1. Kesimpulan 144
VI.2. Saran 146

DAFTAR PUSTAKA 148

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu isu klasik tetapi tetap relevan di dunia pers adalah kebebasan atau kemandirian pers/jurnalisitik. Bagi jurnalis, kebebasan pers secara operasional bisa didefinisikan sebagai kebebasan melakukan peliputan, melakukan pembingkaian, menuliskannya ke dalam bentuk berita, dan menyiarkannya melalui media massa masing-masing.

Pada era Orde Baru, isu ini lebih sering dikaitkan dengan sistem politik totalitarian yang dikembangkan Orde Baru. Secara umum, terdapat empat ciri-ciri totalitarianisme. Pertama, tak ada lembaga (pendidikan, kebudayaan, keagamaan, ekonomi, sosial) yang mandiri dan di luar kontrol atau "restu" serta pembinaan negara. Kedua, tak ada kebebasan berserikat maupun berbicara, dan hampir semua forum komunikasi dikuasai negara. Ketiga, digunakannya bentuk-bentuk terorisme oleh negara untuk "mengamankan" para pembangkang. Keempat, adanya dominasi sebuah partai yang berkuasa dan ideologi yang kuat.[1]

Di dalam iklim totalitarianistik seperti itulah pers Indonesia di masa Orde baru hidup. Pers, sebagaimana aspek kehidupan yang lain, disub-ordinatkan terhadap politik yang dikembangkan negara. Isu kebebasan pers ini kemudian diparalelkan dengan wacana-wacana tentang pers yang dikembangkan oleh negara, seperti Pers Pancasila, pers yang bebas dan bertanggung jawab, dan

[1] Ariel Heryanto, *Pembakuan Bahasa dan Totalitarianisme*, dalam Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (editor), *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*, Mizan, Bandung, 1996, halaman 257.

UNIVERSITAS AIRLANGGA

sebagainya. Karena itu, kebebasan pers menjadi isu yang sangat krusial karena politik totalitarian yang dikembangkan Orde Baru mematikan peran ideal pers sebagai *the fourth estate (*pilar negara keempat disamping eksekutif, legislatif, dan yudikatif).

Tak heran jika tokoh pers Indonesia, Jakob Oetama, menyatakan, adalah suatu pengalaman empiris yang tak dapat dibantah bahwa eksistensi pers Indonesia sangat berkait erat dengan sistem dan struktur politik.[2] Pada masa Orde Baru, misalnya, munculnya gelombang-gelombang politik selalu berimbas pada dunia pers. Menyusul Peristiwa Malari pada tahun 1974, 11 koran dibredel tanpa proses hukum dan batas waktu yang jelas. Maraknya gerakan mahasiswa pada 1978 juga berimbas ke dunia pers dengan dibredelnya tujuh koran, yaitu *Kompas, Sinar Harapan, Merdeka, Pelita, The Indonesian Times, Sinar Pagi,* dan *Pos Sore*. Gerakan-gerakan unsur non negara yang menggulirkan demokratisasi dan keterbukaan mulai pertengahan 1990-an dan kian tajamnya intrik-intrik politik di kalangan elite juga menghasilkan dicabutnya SIUPP majalah *Tempo, Detik,* dan *Editor*.[3]

Jika diabstraksikan, rezim Orde Baru pada dasarnya melakukan lima level kontrol terhadap pers. Pertama, level ideologi. Kebijakan dan pemberitaan pers harus selalu berada di posisi sub-ordinat terhadap ideologi Orde Baru yang menekankan pada ketertiban, stabilitas, dan pembangunan (baca: pertumbuhan) ekonomi. Kedua, level simbolik/bahasa. Pemerintahan Orde Baru

[2] Jakob Oetama, *Kemandirian Pers Indonesia di Masa Lalu, Kini dan Mendatang*, dalam Hotman M. Siahaan dan Tjahjo Purnomo W., *Tajuk-tajuk dalam Terik Matahari: Empat Puluh Tahun Surabaya Post*, Yayasan Keluarga Bhakti Surabaya, Surabaya, 1993, halaman 479.

[3] Fakta-fakta ini merupakan "cerita klasik" di dunia pers dan politik Indonesia. Amat banyak buku dan studi yang mengungkap fenomena ini. Hampir semua studi atau penelitian yang membahas politik Orde Baru di era 1970-an hingga 1990-an selalu menjadikan pembredelan dan pencabutan SIUPP tersebut sebagai variabel penting.

mengembangkan politik bahasa yang harus dipatuhi pers. [4] Ketiga, level administratif dengan pemberlakuan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) atau SIT (Surat Izin Terbit) termasuk kontrol terhadap kepemilikan SIUPP atau SIT. Keempat, level *newsroom* seperti ini budaya telepon, imbauan, sensor, dan sebagainya.[5] Kelima, level individu jurnalis. Kontrol level ini melibatkan teror psikologis dan fisik terhadap jurnalis seperti dipaksa mengundurkan diri, penangkapan, penahanan, interogasi, pemukulan, sampai penyiksaan. [6]

Lima kontrol itu kemudian runtuh menyusul terjadinya gerakan reformasi dan mundurnya Presiden Soeharto pada 21 Mei 1998 yang melahirkan perubahan mendasar di semua bidang kehidupan, termasuk pers. Indonesia, termasuk dunia persnya, memasuki era liberal setelah selama 32 tahun berada di bawah suasana totalitarian. Pers tidak lagi berada pada posisi sub-ordinat di hadapan negara. Isu kebebasan pers tidak lagi dikaitkan dengan kontrol negara yang terlalu kuat, melainkan cenderung bergeser ke arah lain seperti pemasang iklan, pemilik modal, kekuatan sosial-politik non negara, atau massa yang merasa dirugikan pemberitaan pers. [7] Kalau pun masih dikaitkan dengan politik, isu kebebasan pers lebih dihubungkan dengan pemihakan pers terhadap pertarungan-pertarungan

---

[4] Sudah cukup banyak pula penelitian atau buku tentang politik bahasa Orde Baru yang kemudian bisa dihubungkan dengan pers. Sebuah buku yang menurut hemat penulis cukup tuntas mengupas topik ini adalah Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim, *Op.cit*. Ada pula sebuah penelitian lama namun amat detail mendeskripsikan politik bahasa Orde Baru, yaitu Djoko Saryono dan Herlinawati Syaukat, *Bahasa Indonesia sebagai Cermin Dinamika Kekuasaan Orba*, dalam *Basis*, No. 1 Januari 1993.

[5] Sudah cukup banyak pula buku atau laporan menyangkut hal ini, yang biasanya diterbitkan LSM hak asasi manusia atau organisasi pers.

[6] Bagian ini akan diungkapkan agak detail di Bab III sebagai upaya memberi bingkai atau konteks tema penelitian ini.

[7] Berubahnya pola kontrol terhadap pers menyusul runtuhnya rezim Orde Baru sudah banyak diteliti dan ditulis. Lihat misalnya Dedy N. Hidayat et.al. (editor), *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Gramedia, Jakarta, 2000. Organisasi-organisasi pers seperti Aliansi Jurnalis Independen dan The Southeast Asian Press Alliance (SEAPA) secara berkala menerbitkan laporan tahunan tentang kekerasan terhadap pers yang dipahami sebagai berubahnya pola kontrol terhadap pers. Lihat misalnya Lukas Suwarso et.al., *Tekanan Terhadap Pers Indonesia 2001, Natural Press Attackers*, Jakarta, SEAPA, 2002, Hanif Suranto et.al., *Pers Indonesia Pasca Soeharto: Setalah Tekanan Penguasa Melemah*, Aliansi Jurnalis Independen dan Lembaga Studi Pers dan Pengembangan, Jakarta, 1999. Secara sporadis, laporan-laporan atau

politik di kalangan elite atau partai politik. Jatuhnya Presiden Abdurrahman Wahid dari kursi kepresidenan juga dikait-kaitkan dengan isu pemihakan media massa. Saat isu Aryanti Sitepu yang disebut-sebut mempunyai hubungan khusus dengan Abdurrahman Wahid mencuat, misalnya, media massa mendapat sorotan tajam karena ada yang menilai media massa telah menjadi partisan atau tunggangan oposan Abdurrahman Wahid.[8] Abdurrahman Wahid bahkan kerap menuding pers memelintir pernyataannya dan menjadi alat lawan-lawan politiknya untuk menjatuhkan dirinya.

Dengan kata lain, pers tidak lagi sekadar menjadi "objek" di hadapan dinamika politik/kekuasaan. Dengan runtuhnya kontrol negara terhadap pers, pers (jurnalis) mendapat kebebasan melakukan peliputan, memilih *angle* atau tema, membingkainya, menuliskan, dan menyiarkannya. Inilah yang menurut hemat peneliti, menjadi menarik. Runtuhnya Orde Baru telah membuat pers lepas dari sub-ordinasi kekuasaan negara. Jurnalis tidak lagi dibayang-bayangi ketakutan tiap kali melakukan peliputan atau menulis berita-berita yang menyangkut dinamika politik atau kekuasaan. Media massa bahkan menjadi memiliki posisi tawar-menawar tinggi di hadapan kekuasaan politik yang tidak lagi tunggal.

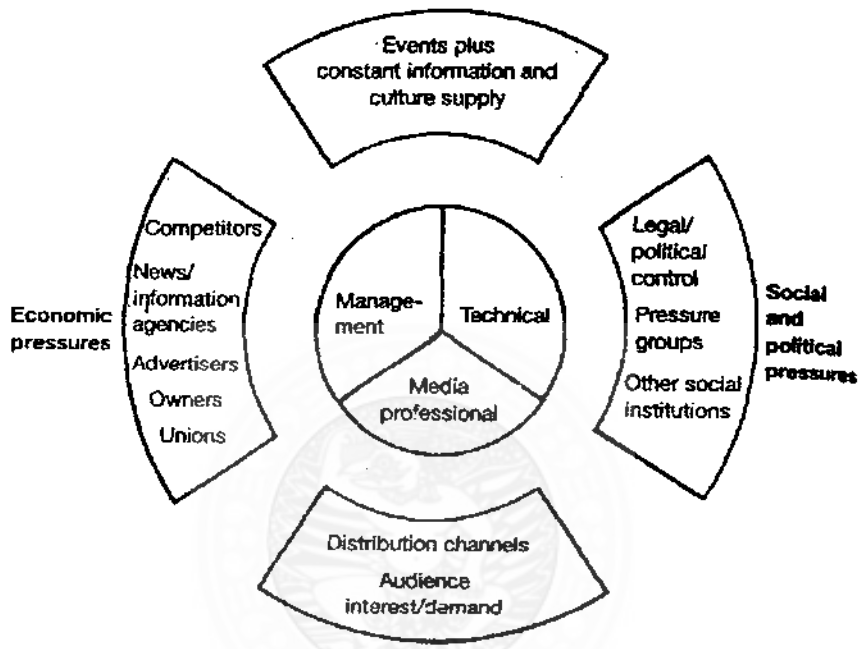
Berita-berita di media massa tidak lagi bisa dikontrol melalui lima level kontrol yang disebutkan di atas. Namun hal tersebut bukan berarti media massa steril dari politik atau kekuasaan, dan jurnalis bekerja dalam suasana benar-benar tanpa kontrol apapun. Secara teoritik, isi media memang tak akan pernah lepas

---

tulisan tentang hal ini juga sering dimuat dalam majalah yang mengkhususkan diri mengamati perkembangan jurnalisme, yaitu *Pantau*, yangn diterbitkan Institut Studi Arus Informasi (ISAI).

[8] Lihat misalnya Budiman S. Hartoyo, *The Ballad of Aryanti Sitepu*, dalam *Pantau*, ISAI, April 2001, halaman 52-61.

dari pengaruh lingkungannya, termasuk di antaranya pengaruh kekuatan politik. G. Gerbner menggambarkan pengaruh terhadap isi media sebagai berikut:



Gerbner menggambarkan, aktor komunikasi massa memang melakukan fungsinya di bawah tekanan berbagai macam kekuatan eksternal, seperti klien, pemasang iklan, kompetitor, pemegang otoritas kekuasaan, para pengamat, sampai audiens. [9]

Pada ilustrasi tersebut digambarkan bagaimana organisasi media (yang terdiri atas manajemen, teknisi, dan kaum profesionalnya atau jurnalis), dilingkari lingkungan eksternal seperti yang disebutkan pada gambar di atas. Dengan kata lain, isi media sebagai produk suatu organisasi media— tidak pernah lepas dari

[9] Denis McQuail, *Mass Communication Theory (Third Edition)*, London, SAGE Publications Ltd., 2000, halaman 249-250.

pengaruh berbagai lingkungan eksternalnya. Isi media, pada dasarnya, merupakan produk hasil "tawar-menawar" atau "kompromi" antara kebijakan redaksional dan strategi bisnis organisasi media tersebut dengan berbagai kepentingan lingkungan eksternalnya.

Dalam konteks tekanan politik patut digaris bawahi, proses politik pada dasarnya bukanlah sekadar proses yang bersangkut-paut dengan (upaya pencarian atau mempertahankan sumber-sumber kekuasaan) kekuasaan, tetapi juga terkait dengan proses komunikasi (politik). Proses politik adalah proses yang melibatkan aktor politik dan publik, atau bisa pula disebut rakyat, konstituen, kelompok masyarakat, dan semacamnya. Di tengah hubungan aktor politik dan publik itu berdiri media massa, sebagai sarana komunikasi baik di antara kedua belah pihak maupun di antara sesama aktor politik dan kelompok kelompok masyarakat/konstituen. Karena itu, pada dasarnya proses politik selalu berjalan beriringan dengan proses komunikasi (politik).

Dengan kata lain, proses komunikasi melalui media massa tidaklah berlangsung dalam ruang hampa. Proses komunikasi di media massa seringkali atau bahkan selalu diwarnai, berkelit-kelindan, atau bertumpang-tindih dengan proses politik atau kompetisi politik dalam upaya mencari dan mempertahankan sumber-sumber kekuasaan, maka tiap kali terjadi momen-momen kompetisi kekuasaan –di semua level— hampir bisa dipastikan bakal pula melibatkan proses komunikasi politik di media massa. Media massa berikut jurnalisnya cenderung akan dimanfaatkan sebagai sarana membentuk opini sesuai kepentingan para aktor politik yang sedang berkompetisi.

Namun pemanfaatan berita media massa demi kepentingan kekuasaan saat ini tak bisa lagi dilakukan seperti pada masa Orde Baru. Berubahnya sistem atau struktur politik tentu diikuti pula perubahan pola hubungannya dengan pihak-pihak di luar struktur politik seperti pers. Sementara eksistensi pers di Indonesia, seperti diungkapkan di atas, tak bisa dilepaskan dari sistem dan struktur politik. Karena itu, pengkajian pola hubungan antara dinamika kekuasaan dengan media massa, khususnya jurnalis, menjadi amat menarik menyusul terjadinya perubahan mendasar dengan sistem dan struktur politik. Pasalnya, di tangan para jurnalislah proses konstruksi sosial atas realitas ke dalam bentuk berita dilakukan, mulai dari level reporter yang bekerja di lapangan hingga yang berposisi di belakang meja seperti asisten redaktur, redaktur, redaktur pelaksana, sampai pemimpin redaksi.

Salah satu kompetisi politik yang mendapat sorotan banyak kalangan pada era pasca Orde Baru adalah pemilihan kepala daerah (Pilkada), baik pemilihan gubernur, walikota, maupun bupati. Sorotan itu di antaranya terfokus pada dugaan penggunaan uang untuk membeli suara bagi kemenangan masing-masing calon. Praktik yang lazim disebut *money politics* (politik uang) ini hampir selalu mencuat di pemberitaan media massa tiap kali terjadi proses pilkada.

Fenomena *money politics* hampir selalu dikonstruksi media massa di dalam pemberitaan sebagai praktik yang terjadi di kalangan aktor politik, dalam hal ini antara calon yang bersangkutan dengan anggota dewan (sebagai pemilik suara), pimpinan partai politik, pimpinan organisasi kemasyarakatan yang terkait dengan sistem politik, hingga para aktivis politik. Praktik itu digambarkan terjadi di kalangan aktor politik baik yang berada di suprastruktur mau pun infrastruktur politik. Relasi politik di antara para aktor politik itu digambarkan media massa

berlangsung di dalam konteks fenomena penggunaan uang (materi) sebagai sarana tawar-menawar atau tukar-menukar dukungan politik.

Pemilihan Gubernur Jawa Timur yang berlangsung 17 Juli 2003 lalu misalnya. Pemilihan yang dimenangkan pasangan Imam Utomo-Soenarjo (mengalahkan pasangan Abdul Kahfi-Ridwan Hisjam) itu juga mencuatkan isu *money politics* di kalangan para aktor politik, khususnya anggota DPRD Jatim, pimpinan partai politik, dan ormas di Jatim. [10] Yang menarik, proses politik tersebut juga mencuatkan isu praktik politik uang di kalangan jurnalis, mulai level reporter yang berada di lapangan hingga redaktur yang berada di belakang meja. Tema utama isu tersebut adalah adanya sejumlah uang yang diterima jurnalis tertentu dari calon tertentu dengan imbalan dukungan pemberitaan di media masing-masing.

Isu ini cukup santer, dan sempat diangkat menjadi isu di harian *Surabaya Pagi* sekitar dua minggu sebelum pemilihan. Berita ini dimuat *Surabaya Pagi* sebagai *headline* di halaman I dengan judul *Pemilihan Gubernur Jatim Diwarnai Isu Suap Rp 5 M.* Dengan mengutip sumber anonim dari Pemprov Jatim, *Surabaya Pagi* menulis, sejumlah wartawan senior di Jatim menerima sejumlah uang dari salah satu kandidat.[11]

Di kalangan jurnalis di Surabaya sendiri, isu pemberian uang dari para kandidat memang merebak dan menimbulkan rasa saling curiga. Misalnya, beredar rumor sejumlah wartawan yang bertugas di DPRD Jatim menerima Rp 50

[10] Isu politik uang di seputar pemilihan gubernur Jatim ini bisa didapati di media massa, khususnya media lokal yang terbit di Surabaya (Jatim), mulai edisi sekitar dua bulan sebelum pemilihan hingga beberapa hari usai pemilihan. Laporan tentang hal tersebut bisa didapati misalnya di Harian *Jawa Pos, Surya, Surabaya News, Memorandum, Bhirawa, Kompas*, dan beberapa media lain.

[11] Sayangnya, peneliti tidak bisa mendapatkan kliping berita yang dimaksud, karena harian *Surabaya Pagi* sudah tidak terbit lagi saat penelitian ini dilakukan. Namun seorang redaktur di harian itu mengkonfirmasi

juta dari salah satu kandidat sebagai salah satu bentuk upaya mencari "pengamanan" dan "dukungan."[12] Rumor ini tidak hanya beredar di kalangan jurnalis yang bertugas di DPRD Jatim –mengingat tidak semua wartawan yang bertugas di sana diisukan menerima dana tersebut–, tetapi juga meluas di kalangan jurnalis Surabaya.

Rumor ini juga sudah menembus sejumlah *newsroom* media massa di Surabaya, karena yang dikabarkan menerima uang tersebut bukan hanya kalangan reporter tetapi juga jajaran redaktur. Seorang redaktur harian pagi di Surabaya mengungkapkan, rapat harian di jajaran redaktur media massa tempatnya bekerja sempat mambahas isu ini dalam rapat harian karena ada rumor seorang pimpinannya menerima uang dalam jumlah besar dengan kompensasi dukungan korannya. Sebuah harian lain di Surabaya bahkan menggelar rapat lengkap jajaran redaksi karena bertiup rumor beberapa redaktur harian tersebut juga menerima uang dari kandidat dan terlibat dalam tim sukses kandidat tersebut.

Isu ini menjadi menarik karena bisa menjadi semacam "koreksi" bagi penelitian-penelitian tentang hubungan jurnalis dengan sumber berita. Penelitian Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Surabaya dan The Asia Foundation terhadap jurnalis di Jatim pada tahun 2001 dan 2002 misalnya, lebih banyak menyoroti fenomena amplop di kalangan reporter. [13] Dalam penelitian ini, AJI Surabaya dan The Asia Foundation hanya melihat pengaruh kekuasaan politik dan ekonomi

---

keberadaan berita tersebut. Peneliti sendiri pernah membaca berita tersebut pada saat edisi yang memuat berita itu terbit.

[12] Rumor ini diperoleh dari penuturan seorang jurnalis yang bertugas di DPRD Jatim yang juga diisukan ikut menerima uang tersebut.

[13] Lihat Rochman Budiyanto dan Mabroer M.S., *Kesejahteraan Jurnalis, Potret Sosial Ekonomi Jurnalis Jawa Timur antara Mitos dan Kenyataan*, AJI Surabaya dan The Asia Foundation, Surabaya, Juli 2002 dan Tim AJI Surabaya, *Amplop Candu bagi Jurnalis*, AJI Surabaya dan The Asia Foundation, Surabaya, 2001. Majalah *Pantau* terbitan Institut Studi Arus Informasi (ISAI), Jakarta, dalam beberapa edisinya juga mengungkap keterlibatan jurnalis dalam praktik penerimaan amplop, bahkan praktik pemerasan dengan

hanya sebatas pada reporter yang bekerja di lapangan. Penelitian itu tidak sampai menguak pengaruh kekuasaan politik dan ekonomi ke dalam *news room* atau proses *news production* secara keseluruhan. Penelitian itu masih berhenti sebatas level reporter, dan tidak bergerak ke dalam jantung proses *news production* seperti para pengambil kebijakan redaksi atau pemilik media dan bahkan institusi media itu sendiri.

Penelitian tersebut juga menyebutkan adanya hubungan yang korelatif antara amplop dengan kondisi kesejahteraan jurnalis. Jurnalis yang menerima amplop -- baik yang bersikap pasif (dalam arti tak pernah meminta amplop dan menerima jika diberi) sampai yang aktif "berburu" amplop-- disebutkan cenderung memiliki kesejahteraan yang rendah, berasal dari media yang tidak mampu memberi gaji secara memadai. Jurnalis penerima amplop juga digambarkan berasal dari media besar yang secara resmi memasang pengumuman atau pernyataan bahwa jurnalisnya tidak menerima amplop atau imbalan dalam bentuk apapun di *masthead* media yang bersangkutan.[14]

Jika rumor-rumor di atas terkonfirmasi dalam bentuk data, temuan penelitian AJI Surabaya dan The Asia Foundation musti dikoreksi kembali. Penerimaan materi oleh jurnalis bisa disimpulkan ternyata tidak selalu terkait dengan faktor kesejahteraan, tidak selalu terkait dengan ada atau tidaknya larangan institusi media massa kepada jurnalisnya untuk menerima imbalan, dan tidak hanya terjadi di level reporter yang berada di lapangan dan berhubungan langsung dengan sumber berita atau pemegang kekuasaan.

---

tujuan memperoleh amplop. Cerita tentang wartawan dan praktik amplop juga pernah ditulis dalam bentul novel oleh Arswendo Atmowiloto. Judulnya *Oskep*, diterbitkan PT Subentra Citra Pustaka.

[14] AJI Surabaya juga mengungkapkan menjamurnya "wartawan Bodrex" yang sejak awal memang "mengabdikan dirinya" dalam upaya berburu amplop.

Hal-hal tersebut membuat hubungan jurnalis dengan pemegang kekuasaan dalam konteks pilkada menjadi menarik diteliti. Dengan meneliti masalah ini, bisa diketahui perbedaan pola hubungan antara keduanya pada era Orde Baru dan pasca Orde Baru. Dalam penelitian ini akan dikaji proses-proses yang mempengaruhi produksi berita atau yang menyebabkan tidak diproduksinya berita tertentu ketika menyangkut kekuasaan tertentu. Dengan penelitian ini bisa pula diketahui bagaimana dinamika kekuasaan mempengaruhi proses *news production* atau proses konstruksi sosial atas realitas yang dilakukan jurnalis. Hal ini mengacu pada salah satu kesimpulan penelitian Richard V. Ericson dkk. pada tahun 1989 (*Negotiating Control: A Study of News Sources*): "Berita adalah produk sebuah transaksi antara jurnalis dan sumber beritanya. Sumber utama realitas berita bukanlah apa yang disajikan atau apa yang terjadi di dunia nyata. Realitas berita melekat pada sifat dan jenis relasi sosial dan budaya yang berkembang di antara jurnalis dan sumber beritanya, dan dalam politik pengetahuan yang muncul pada berita tertentu."[15]

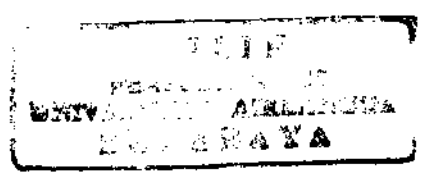
Dalam konteks berita merupakan produk transaksi antara jurnalis dan sumber beritanya ini memang terdapat gejala atau fenomena yang khas dalam konteks Indonesia. Studi-studi tentang proses pemberitaan ini biasanya juga dihubungkan dengan profesionalisme dan sikap politik (atau yang disebut Herbert J. Gans sebagai para-ideologi) wartawan.[16] Namun di sejumlah negara (termasuk Indonesia), dua hal tersebut (terutama profesionalisme) kemudian dihubungkan dengan budaya amplop atau pemberian fasilitas/imbalan dalam bentuk lain kepada jurnalis.

---

[15] Gaye Tuchman, *Metode Kualitatif dalam Studi Pemberitaan*, dalam *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia: Menuju Paradigma Baru Pemikiran Komunikasi*, Volume III/April 1999, halaman 80.

Penelitian semacam ini, menurut hemat peneliti, belum banyak dilakukan. Di Indonesia, penelitian tentang media lebih banyak dilakukan pada level makro (hubungan media dan masyarakat) atau level meso (seperti studi tentang *news room* atau organisasi media). Sementara studi yang berskala mikro seperti ini (yang memusatkan perhatian kepada individu jurnalis) terbilang masih jarang dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan bisa mengisi "celah" yang bisa dibilang kosong tersebut.

Penelitian ini bisa memiliki signifikansi sosial. Hasil penelitian ini bisa membuat publik media memahami kompleksitas konteks yang melingkupi disiarkannya atau tidak disiarkannya berita-berita tertentu di media massa, dan bahwa proses produksi berita tidaklah berlangsung di ruang hampa serta steril dari aneka kepentingan. Hasil penelitian ini bisa juga digunakan sebagai bahan merumuskan atau menajamkan rumusan regulasi atau kode etik profesi jurnalisme, khususnya saat jurnalis harus berhubungan dengan dinamika kekuasaan. Pasalnya, jika hubungan keduanya tidak terkontrol baik melalui kode etik atau regulasi tertentu, bisa muncul hubungan yang bernuansa koruptif atau kolutif, yang pada akhirnya akan merugikan publik. Dengan penelitian, publik diharapkan mampu membaca berita tidak sekadar membaca teksnya, tetapi juga melacak dan mengenali kepentingan yang bersembunyi di balik teks tersebut. Pada akhirnya, publik bisa kian memahami adanya perbedaan antara realitas media dan realitas nyata (sosial).



[16] *Ibid.*

I.2. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah tersebut di atas, masalah yang hendak dijawab dalam penelitian ini bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pola interaksi antara jurnalis dengan aktor-aktor politik Pilkada pada era pasca Orde Baru?

I.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tujuan, yaitu:

1. Mendapatkan diskripsi pola-pola interaksi atau keterlibatan jurnalis dalam proses politik Pilkada di Jawa Timur khususnya pada era pasca Orde Baru.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

Secara teoritis, hubungan antara jurnalis dan pemegang kekuasaan memang bisa dijelaskan sebagai berikut. Dengan melihat fungsi media dan kekuatan media mempengaruhi audiens-nya (publik), pemegang kekuasaan tentu selalu berupaya mempengaruhi atau bahkan mengkooptasi media. Upaya mempengaruhi atau kooptasi ini biasa dilakukan secara politis (dengan menggunakan instrumen-instrumen politik, sensor, atau koersif), maupun ekonomi (melalui iklan atau struktur kepemilikan). Upaya ini juga bisa dilakukan pada level organisasi media maupun individu pekerja media (jurnalis).

Dalam bagian kerangka pemikiran ini, diurai kerangka berpikir mulai yang bersifat umum sampai khusus, mulai posisi dan fungsi media secara umum hingga model pengaruh terhadap isi berita yang dikembangkan Shoemaker dan Reece, khususnya bagian level *individual media workers*, organisasi, dan ekstra media yang akan digunakan menjadi instrumen analisis utama.

Kerangka berpikir yang bersifat umum dipaparkan untuk memberi gambaran tentang fungsi media, kekuatan media, dan fungsi jurnalis melakukan konstruksi sosial atas kenyataan dalam bentuk berita, suatu hal yang membuat para pemegang kekuasaan memiliki kepentingan besar untuk mengontrol atau mengkooptasinya. Sementara kerangka berpikir yang lebih spesifik tentang hubungan jurnalis dengan sumber berita akan digunakan sebagai alat analisis.

II.1. Media dan Masyarakat

Secara umum, media dipahami sebagai organisasi yang mendistribusikan pesan yang mempengaruhi dan merefleksikan kultur masyarakat, dan menyediakan informasi secara simultan kepada audiens luas dan heterogen. Hal inilah yang membuat media dilihat sebagai bagian dari institusi sosial.

Denis McQuail memberikan metafora.[18] Pertama, media merupakan jendela (*window*) peristiwa dan pengalaman yang memperluas visi kita, memungkinkan kita melihat apa yang terjadi di luar kita tanpa campur tangan pihak lain. Kedua, media adalah cermin (*mirror*) dari peristiwa-peristiwa di masyarakat atau dunia, menyajikan refleksi yang bisa dipercaya. Meski *angle* dan arah cermin ditentukan pihak lain, paling tidak kita bebas melihat apa yang diinginkan.

Ketiga, sebagai *filter* atau *gatekeeper*, yang menyaring bagian-bagian dari pengalaman, dan menghilangkan gambaran atau suara lain, baik disengaja atau tidak. Keempat, sebagai rambu-rambu, pengarah atau penterjemah (signpost, *guide or interpreter*) yang membantu kita memahami apa yang terlihat tercerai-berai. Kelima, sebagai forum atau platform untuk menyajikan informasi atau gagasan kepada audiens, seringkali dengan tanggungjawab memberi respon dan *feedback*. Keenam, sebagai intercolutor atau informed partner dalam pembicaraan.

Marshall McLuhan dan Harold Adams Innis menggambarkan posisi media di masyarakat secara "megah" dan "provokatif." Keduanya menganggap media komunikasi sebagai esensi peradaban, dan melihat sejarah ditentukan media yang dominan pada masanya. Innis juga melihat, media komunikasi merupakan perpanjangan tangan dan pikiran manusia, serta beranggapan kecenderungan

utama dalam periode sejarah manapun merupakan pengaruh media yang berkuasa saat itu. Dengan kata lain, apa yang terjadi dan apa yang tampaknya penting dalam suatu periode sejarah ditentukan media. [19]

Sementara Harold Lasswell mencatat tiga fungsi media massa.[20] Pertama, *surveillance of environment.* Media berfungsi menginformasikan dan menyediakan berita. Dalam konteks ini, media seringkali mengingatkan kita tentang bahaya yang diperkirakan akan datang, seperti cuaca yang ekstrem atau ancaman militer. Dalam fungsi ini tercakup pula penyediaan informasi tentang ekonomi, publik, dan masyarakat, seperti laporan tentang pasar saham, lalu-lintas, cuaca, dan sejenisnya.

Fungsi kedua: *correlation.* Ini merupakan seleksi dan interpretasi informasi tentang lingkungan. Media kerap memasukkan kritik dan menentukan bagaimana seseorang seharusnya bereaksi terhadap kejadian-kejadian. Dus, korelasi pada dasarnya adalah bersifat propaganda dan merupakan editorial media. Fungsi korelasi adalah menjalankan norma sosial dan menjaga konsensus dengan mengekspos orang yang berperilaku menyimpang, memberi status dengan menyorot individu yang terpilih, dan mampu beroperasi sebagai kontrol terhadap pemerintah. Untuk fungsi korelasi ini, media dapat menghalangi ancaman stabilitas sosial dan bisa juga memonitor atau memenej opini publik.

Ketiga, fungsi pemancar budaya (*transmitters of culture*). Media berfungsi mengkomunikasikan informasi, nilai, dan norma dari satu generasi ke generasi lain dari suatu masyarakat atau kepada pendatang. Mereka melayani atau

---

[18] Denis McQuail, *Op.cit.*, halaman 66.
[19] Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication (Sixth Edition)*, Wadsworth Publishing Company, 1999, halaman 329.
[20] *Ibid.*, halaman 338

meningkatkan kohesi sosial dengan memperluas dasar pengalaman umum. Mereka mengintegrasikan individu-induvidu ke dalam sebuah masyarakat dengan melanjutkan sosialisasi setelah pendidikan formal berakhir. Media juga dapat mengurangi rasa keterasingan individu atau perasaan tak memiliki akar. [21]

II.2. Media dan Berita

Paparan di atas bisa digunakan pijakan dalam memahami kompleksitas berita sebagai produk informasi di media yang dikonsumsi audiens (masyarakat). Sosiolog Gaye Tuchman dalam bukunya *Making News* (1978) berpendapat, berita adalah konstruksi sosial atas realitas[22] (*social construction of reality*). Buku ini muncul berdasar serangkaian observasi partisipan di *newsroom* media dan wawancara dengan pekerja jurnalistik selama 10 tahun. Kegiatan membuat berita (jurnalisme), menurut Tuchman, lebih merupakan kegiatan mengkonstruksi realitas daripada membuat gambaran realitas.

Itu sebabnya, menurut Denis McQuail, hanya sedikit (kalaupun ada) media yang dapat terbebas sepenuhnya dari tuduhan tidak objektif. Dalam sistem media massa yang memiliki keanekaragaman eksternal terbuka kesempatan untuk penyajian informasi yang memihak. John C. Merril dan Everette E. Dennis juga melihat, jurnalisme objektif adalah mustahil. Semua karya jurnalistik pada dasarnya subjektif, mulai dari pencarian berita, peliputan, penulisan, sampai penyuntingan berita. Nilai-nilai subjektif wartawan ikut mempengaruhi semua proses kerja jurnalistik. Mengapa suatu peristiwa diliput, siapa yang

[21] Charles Wright menambahkan fungsi keempat, yaitu *entertainment* (hiburan). Model yang dikembangkan Lasswell ini dalam khazanah ilmu komunikasi dikenal sebagai teori yang klasik dan menjadi representasi perkembangan awal teori-teori tentang media. Tentang model lain tentang fungsi media, lihat Denis McQuail, *Op.cit.*

diwawancarai, apa yang ditanyakan, ke mana kecenderungan berita ditulis, bagaimana berita ditulis, bagian mana yang ditonjolkan, semua melalui pertimbangan subjektif. [23]

Merril bahkan menyebut, liputan dua sisi (*cover both sides*) merupakan mitos, karena pada dasarnya wartawan bukan robot yang mengambil fakta atas dasar pertimbangan objektif.[24] Selain itu, memang ada berbagai bentuk kepentingan yang ikut berbicara dalam proses produksi berita. Pers atas pilihannya sendiri telah menempatkan diri di tengah ketegangan antara pihak yang memiliki kepentingan dan khalayak sebagai konsumen berita. [25]

Di sisi lain, jurnalisme itu sendiri pada dasarnya adalah aktivitas memproduksi informasi melalui bahasa. Jurnalis mengumpulkan fakta, mengolahnya, dan menyajikannya dalam bentuk berita dengan sarana bahasa. Sementara bahasa tak dapat dipandang hanya semata-mata sebagai alat komunikasi atau sistem kode atau nilai yang secara sewenang-wenang menunjuk sesuatu realitas monolitik. Secara sosial, bahasa terikat, dikonstruksi, dan direkonstruksi dalam kondisi khusus dan *setting* sosial tertentu, dan bukan semata tertata menurut hukum yang diatur secara ilmiah dan universal. Karena itu, sebagai representasi hubungan sosial tertentu, bahasa senantiasa membentuk subjek-subjek, strategi-strategi, dan tema wacana tertentu. [26]

---

[22] Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Method, and Uses in the Mass Media (Fourth Edition)*, New York, Longman Publishers, 1998, halaman 368.
[23] Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Jakarta, Erlangga, 1989, halaman 130-131.
[24] Everette E. Dennis dan John C. Merril, *Basic Issues in Mass Communication*, New York, MacMillan Publishing Company, 1984, halaman 103-119, dikutip dari Eriyanto, *Isu Kapasitas Megawati dan Debat Presiden: Penilaian atas Pemberitaan Tabloid Amanat dan Demokrat*, makalah Seminar Sehari Peliputan Media selama Kampanye dan Pemilu 1999, Jakarta, 14 Juli 1999.
[25] Hotman M. Siahaan dkk., *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*, Surabaya, Lembaga Studi Perubahan Sosial, 2001, halaman 60.
[26] Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (editor), *Op.cit.*, halaman 18.

Bahasa juga merupakan kegiatan sosial, bukan sesuatu yang netral dan konsisten, melainkan partisipan dalam proses tahu, budaya, dan politik. Bahasa bukan sesuatu yang transparan, yang menangkap dan memantulkan segala sesuatu di luarnya secara jernih. Kekuasaan terukir sejelas-jelasnya dalam praktik bahasa. Sebab sebagai paradigma, bahasa tak dapat dipisahkan dari kekuasaan politik dan ekonomi yang sesungguhnya cenderung menyatu. [27] Belajar dari pengalaman pada masa rezim Orde Baru, konsolidasi kekuasaan melalui bahasa memang efektif dan senantiasa dilakukan penguasa meskipun mungkin secara tidak sadar dan tidak terencana. [28]

Dalam konteks ini, posisi institusi media –khususnya media cetak— menjadi strategis karena merupakan institusi terpenting yang berurusan dengan bahasa secara profesional. Ia tidak tertandingi institusi manapun dalam intensitas dan ekstensitas menggunakan dan mengembangkan bahasa.[29] Inilah yang membuat media massa menjadi arena perebutan berbagai kepentingan atau kekuasaan. Di antaranya dengan senjata bahasa, media massa bisa melakukan apa yang dalam konteks fungsi *agenda setting* disebut *framing* dan *priming*. Kemampuan media massa melakukan hal itulah yang menjadikannya sebagai arena di mana informasi tentang masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan

---

[27] Mochtar Pabottingi, *Komunikasi Politik dalam Pelaksanaan Pembangunan*, dalam *Prisma*, No. 6 Tahun XX, Juni 1991, halaman 14 dan 17. Dalam tulisannya yang lain, Mochtar Pabottingi juga menegaskan, bahasa takkan pernah lepas dari politik. Memilih bahasa atau kata-kata tertentu, menekankan pengertian tertentu atas kata, bahkan memakai dialek tertentu tak lain dari berpolitik dalam maknanya yang paling dalam dan luas. Lihat Mochtar Pabottingi, *Bahasa, Politik, dan Otosentrisitas*, dalam Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (editor), *Ibid.*, halaman 213.

[28] Djoko Saryono dan Herlinawati Syaukat, *Bahasa Indonesia sebagai Cermin Dinamika Kekuasaan ORBA*, dalam *Basis*, No. 1 Januari 1993, halaman 58. Tulisan ini mengulas bagaimana pemerintah Orde Baru mengkonsolidasikan kekuasaannya tak cuma melalui politik atau militer, tetapi juga melalui bahasa yang di antaranya dilakukan melalui sarana media massa.

[29] Daniel Dhakidae, Bahasa, *Jurnalisme, dan Politik Orde Baru*, dalam Yudi Latif dan Idi Subandy Ibrahim (editor), *Op.cit.*, halaman 246.

pandangannya didukung pembaca. [30] Ini memang merupakan pengaruh media yang paling halus, yaitu melalui perannya sebagai penata agenda dari berbagai informasi yang dapat membentuk opini publik.

Priming merupakan proses psikologis berupa meningkatnya penonjolan isu dan aktifnya ingatan orang tentang informasi yang diperoleh sebelumnya menyangkut isu tersebut karena media massa menekankan isu tertentu. Atau diartikan pula sebagai kemampuan pemberitaan dalam mempengaruhi kriteria yang diputuskan para elite. Misalnya, ketika krisis Teluk lebih dianggap sebagai masalah bangsa Amerika Serikat yang paling penting, maka pembobotan responden tertuju pada kinerja kebijakan luar negeri Presiden George Bush saat menilai dan mengevaluasinya.[31]

Sementara *framing* berkait dengan cara media menonjolkan isu, yaitu melalui perangkat pembingkai tertentu sehingga cara penyelesaian suatu persoalan pun dipengaruhi cara isu dibingkai media. *Framing* berarti menyeleksi beberapa aspek realitas yang diindrai dan membuatnya lebih menonjol di dalam teks sedemikian rupa untuk memajukan definisi masalah tertentu, interpretasi sebab akibat, penilaian moral, dan atau rekomendasi ancaman untuk item yang dideskripsikan.

Dari sudut psikologis, efek *framing* merupakan perubahan dalam penilaian yang disebabkan perubahan dalam rumusan penilaian atau masalah-masalah pilihan. Dari sudut sosiologis, *framing* lebih terfokus pada penggunaan *storyline*, simbol dan stereotipe dalam penyajian media. Secara khas pula, jaringan media

---

[30] George J. Aditjondro, *Proses Rekayasa Pemberitaan Masalah Lingkungan dalam Pers Indonesia*, makalah Diskusi Panel Dies Natalis Universitas Kristen Satya Wacana ke-36 di Salatiga, 16 November 1992. Dikutipkan dari Hotman M. Siahaan dkk., *Op.cit.* halaman 9-10.

mem-*frame* isu secara episodik dan tematik. Ketika liputan jaringan berita AS mem-frame krisis Teluk I sebagai masalah militer dan sangat berorientasi episodik, responden lebih mendukung penanganan krisis Teluk secara militer ketimbang secara diplomatik.[32]

Framing merupakan bagian tak terpisahkan dari proses penyuntingan yang melibatkan semua pekerja di bagian keredaksian media cetak. Reporter di lapangan menentukan siapa yang diwawancarainya. Redaktur dengan atau tanpa berkonsultasi dengan redaktur pelaksana menentukan apakah laporan si reporter akan dimuat atau tidak, dan menentukan judul apa yang akan diberikan. Petugas tata muka –dengan atau tanpa berkonsultasi dengan redaktur tersebut— menentukan apakah teks berita itu perlu diberi aksentuasi foto, karikatur, atau bahkan ilustrasi lain ataukah tidak. Atau kalau diberi, karikatur, foto, atau ilustrasi mana yang dipilih.

Proses *framing* bahkan tak hanya melibatkan para pekerja pers, tapi juga pihak-pihak yang bersengketa dalam kasus-kasus tertentu. Masing-masing pihak berusaha menampilkan sisi-sisi informasi yang ingin ditonjolkannya (sambil menyembunyikan sisi-sisi lain). Masing-masing juga berupaya mengaksentuasikan kesahihan pandangannya dengan mengacu pada pengetahuan, ketidaktahuan, dan perasaan pembaca.

Hal lain yang bisa dilakukan media massa dengan senjata bahasa adalah *labelling* atau pemberian stereotipe. Selain media massa itu sendiri bisa melakukan *labelling*, media massa juga membuat dampak *labelling* yang

---

[31] M. Jamiluddin Ritonga dan Dadan Iskandar, *Komunikasi dalam Krisis dan Demokrasi*, dalam Lukas S. Ispandriarno, et.al. *Media-Militer-Politik: Crisis Communication: Perspektif Indonesia dan Internasional*, Jogjakarta, Friedrich Ebert Stiftung dan Galang Press, 2002, , halaman 93.
[32] *Ibid.*, halaman 94.

dilakukan pihak lain menjadi kian besar dengan cara ikut menyebar-luaskannya. Bila *labelling* diintensifkan media massa, efeknya akan jauh lebih besar pada diri khalayak dan meninggalkan korban sendirian.[33]

Media massa, dalam bentuk berita, menanamkan kesadaran tertentu dalam benak khalayaknya. Misalnya, narasi media massa bahwa sekelompok orang tertentu memiliki ciri-ciri tertentu dan menunjukkan perilaku-perilaku tertentu yang mengantar pada interpretasi bahwa mereka melawan pemerintah, akan diinternalisasikan khalayak dan diasumsikan sebagai "realitas alami." Ada transformasi makna pada khalayak, atau dengan kata lain khalayak mengkonstruksikan makna dalam proses penerimaan pesan dari media.

Tatanan sosial yang dipresentasikan media (termasuk nilai-nilai pada saat itu), menjadi realitas yang dianggap nyata, valid, dan koheren. Singkatnya, persepsi khalayak atas dunia telah terbentuk dan kerap kali dipertegas media massa. Narasi atau laporan pers, termasuk *labelling*, menawarkan alam semesta simbolik baru bagi khalayak untuk mendefinisikan diri mereka sendiri dan lingkungan sosial mereka.

Narasi media merupakan pemilihan atas peristiwa-peristiwa yang dihasilkan dalam bentuk artifisial. Naratorlah yang menciptakan makna dalam benak khalayaknya. Berbagai label yang diberikan kepada kelompok tertentu yang diciptakan kelompok yang kuat, yang kemudian disebar-luaskan media massa merupakan cara pendefinisian realitas baru tentang peristiwa, individu atau kelompok yang didefinisikan. [34]

---

[33] Deddy Mulyana, *Intergroup Labelling di Indonesia: Kontribusi Media Massa terhadap Krisis Komunikasi*, dalam Lukas S. Ispandriarno et.al. (editor), *Ibid.*, halaman 72.
[34] Ibid., halaman 73-74.

Tidak heran jika kemudian Ashadi Siregar menyatakan, jika wacana suatu fakta media identik dengan fakta sosialnya, media itu bisa disebut sebagai cermin yang jernih memantulkan bayangan fakta sosial.[35] Dari peristiwa sampai menjadi berita dibutuhkan jalan panjang. Banyak variabel yang ikut campur tangan, banyak faktor yang mempengaruhi proses ini. Dapat dikatakan, perkembangan dinamis menyebabkan apa yang disebut akademisi *second reality* (realitas kedua), yakni pembentukan model-model realitas yang ditentukan oleh media.[36]

II.3. Faktor yang Mempengaruhi Isi Berita

Lalu, faktor atau variabel apa saja yang mempengaruhi proses pemberitaan (*news production*) atau isi media? Sejumlah peneliti dan ilmuwan komunikasi menyodorkan berbagai versi jawaban, yang pada dasarnya memberikan gambaran yang relatif sama dan hanya berbeda perumusannya saja. Herbert Gans dan T. Gitlin, misalnya, mengajukan lima hipotesis:

1. Isi media merefleksikan realitas sosial (media massa merupakan cermin masyarakat).
2. Isi media dipengaruhi sosialisasi dan sikap pekerja media (pendekatan yang berorientasi pada komunikator).
3. Isi media dipengaruhi rutinitas organisasi media (media organizational routines).
4. Isi media dipengaruhi institusi dan kekuatan sosial.
5. Isi media berfungsi memposisikan ideologi dan mempertahankan status quo (pendekatan hegemoni).[37]

---

[35] Ashadi Siregar, *Berita Kekerasan di Media Massa*, pokok pikiran dalam Seminar Kekerasan dalam Masyarakat: Pemberitaan Media Massa Seputar Kekerasan dan Kekerasan oleh Media Massa, yang diselenggarakan Lembaga Studi Informasi dan Media Massa, Makassar, 25 November 1999.
[36] Martin Loeffelholz, *Crisis Communication, Apa yang Kita Ketahui dan Apa yang Belum Kita Ketahui: Perspektif Riset Mengenai Hubungan Media, Militer, dan Politik*, dalam Lukas S. Ispandriarno et.al. (editor), *Op.cit.*, halaman 17-18.
[37] Denis McQuail, *Mass Communication Theory (Third Edition)*, London, SAGE Publications Ltd., 2000, halaman 246.

Dalam kontes hubungan media dengan "kekuatan eksternal", J. Dimmick dan P. Coit mendeskripsikan level-level di mana kekuasaan mempengaruhi media, di antaranya:

1. *Supra-national (international regulation agencies* atau perusahaan-perusahaan multinasional).
2. Masyarakat (seperti pemerintah atau institusi sosial nasional seperti partai politik).
3. Industri media (persaingan perusahaan media, pemasang iklan, dan seterusnya).
4. *Supra-organizational* (konglomerat).
5. Komunitas (komunitas kota, pebisnis lokal).
6. Individual (aturan, latar belakang sosial, sikap personal, gender, etnik, suku).[38]

Sementara Denis McQuail menggambarkan media sebagai fungsi manajemen, pekerja profesional, dan aspek teknis. Tiga aspek yang terdapat dalam media ini digambarkan berada di tengah, dan dikelilingi atau berinteraksi dengan berbagai faktor seperti pesaing, agen berita, pemasang iklan, pemilik, serikat buruh, audiens, institusi sosial, kendali hukum/politis, dan kejadian (informasi konstan dan persediaan budaya).

Ada pula yang mendeskripsikan lima tipe hubungan organisasi media yang mempengaruhi aktivitas organisasional dan pelaku komunikasi massa di media ini.. Pertama, dengan masyarakat. Kedua dengan pemilik, klien, dan *suppliers*. Ketiga, dengan kelompok penekan. Keempat, dengan internal organisasi itu sendiri. Kelima, dengan audiens.[39]

Pengaruh masyarakat (*society*) digambarkan terjadi di mana-mana, terus-menerus, dan muncul di segala hubungan eksternal yang dimiliki media. Di masyarakat yang liberal-demokratis, misalnya, media bisa beroperasi dengan batasan aturan yang minim. Tapi konflik akan tetap selalu muncul dengan

[38] *Ibid.*, halaman 247.

pemerintah dan institusi sosial yang kuat. Media juga akan selalu berhubungan – kadang dalam posisi yang antagonistik—dengan sumber-sumber mereka dan kelompok penekan yang terorganisasi. Bagaimana sebuah isu didefinisikan dan diarahkan tergantung tujuan organisasi media itu sendiri.

Hubungan media dengan masyarakat seringkali dimediasi melalui kelompok penekan, yang bisa yang bersifat formal maupun tidak, tapi biasanya kelompok penekan yang teroganisasi. Kelompok penekan ini selalu mencari jalan secara langsung untuk mempengaruhi kerja media, khususnya mencoba membatasi apa yang diberitakan. Kelompok penekan itu bisa berdasarkan agama, pekerjaan, atau politik. Mereka cenderung selalu melakukan komplain atau lobi dalam berbagai isu, terutama yang menyangkut aspek moral.

Sementara hubungan media dengan pemilik dan klien biasanya dihubungkan dengan diktum yang diajukan J. Herbert Altschull, bahwa isi berita di media selalu merefleksikan kepentingan yang membiayai media tersebut, seperti pemilik, investor, pemasang iklan, atau sponsor. [40]

Perspektif ekonomi politik memperlihatkan "pola komersial", yaitu adanya aturan yang mengarahkan kelas kapitalis (seperti pemilik media) untuk mendikte editor dan reporter tentang apa yang harus disajikan dalam media dengan menentukan garis editorial, budaya media, hingga ke pemecatan personel penting. Pola ini tampak sekali dalam proses produksi isi media. Ketika pekerja media memproses isi media (mulai pencarian, pengumpulan, penyuntingan, hingga penyajian), pemilik media bersiaga mendikte pekerja media tentang apa yang sebaiknya dicari, dikumpulkan, disunting, dan disajikan.

---

[39] Denis McQuail, *Op.cit.*, halaman 250-251.
[40] *Ibid.*, halaman 259. Lihat juga Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Op.cit., halaman 259.*

Pemilik media seakan memiliki hak membatasi arus informasi yang vital bagi demokrasi. Ini merupakan potensi penyalahgunaan kekuasaan oleh pemilik. Hal ini diperburuk munculnya konglomerasi media. Ditambah lagi fenomena munculnya strategi komersial untuk mencapai "sinergi" yang mendorong ekspolitasi kepentingan yang tumpang-tindih di dalam media. Misalnya, surat kabarnya memberi publikasi gratis bidang usaha lain miliknya atau yang berhubungan dengan miliknya. [41]

Sementara hubungan media dengan pengiklan secara ringkas digambarkan L. Bogart dalam lima poin ini:

1. Pemasang iklan jarang membeli jurnalis untuk memasukkan berita yang mereka suka, mereka lebih sering mencoba menekan berita yang tidak mereka sukai.
2. Pemasang iklan sensitif tentang pangsa pesan iklan mereka dan gampang terganggu oleh kontroversi.
3. Ketika pemasang iklan berancang-ancang menekan, pekerja media siap dengan *self censorship*.
4. Pemasang iklan mengatur isi berita ketika mereka mensponsori program televisi.
5. Kompetisi media lokal menunjukkan, pemasang iklan menentukan hidup dan matinya media.[42]

Secara etik, pengaruh pemasang iklan pada umumnya tidak diperbolehkan, terutama ketika pengaruh itu diarahkan kepada berita. Bahkan pemasang iklan dan media tidak boleh tampak terlalu dekat. Hal-hal tersebut akan mengakibatkan kedua belah pihak sama-sama kehilangan kredibilitas. Pada konteks ini, secara umum media yang kuat secara ekonomi dan "elite" cenderung lebih kuat menahan tekanan pemasang iklan.

Sebaliknya, media yang gampang tunduk pada pengaruh pemasang iklan biasanya media yang mengandalkan hidupnya dari iklan, terutama ketika

[41] M. Jamiluddin Ritonga dan Dadan Iskandar, *Op.cit.*, halaman 100.
[42] Denis McQuail, *Op.cit.*, halaman 261-262.

persaingan antar media begitu beratnya. Sejumlah media bahkan sengaja membatasi pengaruh kekuatan ekonomi di luar untuk mempromosikan otonomi medianya, namun pada beberapa hal-hal tertentu mereka memberikan beberapa "perlindungan" kepada kekuatan ekonomi di luar itu. [43]

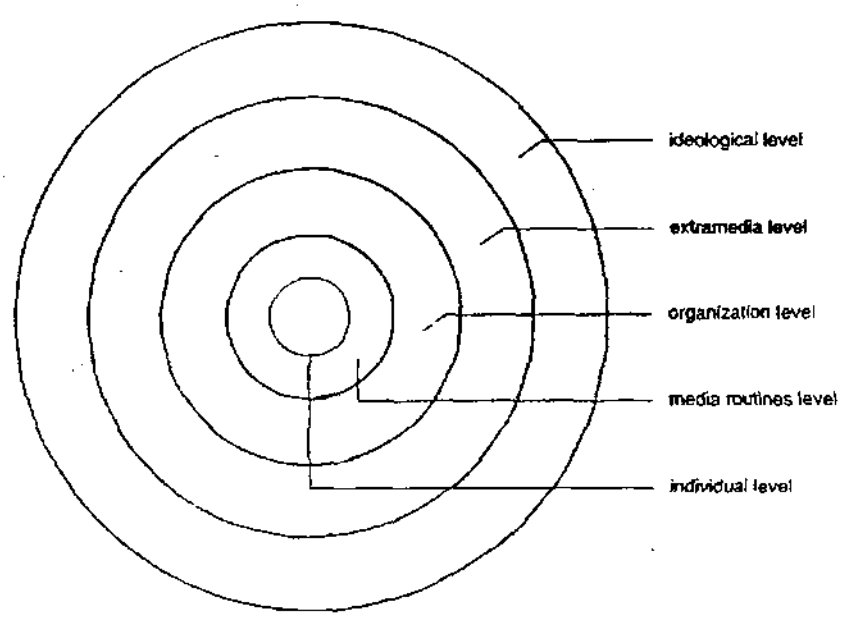
Tentang pengaruh karakteristik pelaku komunikasi massa di internal organisasi media sendiri, terdapat asumsi: karakteristik personal orang-orang yang bertanggungjawab pada produksi media akan mempengaruhi isi media. Seperti diketahui, produk media bukanlah berasal kerja individual melainkan hasil kerja tim. Salah satu temuan D. Weaver dan C.G. Wilhoit dari penelitiannya terhadap jurnalis AS mendefinisikan jurnalis sebagai orang-orang yang memiliki tanggungjawab editorial terhadap persiapan atau transmisi berita atau informasi lainnya, mulai reporter penuh waktu, koresponden, kolumnis, sampai editor.[44]

II.4. Model Shoemaker dan Reece

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menggambarkan lima level pengaruh pada isi media, yaitu level individual (pekerja media), rutinitas media, organisasi, extramedia, dan ideologi.[45] Lima level ini dikembangkan berdasar penelitian dan studi tentang jurnalis di Amerika Serikat. Lima level tersebut digambarkan sebagai berikut:

---

[43] *Ibid.*, halaman 262.
[44] *Ibid.*
[45] Lihat Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content (Second Edition)*, New York, Longman Publishers USA, 1996.



Untuk memudahkan proses penelitian (terutama pada tahap analisis data) peneliti akan lebih banyak menggunakan model yang dikembangkan Shoemaker dan Reese ini. Terkait dengan tema atau masalah penelitian, yang akan diulas lebih detail adalah level individual, organisasi, dan ekstra media, khususnya pada bagian-bagian yang berhubungan langsung dengan masalah penelitian, karena model itulah yang berkait langsung dengan masalah penelitian, dan lebih pas digunakan menganalisis data yang akan diperoleh. Sementara dua level lain, yaitu rutinitas media dan ideologi disinggung sebatas untuk memberi gambaran utuh model yang dirumuskan Shoemaker dan Reece.

Dalam level individual, Shoemaker dan Reece membahas pengaruh aspek instrinsik pada pekerja media terhadap isi media. Ada tiga hal yang dilihat Shoemaker dan Reece. **Pertama**, karakteristik (gender/jenis kelamin, etnis, orientasi seksual) dan latar belakang pribadi serta profesional pekerja media (misalnya sosialisasi pendidikan agama dan status sosial-ekonomi orangtua).

Faktor ini akan berpengaruh pada bagaimana sang komunikator melihat dunia atau realitas. Misalnya, mengutip penelitian Farley (1978), majalah wanita yang yang banyak diawaki wanita lebih banyak menyajikan liputan berkait persamaan hak dibanding majalah pria. [46] Jurnalis yang berorientasi seksual pada gay cenderung melakukan lobi untuk agenda-agenda politik kaum gay.Karena potensi pengaruh itulah muncul banyak kasus seperti kaum minoritas, gay/lesbian, atau perempuan diragukan dalam meliput masalah yang menyangkut kaumnya.

Kedua, sikap, nilai, dan kepercayaan pekerja media. Sikap politik jurnalis, menurut Shoemaker dan Reece, bisa mempengaruhi isi media. Jurnalis dilihat tidaklah bebas dari sikap politik ini (yang di AS dilihat pada spektrum demokrat ataukah liberal). Berdasar pengalaman di AS, sejumlah media memberi toleransi pada jurnalisnya yang terlibat dalam aktivitas politik (baik aktivitas politik yang bersifat partisan maupun non-partisan). Namun sejumlah media lain tidak, dan menganggap keterlibatan itu menurunkan kredibilitas media.

Dalam hal nilai. mengutip Herbert J. Gans, jurnalis AS (sebagaimana warga AS lainnya) memiliki apa yang mereka sebut "*motherhood values*". Mereka amat menghargai keluarga, cinta, persahabatan, dan kemakmuran ekonomi, dan mereka beroposisi terhadap kebencian, *prejudice*, dan perang. Gans mengidentifikasi "*motherhood values*" tersebut sebagai:

a. Etnosentrisme, yang merujuk pada kecenderungan jurnalis menganggap nilai-nilai bangsanya lebih tinggi dari yang lain.
b. Altruisik, merujuk pada kepercayaan kebanyakan jurnalis bahwa berita seharusnya berorientasi pada kepentingan publik dan pelayanan publik.
c. *Responsible capitalism,* merujuk pada adanya harapan para jurnalis pada aspek bisnis: kompetisi yang sehat,

[46] *Ibid.*, halaman 78.

tiadanya eksploitasi buruh/pekerja, dan penghormatan pada bisnis skala kecil dan bisnis keluarga.

d. *Small-town pastoralism*, yaitu jurnalisme yang dianggap ideal adalah yang merepresentasikan wilayah pedesaan dan kota kecil sebagai pusat kebajikan, keahlian, dan kohesi sosial. Sementara berita tentang wilayah urban dianggap musti menekankan pada aspek kriminal, problem ekonomi, kegelisahan rasial, dan ancaman terhadap lingkungan.
e. Individualisme, yang amat dihargai di kalangan jurnalis. Mereka menganggap dirinya sebagai "pahlawan" dan bekerja untuk kebaikan masyarakat, tapi dengan "cara mereka sendiri."
f. Moderatisme, sebagai "pahlawan" jurnalis tidak boleh melanggar hukum atau norma.
g. Ketertiban sosial. Ini juga diberi penghargaan amat tinggi oleh jurnalis, yang menuntut mereka pada berita-berita bertema bertema ancaman terhadap kemapanan. Dalam berita-berita semacam ini, jurnalis cenderung membantu mendefinisikan perilaku-perilaku apa yang bisa diterima atau tak bisa diterima.
h. Kepemimpinan, yang juga diberi harga amat tinggi karena berkait dengan ketertiban sosial. Ini membawa jurnalis pada berita-berita politisi yang kehilangan moralitas. Hal ini pula yang membuat jurnalis selalu curiga pada orang-orang berkuasa.[47]

Yang erat kaitannya dengan sikap dan nilai di atas adalah kepercayaan atau nilai-nilai agama sang jurnalis. Seberapa besar pengaruh hal ini pada produksi berita? Ternyata, media cenderung tidak memberi ruang cukup luas untuk meliput masalah-masalah yang menyangkut agama atau lembaga agama dibanding masalah atau institusi kekuasaan.

Lalu bagaimana pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan jurnalis secara keseluruhan terhadap isi berita? Mengutip penelitian Robinson (1983). Shoemaker dan Reece menyatakan: bias pasti muncul di produk berita, tidak hanya di benak para pembuatnya. Ilmuwan komunikasi lain percaya, pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan individu jurnalis ini bersifat tak langsung pada isi media. Robert

Lichter misalnya, yakin, bagaimana cara jurnalis memandang dunia (realitas) akan mempengaruhi kerja mereka. Dan penilaian jurnalis terhadap berita bersifat subjektif. Keputusan mereka memilih sumber berita, kaitan berita, atau bahasa pada dasarnya merefleksikan persepsi sang jurnalis terhadap dunia (realitas).[48]

Herbert J. Gans dalam buku *Deciding What News* (1979) menulis, jurnalis memang mencoba sekuatnya untuk bersikap objektif, tapi siapapun tak pernah bisa bebas nilai. Penilaian terhadap realitas tak akan pernah bisa dipisahkan dari nilai. Nilai-nilai itu kadangkala bahkan tampak eksplisit di dalam berita, dan pasti bisa ditemukan di antara teks berita.[49]

Namun sikap, nilai, dan kepercayaan pribadi ini hanya berpengaruh ketika individu pekerja media memegang kekuasaan di dalam organisasi media itu dalam mengendalikan nilai profesional dan rutinitas media. Dengan kata lain, ketika mereka memiliki kekuasaan terhadap pesan-pesan yang hendak disampaikan dan bekerja di bawah tekanan yang lemah, sikap-sikap personal, nilai, dan kepercayaan mereka lebih berpeluang mempengaruhi isi berita.

Pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan ini bisa dinegasikan oleh *policy* atau rutinitas yang diciptakan organisasi media. Namun tetap harus dipahami, kekuatan organisasi media membentuk rutinitas dan *policy* berbeda-beda, dan hal itu di antaranya dipengaruhi sikap, nilai, dan kepercayaan individu pekerjanya.

Ketiga, orientasi profesional dan konsepsi pekerja media terhadap pekerjaan mereka. Seperti hasil penelitian Johnstone, Slawski, dan Bowman (1972), sebagian jurnalis menganggap diri mereka "netral", yang melihat

---

[47] Hal ini oleh Gans sendiri dianggap unik, karena sebagian mencerminkan nilai-nilai konservatif, sementara lainnya liberal.
[48] Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reece, *Op.cit.*, halaman 88.
[49] *Ibid.*

pekerjaan mereka hanya sebagai saluran transmisi. Yang lain melihat diri mereka sebagai "partisipan", yang menganggap jurnalis harus menyaring atau menyelidiki informasi dalam proses menemukan dan mengembangkan berita.

"Jurnalis netral" melihat pekerjaan mereka hanya sebatas memperoleh informasi dan menyiarkannya kepada publik secepat mungkin, mengabaikan berita yang tak bisa diverifikasi, berkonsentrasi pada khalayak yang luas, dan menghibur khalayak. Sementara "jurnalis partisipan" melihat pekerjaan mereka bertujuan menginvestigasi klaim-klaim pemerintah, menyajikan analisis terhadap problem yang kompleks, mendiskusikan kebijakan nasional, dan mengembangkan kepentingan intelektual/kultural. Dalam studi itu ditemukan, "jurnalis partisipan" cenderung lebih berusia muda dibanding "jurnalis netral", berpendidikan lebih tinggi, dan bekerja untuk organisasi media yang lebih besar.[50]

Sebagai pengembangan dari studi tersebut, Weaver dan Wilhoit (1991) mengembangkan tiga konsepsi peranan wartawan:

1. Fungsi interpretasi: yaitu menginvestigasi klaim-klaim pejabat, menganalisis problem yang kompleks, dan mendiskusikan kebijakan nasional. Fungsi ini dominan dianut jurnalis AS modern. 60% jurnalis yang disurvai memberi penghargaan amat tinggi pada fungsi ini.
2. Fungsi diseminasi: menyajikan informasi secepatnya kepada publik dan berkonsentrasi pada publik yang luas. Fungsi ini juga dianggap jurnalis amat penting. Sepertiga jurnalis memmberi skor tinggi pada fungsi ini dan fungsi investigasi.
3. Fungsi *adversary*: musuh atau lawan pejabat atau kelompok bisnis. Fungsi ini dianut minoritas jurnalis. [51]

Fungsi-fungsi itu kemudian berkait dengan aturan etik jurnalis, yang oleh Altschull didefinisikan sebagai formasi nilai moral dan prinsip-prinsip benar dan salah. Sementara konsepsi awal etik jurnalistik adalah lebih mengabdi kepada

[50] *Ibid.*, halaman 94.

kemanusiaan dibanding kepentingan sendiri.[52] Kepercayaan jurnalis tentang dimensi etik jelas akan mempengaruhi isi media. Etik jurnalistik ini biasanya disusun asosiasi jurnalis atau organisasi media.

Bagaimana jurnalis mendefinisikan fungsi mereka dan memahami etik akan berpengaruh pada isi berita yang mereka produksi. Jurnalis yang melihat diri mereka sebagai "netral" (fungsi diseminator) akan menulis dengan cara yang amat berbeda dengan jurnalis yang menganggap diri mereka "partisipan" (fungsi interpretasi). Dan seterusnya.

Di luar fungsi atau peranan jurnalis yang digambarkan Shoemaker dan Reece itu, perlu kiranya disajikan sebagai perbandingan konsepsi yang diajukan Max Weber. Weber melihat jurnalis dan jurnalisme dalam konteks diskusi "politik sebagai pekerjaan", yang muncul berbarengan dengan pernyataan klasiknya tentang "ilmu sebagai sebuah pekerjaan." Weber menegaskan, berita bukanlah semata informasi. Jurnalis sebaiknya tak dipandang sebagai sekadar penjaja informasi atau skandal –meski kedua hal itu mungkin saja kedua hal itu dilakukan—melainkan juga sebagai "politikus profesional."

Menurut Weber, media (koran) bukanlah sekadar alat pencari keuntungan para kapitalis, tetapi juga organisasi politik yang "berfungsi" sebagai klub politik. Karena itu, berbicara mengenai berita berarti berbicara tentang politik dalam masyarakat. [53] Dan seperti ditegaskan Morris Janowitz dalam buku *The Community Press*, istilah politik mengacu pada aktivitas politikus yang selalu menjaga kedekatan dengan komunitas pers. [54]

---

[51] *Ibid.* Lihat juga Denis McQuail, *Op.cit.*, halaman 253-254.
[52] Pamela J. Shoemaker dan Steven D. Reese, *Ibid.*, halaman 95.
[53] Gaye Tuchman, *Op.cit.*, halaman 73.
[54] Dikutipkan dari *Ibid.*, halaman 75-76.

Kembali ke Shoemaker dan Reece, keduanya menggambarkan hubungan tiga faktor yang sudah digambarkan di atas seperti ini: karakteristik komunikator dan latarbelakang personal serta pengalaman hidup tidak hanya membentuk sikap, nilai, dan kepercayaan pribadi, tetapi juga secara langsung membentuk latar belakang profesional berikut pengalaman profesionalnya (seperti apakah sang komunikator menempuh pendidikannya di sekolah jurnalistik atau film). Pengalaman profesional ini lalu membentuk aturan dan etik profesional di dalam diri sang komunikator (pekerja media). Aturan dan etik profesional ini memiliki pengaruh langsung pada isi media massa, sementara pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan pribadi mempunya pengaruh tidak langsung.

Dengan kata lain, keduanya percaya, tak ada pengaruh langsung dari karakteristik, latar belakang, berikut pengalaman komunikator terhadap isi media. Tapi isi media bisa dipengaruhi sikap dan peranan personal serta profesional komunikator. Keduanya juga yakin, peran profesional dan etik komunikator lebih berpengaruh terhadap isi media dibanding sikap, nilai, dan kepercayaan komunikator.

Pada analisis level organisasi, Shoemaker dan Reece berangkat dari pertanyaan: bagaimana struktur organisasi, bagaimana perbedaan struktur organisasi, dan bagaimana perilaku pemegang kewenangan, mempengaruhi isi media? Banyak faktor yang dimunculkan dalam analisis ini. Namun terkait spesifikasi masalah penelitian ini, hanya akan dibahas beberapa faktor yang dianggap signifikan.

Yang dianggap peneliti signifikan sebagai alat analisis terhadap masalah penelitian ini adalah faktor kontrol organisasi media. Faktor ini dibahas berangkat

dari pertanyaan: bagaimana organisasi media mengembangkan kontrol terhadap anggota produksi berita? Bagaimana editor mengontrol reporter, penerbit mengontrol editor, dan pemilik mengontrol penerbit. Kontrol ini menjadi sesuatu yang problematik di dalam bisnis berita, karena jurnalis seringkali mempertahankan otonomi mereka dari apa yang mereka sebut intervensi manajemen. Tapi sering pula didapati, pimpinan organisasi mampu mendikte isi media sesuai kebijakan eksplisit media.

Yang menjadi potensi konflik bukan hanya kontrol organisasi terhadap berita seperti apa yang akan dimuat. Sejumlah studi tentang *newsroom* juga menemukan konflik-konflik berkait berita-berita yang jarang dimuat. Penerbit memang tak bisa melakukan kontrol dari hari ke hari. Karena itu, yang lebih sering diacu adalah keputusan pelaksana kegiatan redaksional sehari-hari. Di samping itu, tentu saja masih ada perangkat aturan resmi. Namun dalam memproduksi berita, jurnalis juga belajar dari "kebijakan tak tertulis" melalui pengalaman sehari-hari dan meneliti jenis berita apa yang dimuat. Tentang hal ini, ada sebuah studi yang dianggap klasik, yaitu penelitian Warrem Breed yang bertema kontrol sosial di dalam *newsroom*.[55]

Dalam studi ini, Breed melihat bagaimana organisasi media menyelenggarakan kontrol. Yang diteliti Breed bukanlah aturan resmi dan tertulis, melainkan aturan yang "tersembunyi" dan "orientasi yang konsisten" dari pekerja media dan editor terhadap isu atau peristiwa tertentu. Kebijakan itu bersifat "tersembunyi" karena seringkali bertentangan dengan norma etik. Selain itu, karena eksekutif media malu terhadap munculnya tuduhan jika mereka

[55] Pamela J. Shoemaker dan Stephen D.. Reece, *Op.cit.*, halaman 171-172. Lihat juga Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Op.cit.*, halaman 368-373.

memerintahkan untuk "mengarahkan" berita tertentu. Breed mencontohkan kasus sebuah surat kabar lokal yang tak pernah sekalipun memberitakan resiko sebuah bisnis investasi dan pinjaman lokal.

Breed juga mengeksplorasi di area mana kebijakan pemuatan berita dan editorial dijalankan, dan di area mana dilanggar. Breed mengajukan pertanyaan: bagaimana sebuah kebijakan dijalankan, walaupun itu seringkali bertentangan dengan norma jurnalistik? Breed juga menjelaskan apa yang disebut "*editorial blue-penciling*", yaitu proses *editing* yang membuat bagian-bagian berita tertentu hilang atau tidak bisa dimuat. Pada konteks ini, reporter dengan cepat akan belajar fakta atau kalimat apa yang harus dihindari. Pasalnya, eksekutif redaksi biasanya cenderung jarang memberikan kebijakan yang eksplisit.

Organ-organ lain di dalam organisasi media juga berperan memberi informasi kepada reporter tentang apa berita apa yang bisa diterima dan apa yang tidak. Breed menemukan banyak kasus, ketika berita yang tak sesuai kebijakan "tersembunyi" itu sampai ke tangan editor, berita itu lalu berubah drastis karena proses *editing*. Alasan yang diberikan editor selalu desakan waktu dan ruang. Jadi, kebijakan itu seringkali tak cuma "tersembunyi" tapi juga tak pernah terdiskusikan, dan karena itu tak pernah berubah.

Karena kebijakan bersifat "tersembunyi," reporter mempelajarinya melalui beberapa cara. Pertama, membaca berita yang muncul tiap hari dan mendiagnosa karakteristiknya. Kedua, melalui gosip di antara staf organisasi media tentang afiliasi, kepentingan, dan karakteristik eksekutif medianya.

Pada level pengaruh ekstra-media (faktor di luar media) kepada isi media, Shoemaker dan Reece menggambarkan sejumlah faktor seperti hubungan jurnalis

dengan sumber beritanya, seleksi sumber berita, kelompok kepentingan, kampanye *public relation*, organisasi media lain, pemasang iklan, audiens, kontrol pemerintah, pasar, dan teknologi. Namun yang akan diurai peneltian ini adalah faktor yang berhubungan langsung dengan masalah penelitian, khususnya hubungan jurnalis dengan sumber beritanya, seleksi sumber berita, dan kelompok kepentingan.

Sumber berita memiliki efek yang kuat pada isi media massa, karena pada dasarnya jurnalis tidak dapat menulis laporan tentang apa yang mereka tidak ketahui. Sumber berita tak hanya berpengaruh dengan informasi yang mereka berikan kepada jurnalis, tetapi lebih dari itu. Sumber juga mempengaruhi isi berita dengan cara yang lebih subtil, yakni menggambarkan konteks yang melingkupi informasinya, menyediakan informasi yang lebih mudah dan murah dibanding sumber lainnya, dan memonopoli waktu sang jurnalis sehingga mereka tidak sempat mencari sumber alternatif. Pada dasarnya, kebanyakan sumber mencoba mengontrol atau mempengaruhi cara media menggambarkan diri atau pendapat mereka.[56]

Namun hubungan jurnalis dan sumber tidak selalu berjalan sesuai kehendak sumber. Hal ini berkait dengan "karakteristik psikologis" jurnalis. Janet Malcolm, misalnya, menyebut jurnalis sebagai "orang yang percaya diri, berdoa untuk kesengsaraan orang lain, bodoh, kesepian, dan mempertaruhkan kepercayaan dan berkhianat tanpa rasa sesal yang dalam." Pendapat itu dikomentari berbagai pihak. Ken Auletta, kolomnis *New York Daily News*, misalnya, mengatakan: "Bahwa sudah alamiah bagi seorang sumber merasa dikhianati ketika berita sudah dimuat dan sumber itu tidak ada satupun yang

disukai berita itu. Tapi sebetulnya tak ada niatan berkhianat. Dalam jurnalisme, loyalitas diberikan kepada kebenaran sebagaimana dipersepsi jurnalis, dan bukan kebenaran dalam persepsi sumber."

Sementara Nora Ephron, penulis skenario dan novelis berkomentar: "Dunia dipenuhi orang-orang yang tidak tahu bahwa jurnalis bukanlah teman. Mereka tidak tahu betapa dungunya rasanya ucapan kita disalahkutipkan atau dikutip di luar konteks." Sedangkan J. Anthony Lukas, pengarang dan pemenang dua Pulitzer berkata, "Saya tidak menyangkal kalau reporter melakukan manipulasi. Tentu saja mereka melakukan itu. Tapi hubungan sumber-jurnalis memang bersifat manipulatif yang saling menguntungkan. Itu karena hubungan antar manusia memang manipulatif yang saling menguntungkan."[57]

Bagaimana jurnalis memilih sumber informasinya? Pada dasarnya, ada banyak kemungkinan sumber informasi tentang isu atau peristiwa tertentu, karena jurnalis tidak hanya berbicara dengan orang-orang yang secara langsung terlibat dengan isu atau peristiwa tersebut. Jurnalis juga menggali informasi dari mereka yang tak terkait secara langsung, atau mencari reaksi dan opini dari "*people on the street.*"

Tapi tidak semua sumber memiliki keinginan yang sama dihubungi jurnalis. Herbert Gans menyebutkan, mereka yang memiliki kekuasaan politik dan ekonomi cenderung ingin mempengaruhi laporan berita dibanding yang tidak memiliki kekuasaan. [58] Kelompok bisnis yang besar tak ragu-ragu menggunakan kekuasaannya agar cerita dari sisi mereka dimuat. Mereka seringkali mempekerjakan orang untuk menyediakan informasi dan membuatnya bisa

---

[56] Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Ibid.*, halaman 372.
[57] Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reece, *Op.cit.*, halaman 178-179.

dimuat media massa. Jika media tidak datang, merekalah yang akan mendatangi media. Orang-orang ini bahkan mengerti ritme kerja media dan mampu "memainkan" informasi di antara *dead line* media massa.

Sebaliknya, mereka yang tak memiliki kekuasaan politik dan ekonomi tidaklah mampu melakukan akses ke media massa atau jurnalis. Mereka juga tidak mampu menyewa orang-orang yang mampu melakukan hubungan dengan pers. Akibatnya, banyak jurnalis bahkan tidak tahu mereka ada. Kalau pun jurnalis mengetahui keberadaan mereka, jurnalis tidak tahu harus dengan siapa menjalin kontak. Akibatnya, jurnalis lebih banyak menulis berdasar informasi dari sumber kelompok yang memiliki kekuasaan politik dan ekonomi.

Hal ini pula yang membuat jurnalis lebih sering menggunakan sumber dari organisasi daripada individual. Organisasi juga cenderung menyediakan staf khusus sehingga mudah diakses. Sementara sumber dari individu hanya bisa diakses dalam waktu terbatas, di sela kegiatan mereka sehari-hari seperti bekerja, tidur, dan lain-lainnya.

Penelitian Paletz dan Entman (1998) menyebutkan, sumber dari kalangan pejabat atau kepolisian juga sering digunakan jurnalis, tidak hanya karena mereka lebih gampang diwawancara, tetapi juga karena reporter maupun editor percaya mereka memiliki sesuatu yang penting untuk dikatakan. Jurnalis menerima apa yang diinformasikan kalangan pejabat dan kepolisian sebagai hal yang faktual. Sedangkan studi Hornig, Walters, dan Templin (1991) pada bagaimana surat kabar memberitakan bencana alam menemukan, reporter lebih mengandalkan sumber pejabat pemerintah daripada kalangan ahli yang bisa memberi informasi ilmiah untuk meminimalisasi efek bencana susulan. Lokasi organisasi media juga

---

[58] Dikutip dari *Ibid.*, halaman 190.

ternyata menentukan sumber yang dipilih. Organisasi media yang berkantor jauh dari pusat kota cenderung lebih mengandalkan sumber dari kalangan pejabat pemerintah.[59]

Jurnalis juga kerap menggunakan sumber informasi yang tak bersedia identitas pribadinya diungkap. Biasanya hal ini disebutkan sebagai *a high government source*. Sumber ini biasanya menginginkan publik mengetahui sesuatu, dengan cara memberi informasi yang bersifat latar belakang kepada jurnalis. Sumber informasi seperti ini memberikan informasi kepada jurnalis dengan motif "kepuasan" atau "keuntungan."

Hal lain yang mempengaruhi pilihan jurnalis memilih sumber beritanya adalah kepribadian sang sumber. Penelitian Streitmatter (1985) menyimpulkan, presiden AS yang bersifat ekstrovert mendapatkan liputan dua atau tiga kali di halaman depan. Studi Stempel dan Culbertson (1984) juga menyimpulkan, ketegasan sumber, kredibilitas (yang ditentukan oleh jurnalis), penerimaan (mudah diakses), dan ucapannya layak kutip bisa mempengeruhi frekuensi pemberitaan. [60]

Tentang pengaruh kelompok kepentingan terhadap isi media, Shoemaker dan Reece mendefinisikan kelompok kepentingan sebagai kumpulan individu yang ingin mengkomunikasikan pendirian mereka dalam satu atau lebih isu kepada publik. Kelompok kepentingan ini juga kerap kali mencoba mempengaruhi legislatif, sebagaimana mereka ingin mempengaruhi opini dan perilaku publik.

---

[59] *Ibid.*, halaman 181.
[60] *Ibid.*, halaman 182.

Sejumlah kelompok kepentingan berupaya mempengaruhi isi media dengan menyediakan "arahan" saat jurnalis ingin meliput sesuatu yang berkait dengan kepentingan kelompok tersebut. Kadangkala, sebuah kelompok kepentingan melobi kelompok kepentingan (asosiasi) yang terdiri atas kaum jurnalis untuk menggolkan keinginannya. Kelompok kepentingan juga bisa mengkritisi media atau jurnalisnya. Pada beberapa kasus, mengubah isi media memang merupakan tujuan kelompok kepentingan. Upaya mengkritisi media ini bisa menghasilkan dua hal sekaligus bagi kelompok kepentingan, yaitu memasuki agenda media dan kadang-kadang sekaligus revisi berita atau kebijakan media.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Metode, Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Metode ini dipakai karena yang hendak diteliti adalah proses (dalam hal ini proses *news production*), yang memerlukan kedalaman materi dan deatil-detail proses tersebut. Metode ini memungkinkan peneliti mendekati data sehingga mampu mengembangkan komponen keterangan yang analitis, konseptual, dan kategoris dari data itu sendiri, dan bukannya dari teknik-teknik yang dikonsepsikan sebelumnya, tersusun kaku, dan dikuantifikasi dengan memasukkan dunia sosial empiris ke dalam definisi operasional yang relah disusun peneliti sebelumnya.[62]

Dengan metodologi ini, peneliti bisa melibatkan pengamatan perilaku berdasar "latar alamiah". Pemahaman peneliti akan meningkat karena berhubungan dengan subjek dalam dunianya sendiri dan bukannya dunia yang tak wajar yang diciptakan peneliti. Metode ini juga memungkinkan peneliti memahami sudut pandang subjek penelitian.

Paradigma yang digunakan adalah konstruktivis, agar menghasilkan gambaran konstruksi realitas tentang konsep penelitian yang dikaji, dalam hal ini *news production* dalam hubungannya dengan dinamika kekuasaan. Paradigma ini melihat realitas sebagai konstruksi sosial yang bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Realitas atau temuan

[62] Bruce A. Chadwick et.al., *Metode Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial* (Terjemahan IKIP Semarang Press, 1991), Prentice Hall Inc., halaman 234 dan 239.

penelitian juga dipahami sebagai produk interaksi peneliti dengan yang diteliti.[63] Sedangkan jenis penelitian adalah deskriptif, karena menggambarkan secara detail hubungan jurnalis dengan dinamika kekuasaan dalam konteks pemilihan kepala daerah.

III.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jawa Timur, yaitu saat berlangsungnya sebuah proses politik Pilkada di wilayah ini pada pasca Orde Baru (pasca 1998). Peneliti berasumsi, wilayah penelitian ini bisa dijadikan cermin secara nasional, karena proses yang sama diasumsikan juga terjadi di seluruh wilayah Indonesia yang berada di dalam wilayah sistem hukum, sistem pers, dan sistem politik yang sama.

III.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau orang-orang yang dijadikan narasumber dalam penelitian kualitatif adalah personal-personal yang memiliki kompetensi menjawab masalah penelitian. Narasumber disebut kompeten bila memiliki pengetahuan, pengalaman personal, dan atau terlibat aktif dalam fenomena atau gejala yang diteliti. Subjek penelitian bertugas mengungkapkan atau mengekspresikan apa yang dialami atau diketahuhi tentang masalah penelitian.

Jumlah subjek penelitian ditetapkan secara purposif sesuai keperluan, karena yang digali dalam penelitian kualitatif adalah kedalaman informasi, bukannya kuantitas jumlah responden. Karena itu yang menjadi prioritas adalah

[63] Lihat Deddy Mulyana, *Paradigma dan Pengembangan Penelitian Komunikasi*, dalam Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (Menuju Paradigma Baru Penelitian Komunikasi), Vol. III/April 1999.

kompetensi subjek penelitian dibanding jumlahnya. Yang menjadi subjek penelitian dalam kajian ini adalah:

1. Jurnalis.
2. Politisi yang terlibat proses pemilihan kepala daerah.

III. 4. Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah proses Pilkada yang akan dikonstruksi dari para individu aktor-aktornya, yaitu jurnalis dan politisi yang terlibat di dalamnya. Dai para jurnalis dan politisi yang merupakan subjek penelitian akan dikonstruksi sebuah proses Pilkada dalam hubungannya dengan jurnalis dalam melakukan konstruksi berita.

III.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu *participant observation* (observasi partisipatif) dan *interview*. Observasi partisipan ini digunakan dengan beberapa pertimbangan. Pertama, membantu peneliti memahami apa yang terjadi dalam *setting* yang tengah diselidiki.[64] Kedua, kehadiran peneliti tidak akan mengakibatkan berubahnya *setting* atau perilaku subjek yang diteliti. Dengan demikian, data yang diperoleh menjadi sealamiah mungkin. Dengan teknik ini, bisa ditelaah sebanyak mungkin proses sosial dan perilaku dengan menguraikan *setting*-nya.[65] Untuk menerapkan teknik ini, peneliti berada dalam kelompok atau lingkungan yang diteliti dalam periode yang dianggap cukup untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Kebetulan pula,

---

[64] Lihat Arthur Asa Berger, *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, London, Sage Publications Inc., 2000, halaman 167.
[65] Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, Bandung*, PT Remaja Rosdakarya, 2002, halaman 166.

peneliti sehari-hari memang beraktivitas di wilayah penelitian (jurnalistik), sehingga memudahkan peneliti mengumpulkan data.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti berposisi sebagai partisipan dalam proses yang diinvestigasi, dan tidak teridentifikasi oleh subjek penelitian. [66] Dengan posisi ini, diharapkan peneliti bisa melihat proses yang diteliti sealamiah mungkin. Peneliti memasuki proses *news production* yang dilakukan jurnalis dalam isu pemilihan kepala daerah, terutama untuk mengamati hubungan jurnalis dengan kekuasaan (dalam hal ini aktor-aktor politik yang bersaing memperebutkan kursi kepala daerah). Teknik *interview* digunakan peneliti untuk melakukan pendalaman atau *probing*. *Interview* juga dibutuhkan untuk mendapatkan gambaran tentang apa yang pernah terjadi di masa lalu (juga masa kini), sikap, dan motivasi subjek penelitian. [67]

Patut dipahami pula, observasi partisipan memiliki beberapa resiko, yaitu resiko hukum, moral, dan luka.[68] Peneliti tak hanya menghadapi resiko melukai pribadi subjek penelitian, karena tema penelitian ini menyangkut juga aspek-aspek yang bersifat etik profesi, nama baik, atau moralitas. Bahkan pada beberapa kasus bisa membuat peneliti diajukan ke pengadilan. [69]

Kadangkala, observasi partisipan juga menuntut peneliti melanggar ukuran moral pribadi. Karena itu, peneliti harus merancang proyek penelitiannya secara

---

[66] Roger D. Wimmer dan Joseph R. Dominick, *Mass Media Research, An Introduction*, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 2000, halaman 111. Wimmer dan Dominick menyebutkan empat posisi peneliti dalam observasi partisipan. Pertama, peneliti sudah terdidentifikasi ketika penelitian dimulai dan yang diobservasi sadar sedang diteliti. Kedua, yang diteliti mengenali peneliti namun peneliti juga ikut berpartisipasi ke dalam situasi yang diteliti. Ketiga, peneliti benar-benar bersikap seperti peneliti, namun yang diteliti tidak mengetahui jika sedang diteliti. Keempat, peneliti berpartisipasi pada proses yang diteliti dan tidak terdidentifikasi yang diteliti. Pembagian serupa lihat juga Uwe Flick, *An Introduction to Qualitative Research*, London, SAGE Publications, 1998, halaman 137-138.

[67] Lihat Arthur Asa Berger, *Op.cit.* halaman 113.

[68] Bruce A. Chadwick et.al., Op.cit., halaman 242.

[69] Beberapa tahun lalu, Yahya Muhaimin sempat dituntut Probosoetedjo ke pengadilan karena disertasinya dinilai mencemarkan nama baiknya.

hati-hati untuk meminimalisasi kemungkinan pelanggaran standar pribadi yang diyakininya, tidak menimbulkan luka atau resiko hukum. Banyak proyek bermanfaat menjadi tidak sepadan dengan resiko kemungkinan merusak diri sendiri atau terhadap orang lain (istri, suami, anak, orang tua, teman sejawat).

Karena itulah, identitas subjek penelitian –baik yang diamati maupun diwawancara—disembunyikan, dengan catatan subjek sendiri bersedia namanya disebutkan. Dibukanya identitas subjek penelitian dalam laporan penelitian akan menimbulkan berbagai resiko, tak hanya bagi peneliti tetapi lebih-lebih pada sang subjek penelitian. Resiko bisa terjadi dalam beragam bentuk, mulai hilangnya kehormatan (nama baik), pekerjaan, hingga keamanan. [70]

III.5. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif pada dasarnya berupaya mengungkap realitas sosial yang ada di antara para pelaku interaksi sosial yang kemudian dibingkai dan disistematisasi. Dalam paradigma konstruktivis, analisa data berdasar pada upaya mengungkap *trustworthiness* para subjek penelitian. Maksudnya, menguji kebenaran dan kejujuran nara sumber dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan, atau yang dibayangkan dalam benaknya.

Pertama akan dilakukan pengujian unsur *credibility* subjek, dengan menguji jawaban-jawaban pertanyaan yang berkait pengalaman dan pengetahuan mereka yang khas. Kedua, menguji *authenticity*, yaitu memperluas konstruksi personal yang diugkapkan. Ketiga, melakukan *triangulation analysis* untuk mencapai objektivitas relatif, yaitu dengan menganalisis jawaban subjek

[70] Sejumlah penelitian dengan metodologi dan teknik pengumpulan seperti ini juga melakukan hal yang sama. Lihat Bruce A. Chadwick et.al., *Op.cit.*, khususnya Bab VII.

penelitian dengan meneliti otensitasnya berdasar data empiris yang ada. Jawaban dicek silang dengan dokumen yang ada atau yang dikumpulkan peneliti. [71]

Berikutnya *intersubjectivity analysis*. Semua pandangan, pendapat, atau data dari subjek penelitian didialogkan dengan pendapat, pandangan, atau data dari subjek yang lain. Tujuannya mencari titik temu antar data, atau yang biasa disebut *intersubjectivity agreement*. Hasil penelitian ditempatkan dalam konteks budaya serta konteks waktu dan historis yang spesifik sesuai kondisi di mana penelitian dilakukan, atau yang biasa disebut dibingkai secara *ideographic*.

[71] *Ibid.*, halaman 49-51.

BAB IV

DISKRIPSI SUBJEK PENELITIAN

Bab ini mendiskripsikan konteks yang melingkupi subjek penelitian, yakni konteks sosiologis dan politis di mana para jurnalis melaksanakan tugas profesinya. Lebih khusus lagi, bab ini membicarakan konteks sosiologis dan politis pers pasca runtuhnya Orde Baru, mengingat tema penelitian terkait dengan kondisi pers pada masa tersebut. Namun sebagai pembanding, diulas juga beberapa pembanding pada masa Orde Baru.

Sebagai awalan yang harus dipahami, runtuhnya kontrol negara terhadap pers pasca 1998 sebetulnya menghadirkan harapan sekaligus kecemasan. Harapan muncul terkait (harapan) menguatnya kebebasan pers yang selama 32 tahun telah dikontrol secara ketat oleh rezim Orde Baru yang mengembangkan kondisi politik yang monolitik dan represif. Hal ini tidak dibahas secara panjang-lebar karena sudah cukup banyak buku, artikel, penelitian, atau ulasan yang membahas tema ini. Namun di sisi lain, muncul pula kecemasan terkait "limbah perubahan" yang terjadi secara amat cepat dan tidak terduga ini, terutama hal-hal yang berhubungan dengan (kontrol) etik wartawan.

Etik di sini merujuk pada Pasal 5 Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) yang disusun di Bandung pada 6 Agustus 1999. Dalam pasal tersebut disebutkan: "Wartawan Indonesia tidak menerima suap dan tidak menyalahgunakan profesi." Tafsiran pasal ini berbunyi: "Wartawan Indonesia selalu menjaga kehormatan profesi dengan tidak menerima imbalan apapun dari sumber berita/narasumber

yang berkaitan dengan tugas-tugas kewartawanannya, dan tidak menyalahgunakan profesi untuk kepentingan pribadi dan kelompok."[72]

IV.1. Lepasnya Kontrol terhadap Pers

Seperti dikemukakan pada Bab I (bagian latar belakang masalah), rezim Orde Baru pada dasarnya melakukan lima level kontrol terhadap pers. Pertama, level ideologi. Maksudnya, segala kebijakan dan pemberitaan pers harus selalu berada di posisi sub-ordinat terhadap ideologi Orde Baru yang berorientasi ketertiban, stabilitas, dan pembangunan (baca: pertumbuhan) ekonomi. Kedua, level simbolik/bahasa. Pemerintahan Orde Baru mengembangkan politik bahasa yang harus dipatuhi pers. Ketiga, level administratif/perizinan, dengan pemberlakuan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) atau SIT (Surat Izin Terbit) termasuk kontrol terhadap kepemilikan SIUPP atau SIT. Keempat, level *newsroom* seperti ini budaya telepon, imbauan, sensor, dan sebagainya. Kelima, level individu jurnalis, yang melibatkan teror psikologis dan fisik terhadap jurnalis, seperti dipaksa mengundurkan diri, penangkapan, penahanan, interogasi, pemukulan, sampai penyiksaan. Di sini, sesuai tema penelitian, perhatian lebih difokuskan kepada level individu jurnalis dan *newsroom*.

Saat rezim Orde Baru runtuh, maka runtuh pula bangunan politik/kekuasaan yang secara ketat mengontrol seluruh aspek kehidupan masyarakat itu, termasuk pers. Media massa pun terbebas dari kontrol yang telah memasung ruang geraknya selama ini. Juga tentunya, kontrol lima level tersebut juga praktis tamat.

---

[72] Tentang isi KEWI lihat dalam *Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999*, Jakarta, Departemen Penerangan RI, 1999, halaman 25-29.

Secara umum, Bimo Nugroho dkk. juga mencatat beberapa perubahan pada pers pasca Orde Baru. [73] Pertama, pemberitaan pers tersaji dengan cara lebih lugas dan kian berani menulis realitas secara objektif, jujur, dan terbuka. Pers bahkan disebut telah melakukan desakralisasi langgam pemberitaan yang sebelumnya dianggap tabu dan dimitoskan.

Catatan Bimo Nugroho ini terkait dengan lepasnya kontrol level ideologis, simbolik/bahasa, dan *news room*. Pers tanpa rasa takut lagi bisa melakukan kritik, investigasi kasus-kasus publik, menyoroti tindak-tanduk politik-ekonomi para pemegang kekuasaan (baik sipil maupun militer), bahkan menyentuh sesuatu yang pada masa Orde Baru amat sakral, yaitu presiden dan keluarganya. Pers juga tidak lagi bisa dikendalikan dalam penggunaan bahasa atau simbol. Misalnya, pers tak lagi harus mengikuti "bahasa resmi" yang dikembangkan pemerintah, seperti "penyesuaian harga" untuk menggantikan "kenaikan harga", atau kewajiban mengutip sumber resmi pemerintah dan logika-logika pemerintah tiap kali memberitakan sesuatu yang dinilai "rawan."

Pengungkapan Tjahjo Purnomo, yang pernah menjadi Redaktur Opini Harian Sore *Surabaya Post* periode 1990-an, bisa dijadikan ilustrasi. Tjahjo mengungkapkan, pada masa Orde Baru tiap kata harus ditimbang masak-masak agar tidak mengundang "amarah" pemegang kekuasaan, terutama aparat militer (lebih kongkret lagi adalah aparat Kodam V/Brawijaya, yang pada masa itu sering melakukan imbauan bahkan pemanggilan serta pemeriksaan terhadap wartawan yang dinilai telah menyentuh kepentingan militer). Tjahjo tidak pernah meloloskan kata "otoriter" untuk menunjuk sifat rezim Orde Baru, meski itu untuk konsumsi halaman opini/artikel yang bersifat ilmiah. Sebagai gantinya, dia

[73] Bimo Nugroho et.al., *Politik Media Mengemas Berita*, ISAI, Jakarta, 1999, halaman 1-2.

menggantinya dengan kata yang lebih "sopan" dan "penuh selimut", yaitu "rezim yang cenderung memaksakan kehendak."[74]

Catatan kedua Bimo adalah munculnya media baru serta banyaknya media lama yang mengalami revitalisasi. Pesatnya putaran dan pertukaran informasi maupun komunikasi nasional dan global melalui membanjirnya media cetak maupun elektronik, adalah konsekuensi pengendoran regulasi kepemilikan SIUPP oleh Departemen Penerangan di masa pemerintahan B.J. Habibie. Setelah dilakukannya deregulasi pers, dalam setahun telah dikeluarkan setidaknya 900 SIUPP baru. Jumlah organisasi wartawan pun yang sebelumnya hanya ada Persatuan Wartawan Indonesia (yang direstui rezim Orba) dan Aliansi Jurnalis Independen (yang "diharamkan" rezim Orba) meningkat pesat, yaitu 24 buah. [75] Bahkan setelah SIUPP dihapuskan, jumlah media massa menjadi tak terkontrol. Orang bisa menerbitkan media cetak kapan dan di mana saja tanpa harus mengurus izin, dan hanya perlu memberitahukan kepada Kantor Dinas Infokom.

Dunia internasional ikut mencatat tumbuhnya kebebasan pers di Indonesia pada pasca Orde Baru. Reporters Without Borders yang bermarkas di Paris, misalnya, pada akhir Oktober 2002 merilis laporan yang menempatkan kebebasan pers di Indonesia pada peringkat 57 dari 139 negara yang disurvai. Lembaga internasional tersebut menempatkan tingkat kebebasan pers di Indonesia sebagai yang terbaik di Asia Tenggara. Ini untuk pertama kalinya pers Indonesia mampu meraih tingkat kebebasan pers senilai 20,00. Thailand yang sebelumnya selalu berada di atas Indonesia hanya menempati urutan ke-65 dengan nilai 22,75.[76]

---

[74] Wawancara dengan Tjahjo Purnomo di Surabaya, 1 Juli 2004.
[75] Lihat Lukas Suwarso, *Pers Indonesia di Tengah Pergolakan Politik*, dalam Hanif Suranto et.al., *Op.cit.*, halaman v.
[76] Lukas Suwarso dan Samsuri, *Tekanan terhadap Pers Indonesia Tahun 2002*, SEAPA, Jakarta, 2003, halaman 1.

Ketua Dewan Pers, Atmakusumah Asraadmaja, punya alasan mengapa tingkat kebebasan pers di Indonesia melejit naik. Menurut dia, dibanding Thailand, pers Indonesia lebih bebas menulis dan mengritik penguasa. "Kalau di Thailand pers tidak boleh mengritik lingkungan raja. Di sini, pers boleh mengritik siapa saja termasuk presiden dan wakil presiden," katanya pada satu kesempatan diskusi.[77] Hal yang sama juga terjadi pada level individu jurnalis. Praktis, Tak ada lagi teror psikologis maupun fisik terhadap jurnalis, seperti dipaksa mengundurkan diri, penangkapan, penahanan, interogasi, pemukulan, sampai penyiksaan. Di kalangan jurnalis (termasuk di Jawa Timur), terdapat semacam "pemahaman" bahwa ada jenis berita-berita tertentu yang haram ditulis, misalnya berita-berita yang menyangkut kepentingan militer (baik bisnis militer, konflik di kalangan elite militer, maupun perilaku aparat militer).

Sebuah kasus yang terjadi pada tahun 1992 menjadi cermin yang amat kuat tentang hal ini. Pada salah satu edisi di tahun itu, Harian Sore *Surabaya Post* memuat sebuah berita tentangn kasus korupsi pembangunan Surabaya Sport Center (SSC) di halaman 1. Berita itu berisi fakta diperiksanya sejumlah pejabat teras Pemda Surabaya oleh Bakorstanasda. Berita itu mengangkat pendapat pakar politik FISIP Unair, yaitu Dra Siti Aminah dan Drs Wisnu Pramutanto MA tentang fakta itu. Mengapa para pejabat itu diperiksa Bakorstanasda, apakah efektif? Dengan nada hati-hati, para pakar itu menyatakan, saat itu memang tak ada lembaga yang efektif selain Bakorstanasda. Namun, menurut mereka, cara-cara seperti itu tidak bisa diteruskan, dan harus segera dilakukan penguatan

---

[77] *Ibid.*

lembaga hukum. Karena jika tidak, masih menurut mereka, Bakorstanasda bisa digunakan oleh pejabatnya untuk kepentingan pribadi.[78]

Kalimat terakhir inilah yang agaknya membuat para pejabat Bakorstanasda dan pejabat Kodam V/Brawijaya tersinggung. "Sepertinya, kalimat itu membuat Pangdam (yang waktu itu dijabat Mayjen Hartono, **penulis**.) tersinggung," kata Dwi Eko Lokononto, salah satu penulis berita itu.[79] Akibatnya, wartawan yang menulis berita tersebut, yaitu Dwi Eko Lokononto dan rekannya, Soedarsono, dipanggil bagian Penerangan Kodam V/Brawijaya (Pendam). Redaktur yang menyunting berita itu, yaitu Heri Priyono dan Zaenal Arifin Emka serta pendiri/pemilik *Surabaya Post,* Ny. Toety Aziz ikut dipanggil. Tak ketinggalan pula dua pakar yang memberi komentar, dan beberapa pejabat Pemda Surabaya.

Dwi Eko Lokononto mengaku harus melewatkan waktu di Pendam untuk diperiksa selama dua minggu. Setelah pemeriksaan usai, dia mendapat skorsing dua minggu (yang menurut dia juga atas tekanan Bakorstanasda). Di Pendam, menurut Dwi Eko Lokononto, dia dipertemukan Waasintel Kodam V/Brawijaya Kolonel Prono. Kolonel Prono mengaku sangat kecewa pada berita *Surabaya Post* karena dinilai tendensius, memojokkan Bakorstanasda, dan mempermalukan dirinya. Setelah itu, Dwi Eko Lokononto diperiksa secara maraton oleh aparat intel. Begitu juga wartawan lain yang diperiksa secara terpisah.

Dwi Eko Lokononto diinterogasi secara sangat detail di seputar latar belakang pribadi, keluarga, organisasi, dan motif-motif di seputar munculnya berita tersebut. Dia juga ditanya pendapatnya tentang ABRI, apakah pernah

---

[78] Sayangnya, pencliti tidak bisa mendapatkan arsip berita ini, karena Harian Sore *Surabaya Post* ditutup pada tahun 2001, dan semua arsip terbitan koran ini dibawa pewaris almarhumah Ny. Toety Aziz, pendiri dan pemilik koran ini.

[79] Wawancara dengan Dwi Eko Lokononto di Surabaya, 2 Juli 1004.

kecewa dengan ABRI, dan pertanyaan-pertanyaan sejenis. Akhirnya, dia diminta membuat pernyataan mencabut berita itu, meminta maaf, dan tak mempersoalkan proses pemeriksaan. Dan memang, untuk kurun waktu cukup lama setelah pemeriksaan itu kondisi psikologis Dwi Eko Lokononto tampak traumatis dan selalu menolak ditanya tentang pemeriksaan tersebut.

Selama proses pemeriksaan, ancaman dan teror fisik sempat terjadi. Dwi Eko Lokononto mengaku sempat hendak ditampar dengan pistol. Namun "perlawanan heroik" sempat ditunjukkan Ny. Toety Aziz yang menolak meminta maaf. Di kantor Pendam dengan didengar aparat Bakorstanasda yang berada di sana termasuk Dwi Eko Lokononto, Ny. Toety Aziz berkata suara keras, "Saudara tidak perlu meminta maaf dan merasa bersalah, yang salah adalah zamannya. Saudara catat, demokrasi tak akan bisa dibendung. Suatu saat nanti, catat ya Saudara, Bakorstanasda akan dibubarkan!"

Ilustrasi yang cukup kuat tentang kontrol dan teror terhadap individu jurnalis juga tampak pada beberapa peristiwa pasca pembredelan *Tempo, Detik,* dan *Editor* pada 21 Juni 1994.[80] Pembredelan ini memicu sejumlah organisasi wartawan di luar Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang berdiri sebelum pembredelan melebur dan mengibarkan bendera Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Organisasi-organisasi itu di antaranya Forum Wartawan Independen (Fowi) di Bandung, Forum Diskusi Wartawan Yogyakarta (FDWY) , Solidaritas Jurnalis Independen (SJI) di Jakarta, dan Surabaya Press Club (SPC). Ini merupakan

[80] Pembredelan tiga *media* ini memang bisa dibilang agak *lain dibanding* pembredelan massal yang pernah terjadi dalam sejarah kemerdekaan, yaitu pembredelan pada periode 1965-1966 terhadap semua penerbitan yang berorientasi kebijakann komunis, pembredelan 1974 usai Peristiwa Malari, dan pembredelan 1978 usai demonstrasi mahasiswa (gerakan mahasiswa angkatan 1978). Jika tiga pembredelan massal tersebut hanya menghasilkan sejumlah media mati dalam sepi, pembredelan *Tempo, Detik,* dan *Editor* mengobarkan keributan politik massa yang memprotes kematian tak wajar itu selama berminggu-minggu di kota-kota besar

organisasi yang didirikan wartawan-wartawan muda yang memandang para editor sebagai penakut dan PWI sebagai reaksioner.

Sejak awal, berdirinya organisasi-organisasi itu tidak membuat nyaman aparatus negara, baik militer, sipil (Departemen Penerangan), maupun organ korporatisnya, yaitu PWI. Ada tekanan-tekanan terhadap media-media agar melarang wartawannya mengikuti acara-acara yang digelar organisasi-organisasi tersebut. Di Surabaya misalnya, tidak banyak wartawan yang berani menghadiri diskusi-diskusi yang diselenggarakan SPC. Ketika SPC mengundang seluruh wartawan di Surabaya untuk memprotes pembredelan *Tempo*, *Detik*, dan *Editor*, tidak semua wartawan yang hadir berani membubuhkan tanda tangan protes. Beberapa wartawan yang ikut tanda tangan esoknya bahkan mencabut tanda tangannya karena mendapat tekanan dari pimpinan medianya, yang juga mendapat tekanan dari aparatus negara.

Gerak-gerik pengurus SPC pun mulai diintai aparat intel. Seorang wartawan politik sebuah harian di Surabaya mengaku dibuntuti aparat intel (militer) saat menghadiri rapat SPC di sebuah ruangan kecil di World Trade Center (WTC) Surabaya. Saat memasuki sebuah lorong gedung WTC, dia dicegat seorang aparat intel yang biasa beredar di kalangan mahasiswa dan wartawan. Begitu dicegat, sang intel memegang lengan si wartawan dan mendorongnya ke dinding, seraya menyatakan akan menunggunya untuk mendengar hasil rapat. Beruntung, wartawan tersebut berhasil meloloskan diri dari sang intel saat pulang dengan memanfaatkan banyaknya lorong di WTC.

---

di seantero negeri. Lihat Daniel Dhakidae (Editor), *Perempuan, Politik, dan Jurnalisme: Tujuhpuluh Tahun Toety Azis*, Jakarta, Yayasan Padi dan Kapas, 1994, halaman 11.

Hal yang sama terjadi di daerah-daerah lain. Bahkan di Jakarta, pendeklarasian AJI (yang dikenal dengan Deklarasi Sirnagalih) berbuntut pencabutan keanggotaan oleh PWI terhadap 13 wartawan yang ikut menandatangani deklarasi, di antaranya Goenawan Mohammad, Fikri Jufri, tujuh wartawan eks *Tempo*, Eros Djarot, dan tiga reporter yang bekerja di *Bisnis Indonesia*, *Kompas*, dan *Jakarta-Jakarta*. Beberapa wartawan lain dipecat, mundur dari AJI untuk mencari selamat, dan beberapa lainnya dipindah ke bagian non redaksi.[81]

Tiga anggota AJI bahkan diadili dan ditahan karena menerbitkan tabloid bawah tanah *Independen*. Santoso sendiri mengaku sempat bersembunyi dari kejaran polisi. Kantor AJI di Tanah Abang juga digerebek polisi. Komputer, mesin faksimili, dan dokumen disita. Untuk rapat pun, pengurus AJI terpaksa harus menggelarnya secara rahasia di hotel atau rumah anggota.

Gerak-gerik AJI juga diawasi aparat keamanan. Saat mengadakan resepsi yang mengundang wartawan-wartawan lokal dan koresponden asing di sebuah hotel di Jakarta, 5 November 1994, seorang pengurus AJI yang sedang berpidato dalam bahasa Indonesia tiba-tiba mengubahnya ke bahasa Inggris. "Dan sekarang izinkan saya berbicara dalam bahasa Inggris karena ada petugas keamanan yang menyusup ke dalam pesta kita," katanya.

---

[81] Misalnya Ayu Utami (yang kini menjadi novelis) dari majalah Forum Keadilan dipindah ke seksi pemasaran majalah itu, dan Roy Pakpahan dari *Suara Pembaruan* dipindah ke bagian penelitian. Wartawan *Forum Keadilan* lainnya yang menjadi Sekjen AJI, Santoso, dipecat. Sementara wartawan *Kompas* Satrio Arismunandar dan Dhia Prekasha Yudha diminta mengundurkan diri. Lihat Yasuo Hanazaki, *Pers Terjebak*, Jakarta, ISAI, 1998, halaman 169 dan 185. Sebelum "huru-hara" pembredelan *Tempo, Detik*, dan *Editor* ini, gejala seperti ini sudah ditangkap Adnan Buyung Nasution yang menyatakan, saat itu media massa menghindari penempatan wartawan-wartawannya yang agresif dan kritis terhadap penguasa untuk menduduki posisi strategis dalam struktur redaksional penerbitan. Lihat Adnan Buyung Nasution, *Menggugat Peranan Pers di Indonesia*, dalam Hotman M. Siahaan dan Tjahjo Purnomo W. (Editor), *Tajuk-tajuk dalam Terik Matahari, Empat Puluh Tahun Surabaya Post*, Surabaya, Yayasan Keluarga Bhakti, 1993, halaman 518.

Pada acara itu juga, seorang reporter *Suara Pembaruan* mengaku sebelumnya dipanggil Mabes Polri dan ditanya tentang acara tersebut. Menurut seorang wartawan asing di acara tersebut, para intel itu menyusup dengan menyaru sebagai pelayan dan meminjam seragam dari manajemen hotel.

Pada masa-masa itu (baik di Jakarta mau pun di daerah-daerah, kalangan jurnalis memang mulai mengendus gejala bermunculannya aparat intel (baik intel militer maupun kepolisian) di acara-acara yang melibatkan wartawan, terutama acara-acara berdimensi politik, tak hanya untuk memonitor para aktivis politik tetapi juga wartawan peliputnya. Aparat intel bahkan muncul pada konferensi pers untuk memonitor wartawan dan sumber beritanya. Biasanya, mereka juga menyaru sebagai wartawan, kadang dengan kartu pers aspal (atas nama media yang tak dikenal atau media milik pemerintah) atau tanpa kartu identitas apa pun.

Kalangan wartawan sering mengejek mereka dengan julukan wartawan dari *Warta Intel.* Di kalangan wartawan politik di Surabaya misalnya, saat itu dikenal ada sepasang intel yang beroperasi di acara-acara politik dengan menggunakan kartu pers dari Kantor Berita *Antara.* Ada pula seorang intel (dari instansi militer) yang namanya cukup populer di kalangan wartawan politik di Surabaya, karena cukup rajin mengenalkan diri kepada wartawan. Diduga, intel tersebut ingin menciptakan efek psikologis (teror psikologis) kepada wartawan agar mengetahui segala tindak-tanduk mereka diawasi. Menjelang munculnya gerakan reformasi 1998, seorang wartawan politik di Surabaya, misalnya, mengaku pernah ditelepon intel tersebut yang menyatakan secara khusus ditugaskan atasannya mengawasi dirinya.

Teror yang berwujud fisik juga pernah terjadi saat muncul sebuah demonstrasi massa PDI di Surabaya yang memprotes Kasus 27 Juli 1996 (Kudatuli) yang berujung bentrokan dan penangkapan. Wartawan Harian *Surya* Adi Sutarwiyono dan fotografer Harian *Jawa Pos* A. Subechi ikut ditangkap dan dibawa ke kantor Kodim. Di sana, keduanya ditelanjangi (hanya menyisakan celana dalam) dan dipukuli. Aparat mengaku keduanya diciduk karena salah duga (disangka bukan wartawan), namun beredar dugaan kuat mereka ikut ditangkap karena sudah diincar dan diduga bersimpati pada gerakan demokrasi serta PDI.

Melihat fenomena tersebut, tak heran jika T. Mulya Lubis sempat meluncurkan laporan, hanya sepanjang tahun 1990 saja terdapat tidak kurang 26 serangan terhadap pers. Serangan ini beragam, mulai dari telepon, sensor, pembredelan, sampai penahanan wartawan.[82] Dengan tutup bukunya rezim Orde Baru, tamat pula kisah-kisah kontrol atau teror aparatus negara terhadap individu wartawan seperti itu. Tak ada lagi pemanggilan, pemeriksaan, pengintaian, penggerebekan, atau pemukulan.

IV.2. 'Limbah' Kebebasan Pers

Namun di sisi lain, harapan tentang kebebasan pers itu juga dibalut kecemasan. Yang sering disuarakan adalah kecemasan terkait berubahnya peta kontrol terhadap pers yang bisa berakibat kembali melemahnya kebebasan pers. Selain itu, juga kecemasan tentang etik wartawan dan organisasi media menyusul membengkaknya jumlah media, wartawan, dan organisasi wartawan.

Bersamaan dengan naiknya indeks kebebasan pers seperti dilaporkan Reporters Without Borders, kebebasan pers mendapat rongrongan serius dari

kalangan elite politik dan massa. SEAPA misalnya, melaporkan, ancaman elite politik lebih serius ketimbang kekerasan massa karena ancaman elite politik ini lebih bersifat sistematis.

Ancaman tersebut diawali ucapan Menteri Komunikasi dan Informasi Syamsul Mu'arif. Pada awal 2002 dia melontarkan wacana lima penyakit pers, yaitu pornografi, *character assassination*, berita palsu dan provokatif, iklan menyesatkan, dan wartawan yang tidak profesional (wartawan Bodreks). Presiden Megawati Soekarnoputri juga mengecam kinerja pers dalam beberapa kesempatan. Upaya menggerogoti kebebasan pers juga tampak dari usulan DPR untuk merevisi UU No.40/1999 tentang Pers dengan memasukkan pasal-pasal pidana KUHP, kuatnya kampanye antipornografi dengan sasaran pers, serta berbagai usulan RUU yang bisa melemahkan kebebasan pers (seperti usulan RUU Antipornografi, Intelejen dan Rahasia Negara, Antiterorisme, dan sebagainya).[83]

Sementara itu, pers juga mendapat tekanan serius dari massa. Data SEAPA Jakarta menyebutkan, sepanjang 2001 terjadi sedikitnya 95 kasus kekerasan terhadap jurnalis maupun media (termasuk di antaranya terjadi di Jawa Timur). Angka ini menurun pada tahun 2002, yaitu 70 kasus, lalu naik lagi pada tahun 2003, yaitu 97 kasus. SEAPA membagi kekerasan itu ke dalam beberapa kategori, yaitu pembunuhan, penjara, serangan, penculikan, sensor, pengusiran, pelecehan, ancaman, dan tuntutan hukum. Sementara para pelaku dilakukan pihak yang beragam, yaitu massa, polisi, TNI, aparat pemerintah, anggota parlemen, preman, pemilik media, mahasiswa, jaksa, artis, dan pihak tak dikenal. Kasus-kasus ini di antaranya yang menyebabkan Reporter Without Borders menurunkan posisi

[82] T. Mulya Lubis, *Kebebasan Pers atau Pembebasan Pers?*, dalam *Ibid.*, halaman 471.
[83] Lukas Suwarso dan Samsuri, *Op.cit.*

lapangan. Seringkali, mereka tak cuma sekadar mengejar amplop, tetapi juga

kebebasan pers Indonesia pada tahun 2003 ke urutan 110. SEAPA bahkan kemudian menyebut tahun 2002 sebagai Tahun Kebebasan dalam Ketidakpastian dan tahun 2003 sebagai Tahun Darurat Pers Indonesia. [84]

Kecemasan lain yang muncul pasca 1998 adalah menyangkut tetap tak goyahnya kultur amplop dan praktik premanisme atau pemerasan yang dilakukan jurnalis serta media massa tertentu. Bahkan pada masa Orde Reformasi praktik-praktik tersebut terasa kian meluas seiring terus membengkaknya jumlah media massa berikut jurnalisnya. AJI Indonesia melaporkan, tetap dominannya kultur amplop berdasar pada persepsi bahwa jurnalis berhak atas uang atau imbalan dari narasumber, dengan pembenaran kecilnya gaji dari perusahaan medianya.[85]

Meluasnya kultur amplop dan tindak premanisme jurnalis bisa disebut sebagai "buah sampingan" reformasi, di samping "buah utamanya" yaitu rontoknya kontrol negara terhadap pers. Logikanya sederhana. Dicabutnya ketentuan SIUPP membuat semua orang bebas mendirikan media massa, yang pada giliran berikutnya membengkakkan pula jumlah jurnalis. Namun kebebasan mendirikan media massa itu cenderung tak diimbangi pengalaman dan modal yang cukup. Akibatnya, rekrutmen dan pendidikan wartawan yang dilakukan media massa baru (terutama yang permodalannya terbatas) seringkali dilakukan asal-asalan. Akibatnya, para wartawan ini menimbulkan masalah etik serius di lapangan. Seringkali, mereka tak cuma sekadar mengejar amplop, tetapi juga melakukan tindak pemerasan atau premanisme. Ketika media tempat mereka bekerja tutup karena alasan manajerial atau permodalan, mereka tetap berada di

---

[84] Tekanan-tekanan ini dilaporkan secara berkala oleh SEAPA. Lihat misalnya *Ibid.* atau Lukas Suwarso dan Samsuri, *Pers Terhukum; Kekerasan terhadap Pers Indonesia 2003*, SEAPA, Jakarta, 2004.
[85] Nugroho Dewanto (penyunting), *Banyak Jalan Mencapai Tujuan; Pengalaman Serikat Pekerja Pers Memperjuangkan Hak-hak Karyawan*, AJI Indonesia dan Development and Peace, Jakarta, 2003, halaman vi.

lapangan dan menjalankan fungsi sebagai "wartawan Bodrex." Kian hari, jumlah mereka kian membengkak karena media baru dengan wartawan baru terus hadir, sementara wartawan lama (yang medianya sudah tutup atau terbit tak beraturan) tetap berada di lapangan.

Tak begitu jelas sebetulnya, sejak kapan kultur amplop lahir dan berkembang di dunia jurnalistik Indonesia. Namun diperkirakan, amplop mulai diberikan pada 1950-an. Saat itu, istilah yang lazim digunakan adalah Nevosan atau Neposan. Istilah ini berasal dari kata Ganefo, sebuah acara olahraga di Jakarta pada era Demokrasi Terpimpin yang digelar Presiden Soekarno bagi negara-negara Non-Blok. Untuk mempublikasikan acara itu, diundanglah para wartawan. Sebagai imbalan, diberikanlah uang transpor yang kemudian disebut Nefosan atau Neposan.[86]

Salah satu ilustrasi yang terkenal di kalangan jurnalis adalah canda Rosihan Anwar, seorang wartawan senior, pada 1957 dengan Kafrawi, Sekretaris Jenderal Kementerian Agama. "Kafrawi, apakah Anda bisa memberi saya kesempatan naik haji ke Mekah?" tanya Rosihan Anwar dengan nada bercanda. Permintaan itu ternyata dikabulkan Kafrawi dengan memberi ongkos perjalanan gratis ke Arab Saudi. Rosihan hanya menanggung biaya makan selama menunaikan haji. [87]

Cerita soal Rosihan Anwar sekadar contoh bahwa wartawan bisa dengan mudah mendapatkan fasilitas. Kedekatan wartawan dengan narasumber -dari pejabat, artis, hingga pengusaha- sering kali berbuntut pada berbagai kemudahan

[86] Cerita ini diperoleh peneliti dari beberapa wartawan senior di Surabaya dan tokoh nasionalis senior yang juga anggota FPDIP DPRD Jatim periode 1999-2004 L. Soepomo.
[87] Eriyanto, *Buruk Amplop, Fasilitas Diubah*, dalam *Pantau*, Tahun III Nomor 024 - April 2002, halaman 38-43.

yang bisa diterima wartawan. Peresmian suatu proyek atau pabrik, atau peluncuran produk baru, selalu mengundang wartawan. Kunjungan pejabat ke luar negeri tidak pas kalau tidak menyertakan wartawan. Fasilitas berupa ongkos perjalanan dan akomodasi biasanya disediakan secara gratis untuk wartawan.

Dari sanalah kultur amplop berkembang dan mulai dipahami sebagai "sesuatu yang wajar." Berkembang-biaknya kultur ini sempat mencemaskan tokoh pers Mochtar Lubis.[88] Pada tahun 1960-an dia mempelopori gerakan anti-amplop dengan mencantumkan larangan menerima amplop bagi wartawan *Indonesia Raya* yang dipimpinnya. Beberapa media juga mulai memberlakukan larangan bagi wartawannya untuk menerima amplop, seperti harian *Kompas* atau majalah *Tempo*. Bahkan belakangan, kian banyak media massa yang memberlakukan larangan ini dengan mengumumkannya di media massa masing-masing, seperti *Jawa Pos, Media Indonesia, Metro TV, SCTV*, dan beberapa lainnya.

Thomas Hanitzsch menyodorkan analisis menarik tentang budaya amplop di Indonesia ini, dan mengaitkannya dengan faktor kultural. Amplopisme atau praktik korupsi lain, menurut dia, memiliki akar di dalam budaya. Ketika mengundang wartawan (sebagai tamu), pihak yang mengundang (tuan rumah) tentunya merasa wajib menjamu tamu yang diundang. Jika tidak, hal itu akan menimbulkan rasa "kurang enak." Itu merupakan salah satu "aturan tak tertulis" di dalam "budaya Timur."

---

[88] Lebih jauh tentang kegelisahan Mochtar Lubis tentang amplop atau penyelewengan etik wartawan lihat tulisannya yang berjudul *Etos Pers Indonesia* yang disampaikan pada pertemuan Dewan Pers pada bulan Januari 1987. Makalah ini juga dimuat dalam Atmakusumah (Editor), *Mochtar Lubis Wartawan Jihad*, Harian Kompas, *Jakarta*, halaman 459-478.

Karena itu tak heran jika praktik "menjamu tamu" di dalam masyarakat kita terjadi di hampir seluruh aspek kehidupan, dan akhirnya dianggap sebagai hal yang "profesional" juga. Dalam konteks kultural ini, pengundang merasa "kurang enak" jika si jurnalis hanya dijamu secangkir kopi dan makanan kecil. Pada titik ini, amplop dipersepsi sebagai pengganti jamuan. [89]

Hanitzsch menyebutkan, di dalam jurnalisme kultur hadir sebagai praktik-praktik pembuatan berita. Kultur hadir pula sebagau landasan pemaknaan dunia sosial yang dilakukan media massa. Dicontohkan sebuah budaya Jawa, yaitu *slametan* yang digelar pada peristiwa penting dalam hidup pribadi, seperti kehamilan, kelahiran, perkawinan, panen, dan sebagainya. *Slametan* merupakan praktik kultural yang mengembalikan kerukunan di dalam masyarakat dan dengan alam rohani, dan dengan demikian mencegah gangguan-gangguan terhadap keselarasan kosmis.

Berdasar berbagai penelitian, menurut Hanitzsch, sebagian besar warga di pedesaan tidak mengetahui latar belakang upacara *slametan* tersebut. Namun pengetahuan praktis berakar sangat dalam di dalam masyarakat Jawa, sehingga tiap kali *slametan* digelar persiapan berjalan lancar seolah-olah "berjalan sendiri." Dengan kata lain, walau pun tidak semua warga memahami makna dan latar belakang *slametan*, persiapan dan penyelenggaraan upacara tersebut tetap berjalan lancar. Di sinilah yang menurut Hanitzsch, terjadi proses reproduksi kultural yang "tanpa disadari subjek" yang ikut serta dalam proses reproduksi tersebut.

Logika yang sama juga berlaku untuk fenomena amplop di dunia jurnalisme Indonesia. Praktik amplop, karena sudah berlangsung demikian lama

---

[89] Lihat Thomas Hanittzsch, *Misi Sosial atau "Mission Impossible"?: Tentang Otonomi Proses Produksi Berita*, dalam Lukas S. Ispandriarno et.al., *Op.cit.*, halaman 308.

dan berakar, terus dijalankan para jurnalis yang menganggap amplop sebagai pengganti jamuan. Praktik itu berjalan dengan sendirinya, seolah tak ada yang mengatur. Sang jurnalis merasa "berhak" atas "jamuan", sementara sang narasumber merasa "berkewajiban" menyajikan "jamuan." Makna itu yang agaknya sudah tertanam di benak para wartawan dan narasumber dari masa ke masa, dari waktu ke waktu.

Umumnya, media massa yang melarang wartawannya menerima amplop adalah media massa yang sudah relatif mapan (baik dalam permodalan, oplah, maupun iklan) dan mampu menggaji wartawannya secara relatif memadai. Sementara media massa yang belum mampu menggaji wartawannya secara memadai biasanya tidak menerapkan larangan tersebut. Masalahnya, seperti tampak pada hasil penelitian Tim AJI Surabaya dan The Asia Foundation, kesejahteraan wartawan pada umumnya ternyata masih tergolong rendah. Hanya beberapa perusahaan media massa saja yang mampu memberikan kesejahteraan relatif memadai kepada wartawannya. Tak heran jika kultur amplop tetap berkembang, baik masa Orde Baru maupun pasca Orde Baru.

Pada masa Orde Baru, kultur amplop berkembang kian subur di antaranya karena instansi pemerintah (mulai tingkat pusat sampai daerah) maupun swasta sudah terang-terangan mengalokasikan anggaran untuk keperluan wartawan. Banyak instansi pemerintah memberikan dana bulanan kepada wartawan yang sehari-hari *ngepos* di sana. AJI Surabaya misalnya, mencatat, sekurangnya lima pemerintah daerah di Jatim dan Pemprov Jatim menganggarkan dana antara Rp 4 juta hingga Rp 25 juta per bulan untuk wartawan.[90]

---

[90] Rohman Budiyanto dan Mabroer M.S.*Op.cit.*, halaman 60.

Pemda Bojonegoro misalnya, pada tahun 2000 menganggarkan Rp 4,5 juta untuk 18 jurnalis yang terdaftar di bagian humas. Dana ini diambil dari pos Program Pembinaan Pers APBD Bojonegoro tahun 2000. Uang ini cair tiga bulan sekali, dan tiap wartawan mendapat jatah Rp 50 ribu sampai Rp 200 ribu per bulan, berdasar senioritas mereka. Pada tahun yang sama, Pemda Kotamadya Malang juga menganggarkan Rp 14 juta, dengan rincian Rp 4 juta untuk PWI Malang dan Rp 10 juta untuk dana pembinaan media massa. Diperkirakan, hampir semua Pemda di Jatim mengalokasikan dana serupa untuk wartawan.

Hal yang sama juga dilakukan lembaga perwakilan rakyat, seperti DPRD Jatim.[91] DPRD Jatim pada tahun anggaran 1999/2000 mengalokasikan dana Rp 10.800.000 untuk insentif 18 wartawan yang bertugas di sana. Tiap bulan seorang jurnalis menerima Rp 50 ribu dan beras 35 kg. Namun dana tersebut sejak Maret 2000 macet. Diduga, akibat pemberitaan kritis soal fasilitas yang diterima anggota DPRD Jatim, seperti gaji, kunjungan kerja, dan sebagainya. Padahal, menurut salah satu anggota Komisi Anggaran DPRD Jatim Ellen Sukmawati, untuk tahun anggaran 2000 dana itu akan ditingkatkan. Tiap bulan, wartawan di sana akan menerima Rp 300 ribu dan 50 kg beras. Total dana yang diambil dari pos operasional itu senilai Rp 1,5 miliar.

Amplop kepada wartawan juga hampir selalu diberikan jika instansi tersebut menggelar jumpa pers, pengenalan produk, atau mengundang wartawan untuk mengikuti kunjungan atau peninjauan proyek tertentu. Hal yang sama dilakukan instansi swasta jika menggelar *event* tertentu yang menunjang bisnisnya. Sebuah instansi BUMN di Jatim bahkan pernah menerapkan "teknik

[91] *Ibid.*, halaman 57.

progresif", yaitu imbalan bagi wartawan diberikan sesuai jumlah tulisan tentang BUMN tersebut di media wartawan yang bersangkutan.[92]

Di kalangan wartawan juga dikenal "pos basah" dan "pos kering". Yang dimaksud "pos basah" adalah lokasi-lokasi peliputan yang menjanjikan amplop, seperti instansi pemerintah daerah, pengadilan, kriminal, atau pos-pos yang menyangkut berita ekonomi. Sementara "pos kering" adalah pos-pos peliputan yang jarang menyediakan amplop, seperti instansi pendidikan, sosial, atau organisasi keagamaan. Secara internal di *newsroom* media massa yang tidak melarang amplop, pos-pos ini seringkali "diperebutkan." Wartawan yunior biasanya ditugaskan pada "pos kering", sementara "pos basah" diambil wartawan yang lebih senior.

Contoh menarik dalam kasus ini adalah Arman (bukan nama sebenarnya), seorang wartawan sebuah media cetak kecil di Surabaya. Sejak awal 1980-an, oleh kantornya dia ditugaskan meliput di DPRD Jatim, yang dikenal sebagai salah satu instansi paling basah. Maklum, selain mendapat jatah bulanan, wartawan yang ngepos di sana (termasuk Arman tentunya) sering mendapat amplop dari para anggota dewan yang ingin pernyataan politiknya dimuat. Belum lagi jatah tahunan seperti saat Lebaran. Pada saat-saat seperti itu, Arman bisa mendapatkan amplop dari banyak anggota dewan, termasuk jajaran pimpinannya. Sangat boleh jadi, Arman adalah wartawan mencatat rekor terlama *ngepos* di satu instansi tanpa

[92] Budaya amplop ini sebetulnya bukan hanya fenomena di Indonesia. Di Korsel, juga sempat muncul apa yang disebut *Chonjee*, atau jurnalis amplop. *Chonjee* secara harafiah diartikan sebagai pemberian uang dari sumber berita. Namun Chonjee berkurang ketika kode etik jurnalistik diberlakukan secara ketat dan gerakan mengganyang korupsi dilakukan secara massif. Di Pilipina juga dikenal istilah *mga buwitreng mababa ang lipad* (nama semacam alap-alap, sejenis burung yang bisa terbang rendah dan bisa menerkam mangsa secepat kilat). Istilah itu diasosiakan dengan jurnalis yang beroperasi di kantor-kantor swasta maupun pemerintah. Mereka menggunakan cara-cara kotor untuk memperoleh informasi dan memanfaatkannya untuk melakukan pemerasan. Sedangkan di Finlandia pada tahun 1960-an hingga 1970-an pernah terjadi persekongkolan antara wartawan dan elite politik untuk kepentingan publikasi. Jurnalis mendapat imbalan berupa undangan

pernah dipindah. Arman berada di sana sejak era Orde Baru (awal 1980-an) hingga saat ini (era Reformasi tahun 2004).

Itu sebabnya, kondisi ekonomi Arman terkesan lebih baik dari rekan-rekannya, termasuk yang berasal dari media massa lebih besar sekali pun. Sebelum krisis moneter, Arman sudah mampu membeli rumah senilai Rp 120 juta pada tahun 1997. Saat ini, sebagai sarana transportasi dia menggunakan mobil Blazer. Saat penelitian ini dibuat, Armanlah satu-satunya wartawan di DPRD Jatim yang menggunakan mobil sebagai sarana transportasi. Pada suatu pembicaraan informal, Arman mengatakan kepada peneliti, "Saya ini nggak pernah pusing soal jabatan. Yunior-yunior saya diangkat jadi redaktur, saya nggak masalah. Tapi kalau saya sampai dipindah dari DPRD Jatim, *tak rewangi gegeran* (saya akan bikin ribut)."

Di Jawa Timur, sebagaimana daerah-daerah lain, fenomena amplop juga sudah berurat-akar. Penelitian yang dilakukan AJI Surabaya dan The Asia Foundation menyebutkan, penerimaan amplop oleh wartawan dikaitkan dengan kesejahteraan wartawan yang masih relatif rendah dan kalah jauh dari rekan-rekannya di negara-negara Asia lain. AJI Surabaya melakukan survai terhadap wartawan-wartawan di Surabaya, Malang, Jember, Madiun, Gresik, Bojonegoro, Kediri, Bangkalan, Mojokerto, dan Banyuwangi. Wartawan yang dijadikan responden berasal dari media-media yang bermarkas di Jatim maupun koran nasional yang memiliki perwakilan di Jatim, seperti *Jawa Pos, Surya, Memorandum, Surabaya Post, Kompas, Suara Indonesia, Radar, Indonesian*

---

pesta, mandi sauna pllus pijat, hingga perjalanan dan hiburan gratis. Lihat Tim AJI Surabaya, *Op.cit.*, halaman 18-24.

Daily News, Liberty, Top, Malang Pos, Gugat, Oposisi, Kediri Pos, Poros Jember, Bhirawa, Fakta, Bali Post, dan *Panjebar Semangat*.[93]

Mayoritas responden (70,3%), menurut penelitian ini, mengaku menerima amplop. Dari jumlah itu, 64,5% di antaranya menyatakan kadang-kadang menerima amplop, 5,8% lainnya menyatakan selalu menerima amplop yang disodorkan narasumber, dan yang benar-benar menolak amplop hanya 29,7%. Responden yang menyatakan menerima dan kadang-kadang menerima amplop mengaku, amplop diterima karena tidak ada tekanan dari sumber berita. Responden lain menyatakan menerima karena tidak ada larangan dari perusahaannya. Alasan ini biasanya diberikan wartawan yang bekerja di media-media kecil atau media yang sudah mapan tetapi tidak memiliki aturan tegas soal amplop.

Berdasar penelitian AJI Surabaya, ditemukan beberapa pola penerimaan amplop oleh wartawan. Pertama adalah pola pasif, jurnalis bersikap pasif menerima amplop dari narasumber. Mereka tidak meminta amplop, namun menerima jika diberi. Pola ini biasanya dilakukan wartawan yang bekerja di perusahaan kecil dan menengah yang kurang memberikan gaji layak. Hal ini juga dilakukan wartawan yang bekerja di perusahaan besar yang tak memiliki peraturan jelas soal amplop.

Namun pengamatan peneliti di lapangan menunjukkan, penerimaan amplop nyaris sudah menjadi sesuatu yang mentradisi, tidak dibatasi besar kecilnya media massa dari mana wartawan berasal atau kebijakan media massa

[93] Rochman Budiyanto dan Mabroer M.S., *Op.cit.* Beberapa media tersebut saat penelitian ini dibuat sudah tutup seperti *Kediri Pos, Poros Jember, Indonesian Daily News*, dan *Gugat. Suara Indonesia* yang merupakan koran ekonomi berubah menjadi koran umum dengan nama *Radar Surabaya*. Sementara *Surabaya Post* pada 1 Mei 2001 tutup, lalu diterbitkan kembali oleh sebagian karyawannya pada 29 Agustus

yang bersangkutan. Wartawan sejumlah media yang melarang amplop juga seringkali bersedia menerima amplop dari narasumber. Pada titik ini, bisa disebutkan bahwa penerimaan amplop tidak selalu paralel dengan tingkat kesejahteraan jurnalis atau kebijakan media massa yang bersangkutan. Hal ini bisa terjadi di antaranya akibat lemahnya kontrol redaktur terhadap wartawannya di lapangan dan solidaritas sesama wartawan di lapangan. Karena itu, meski para pimpinan sejumlah media di Surabaya dalam penelitian tersebut mengaku telah melarang secara resmi wartawannya menerima amplop dan memasang pengumuman larangan tersebut di media masing-masing, namun larangan tersebut tidak selalu efektif di lapangan. Biasanya, wartawan dari media yang melarang penerimaan amplop ini bisa digolongkan kepada tipe pertama ini (tipe pasif).

Kedua, pola aktif atau agresif. Pola ini dilakukan wartawan yang bekerja di perusahaan pers "papan nama" dengan cara meminta amplop kepada narasumber secara aktif. Disebut "papan nama" karena perusahaan pers tersebut biasanya menerbitkan medianya hanya sekali, setelah itu mati. Atau medianya terbit secara tak beraturan atau tidak signifikan dalam segi waktu, misalnya tiga atau enam bulan sekali.

Ada ilustrasi menarik dari CEO Jawa Pos Group Dahlan Iskan. Pada suatu perbincangan informal dengan sejumlah orang termasuk peneliti, Dahlan mengaku menjadi saksi peristiwa yang amat memalukan dirinya sebagai tokoh pers. Pada suatu acara di sebuah hotel berbintang lima di Surabaya, Dahlan asyik berbincang-bincang dengan general manager hotel tersebut yang merupakan warga asing. Lagi asyik bicara, tiba-tiba datang sekelompok wartawan –yang

---

2002, dan namanya kemudian diubah menjadi *Surabaya News*. Penelitian serupa dilakukan di Jakarta dan mendapatkan penggambaran serupa. Lihat Eriyanto, *Op.cit.*, halaman 38-43.

menurut Dahlan bisa dikategorikan wartawan Bodrex—menghampiri sang general manager. Mereka meminta amplop kepada general manager, karena merasa wartawan lain mendapatkan hal yang sama dari humas hotel tersebut. Begitu uletnya mereka meminta amplop, sampai-sampai mereka menarik-narik jas sang general manager sampai sakunya sobek. "Saya yang kebetulan ada di situ amat malu," kata Dahlan.[94]

Ketiga, pola pemerasan. Pola ini dilakukan dengan mendatangi sumber berita yang bermasalah, misalnya tersangka kasus korupsi. Pelaku biasanya memang memiliki kartu pers dan menjadi jurnalis di salah satu media atau mengaku jurnalis tetapi tidak memiliki media yang jelas keberadaannya. Kasus yang pernah dialami Metrosel Surabaya bisa dijadikan contoh. Metrosel pernah didatangi seorang yang mengaku wartawan sebuah stasiun televisi swasta. Dia mengaku memiliki rekaman gambar yang siap ditayangkan, dan jika ditayangkan akan merugikan Metrosel. Sebagai imbalan agar tak ditayangkan, sang wartawan meminta sejumlah "uang tebusan." Pihak Metrosel lalu melakukan pengecekan ke kantor stasiun televisi yang bersangkutan, dan diperoleh jawaban ternyata wartawan tersebut telah dikeluarkan.

Keempat, pola penipuan. Pelaku melakukan penipuan dengan mengatasnamakan profesi jurnalis untuk memperoleh keuntungan materiil. Kasus yang cukup menarik perhatian pernah terjadi di gedung DPR RI, Senayan, Jakarta. Wartawan TV7, Anggi, kepada peneliti bercerita, seorang wartawan yang mengaku berasal dari sebuah media kecil di daerah mengedarkan daftar sumbangan kematian kepada para anggota DPR. Orang yang diklaim meninggal adalah seorang wartawan dari sebuah media besar di Jakarta yang juga sehari-hari

[94] Perbincangan berlangsung di ruang rapat redaksi *Jawa Pos* di Graha Pena, sekitar setahun lalu.

bertugas di sana. Sumbangan pun mengalir dari anggota dewan. Masalah timbul ketika para anggota dewan yang merasa menyumbang bertemu wartawan yang diklaim meninggal. Kasus ini berujung ke laporan polisi, dan wartawan "pemungut sumbangan" itu pun ditangkap.[95]

Namun tidak semua wartawan menerima atau mentolerir amplop. Penelitian Tim Lembaga Studi Perubahan Sosial (LSPS) Surabaya, misalnya, melaporkan, dalam soal amplop ini sikap jurnalis terpecah dua dengan argumentasi masing-masing. Kelompok pertama adalah mereka yang tidak membenarkan sama sekali jurnalis menerima amplop dari narasumber dengan alasan apa pun. Sementara kelompok kedua beranggapan, jurnalis boleh menerima amplop sepanjang yang bersangkutan tidak memintanya atau menodong.[96]

Kelompok pertama beralasan, jurnalis profesional harus memiliki moral dan etika. Jurnalis yang menerima amplop dianggap menodai harkat dan martabat profesi, karena menjual kemuliaan profesi kepada kekuasaan politik, ekonomi, mau pun kultural. Sebagai orang yang telah terbeli, mereka tak bisa lagi bersikap objektif dan independen menjalankan profesi. Mereka akan didikte pemberi uang tentang apa yang harus dan tidak harus diberitakan, serta juga bagaimana cara memberitakan sesuatu dengan memutarbalikkan fakta, sebab pada hakikatnya amplop dipandang sebagai suap. Jurnalis penerima amplop dianggap mengkhianati hak masyarakat memperoleh informasi yang benar. Kelompok penentang amplop ini beranggapan, ketika seorang jurnalis menerima amplop

[95] Cerita didapatkan peneliti di Surabaya, 10 Juni 2004.
[96] Tim Lembaga Studi Perubahan Sosial (LSPS) Surabaya, *Jurnalisme Arek: Menguak Komunitas Jurnalis Surabaya dan Preferensi terhadap Isi AIDS, Gender, dan Kesehatan Reproduksi (draf)*, LSPS, Surabaya, 2003, halaman 39.

maka saat itu pula dia kehilangan harkat dan martabat, bukan hanya sebagai jurnalis tetapi juga sebagai manusia.

Sedangkan kelompok kedua, yaitu kelompok pro amplop, beranggapan, pemberian amplop merupakan rezeki yang tak perlu ditolak, sepanjang tidak diperoleh melalui pemaksaan (seperti ditemukan juga oleh penelitian AJI Surabaya). Di mata mereka, amplop yang diberikan sumber berita adalah berkah. Umumnya jurnalis pro amplop selalu berupaya meyakinkan independensinya dalam menulis berita tetap terjaga. Slogan mereka: amplop diterima, tapi berita jalan terus.

Sikap jurnalis soal amplop sedikit banyak juga dipengaruhi sikap media tempat mereka bekerja. Dikatakan sedikit banyak, karena sikap media tak selalu menjadi sikap jurnalisnya.[97] Suratkabar-suratkabar terkemuka biasanya tegas melarang jurnalisnya menerima pemberian apa pun. Mereka bahkan memuat pernyataan larangan setiap hari di salah satu halaman korannya. Sebaliknya, suratkabar-suratkabar yang secara finansial belum mampu memberikan kesejahteraan bagi wartawannya cenderung tidak memberlakukan larangan bagi jurnalisnya menerima amplop. Ada pula media yang menganjurkan jurnalisnya menolak amplop, tetapi meminta ganti dalam bentuk iklan sehingga jurnalis dan korannya sama-sama diuntungkan.

Tetapi tidak selalu sikap media selalu sama dengan sikap wartawannya. Larangan menerima amplop juga tidak selalu diikuti perilaku serupa oleh jurnalisnya. Setidaknya ada tiga sikap jurnalis dari media yang melarang menerima amplop saat disodori amplop oleh sumber berita. Pertama, menolak keras meski dipaksa. Kedua, menerima setelah dipaksa, lalu mengembalikannya

melalui mekanisme yang sudah diatur media tempatnya bekerja. Ketiga, menerima, setelah basa-basi menolak. Jurnalis tipe ketiga ini seringkali memutuskan menerima atau menolak amplop setelah mengukur tingkat resikonya, yaitu peluang diketahui pimpinan dengan mempertimbangkan siapa pemberinya dan seberapa terbuka situasi saat amplop diberikan.

Pengamatan peneliti dan penelitian LSPS juga menemukan semacam persekongkolan antara reporter dan redaktur (terutama redaktur yang saat menjadi reporter juga menghalalkan amplop). Seringkali, reporter membagi amplopnya dengan redaktur dengan berbagai alasan, mulai solidaritas hingga setoran. Bagi-bagi amplop ini dimaknai solidaritas jika motifnya adalah "empati" bahwa seorang wartawan berkurang jauh penghasilannya jika sudah diangkat menjadi redaktur, karena tidak berhubungan lagi dengan lapangan atau sumber berita. Karena itu, bagi reporter yang melakukannya, pembagian itu dimaknai sebagai solidaritas. Kadang-kadang pula, solidaritas ditunjukkan dengan mentraktir makan, nonton film, karaoke, atau bentuk-bentuk hiburan lainnya. Tapi bagi-bagi amplop ini bisa diartikan sebagai setoran jika motifnya adalah semacam "suap" atau "konsesi" agar redaktur menempatkannya di "pos-pos basah."

Hal tersebut dilakukan diam-diam tanpa diketahui rekan sekantor yang lain, kecuali reporter dan redaktur yang bersangkutan. Namun meski motifnya solidaritas sekali pun, hal tersebut dilakukan bukan tanpa pamrih. Dengan bagi-bagi amplop, reporter berharap redaktur memberi perhatian lebih terhadap berita-berita yang ditulisnya. Dengan perhatian lebih yang berarti berita yang ditulis selalu dimuat, amplop pun lancar sehingga bisa dibagi kembali dengan sang redaktur. Ini merupakan "persekongkolan rahasia" yang saling menguntungkan.

---

[97] Ibid., halaman 40.

IV.3. Wartawan Bodrex

Menjamurnya apa yang biasa disebut wartawan Bodrex juga menimbulkan banyak masalah di dunia jurnalistik. Istilah itu dikenal untuk mengidentifikasi reporter yang tidak memiliki media yang jelas (yang biasanya tidak terbit ajeg atau oplahnya tidak signifikan) atau bahkan tidak memiliki media. Mereka bergerak dari satu jumpa pers ke jumpa pers lainnya, dari instansi satu ke instansi lain untuk mencari amplop, biasanya dengan cara memeras dengan mengeksploitasi kasus yang melibatkan instansi atau pejabat yang bersangkutan. Karena selalu membuat pusing kepala instansi, pejabat atau bahkan reporter lain yang memiliki media yang jelas, mereka dijuluki wartawan Bodrex, yang sesuai iklan obat sakit kepala di televisi selalu datang berombongan dan mengakibatkan kepala pusing. Selain wartawan Bodrex, mereka juga biasa diberi predikat WTS (wartawan tanpa surat kabar) atau wartawan Buser (buru sergap).

Wartawan Bodrex ini mulai muncul pertengahan 1990-an, dan benar-benar menjamur pasca runtuhnya rezim Orde Baru menyusul bebas dan gampangnya mendirikan perusahaan pers. Jumlah wartawan menjadi membengkak mengikuti jumlah penerbitan media massa yang juga mengalami hal yang sama. Organisasi-organisasi wartawan –yang pada masa Orde Baru ditunggalkan ke dalam PWI— pun menjamur. Berdasar catatan Dewan Pers, pada pasca Orde Baru setidaknya terdapat 39 organisasi wartawan. Namun dari yang tercatat itu, hanya empat yang bisa disebut organisasi yang baik, yaitu Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), dan Himpunan Praktisi Penyiaran Indonesia (HPPI). Organisasi tersebut bisa disebut baik di antaranya jika memiliki tujuan dan program yang jelas, memiliki

kegiatan yang bermanfaat bagi anggotanya dan masyarakat, mempunyai kegiatan pengembangan jurnalisme dan pers profesional secara rutin serta terus-menerus. [98]

Di luar itu, kecenderungan yang muncul adalah organisasi-organisasi wartawan yang didirikan dengan tujuan-tujuan non-jurnalistik, seperti mencari amplop, memeras, mencari iklan dengan setengah memaksa, menyodorkan proposal kegiatan yang mereka selenggarakan, dan sebagainya. Di Jawa Timur misalnya, berdasar laporan AJI Surabaya, terdapat beberapa organisasi wartawan yang berperilaku seperti itu seperti Persatuan Wartawan Nasional Indonesia (PWNI), Ikatan Wartawan Republik Indonesia (Iwari), Aliansi Jurnalistik Indonesia (Alji), dan beberapa lainnya.

Ada beberapa kasus yang bisa mengkonfirmasi hal tersebut. Manager HM Sampoerna, Yudi Rizard mengungkapkan, sejak runtuhnya Orde Baru pada 21 Mei 1998, beberapa perusahaan di Surabaya dibanjiri proposal permintaan sumbangan, termasuk dari beberapa organisasi wartawan. Sampoerna, misalnya, dikirimi tak kurang 10 proposal dari organisasi wartawan selama kkurun waktu tahun 2000-2001. Di antaranya dari organisasi wartawan yang bernama Insan Pers Seluruh Indonesia, yang di kalangan wartawan sendiri tidak dikenal. Proposal itu berupa permintaan sumbangan untuk seminar atau partisipasi membeli tiket seminar yang mereka gelar senilai Rp 250 ribu per lembar. Proposal serupa juga datang dari Persatuan Wartawan Nasional Indonesia, namun semuanya ditolak.

Hal serupa dialami Metrosel Surabaya, seperti diceritakan Sekretaris Direktur Airin. Pada bulan Februari 2001, pihaknya menerima dua proposal permintaan dana terkait acara Hari Pers (28 Februari) dari Ikatan Wartawan Republik Indonesia (Iwari) dan Persatuan Wartawan Nasional Indonesia (PWNI)

[98] Tim AJI Surabaya, *Op.cit.*, halaman 5.

Jawa Timur. Metrosel didesak memenuhi permintaan dana tersebut baik melalui telepon maupun kunjungan langsung. Dalam proposalnya, PWNI menyodorkan angka Rp 46.750.000 untuk keperluan pelantikan pengurus PWNI cabang dan seminar. Namun pihak Metrosel tidak bersedia dengan alasan tidak ada anggaran untuk pos tersebut. PWNI terus memaksa namun menurunkan permintaan sumbangan sampai menjadi Rp 2 juta. Karena tetap ditolak, akhirnya PWNI meminta Metrosel membeli undangan yang harganya Rp 800 ribu per lembar. Namun Metrosel tetap menolak karena curiga dengan reputasi dua organisasi tersebut.

Selain menjamurnya organisasi-organisasi wartawan, media-media baru juga bermunculan baik media cetak maupun elektronik. Yang kemudian menjadi masalah adalah menjamurnya media cetak, yang memang lebih gampang didirikan ketimbang media elektronik yang memerlukan modal besar dan teknologi cukup rumit. Tidak diperlukannya lagi SIUPP untuk mendirikan media cetak membuat media jenis ini berkembang dengan amat fluktuatif. Begitu rezim Orde Baru berganti misalnya, koran harian dan tabloid bermunculan di Jatim dengan sirkulasi cukup besar seperti *Metro*, *Bangkit*, *Oposisi*, *Gugat*, dan sebagainya. Koran dan tabloid bermunculan dengan beragam jenis, mulai yang bersifat umum sampai khusus seperti tabloid klenik, seks, hobi, kriminal, dan sebagainya.

Koran-koran besar seperti *Jawa Pos* dengan bebas berkreasi membentuk koran-koran lokal yang tetap berafiliasi kepada induknya, seperti *Radar Jember*, *Radar Bromo*, *Radar Madura*, *Radar Malang*, *Radar Mojokerto*, *Radar Jember*, *Radar Kediri*, *Radar Tulungagung*, dan beberapa lainnya. Pesaingnya, Harian

Surya juga membentuk *Poros Jember* dan *Poros Kediri*, namun tak bertahan lama. Hal yang sama juga dilakukan Harian *Memorandum*. Harian *Kompas* juga berupaya ikut mengejar dengan membentuk *Kompas Edisi Jawa Timur*.

Namun di samping itu, juga muncul media-media cetak yang dinilai "tidak jelas", yang dicetak bukan untuk kepentingan jurnalistik melainkan untuk mencari amplop, menipu, atau memeras. Biasanya, media-media cetak itu berbentuk tabloid, karena lebih luwes dalam hal waktu penerbitan dan lebih murah. Seperti juga wartawan-wartawan Bodrex, media-media seperti ini juga mendatangkan kerepotan tersendiri baik bagi kalangan masyarakat tertentu maupun pengelola media yang "serius" (dalam arti memiliki basis permodalan yang kuat dan memiliki waktu penerbitan yang ajeg). Media-media seperti ini tak hanya merepotkan karena wartawannya berperilaku sebagaimana wartawan Bodrex, tetapi juga karena pemilik medianya sendiri seringkali melakukan penipuan atau pemerasan.

Dalam perbincangan dengan peneliti, Dahlan Iskan mengakui *Jawa Pos* seringkali direpotkan oleh media-media di daerah yang memiliki nama mirip koran lokal milik *Jawa Pos*. Seringkali, ada wartawan yang mengaku datang dari koran "*Radar*" ke sejumlah instansi dan meminta iklan. Instansinya memberi karena menduga sang wartawan berasal dari koran *Radar* milik Jawa Pos. "Tapi ternyata bukan, itu dari koran lain yang namanya juga ada kata radarnya. Ke mana-mana, wartawan dan bagian iklannya selalu mengaku dari Radar, tanpa menyebut nama belakangnnya. Jadi orang sering terkecoh," kata Dahlan.

Hal tersebut ditegaskan pula oleh General Manager *Radar Mojokerto* Choliq Baya kepada peneliti. Dia mengaku beberapa kali direpotkan oleh sebuah

tabloid di wilayahnya yang terbitnya tidak ajeg (bisa mingguan bisa bulanan). Namanya mirip dengan koran yang dipimpinnya, yaitu *Radar Minggu*. Ke mana-mana (baik untuk mencari berita maupun iklan), menurut Choliq, wartawan *Radar Minggu* selalu mengatakan, "Saya dari Radar," tanpa menyebut nama belakangnya. Akibatnya, banyak pihak terkecoh. "Yang menjengkelkan, mereka juga pernah mengambil uang tagihan iklan *Radar Mojokerto* ke beberapa instansi pemasang iklan. Setelah saya cek, ternyata klien saya mengira yang datang dari *Radar Mojokerto*, karena begitu bertemu mengaku dari *Radar*," kata Choliq.

Yang juga sering menjadi bahan perbincangan di kalangan jurnalis adalah terbitnya Tabloid *Sapu Jagat*, yang didirikan Jalil Latuconsina, yang mengaku mantan aktivis Petisi 50 dan sempat mencalonkan diri menjadi anggota Dewanm Perwakilan Daerah Jatim pada Pemilu 2004 namun gagal. Motto tabloid ini tergolong "seram", yaitu "tabloid nggak pedulian." Dan memang, pada beberapa kasus, tabloid yang terbitnya tidak ajeg ini "menakutkan banyak orang." Pada beberapa kasus, seperti kasus sengketa tanah kampus Universitas Surabaya (Ubaya), para pimpinan universitas tersebut mengaku merasa diperas melalui pemberitaan tabloid tersebut. Sirkulasi tabloid ini tergolong "unik", tidak dijual dan biasanya diedarkan ke kalangan tertentu yang dianggap terkait dengan tema liputan (biasanya merupakan berita kasus yang melibatkan tertentu).

Tak heran jika Pemimpin Redaksi Radio Sveringen, Swedia, Staffan Sonnig, menyatakan, problem berat jurnalisme di Indonesia adalah korupsi. Yang dimaksud di sini bukan cuma korupsi yang biasa diperangi para jurnalis, tetapi

korupsi yang sudah menjadi kanker yang menggerogoti citra jurnalis di Indonesia.[99]

Fenomena-fenomena tersebut di ataslah yang menjadi akar kecemasan baik kalangan jurnalis sendiri maupun di luar jurnalis. Konteks sosiologis dan politis seperti inilah yang melingkari tema penelitian yang diambil dan analisis yang akan dilakukan di bab selanjutnya (Bab V).

[99] Eriyanto, *Op.cit.*

BAB V

DATA DAN ANALISA

V.1. Pilkada, Politisi, dan Jurnalis

V.1.1. Para Aktor

Secara formal, yang dimaksud Pilkada di sini adalah proses yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No, 151 Tahun 2000 tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Sesuai PP tersebut, yang dimaksud dengan kepala daerah adalah gubernur, bupati/walikota, sementara wakil kepala daerah adalah wakil gubernur, wakil bupati/wakil walikota. Pemilihan kepala daerah ini harus melalui tahapan sebagai berikut: pembentukan kepanitiaan, penyusunan tata-tertib, pendaftaran, penyaringan, penetapan pasangan bakal calon, rapat paripurna khusus tingkat I, rapat paripurna khusus tingkat II, penetapan pasangan calon terpilih, pengiriman berkas pasangan calon terpilih untuk kepentingan pengesahan dan pelantikan. [98]

Pemilihan kepala daerah ini dilakukan dengan sistem tidak langsung, yaitu pemilihan oleh anggota dewan. Untuk level gubernur dilakukan oleh DPRD Propinsi, sedangkan level bupati/walikota dilakukan oleh DPRD kabupaten/kota. Sistem tidak langsung ini merupakan "warisan" era Orde Baru yang belum direvisi. Namun ada sinyal kuat sistem ini akan diganti dengan sistem pemilihan langsung menyusul pemilihan presiden dan wakil presiden yang sudah dilaksanakan secara langsung.

Secara politis, nama-nama calon kepala daerah ini diproses oleh partai politik, yang kemudian akan diajukan secara resmi sebagai calon atau bakal calon

melalui fraksi masing-masing partai politik di DPRD. Setelah melalui mekanisme formal yang ditentukan PP No.150 Tahun 2000 dan tata tertib pemilihan yang dirumuskan panitia khusus (Pansus) DPRD, bakal calon yang lolos menjadi calon akan diadu dalam sidang paripurna yang beragendakan pemungutan suara. Pemenangnya akan dilantik dan disahkan menjadi kepala daerah.

Banyak aktor yang terlibat dalam proses Pilkada, namun dalam konteks penelitian ini bisa dikategorikan menjadi dua, yaitu politisi dan jurnalis. Politisi meliputi anggota dewan, birokrat/eksekutif, pengurus/aktivis partai politik, pengurus/aktivis organisasi kesmayarakatan (ormas), LSM, kelompok masyarakat, operator lapangan, dan lain-lain. Sementara jurnalis –sesuai struktur redaksi organisasi media-- bisa terdiri atas reporter, redaktur, redaktur pelaksana, pemimpin redaksi, bahkan kadang-kadang pemilik (yang pada banyak media juga berstatus wartawan).

Anggota dewan bisa disebut aktor utama karena merekalah yang memiliki otoritas memilih kepala daerah dengan sistem *one man one vote*. Tak hanya itu, anggota dewan juga aktif melakukan lobi-lobi politik baik dengan sesamanya atau politisi atau kelompok masyarakat di luar gedung dewan untuk memenangkan calonnya (yang diajukan lewat fraksi masing-masing). Mereka juga aktif berkoordinasi dengan partai politik masing-masing, karena secara formal mereka merupakan kepanjangan tangan partai politik di gedung dewan.

Dalam konteks ini, partai politiklah yang memproses dan memutuskan nama calon kepala daerah yang dijagokan. Setelah itu, nama itu diteruskan kepada fraksi masing-masing di DPRD untuk didaftarkan dan diperjuangkan. Jadi, proses

[98] Karena penelitian ini tidak menggunakan perspektif yuridis, maka proses formal tentang Pilkada ini tidak dibahas secara detail.

pemilihan formal di dalam DPRD didahului sebuah proses politik di dalam partai politik yang melakukan rekrutmen serta seleksi calon yang akan diajukan ke fraksi. Dalam proses ini, para pengurus dan aktivis partai politik memegang peranan sentral.

Pejabat eksekutif juga seringkali ikut terlibat menjadi aktor Pilkada. Lazimnya, jika salah satu calon merupakan "juara bertahan" (kepala daerah yang masih menjabat), para pejabat di pemerintahan daerah itu ikut terlibat (dilibatkan) untuk mendukung pencalonan atasannya tersebut. Yang terlibat biasanya pejabat level kepala dinas, kepala bagian, atau sekretaris daerah. Mereka seringkali secara aktif melakukan komunikasi politik atau konsesi politik dengan anggota dewan, pengurus/aktivis partai politik, atau aktor lain untuk menggalang dukungan.

Ormas/LSM juga menjadi aktor Pilkada yang cukup penting, meski tidak menentukan. Ormas ini seringkali dimanfaatkan para calon untuk membentuk opini dukungan, dengan asumsi masing-masing ormas mewakili kelompok masyarakat tertentu. Biasanya, ormas dilibatkan untuk menggalang opini melalui jumpa pers, pernyataan dukungan ke dewan, demonstrasi, atau acara-acara seperti seminar, diskusi, debat kandidat, dan sebagainya.

Di luar ormas, ada kelompok atau aliansi masyarakat yang memiliki ikatan longgar dan tidak formal. Kelompok atau aliansi ini biasanya terbentuk secara instan, tidak permanen, dan struktur yang longgar. Biasanya, kelompok atau aliansi ini sengaja dibentuk oleh kubu masing-masing calon untuk melakukan gerakan dukungan atau penolakan terhadap pesaingnya. Nama aliansi atau kelompok pun disesuaikan isu yang diangkat. Aliansi ini seringkali bubar dan tak

namanya tak digunakan lagi begitu isu yang diangkat selesai, dan para aktornya pun bisa segera membentuk aliansi dengan nama serta isu lain.

Aliansi-aliansi semacam itu biasanya dioperasikan bukan oleh aktor formal seperti anggota dewan, pengurus parpol besar, atau birokrat/ekssekutif, melainkan aktivis atau pekerja politik yang tidak terakomodir oleh parpol besar. Kadang-kadang, aliansi itu digerakkan oleh pengurus/aktivis parpol kecil atau aktivis/pengurus ormas. Mereka ini kerap disebut "petualang politik", "avonturir", atau "makelar politik," karena bekerjanya dinilai tidak dinaungi ideologi selain "jual-beli".

Partai apa pun atau kubu calon kepala daerah mana pun bisa memanfaatkan orang-orang ini, yang cenderung melihat diri mereka sebagai pekerja politik yang "profesional," yang bisa menerima pekerjaan dari siapa pun asal konsesinya –terutama berupa uang— cocok. Para "avonturir" ini biasanya sering menjadikan tempat-tempat tertentu seperti kafe atau *coffee shop* hotel berbintang sebagai tempat nongkrong, melakukan pertemuan, sampai negosiasi dengan "klien."

Di sisi lain terdapat aktor dari kalangan jurnalis, yang memang bertugas melakukan reportase kegiatan Pilkada ini. Pada konteks ini, jurnalis yang dimaksud adalah jurnalis (reporter) yang meliput berita-berita politik, khususnya yang sehari-hari –dalam bahasa sehari-hari— *ngepos* di gedung dewan dan pemerintah daerah. Para reporter inilah yang meliput berita-berita proses Pilkada, karena proses itu memang berpusat di gedung dewan dan kantor pemerintah daerah (karena biasanya kepala daerah yang lama cenderung mencalonkan diri kembali).

Aktor lain dari kalangan jurnalis adalah redaktur, khususnya redaktur politik. Redaktur ini sehari-hari melakukan fungsi penugasan, *editing* (penyuntingan), *re-writing* (penulisan ulang), hingga *budgeting*. Berita yang ditulis reporter (baik yang merupakan penugasan maupun inisiatif sendiri) harus melalui tangan redaktur sebelum diterbitkan. Redaktur inilah yang memiliki otoritas menyunting, memotong, menjadikannya berita satu kolom atau *headline*, atau bahkan membuangnya sama sekali dari halaman yang dikelolanya. Redaktur bisa ikut menjadi aktor proses Pilkada jika halaman yang dikelolanya memang memuat berita-berita Pilkada (seperti redaktur politik). Redaktur non politik juga bisa menjadi aktor proses Pilkada jika yang bersangkutan, misalnya, memiliki dan menjalin hubungan dengan para aktor yang lain dan ikut serta dalam upaya pemuatan berita Pilkada atau bahkan upaya pemenangan kandidat tertentu.

Sedangkan redaktur pelaksana merupakan struktur yang berada satu tingkat di atas redaktur. Redaktur pelaksana ini merupakan penanggungjawab sehari-hari penerbitan, dan membawahi serta mengkoordinasi seluruh redaktur (dan wartawan). Redaktur pelaksana juga bertugas menjalankan roda redaksi agar tidak melenceng dari *editorial policy* atau politik redaksional media tersebut.[99] Redaktur pelaksana inilah yang memiliki otoritas menentukan pendistribusian berita lintas halaman, dan memutuskan berita mana yang layak dimuat di halaman depan dan mana yang harus diletakkan di halaman dalam. Dalam konteks proses Pilkada, redaktur pelaksana bisa disebut sebagai salah satu aktor karena banyak media meletakkan berita Pilkada di halaman depan karena dinilai penting

[99] *Editorial policy* atau politik redaksional bagi penerbitan pers ibarat undang-undang dasar yang memuat visi dan misi media, seperti siapa target audience-nya, rubrikasi, standar kelayakan berita, aspek etik dan teknis perencanaan, peliputan dan penulisan, tipografi, dan sebagainya. *Editorial policy* ini menjadi pedoman operasional dalam menjalankan manajemen di dalam *newsroom*.

(terutama media cetak lokal). Atau bisa juga karena redaktur pelaksana ikut menjalin hubungan dengan aktor-aktor lain dan mempengaruhi keputusannya dalam melakukan penugasan, *editing*, dan *budgeting* berita Pilkada.

Sedangkan pemimpin redaksi merupakan struktur tertinggi di jajaran redaksi. Pemimpin redaksi tidak terlibat dalam kegiatan teknis sehari-hari, melainkan lebih berperan sebagai penanggung jawab ke dalam dan keluar. Dia juga bertugas mengontrol apakah politik redaksional dijalankan dengan baik oleh jajaran di bawahnya atau tidak. Sebagaimana redaktur pelaksana, pemimpin redaksi bisa disebut sebagai aktor proses Pilkada jika dia menjalin hubungan dengan aktor yang lain dan hal itu mempengaruhi keputusannya dalam menilai kinerja bawahannya terkait berita-berita Pilkada. Bahkan dalam banyak kasus, baik redaktur pelaksana mau pun pemimpin redaksi terlibat aktif dalam penugasan, *editing*, mau pun *budgeting* berita-berita Pilkada.

Pemilik media (*owner*) bisa dikategorikan sebagai aktor proses Pilkada jika dia ikut menjalin hubungan dengan aktor lain, ikut terlibat dalam proses penerbitan berita Pilkada di dalam *newsroom*, atau menggunakan media yang dimilikinya untuk kepentingan dirinya dan salah satu kandidat. Pada banyak media, pemilik ini biasanya berlatar belakang jurnalis, dan pada beberapa kasus mereka terlibat (baik secara aktif mau pun pasif) dalam proses kompetisi calon kepala daerah (yang akan dijelaskan dalam bagian berikutnya dalam bab ini).

V.1.2. Tim Sukses

Biasanya, dalam menjalankan misinya aktor-aktor Pilkada itu bernaung dalam sebuah payung yang biasa disebut tim sukses, atau dalam kalimat lain tim

kampanye. Beda dengan tim kampanye pemilihan presiden/wakil presiden atau anggota Dewan Perwakilan Daerah yang sudah diatur dan harus resmi, tim sukses kandidat kepala daerah ini bersifat informal karena belum ada aturannya. Tim sukses ini menjadi fenomena tersendiri dalam Pilkada era pasca Orde Baru. Bukan lantaran pada era Orde Baru belum pernah ada, namun pada masa itu proses Pilkada berlangsung lebih tertutup dan tidak bisa dilaporkan media massa secara transparan, sehingga keberadaan tim sukses sulit dideteksi dan dilaporkan (lebih jauh akan dijelaskan sesudah bagian ini).

Meski merupakan institusi informal, peranan dan fungsi tim sukses begitu penting bahkan sangat menentukan selain institusi formal seperti pengurus partai, anggota fraksi, dan kaukus lintas partai. Anggotanya bisa terdiri atas anggota dewan, pengurus partai, ormas, bahkan jurnalis (yang dibayangkan berperan sebagai *media plamer*, atau bahkan pada kasus tertentu lebih dari itu yang akan dijelaskan kemudian). Pada tahap-tahap tertentu, seperti penyusunan visi-misi, strategi pencitraan, atau advokasi, tim sukses ini melibatkan para pakar sebagai konsultan. Yang menarik adalah tidak semua anggota tim sukses dapat diketahui atau dikenal. Semakin berpengalaman koordinator tim sukses semakin canggih dia memilih dan menempatkan anggota tim suksesnya. Bahkan, bisa terjadi salah satu anggota tim bisa masuk ke dalam tim sukses kompetitor, seperti laiknya kisah-kisah film spionase.

Tim sukses memang memiliki kelebihan sebagai berikut. Organisasinya sangat lentur, bekerja 24 jam tanpa hari libur, kerahasiaan operasinya bisa terjaga (khususnya Ring I), dapat melakukan penyusupan terhadap pihak lawan, dapat menampung berbagai kepentingan dengan lebih luas, dapat dibubarkan kapan saja

tanpa ikatan, dapat dilakukan *merger* dengan tim sukses lain (mitra), dapat melakukan *deal* tertutup, dan lain-lain. Hal-hal tersebut sangat sulit dilakukan oleh institusi formal seperti partai atau fraksi. Tim sukses dapat dibantah keberadaannya oleh partai, fraksi, atau kandidat apabila dalam operasinya mengalami kegagalan atau menimbulkan ekses negatif.

Biasanya, tim sukses ini dipimpin orang-orang terdekat para kandidat. Jika sang kandidat merupakan "juara bertahan", posisi itu biasanya dipegang salah satu anggota dewan atau sekretaris daerah. Karena informal, struktur organisasi tim sukses amat lentur dan cair. Sebuah tim sukses yang membawa seorang kandidat yang merupakan "juara bertahan", misalnya, memiliki dua cabang tim. Pertama, tim sukses legislatif yang bertugas menangani segala sesuatu yang berhubungan dengan kedewanan. Misalnya, melakukan lobi-lobi antar sesama anggota dewan, partai politik, ormas, sampai pengelolaan jurnalis yang *ngepos* di gedung dewan. Tim ini dikoordinasi satu atau dua anggota dewan dari fraksi yang mencalonkan.

Tim kedua adalah tim eksekutif, yang terdiri atas sekretaris daerah, sejumlah kepala dinas, dan kepala bagian. Tim ini juga bertugas melakukan komunikasi politik dengan aktor politik lain, seperti anggota dewan, partai, ormas, jurnalis yang *ngepos* di kantor pemerintah daerah, dan lainnya. Yang lebih spesifik, tim ini juga bertugas menggalang dana yang digunakan untuk membiayai pencalonan. Posisi mereka sebagai eksekutif diyakini membuat gerakan menggalang dana lebih mudah.

Di dalam tim-tim itu juga ada yang biasa disebut tim Ring I, Ring II, dan seterusnya. Ring I merupakan sebutan untuk orang-orang dalam jumlah amat terbatas yang berada di sekitar kandidat, yang memiliki kedekatan amat kuat dan

paling dipercaya sang kandidat. Merekalah yang merumuskan semua strategi dan taktik, yang kemudian dioperasionalkan oleh tim-tim yang berstatus Ring II dan seterusnya. Pada kandidat yang disebutkan di atas, Ring I-nya terdiri atas sekretaris daerah, sekitar tiga atau empat anggota dewan, beberapa kepala daerah, dan pemimpin redaksi media massa lokal.

Sementara tim sukses "kandidat penantang" biasanya lebih ramping, karena tidak memiliki organ di kalangan eksekutif. Penantang "kandidat juara bertahan" tersebut, misalnya, tim suksesnya hanya terdiri atas anggota dewan dari fraksi yang mendukungnya, pengurus parpol yang mendukungnya, orang yang secara pribadi dekat dengan dirinya, beberapa orang avonturir lokal, dan beberapa jurnalis.

Tidak seperti tim sukses pada Pilpres yang memang harus menyebutkan identitas dan alamatnya secara resmi, tim sukses Pilkada ini bekerja bak bayangan. Biasanya, tim sukses Pilkada mengendalikan operasinya tidak dari kantor resmi, tetapi dari posko yang bisa terletak di rumah, kantor (tetapi tanpa papan nama), apartemen, atau *suite room* hotel berbintang. Tim sukses "kandidat penantang" tadi misalnya, memilih bermarkas di sebuah apartemen, sedangkan "tim sukses juara bertahan" di sebuah hotel berbintang.

Tim sukses tidak cuma menghasilkan rumusan strategi, tetapi juga memproduksi *black campaign* terhadap kompetitornya atau informasi yang kelliru (menyesatkan), baik yang disebarkan melalui metode oral mau pun media massa. Pada sebuah kasus Pilkada, misalnya, salah satu tim sukses kandidat merilis isu bahwa pesaingnya didanai bandar judi tertentu. Isu ini disebarkan dari mulut kke mulut di kalangan para aktor. Akhirnya, melalui pernyataan seorang anggota

dewan yang menjadi tim sukses kandidat tersebut, ada media massa yang memuat kabar tersebut. Namun berita itu tidak berlanjut karena tim sukses kandidat pesaing tidak memberi tanggapan, dan media massa (dengan alasan yang juga akan dibahas kemudian) tidak mengembangkan berita tersebut.

Hal yang sama dilakukan tim sukses kandidat yang diserang tadi. Mereka juga menyebarkan isu, kompetitornya juga mendapat kucuran dana dari bandar judi yang lain. Politik uang juga seringkali digunakan sebagai bahan kampanye negatif. Ada kecenderungan, masing-masing tim sukses menyebarkan isu bahwa lawannya melakukan praktik politik uang, dan seringkali –jika ada sumber berita yang berani "pasang badan"—isu itu termuat di media massa.

Masing-masing tim sukses juga memproduksi isu-isu yang menguntungkan dirinya serta merugikan lawannya, dan mengupayakannya agar termuat di media massa. Klaim-klaim dukungan dari berbagai kalangan –mulai tokoh agama, pucuk pimpinan partai, tokoh berpengaruh, kelompok massa, dan sebagainya—yang bertebaran di media massa merupakan hasil kerja tim sukses, meski klaim-klaim itu kemudian mendapat bantahan atau bahkan aksi demonstrasi yang digalang tim sukses lawannya.

Di sekitar aktor-aktor tim sukses dan prosesi itulah yang kini disebut-sebut banyak terjadi proses *money politics*. Saat ini, memang nyaris tidak ada proses Pilkada yang tidak ditaburi isu politik uang, terlepas akhirnya hal tersebut terbukti atau tidak, terangkat ke media massa atau tidak. Politik uang biasanya mulai ditiupkan ketika Pilkada baru memasuki proses seleksi calon di partai politik. Saat itu, *money politics* seringkali ditiupkan terjadi antara para tokoh yang ingin dicalonkan dengan partai politik yang menjadi pintu pencalonan.

Politik uang juga digambarkan terjadi pada proses penggalangan suara di kalangan anggota dewan, pencarian dukungan di kalangan ormas, LSM, aliansi-aliansi masyarakat, atau para avonturir. Pemberian dukungan atau penggelaran acara dukungan selalu diasosiasikan dengan imbalan uang. Hal yang sama juga digambarkan terjadi dalam hubungan antara aktor politisi dengan jurnalis, yang menjadi fokus penelitian ini dan akan dibahas dalam bagian berikutnya pada bab ini. Namun tidak ada yang bisa dibuktikan secara formal. Tudingan demi tudingan, dugaan demi dugaan, berlalu tanpa bekas.

V.1.2. Pilkada Era Orde Baru

Kondisi seperti di atas amat berbeda dengan pada masa Orde Baru, meski sistem Pilkadanya masih sama-sama tidak langsung. Ada perbedaan signifikan tentang posisi media massa atau jurnalis di hadapan proses Pilkada pada dua era tersebut. Secara umum, pada masa Orde Baru media massa berposisi sub-ordinat terhadap politik yang dikembangkan negara. Proses-proses politik, termasuk kompetisi politik para elite politik berlangsung tertutup dan tidak melalui proses yang transparan. Pergantian pejabat militer, misalnya, amat tergantung kepada kekuasaan monolitik Soeharto, yang menguasai militer dengan posisinya sebagai panglima tertinggi, menguasai Golkar dengan posisinya sebagai ketua dewan pembina, dan menguasai birokrasi dengan posisinya sebagai presiden.

Demikian pula halnya posisi pers di hadapan proses Pilkada. Apalagi, saat itu perebutan jabatan kepala daerah adalah persaingan elite militer (Angkatan Darat). Jabatan kepala daerah tingkat II saat itu (bupati atau walikota) sudah diasosiasikan milik perwira militer berpangkat letnan kolonel, sedangkan untuk

daerah tingkat II yang dianggap besar seperti Surabaya diperuntukkan perwira militer berpangkat kolonel. Sementara posisi gubernur untuk perwira militer berpangkat mayor jenderal. Artinya, persaingan menuju kursi kepala daerah bukanlah persaingan merebut dukungan anggota dewan yang memiliki otoritas suara, tetapi berebut restu atau dukungan petinggi militer di Jakarta. Untuk menjadi calon kepala daerah, seorang perwira militer harus mencari dukungan ke Mabes ABRI, bahkan hingga sampai presiden. Di samping itu, juga musti mendapat dukungan tiga jalur yang terdapat di tubuh Golkar, yaitu jalur A (ABRI), B (Birokrasi), dan G (kader Golkar). Di sinilah pertarungan yang sesungguhnya terjadi.

Ketika restu didapat, baru nama itu dibawa ke fraksi untuk diproses formal. Setelah itu, jalan pun lempang. Suara anggota dewan diatur, calon pendamping pun dimunculkan (untuk memberi kesan demokratis dan tidak aklamasi). Seorang wartawan politik di Surabaya pernah menulis ramalan tentang perolehan angka sebuah pemilihan kepala daerah di Jatim berdasar informasi sumber di kalangan militer, dan ternyata sama persis dengan perolehan angka saat pemilihan. Hasil akhir pemilihan kepala daerah masa itu memang sudah bisa diketahui jauh sebelum proses pemilihan di sidang paripurna dewan berlangsung.

Proses persaingan itu sendiri berlangsung tertutup, dan tidak bisa diungkap media massa yang begitu terkontrol. Pers hanya mampu melaporkan sebatas calon-calon yang dianggap layak, tapi harus berhenti sebelum memasuki proses kompetisi di dalam lingkaran elite pejabat militer. Pemberitaan pers dikontrol, namun tetap bisa menulis untuk menjaga kesan demokratis. Kontrol itu tidak

hanya dilakukan terhadap organisasi media, tetapi juga terhadap individu jurnalis. Tak cuma sebatas budaya telepon, tapi juga masuk ke wilayah teror psikologis.

Sebuah peristiwa di seputar pemilihan gubernur Jatim pada 1993 menjadi ilustrasi menarik. Saat itu, terjadi persaingan antara Mayjen R Hartono dan Mayjen Basofi Soedirman untuk menggantikan posisi Soelarso sebagai gubernur. Di tengah kompetisi antara dua jenderal itu, di gedung DPRD Jatim bertiup isu bahwa salah satu jenderal itu melakukan politik uang dengan nilai miliaran rupiah. Sejumlah anggota dewan, meski takut dijadikan sumber berita, kepada wartawan mengungkapkan dugaan praktik politik uang (suap) yang dilakukan salah satu calon.

Esoknya, sejumlah koran pagi seperti *Surya, Memorandum, Jawa Pos,* dan *Bhirawa* memuat berita isu suap itu dengan mengutip seorang anggota dewan yang tak bersedia disebut namanya (sumber anonim). Sore harinya, Harian *Sore Surabaya Post* mengembangkan berita itu ke Ketua Golkar Jatim Moch. Said dan Ketua DPRD Jatim Trimarjono. Keduanya membantah adanya dugaan suap tersebut.

Malam harinya, sekitar delapan dan redaktur koran-koran tersebut dipanggil Pendam Kodam V/Brawijaya untuk diperiksa di Denintel, Wonocolo. Sebagian dipanggil dengan surat resmi, sebagian lainnya lisan. Mereka diperiksa secara terpisah, dengan durasi waktu yang berlainan, berkisar tiga sampai tujuh hari. Cara pemeriksaan rata-rata sama, disuruh mengisi daftar riwayat hidup, ditelusuri apakah ada anggota keluarga yang terlibat G30S/PKI, aktivitas organisasi, dan diminta menyebutkan identitas sumber berita anonimnya.

Teror mental juga diberlakukan. Para jurnalis itu, misalnya, diminta menunggu di lorong berjam-jam sebelum dipanggil. Setelah itu diperiksa di ruang sempit (berukuran sekitar 2x3 meter yang beratap seng). "Saya dibentak-bentak. Katanya, kamu itu nggak ngerti apa-apa, kenapa nulis begitu. Tahu nggak, kalau ada perang tentara dulu yang maju, bukan wartawan," kata Machmud, wartawan *Memorandum* yang ikut diperiksa.[100]

M. Ali, wartawan harian *Bhirawa*, juga mendapat perlakuan serupa. Dia tidak cuma dibentak, namun mendapat teror mental. Saat diperiksa, di mendengar suara gedebak-gedebuk dan orang mengaduh seperti tengah dipukul di ruang sebelah. Tak lama, seorang tentara yang terkesan mabuk masuk. Dari mulutnya tercium bau minuman keras. Begitu masuk, pintu dikunci dan dia menjatuhkan tubuhnya ke kursi di depan Ali. Pistolnya dicabut, dan mengisi magasinnya dengan peluru, persin di depan Ali. Setelah itu, pistol dibanting ke meja dan dia tidur sekitar di kursi itu sekitar satu jam. "Saya sampai gemetar, takut," kata Ali.[101]

Nur Alimah, reporter *Surabaya Post* yang ikut diperiksa, juga mengungkapkan rasa takut yang sama. "Saya malah melihat teman dari Surya menangis terus sampai matanya bengap. Dia sempat pingsan dan stres," katanya.[102]

Kasus itu menyiratkan, dalam konteks pemberitaan proses Pilkada pun jurnalis atau pers diposisikan sebagai penonton yang dikontrol, dan dipagari tabu-tabu sebagaimana penulisan berita-berita (politik) yang lain. Dalam konteks tim

[100] Wawancara dengan Machmud berlangsung di gedung DPRD Jatim di Jl. Indrapura, Surabaya, 21 Juni 2004.
[101] Wawancara dengan Ali berlangsung di gedung DPRD Jatim di Jl. Indrapura Surabaya, 21 Juni 2004.
[102] Wawancara dengan Nur Alimah berlangsung di rumahnya di Sidoarjo, 27 Juli 2004.

sukses, pers atau jurnalis juga tidak dijadikan sebagai bagian dari skenario pemenangan. Pemberitaan pers juga tidak bisa dan tidak boleh terlalu masuk ke dalam kompetisi di lingkaran elite militer, karena dianggap mendiskreditkan militer. "Tabu standar" yang berlaku secara umum, yaitu tidak boleh memberitakan sesuatu yang dinilai membahayakan nama militer, juga tetap berlaku dalam konteks Pilkada.

Sementara pada pasca Orde Baru, sejak awal pers sudah menjadi bagian dari skenario pemenangan. Hampir selalu ada rekrutmen jurnalis ke dalam tim sukses, mengingat sistem politik yang sentralistik sudah bubar. Medan pertarungan berubah, tidak lagi di lingkaran elite militer atau jalur ABG milik Golkar, tetapi partai politik dan dewan. Pers juga tak bisa lagi dikontrol dan didikte seefektif dulu. Ini membuat peran pers begitu penting, dan sejak awal menjadi sasaran rekrutmen tim sukses. Keberadaan jurnalis di dalam tim sukses diyakini mempermudah penggalangan opini di tingkat media massa.

Ditunjang sistem politik yang demikian longgar, gerakan tim sukses menciptakan dan mengalirkan isu baik secara oral mau pun di media massa menjadi tak terbatas. Tidak ada lagi tabu-tabu yang pada masa Orde Baru haram dilanggar, misalnya menyentuh kepentingan atau nama baik militer (baca: Angkatan Darat) atau keluarga Cendana. Runtuhnya kontrol negara Orde Baru terhadap pers membuat jurnalis bisa menulis apa-apa yang dulu menjadi tabu, termasuk dalam pemberitaan Pilkada. Jurnalis pun kian menjadi penting, seiring punahnya politik sentralistik dan militeristik dalam proses Pilkada, sehingga opini menjadi alat efektif untuk mencari simpati, menggalang dukungan, atau melakukan pencitraan. Karena itulah, beda dengan masa Orde Baru, sejak awal

jurnalis selalu masuk sebagai kelompok sasaran rekrutmen tim sukses dan masuk ke dalam kalkulasi pemenangan yang disusun tim sukses.

V.2. Jurnalis Mengkonstruksi Berita Pilkada

Secara teoritis, menurut John Zaller, politisi memang cenderung agresif dalam "mengontrol" berita di media massa, menciptakan peristiwa yang membuat jurnalis melaporkannya sesuai gambaran yang diinginkan. Pengalaman di AS menyebutkan, para politisi penting seperti para presiden atau kandidat presiden selalu merasa dirinya memiliki hak berpidato atau melakukan sesuatu yang secara otomatis akan disiarkan sebagai berita di media massa. Dengan kata lain, pada dasarnya para politisi memiliki kepentingan besar untuk mengontrol isi berita. Dari hari ke hari, mereka berupaya mengontrolnya agar kampanye dan agenda mereka bisa termuat, dan seringkali dengan memanfaatkan jasa konsultan media. [103]

Namun para jurnalis, yang merasa memiliki otonomi dan persepsi sendiri, seringkali tidak mengakui hak tersebut. Jurnalis merasa memiliki pandangan atau sikap sendiri. Akibatnya, para politisi seringkali melompat masuk ke dalam "arena permainan" para jurnalis agar berita-berita tentang mereka bisa diliput dan disiarkan. Namun seringkali pula, para politisi menolak memasuki "pola permainan" jurnalis. Mereka memilih menciptakan peristiwa –dengan unsur gambar, simbol, dan drama yang kuat— yang "memaksa" para jurnalis meliputnya, meski mereka sendiri sebetulnya tidak menyukainya. [104]

---

[103] John Zaller, *A Theory of Media Politics; How the Interests of Politicians, Journalists, and Citizens Shape the News (draft)*, University of Chicago Press, Chicago, 1999.
[104] *Ibid.*

Meski teori tersebut berasal dari pengalaman AS, namun cukup relevan digunakan untuk melihat hubungan politisi dan jurnalis di Indonesia. Kepentingan politisi agar kampanye, agenda, atau pidato-pidatonya terliput jurnalis dan disiarkan media massa agaknya merupakan kepentingan yang bersifat "universal". Di mana pun dan kapan pun, politisi memiliki kepentingan seperti itu. Hal itu merupakan hal yang wajar, mengingat dalam konteks sistem demokrasi saat ini, para politisi amat tergantung pada dukungan konstituen dan suara pemilih. Karena itu, politisi amat berkepentingan tindak-tanduk politiknya (yang berdimensi kampanye), agenda, atau pidato-pidatonya diliput dan disiarkan untuk diketahui konstituen atau pemilih. Itu dipahami sebagai salah satu cara melakukan komunikasi politik dengan konstituen atau pemilih.

Hal itu juga berlaku di Indonesia. Namun ada yang membedakannya dengan di AS. Jika di AS para politisi memanfaatkan jasa konsultan media –yang bertugas menciptakan atau mengkreasi *events* agar memenuhi standar berita-- untuk "memaksa" jurnalis melakukan peliputan, di Indonesia cara seperti itu masih amat jarang dilakukan. Jasa konsultan media baru mulai digunakan politisi saat berlangsung pemilihan presiden/wakil presiden 2004 yang untuk pertama kalinya dilakukan secara langsung. Semua kandidat menggunakan jasa konsultan media, baik untuk kepentingan iklan di media, penciptaan dan pengendalian isu di media, mau pun pencitraan di media.

Namun hal tersebut belum biasa dilakukan pada momen-momen politik yang berlevel di bawah Pilpres, seperti Pilkada. Untuk mengontrol berita, para politisi Pilkada tidak menggunakan jasa konsultan media tetapi cenderung memanfaatkan kultur korupsi yang ada di kalangan jurnalis (lihat Bab IV). Pilihan

terhadap jurnalis ketimbang konsultan media ini memang dirasa lebih menguntungkan, karena bisa dimanfaatkan untuk melakukan dua pekerjaan sekaligus yang tak mungkin dilakukan konsultan media.

Pertama, tentu saja, melakukan peliputan (tanpa perlu berurusan lagi dengan sikap politik sang jurnalisnya). Kedua, sekaligus melakukan fungsi konsultan media, yaitu menciptakan peristiwa yang bernilai berita sehingga bisa diliput dan tersiar di media massa. Jurnalis juga dinilai lebih efektif karena dianggap lebih mengerti tentang hal-hal teknis dan rutinitas media, seperti standar berita, *deadline*, selera media, sampai watak-watak sesama individu jurnalis. Dengan memanfaatkan kultur koruptif tadi, politisi bisa menyatukan dua fungsi yang seharusnya berjalan sendiri-sendiri itu sehingga lebih efektif dan efisien. Namun hal tersebut dilakukan secara terselubung. Jurnalis hanya membuat perencanaan peristiwa, menyesuaikannya dengan standar berita, dan menyampaikannya kepada komunitasnya sesama jurnalis.

Seorang jurnalis yang terlibat ke dalam tim sukses salah satu kandidat Pilkada, sebut saja A, pernah membuktikannya. Suatu saat, kandidat tersebut bersama timnya berniat menemui seorang tokoh puncak partai politik yang sedang berada di luar kota. Tentu saja, tujuannya adalah mencari restu dan dukungan sang pemimpin partai. A, yang mengetahui peristiwa ini sangat penting bagi posisi politik kandidat yang dibelanya, merancang skenario peliputan agar momen tersebut memiliki nilai berita. Untuk memberi unsur drama, dia menginformasikan --dengan gaya seolah membocorkan informasi-- kepada rekan-rekannya bahwa sang kandidat bersama timnya tengah berangkat menuju

bandara untuk bertolak menemui seorang pemimpin partai (yang tentu saja merupakan tokoh terkenal yang memiliki daya tarik kuat).

Para jurnalis pun berbondong-bondong mengejar ke bandara. Mereka tertarik oleh tiga hal, yaitu sosok sang kandidat sendiri, rencana pertemuan dengan pemimpin partai politik, dan ketokohan pemimpin partai politik itu sendiri. Sesampai di bandara, A menciptakan suasana drama seolah pertemuan para jurnalis dengan kandidat di bandara bukanlah jumpa pers, melainkan "hasil investigasi" wartawan. Atau dalam bahasa sederhana: jurnalis "memergoki" sang kandidat dan timnya hendak naik pesawat untuk menemui seorang pemimpin partai politik. Setelah "kepergok", jurnalis pun segera mengkonfirmasi tujuan kepergian sang kandidat. Karena memang sudah direncanakan dan memang berkepentingan untuk menyebar luaskan rencana pertemuan itu, sang kandidat pun bercerita dengan lancar. Namun tentu saja, sebelum menjawab sang kandidat berlagak seolah tengah "kepergok." Usai wawancara, setelah sang kandidat dan timnya memasuki pesawat, A membagi-bagi amplop –yang tentu sudah disiapkan sebelumnya-- kepada para wartawan yang "memergoki" sang kandidat.

Hal yang sama dilakukan saat sang kandidat bersama tim suksesnya pulang usai bertemu sang pemimpin partai politik. Lagi-lagi, A menginformasikan kepada rekan-rekannya kepulangan tersebut. Dirancanglah sebuah pertemuan, kali ini berupa jumpa pers. Sang kandidat pun bercerita tentang isi pertemuan, yang tentu saja bersifat positif bagi kepentingannya. Untuk menambah bobot berita, sang kandidat --berdasar pengarahan A-- menginformasikan pernyataan pemimpin partai politik yang ditemuinya kata demi kata, persis ucapan asli sang pemimpin politik. Usai jumpa pers, seperti biasa, A membagi-bagi amplop.

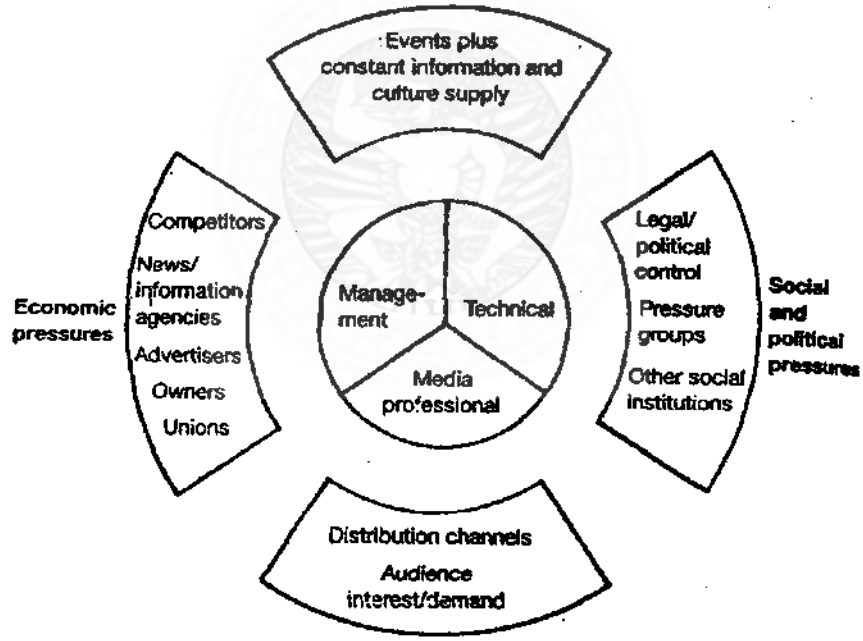
Penciptaan momen yang sama juga dilakukan A ketika seorang tokoh puncak partai politik yang lain –yang selama ini juga dikenal mendukung sang kandidat– transit sekitar satu jam di bandara. Dia pun mengontak rekan-rekan jurnalisnya untuk bergerak menuju bandara menemui tokoh puncak partai politik tersebut. Sang tokoh partai politik juga sudah diberi tahu bahwa ada sejumlah wartawan akan menemuinya selama masa transit untuk berwawancara soal Pilkada dan dukungannya terhadap kandidat tersebut. Sang tokoh puncak partai tersebut juga diminta tidak menjawab jika wartawan bertanya masalah lain di luar Pilkada, agar pernyataannya yang akan dimuat media massa esok harinya terfokus. Seperti biasa, setelah wawancara berlangsung, A membagi amplop.

Merujuk Zaller, penciptaan momen seperti itu sebetulnya merupakan fungsi konsultan media. Rujukan-rujukan etis (yang akan dibahas kemudian) juga tidak mengizinkan jurnalis menjalankan peran seperti itu. Hal tersebut paling tidak mencerminkan tiga hal. Pertama, hubungan jurnalis dan sumber berita yang tanpa jarak, dan pada akhirnya akan merugikan kepentingan publik. Kedua, pada konteks tertentu jurnalis tak hanya berperan me-*report* (melaporkan) peristiwa, tetapi juga berperan sebagai aktor peristiwa. Ketiga, cermin mengakarnya kultur korupsi di kalangan jurnalis di Indonesia.

Pengaruh uang secara langsung terhadap isi berita sepertinya memang fenomena khas beberapa negara, seperti Indonesia, Pilipina, atau Korea Selatan (lihat Bab IV). Pada teori-teori tentang faktor pengaruh terhadap isi berita tidak pernah disebutkan masalah uang dalam kaitannya dengan hubungan sumber berita dengan jurnalis. Dimmick dan Colt, misalnya, menyebut enam hal yang mempengaruhi media massa (dan tentu saja isi berita media massa tersebut), yaitu

supra-national (international regulation agencies atau perusahaan-perusahaan multinasional), masyarakat (pemerintah atau institusi nasional seperti partai politik), industri media (persaingan perusahaan media, pemasang iklan, dan seterusnya), supra-organizational (konglomerat), komunitas (komunitas kota, pebisnis lokal), dan individual (aturan, latar belakang sosial, sikap personal, gender, etnik, suku).[105] Dimmick dan Colt agaknya tidak membayangkan hubungan sumber berita dan individu jurnalis yang koruptif, sehingga tidak memasukkannya ke dalam faktor-faktor yang disebutnya di atas.

Dalam skema Gerbner tentang faktor pengaruh terhadap isi media juga tidak tampak.



Gerbner, seperti tampak pada skema di atas, hanya menggambarkan aktor komunikasi massa melakukan fungsinya di bawah berbagai tekanan eksternal seperti klilen, pemasang iklan, kompetitor, pemegang otoritas kekuasaan,

[105] McQuail. *Op.cit.* halaman 246.

pengamat, audiens, sampai *events*.[106] Bahkan pada buku-buku yang ditulis jurnalis terkemuka AS sendiri tentang hubungan mereka dengan sumber tidak pernah disebutkan faktor uang.[107]

Penelitian-penelitian tentang *newsroom* di AS, seperti dilakukan Warren Breed, *Social Control in the Newsroom,* tidak menyebutkan faktor uang sebagai salah satu faktor pengaruh kebijakan redaksional atau dimuat tidaknya suatu berita. [108] Begitu pula penelitian-penelitian lain seperti yang dilakukan Paletz dan Entman (1998), yang menyebutkan, sumber dari kalangan pejabat atau kepolisian sering digunakan jurnalis tidak karena mereka lebih gampang diwawancara, tetapi karena reporter maupun editor percaya mereka memiliki sesuatu yang penting untuk dikatakan. Penelitian Streitmatter (1985) menyimpulkan, presiden AS yang bersifat ekstrovert mendapatkan liputan dua atau tiga kali di halaman depan. Studi Stempel dan Culbertson (1984) juga menyimpulkan, ketegasan sumber, kredibilitas (yang ditentukan oleh jurnalis), penerimaan (mudah diakses), dan ucapannya layak kutip bisa mempengeruhi frekuensi pemberitaan. [109] Penelitian-penelitian itu tidak pernah memasukkan soal uang ke dalam pertimbangan jurnalis dalam melakukan kutipan atau liputan.

Untuk memberi bingkai faktor uang dan "hubungan khas" jurnalis dengan sumber berita dalam kasus Pilkada dalam kaitannya dengan faktor-faktor

---

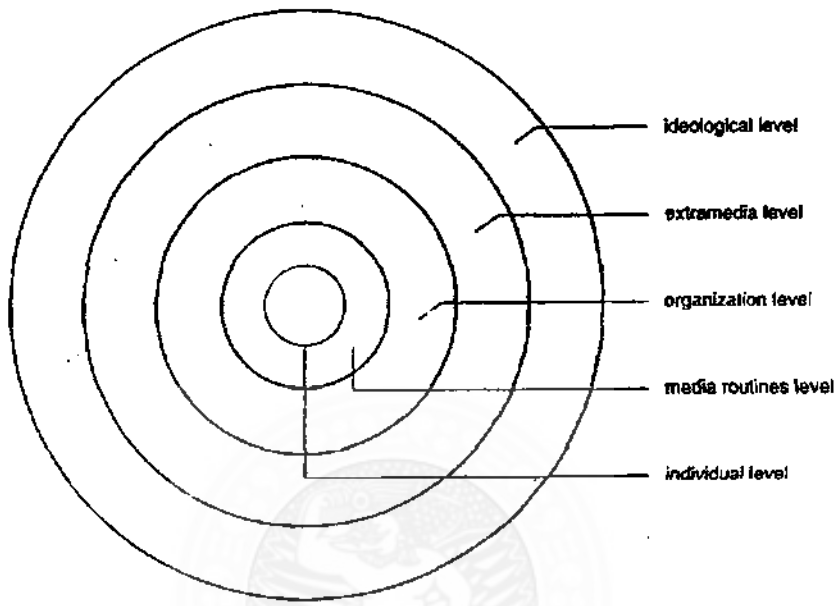
[106] *Ibid.*, halaman 250.

[107] Lihat misalnya David S. Broder, *Behind the Front Page: A Candid Look at How the News is Made*, Simon & Schuster Inc., New York, 1987. David S. Broder adalah koresponden politik nasional dan associate editor *The Washington Post* dan peraih penghargaan Pulitzer. Di buku ini dia menuliskan kisah-kisah reportasenya selama bertugas di Gedung Putih. Buku ini merupakan kesaksian langsung bagaimana proses munculnya berita-berita dari Gedung Putih. Di tengah kompleksitas hubungannya sebagai jurnalis dengan sumber-sumber beritanya di Gedung Putih, dia tidak pernah menyebut faktor uang sebagai salah satu faktor pengaruh. Bahkan sebuah buku yang mengulas secara khusus hubungan sumber berita dengan reporter di AS juga sama sekali tidak menyinggung masalah uang. Lihat Herbert Strentz, *Reporter dan Sumber Berita: Persekongkolan dalam Mengemas dan Menyesatkan Berita*, Gramedia, Jakarta, 1993.

[108] Pamela J. Shoemaker dan Stephen D.. Reece, *Op.cit.*, halaman 171-172. Lihat juga Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Op.cit.*, halaman 368-373.

[109] Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reece, *ibid.*, halaman 182.

pengaruh terhadap isi media, peneliti meminjam model yang dikembangkan Shoemaker dan Reece. Keduanya merumuskan lima level yang mempengaruhi pengambilan keputusan oleh awak redaksi dalam proses produksi teks media, seperti tampak dalam gambar berikut.



Pertama, level individual yang berhubungan dengan latar belakang dan karakterstik individu, sikap personal, nilai, dan keyakinan, serta aturan profesional dan etik. Kedua, level *media routine* yang berhubungan dengan mekanisme atau proses penentuan berita, termasuk bagaimana berita bisa dibentuk. Ketiga, level organisasi yang berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan seperti bagian redaksi yang meski pun dalam satu media tapi mempunyai kepentingan berbeda-beda. Keempat, level ekstra-media, yaitu faktor lingkungan di luar media. Termasuk di dalamnya sumber berita, pengiklan, pemerintah dan lingkungan bisnis. Kelima, level ideologi, yaitu kerangka berpikir atau referensi tertentu yang dipakai individu untuk melihat realitas dan

bagaimana mereka menghadapinya. Memang, Shoemaker dan Reece tidak memasukkan faktor uang ke dalam level-level yang mempengaruhi isi berita. Namun untuk melakukan sistematisasi dan menganalisa data yang diperoleh, peneliti akan mencoba meletakkan faktor uang ini ke dalam model yang dikembangkan Shoemaker dan Reece.

V. 2.1. Dari Jurnalis Partisipan ke Jurnalis Partisan

B adalah seorang jurnalis cukup senior di sebuah media cukup terkemuka. Saat proses Pilkada berlangsung, dia sudah berkarier di dunia jurnalistik selama 13 tahun. Jabatannya di media cukup penting, yaitu redaktur. B berasal dari keluarga cukup berada, baik dari segi status sosial mau pun ekonomi. Pendidikan B juga tinggi, yaitu sarjana. Status keluarga: menikah dengan dua anak. Kehidupan pribadi B juga cukup berada, paling tidak memiliki rumah dan mobil pribadi. Anak juga menempuh pendidikan sekolah terkemuka yang dikenal berbiaya mahal. B datang dari keluarga religius, yang menjalankan rutinitas ibadah dengan tertib.

Dengan pendidikannya yang tinggi dan pengalaman jurnalistiknya, b mengetahui secara detail tentang koridor etik yang tercakup dalam Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI). B juga cukup tahu detail-detail UU Pokok Pers. Di sisi lain, perusahaan media tempat B bekerja termasuk longgar dalam hal etik. Perusahaan itu, misalnya, tidak melarang wartawannya menerima amplop, namun melarang wartawannya terlibat dalam pemihakan-pemihakan. Dalam soal amplop, B bisa dikategorikan sebagai penerima pasif. Namun sejumlah rekannya menggolongkannya sudah masuk ke dalam pola pemerasan, meski dilakukan

secara halus sehingga sulit dideteksi.[110] Namun di sisi lain, B juga seringkali melakukan peliputan kasus-kasus publik, seperti penyalahgunaan anggaran, korupsi, penyalahgunaan wewenang, dan sebagainya.

Saat salah satu proses Pilkada berlangsung, B tergabung ke dalam tim sukses salah satu kandidat. Dia berfungsi sebagai penggalang opini di kalangan jurnalis. B mendapat mandat untuk mengarahkan jurnalis ke sumber-sumber berita tertentu, sudut-sudut berita tertentu, dan merancang peristiwa-peristiwa tertentu seperti jumpa pers dengan kandidat atau tim suksesnya. Dengan demikian, di dalam tim sukses tersebut B menjalankan fungsi sebagai konsultan media sekaligus jurnalis. Bahkan dalam kondisi tertentu, B menjalankan peran sebagai pelobi politik, mengingat hubungannya dengan kalangan politisi di gedung dewan cukup baik. Misalnya, B menjadi penyampai pesan dari kandidat atau tim suksesnya kepada anggota dewan tertentu yang hendak ditarik dukungannya.

Untuk kepentingan penggalangan opini media, B mengajukan anggaran. Dengan anggaran yang akan dibagikan kepada para jurnalis, B akan merasa memiliki sebagian hak untuk mengarahkan wartawan demi kepentingan sang kandidat. B mengajukan dua model tiga model anggaran. Pertama, dana dalam jumlah cukup besar untuk "uang perkenalan." Kedua, anggaran rutin jika ada jumpa pers atau events sang kandidat yang perlu diliput. Ketiga, anggaran dalam jumlah cukup besar jika pada akhirnya sang kandidat memenangkan pemilihan.

Sebagai dana perkenalan, B dikucuri dana Rp 36 juta. Dana itu dibagikannya kepada para reporter, asisten redaktur, dan redaktur sejumlah media yang dinilai berpengaruh signifikan dalam pemberitaan Pilkada. Reporter

[110] Tentang pola-pola wartawan menerima amplop lihat Bab IV dalam penelitian ini.

misalnya, yang mendapat dana perkenalan itu adalah reporter yang *ngepos* di gedung dewan. Para asisten redaktur dan redaktur politik atau redaktur halaman yang terkait dengan berita Pilkada sejumlah media cetak lokal yang berpengaruh juga didatangi B untuk diberi dana perkenalan. Kepada mereka, B berdiplomasi bukanlah untuk meminta dukungan, melainkan hanya sekadar "*kulonuwun*" dari sang kandidat dan permintaan bantuan agar tidak diserang dalam pemberitaan. Besar kecilnya nilai dana perkenalan yang dibagi dikonversikan dengan tingkat pengaruh jurnalis dan media yang bersangkutan terhadap pemberitaan Pilkada. Oleh rekan-rekannya, dalam menulis berita B juga dinilai terlalu berpihak kepada salah satu kandidat (tentu yang dibelanya).

Kasus B ini bisa diletakkan dalam bingkai level individual yang dirumuskan Shoemaker dan Reece. [111] Keduanya melihat, ada tiga pengaruh aspek intrinsik pada pekerja media terhadap isi media. Pertama, karakteristik (gender, jenis kelamin, etnis, orientasi seksual) dan latar belakang pribadi serta profesional pekerja media (misalnya sosialisasi pendidikan agama dan status sosial ekonomi orangtua). Faktor ini akan berpengaruh pada bagaimana komunikator melihat dunia atau realitas.

Kedua, sikap, nilai, dan kepercayaan pekerja media. Sikap politik jurnalis, menurut Shoemaker dan Reece, bisa mempengaruhi isi media. Jurnalis dilihat tidaklah bebas dari sikap politik ini (yang di AS dilihat pada spektrum demokrat ataukah liberal). Berdasar pengalaman di AS, sejumlah media memberi toleransi pada jurnalisnya yang terlibat dalam aktivitas politik (baik aktivitas politik yang bersifat partisan maupun non-partisan). Namun sejumlah media lain tidak, dan menganggap keterlibatan itu menurunkan kredibilitas media.

Yang erat kaitannya dengan sikap dan nilai di atas adalah kepercayaan atau nilai-nilai agama sang jurnalis. Seberapa besar pengaruh hal ini pada produksi berita? Ternyata, media cenderung tidak memberi ruang cukup luas untuk meliput masalah-masalah yang menyangkut agama atau lembaga agama dibanding masalah atau institusi kekuasaan.

Lalu bagaimana pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan jurnalis secara keseluruhan terhadap isi berita? Mengutip penelitian Robinson (1983). Shoemaker dan Reece menyatakan: bias pasti muncul di produk berita, tidak hanya di benak para pembuatnya. Ilmuwan komunikasi lain percaya, pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan individu jurnalis ini bersifat tak langsung pada isi media. Robert Lichter misalnya, yakin, bagaimana cara jurnalis memandang dunia (realitas) akan mempengaruhi kerja mereka. Dan penilaian jurnalis terhadap berita bersifat subjektif. Keputusan mereka memilih sumber berita, kaitan berita, atau bahasa pada dasarnya merefleksikan persepsi sang jurnalis terhadap dunia (realitas).

Namun sikap, nilai, dan kepercayaan pribadi ini hanya berpengaruh ketika individu pekerja media memegang kekuasaan di dalam organisasi media itu dalam mengendalikan nilai profesional dan rutinitas media. Dengan kata lain, ketika mereka memiliki kekuasaan terhadap pesan-pesan yang hendak disampaikan dan bekerja di bawah tekanan yang lemah, sikap-sikap personal, nilai, dan kepercayaan mereka lebih berpeluang mempengaruhi isi berita.

Pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan ini bisa dinegasikan oleh *policy* atau rutinitas yang diciptakan organisasi media. Namun tetap harus dipahami, kekuatan organisasi media membentuk rutinitas dan *policy* berbeda-beda, dan hal itu di antaranya dipengaruhi sikap, nilai, dan kepercayaan individu pekerjanya.

---

[111] Pamela J.Shoemaker dan Stephen D. Reece, *Op.cit.* halaman 66-102.

Ketiga, orientasi profesional dan konsepsi pekerja media terhadap pekerjaan mereka. Seperti hasil penelitian Johnstone, Slawski, dan Bowman (1972), sebagian jurnalis menganggap diri mereka "netral", yang melihat pekerjaan mereka hanya sebagai saluran transmisi. Yang lain melihat diri mereka sebagai "partisipan", yang menganggap jurnalis harus menyaring atau menyelidiki informasi dalam proses menemukan dan mengembangkan berita.

"Jurnalis netral" melihat pekerjaan mereka hanya sebatas memperoleh informasi dan menyiarkannya kepada publik secepat mungkin, mengabaikan berita yang tak bisa diverifikasi, berkonsentrasi pada khalayak yang luas, dan menghibur khalayak. Sementara "jurnalis partisipan" melihat pekerjaan mereka bertujuan menginvestigasi klaim-klaim pemerintah, menyajikan analisis terhadap problem yang kompleks, mendiskusikan kebijakan nasional, dan mengembangkan kepentingan intelektual/kultural. Dalam studi itu ditemukan, "jurnalis partisipan" cenderung lebih berusia muda dibanding "jurnalis netral", berpendidikan lebih tinggi, dan bekerja untuk organisasi media yang lebih besar.[112]

Sebagai pengembangan dari studi tersebut, Weaver dan Wilhoit (1991) mengembangkan tiga konsepsi peranan wartawan:

1. Fungsi interpretasi: yaitu menginvestigasi klaim-klaim pejabat, menganalisis problem yang kompleks, dan mendiskusikan kebijakan nasional. Fungsi ini dominan dianut jurnalis AS modern. 60% jurnalis yang disurvai memberi penghargaan amat tinggi pada fungsi ini.
2. Fungsi diseminasi: menyajikan informasi secepatnya kepada publik dan berkonsentrasi pada publik yang luas. Fungsi ini juga dianggap jurnalis amat penting. Sepertiga jurnalis memmberi skor tinggi pada fungsi ini dan fungsi investigasi.
3. Fungsi *adversary*: musuh atau lawan pejabat atau kelompok bisnis. Fungsi ini dianut minoritas jurnalis.

[112] *Ibid.*, halaman 94.

Fungsi-fungsi itu kemudian berkait dengan aturan etik jurnalis, yang oleh Altschull didefinisikan sebagai formasi nilai moral dan prinsip-prinsip benar dan salah. Sementara konsepsi awal etik jurnalistik adalah lebih mengabdi kepada kemanusiaan dibanding kepentingan sendiri. Kepercayaan jurnalis tentang dimensi etik jelas akan mempengaruhi isi media. Etik jurnalistik ini biasanya disusun asosiasi jurnalis atau organisasi media.

Kembali ke Shoemaker dan Reece, keduanya menggambarkan hubungan tiga faktor yang sudah digambarkan di atas seperti ini: karakteristik komunikator dan latarbelakang personal serta pengalaman hidup tidak hanya membentuk sikap, nilai, dan kepercayaan pribadi, tetapi juga secara langsung membentuk latar belakang profesional berikut pengalaman profesionalnya (seperti apakah sang komunikator menempuh pendidikannya di sekolah jurnalistik atau film). Pengalaman profesional ini lalu membentuk aturan dan etik profesional di dalam diri sang komunikator (pekerja media). Aturan dan etik profesional ini memiliki pengaruh langsung pada isi media massa, sementara pengaruh sikap, nilai, dan kepercayaan pribadi mempunya pengaruh tidak langsung.

Dengan kata lain, keduanya percaya, tak ada pengaruh langsung dari karakteristik, latar belakang, berikut pengalaman komunikator terhadap isi media. Tapi isi media bisa dipengaruhi sikap dan peranan personal serta profesional komunikator. Keduanya juga yakin, peran profesional dan etik komunikator lebih berpengaruh terhadap isi media dibanding sikap, nilai, dan kepercayaan komunikator.

Jika dimasukkan ke dalam bingkai pemikiran Shoemaker dan Reece ini, sosok B menjadi agak unik. Di satu sisi, seringkali B menjalankan fungsi

interpretasi atau melihat dirinya sebagai jurnalis partisipan. Namun pada waktu yang lain, yaitu saat memberitakan Pilkada, dia bahkan tak bisa dikategorikan sebagai jurnalis partisipan atau netral, menjalankan fungsi interpretasi, diseminasi atau *adversary*. Agaknya, yang tepat adalah B saat Pilkada menjalankan fungsi partisan atau jurnalis partisan, yaitu jurnalis yang mengabdikan dirinya untuk kepentingan politik kekuasaan tertentu, jenis jurnalis dan jurnalisme yang memang tumbuh subur seiring proses demokratisasi di Indonesia pasca 1998.

Di sinilah agaknya faktor uang masuk. Uang telah mengubah B dari jurnalis partisipan menjadi jurnalis partisan. Tidak cuma dalam kasus Pilkada, tetapi juga dalam kasus-kasus lain di mana B terlibat dalam penerimaan amplop. Nilai-nilai yang dianut B, bahkan pengetahuannya atas aturan dan etik profesional sebagai hasil pendidikannya yang tinggi dan pengalaman jurnalistiknya, yang seharusnya menurut Shoemaker dan Reece akan mempengaruhi berita-berita yang ditulisnya, ternyata tidak berpengaruh pada berita-berita Pilkada yang ditulisnya. Nilai-nilai dan praktik religi yang dianut dan dijalankannya juga tidak berpengaruh pada isi berita Pilkada yang ditulisnya, sesuatu yang menurut Shoemaker dan Reece seharusnya memiliki pengaruh tak langsung. Di sinilah faktor uang masuk, sesuatu yang tidak dilihat Shoemaker dan Reece.

Bahkan aturan dan etik profesional yang diketahuinya (yang menurut Altschull terkait dengan fungsi-fungsi jurnalis yang dijalankannya), yang menurut Shoemaker dan Reece memiliki pengaruh langsung terhadap isi berita, ternyata juga tidak membuat B menulis berita sesuai aturan dan etik profesional itu. Aturan dan etik profesional itu seharusnya mencegahnya dari masalah-masalah etik seperti penerimaan imbalan (seperti disebutkan dalam Kode Etik Wartawan

Indonesia). Atau lebih jauh lagi apa melanggar yang disebut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel sebagai Sembilan Elemen Jurnalisme, yang di antaranya mengharuskan wartawan bersikap independen dari faksi-faksi atau sumber berita.[113]

Namun "kemenduaan" ini agaknya bisa dilacak dari cara B mempersepsi psoses Pilkada, yang dalam konsepsi Shoemaker dan Reece bisa dimasukkan sebagai sikap politik personal. B tidaklah melihat proses Pilkada sebagai bagian dari proses demokrasi, pengejewantahan aspirasi rakyat, atau hal-hal yang bersifat altruistik lainnya. Cara B mempersepsi proses Pilkada amat terpengaruh persepsi umum masyarakat Indonesia pasca Orde Baru, bahwa proses ini bergelimang uang. B menganggap uang yang beredar di proses Pilkada ini "tak terbatas", karena bukan merupakan uang hasil proses produksi, tapi uang hasil proses korupsi atau penyalahgunaan kekuasaan/wewenang. "Masak yang dapat uang cuma anggota dewan, sementara kita yang menulis tidak mendapat apa-apa," begitu yang seringkali dikatakan B.

Hal ini senada dengan persepsi B –dan rata-rata para jurnalis yang menjadi penerima amplop secara pasif—terhadap amplop. Mereka rata-rata tidak mempersepsi amplop dengan kerangka KEWI (bahwa amplop merupakan salah satu bentuk imbalan yang dilarang diterima), melainkan sebagai sebuah "rezeki." Jadi menerima amplop, menurut mereka, merupakan hal yang wajar sebagaimana orang lain menerima uang setelah bekerja. Seorang wartawan yang bertugas di DPRD Jatim bahkan menganalogikannya dengan pekerjaan seorang dokter.

"Bagi saya, wartawan itu seperti dokter. Dokter itu kalau ada orang sakit kan dipanggil atau didatangi pasien. Setelah diperiksa dan diobati, pasiennya ya

[113] Lihat Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*, Pantau, Jakarta, 2003.

harus membayar. Wartawan kan sama, setelah diundang orang, menuliskan beritanya, wartawan berhak atas *fee*," katanya.

Lebih jauh lagi, B juga mempersepsi uang yang beredar di sekitar proses Pilkada itu berasal dari bandar-bandar politik yang tidak jelas uangnya datang dari mana. B mempersepsi, uang itu akan dinikmati para aktor-aktor politik Pilkada. Karena itu, dia merasa pula berhak ikut menikmati uang itu. Karena itu, ketika proses Pilkada ini bersentuhan dengan profesinya, bahkan membutuhkan dirinya dalam kapasitas profesinya, yang muncul kemudian adalah proses "transaksi bisnis."

Richard V. Ericson dkk dalam penelitiannya pada tahun 1989 yang berjudul *Negotiating Control: A Study of News Sources*, Ericson menyatakan: "Berita adalah produk sebuah transaksi antara jurnalis dan sumber beritanya. Sumber utama realitas berita bukanlah apa yang disajikan atau yang terjadi di dunia nyata. Realitas berita melekat pada sifat dan jenis relasi sosial dan budaya yang berkembang di antara jurnalis dan beritanya."[114]

Merujuk apa yang dikatakan Ericson, berita-berita Pilkada yang diproduksi B adalah merupakan transaksi antara dirinya sebagai jurnalis dengan aktor politik Pilkada (dalam hal ini salah satu kandidat). Transaksi yang berbuah berita itu terjadi dalam jenis relasi yang dilingkupi kultur koruptif di antara keduanya. Berita diandaikan bak komoditi lainnya yang bisa dipertukarkan dengan uang asal terjadi kesepakatan harga. Ketika jenis transaksi seperti ini terjadi, teori Shoemaker dan Reece yang menyatakan aturan dan etik profesional akan mempengaruhi secara langsung isi berita tidak berjalan.

[114] Gaye Tuchman, *Op.cit.*

Sosok B ini juga bisa dilihat dalam kerangka teori yang pernah dirumuskan Margaret M. Poloma tentang *front stage* (panggung depan) *dan back stage* (panggung belakang) dalam sebuah dramaturgi. Panggung depan, menurut Poloma, adalah bagian penampilan individu yang secara teratur berfungsi di dalam mode yang umum dan tetap untuk mendefinisikan situasi bagi mereka yang menyaksikan. Sementara panggung belakang merupakan wilayah yang tidak boleh dimasuki penonton, di mana mereka kembali kepada kedirian yang sesungguhnya.[115]

Di panggung depan, yakni saat meliput isu-isu publik yang memang tidak merupakan isu "basah", B memerankan diri sebagai jurnalis partisipan atau melakukan fungsi interpretasi. Terutama di depan para reporternya, dia juga seringkali menjelaskan tentang kode etik jurnalistik yang serba ideal, termasuk "heroismenya" saat menginvestigasi kasus-kasus publik tersebut, dengan cara di antaranya menolak amplop. Di panggung depan inilah B melakukan manajemen impresi (*impression management*) tentang dirinya terhadap "para penonton." Namun di panggung belakang, misalnya saat meliput isu "basah" seperti Pilkada dan saat tidak ditonton anak buahnya, B kembali ke jati dirinya: menerima amplop bahkan melakukan tindakan-tindakan yang "memaksa" munculnya amplop.

V.2.2. Editorial Pensil Biru

C adalah seorang reporter yang bekerja di bawah komando B . Sehari-hari, dia bertugas meliput berita-berita politik di gedung dewan. Saat proses Pilkada berlangsung C merupakan salah satu reporter yang rutin dan aktif menuliskan beritanya. Sejak awal, C berupaya menekankan pada diri sendiri

[115] Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, CV Rajawali, Jakarta, 1979, halaman 235-238.

untuk tetap objektif, netral, dan kritis dalam melakukan peliputan Pilkada ini. Dia tidak ingin terjebak dan menjadi tunggangan kandidat yang sedang bersaing.

Dari seluruh proses Pilkada, mulai pendaftaran calon sampai pemungutan suara, C berupaya menulis berita yang berimbang. Artinya, kedua kandidat yang sedang bersaing harus mendapat porsi liputan yang sama. Meskipun di saat yang sama, dia mendengar isu bahwa sejumlah rekan-rekannya dan sejumlah redaktur di beberapa media cetak lokal menjadi anggota tim sukses kedua kandidat. C berupaya tidak menghiraukan isu itu dan tetap memegang komitmen pribadi untuk menulis objektif. Dia juga mencoba tidak berprasangka negatif terhadap redaktur (B) yang menjadi atasannya langsung.

Namun, kecurigaan C mulai muncul tatkala dia ditegur B usai menulis berita yang mengkritisi Tata Tertib Pilkada ini yang disusun DPRD. Pernyataan sejumlah tokoh LSM bahwa tatib tersebut hanya menjadi macan kertas dan tak mampu menekan terjadinya politik uang dianggap sang redaktur berlebihan. Dia mencoba menghibur diri dengan menganggap sikap redakturnya sebagai upaya menjaga hubungan baik dengan narasumber di DPRD Jatim.

Sayang, apa yang terjadi berikutnya makin menguatkan dugaan C bahwa isu politik uang di kalangan wartawan (khususnya dalam hal ini yang menyangkut atasannya) benar adanya. Tanpa ada hujan atau angin, tiba-tiba saja B meliput langsung kedatangan seorang tokoh puncak parpol di bandara bersama salah satu kandidat. Begitu juga saat Pilkada tiba pada bagian penyampaian visi dan misi tiap kandidat.

C kerap diberitahu sejumlah rekannya yang menyaksikan B beberapa kali berkunjung ke DPRD Jatim menemui sejumlah anggota DPRD yang pernah

menjadi narasumbernya saat dia masih menjadi reporter. C sendiri juga sempat melihat kunjungan-kunjungan itu dengan matanya sendiri. Di tengah proses Pilkada yang mencapai separo perjalanan, sulit bagi C untuk menganggap apa yang dilakukan redakturnya sekadar kunjungan biasa.

Apalagi, ada beberapa berita C yang diubah substansinya dan tidak dimuat oleh B dengan alasan yang terkesan mengada-ada. Bahkan, B juga ikut menulis beberapa berita sesuai seleranya. "Agak aneh memang, redaktur kok bersaing dengan wartawannya," kata C.

Tak pelak, C sangat kecewa dengan sikap redakturnya. Bersikap objektif dan netral dengan bergantian mengkritisi tiap kandidat dalam tulisan ternyata tidak cukup bagi B yang santer diisukan menjadi anggota tim sukses salah satu kandidat. Sejak saat itu, C kurang bersemangat melakukan liputan Pilkada karena tidak mau dimanfaatkan sebagai kuda tunggangan kepentingan politik redaktur.

"Saya hanya meliput yang terjadi di permukaan, sedangkan konstelasi politik yang terjadi saya biarkan untuk diliput redaktur. Ini upaya preventif menghindari terulangnya benturan kepentingan antara saya yang berupaya menulis objektif dan redaktur yang sepertinya terlibat permainan politik," kata C.

Kasus C (yang diperkuat kasus B sebelumnya) ini mencerminkan beberapa hal. **Pertama**, tentu saja, cermin kuatnya pengaruh eksternal (dalam hal ini kekuatan politik atau politisi) ke dalam *newsroom* dan isi berita. Hal ini merupakan konfirmasi terhadap teori-teori yang memformulasikan bentuk-bentuk pengaruh terhadap isi berita. Pengaruh tersebut, merujuk kepada Shoemaker dan Reece, tak hanya tampak pada level individu jurnalis, tapi juga *media routine, newsroom,* dan *extra-media*. **Kedua**, kasus ini mencerminkan pola hubungan

jurnalis dan sumber berita yang spesifik, yang belum tersentuh oleh teori-teori atau kajian peneliti-peneliti *newsroom* atau jurnalis yang selama ini lebih banyak berangkat dari konteks jurnalisme di AS atau negara-negara yang jurnalismenya tidak diinggapi kultur korupsi.

Pada analisis level organisasi, Shoemaker dan Reece berangkat dari pertanyaan: bagaimana struktur organisasi, perbedaan struktur organisasi, dan perilaku pemegang kewenangan, mempengaruhi isi media? Banyak faktor yang dimunculkan dalam analisis ini, di antaranya faktor kontrol organisasi media. Faktor ini dibahas berangkat dari pertanyaan: bagaimana organisasi media mengembangkan kontrol terhadap anggota produksi berita? Bagaimana editor mengontrol reporter, penerbit mengontrol editor, dan pemilik mengontrol penerbit. Kontrol ini menjadi sesuatu yang problematik di dalam bisnis berita, karena jurnalis seringkali mempertahankan otonomi mereka dari apa yang mereka sebut intervensi manajemen. Tapi sering pula didapati, pimpinan organisasi mampu mendikte isi media sesuai kebijakan eksplisit media.

Penerbit memang tak bisa melakukan kontrol dari hari ke hari. Karena itu, yang lebih sering diacu adalah keputusan pelaksana kegiatan redaksional sehari-hari. Di samping itu, tentu saja masih ada perangkat aturan resmi. Namun dalam memproduksi berita, jurnalis sebetulnya juga belajar dari "kebijakan tak tertulis" melalui pengalaman sehari-hari dan meneliti jenis berita apa yang dimuat. Untuk mempertajam analisis terhadap kasus B dan C, perlu juga merujuk sebuah studi sebuah studi tentang *newsroom* yang dianggap klasik, yaitu penelitian Warrem Breed yang bertema kontrol sosial di dalam *newsroom.*[116]

[116] Pamela J. Shoemaker dan Stephen D.. Reece, *Op.cit.*, halaman 171-172. Lihat juga Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Op.cit.*, halaman 368-373.

Dalam studi ini, Breed melihat bagaimana organisasi media menyelenggarakan kontrol. Yang diteliti Breed bukanlah aturan resmi dan tertulis, melainkan aturan yang "tersembunyi" dan "orientasi yang konsisten" dari pekerja media dan editor terhadap isu atau peristiwa tertentu. Kebijakan itu bersifat "tersembunyi" karena seringkali bertentangan dengan norma etik. Selain itu, karena eksekutif media malu terhadap munculnya tuduhan jika mereka memerintahkan untuk "mengarahkan" berita tertentu.

Breed juga mengeksplorasi di area mana kebijakan pemuatan berita dan editorial dijalankan, dan di area mana dilanggar. Breed mengajukan pertanyaan: bagaimana sebuah kebijakan dijalankan, walaupun itu seringkali bertentangan dengan norma jurnalistik? Breed juga menjelaskan apa yang disebut "*editorial blue-penciling*", yaitu proses *editing* yang membuat bagian-bagian berita tertentu hilang atau tidak bisa dimuat. Pada konteks ini, reporter dengan cepat akan belajar fakta atau kalimat apa yang harus dihindari. Pasalnya, eksekutif redaksi biasanya cenderung jarang memberikan kebijakan yang eksplisit.

Organ-organ lain di dalam organisasi media juga berperan memberi informasi kepada reporter tentang apa berita apa yang bisa diterima dan apa yang tidak. Breed menemukan banyak kasus, ketika berita yang tak sesuai kebijakan "tersembunyi" itu sampai ke tangan editor, berita itu lalu berubah drastis karena proses *editing*. Alasan yang diberikan editor selalu desakan waktu dan ruang. Jadi, kebijakan itu seringkali tak cuma "tersembunyi" tapi juga tak pernah terdiskusikan, dan karena itu tak pernah berubah. Karena kebijakan bersifat "tersembunyi," reporter mempelajarinya melalui beberapa cara. Pertama, membaca berita yang muncul tiap hari dan mendiagnosa karakteristiknya. Kedua,

melalui gosip di antara staf organisasi media tentang afiliasi, kepentingan, dan karakteristik eksekutif medianya.

Hal itulah yang sebetulnya abstraksi dari kasus C dan B. Di media tempat B dan C bekerja, belum ada *editorial policy* yang bersifat tertulis. Padahal, *editorial policy* inilah yang menjadi landasan etik dalam perencanaan, penugasan, penulisan, sampai *editing* berita. Ini berarti, ada ruang yang cukup lebar bagi para anggota redaksi (di semua level) untuk melakukan hal-hal yang bisa diketagorikan bersinggungan dengan masalah etik, karena semua tindakan dan keputusan bisa menjadi multi tafsir. Hal ini sebetulnya bukanlah monopoli media tempat B dan C bekerja, tapi juga media cetak di Surabaya yang lain.

Penelitian Lembaga Studi Perubahan Sosial (LSPS) Surabaya, misalnya, menyebutkan, umumnya penerbit media cetak di Surabaya tidak memiliki *editorial policy* tertulis. Pedoman kerja operasional lebih banyak berbentuk lisan yang disosialisasikan secara turun-temurun dengan mengandalkan redaktur sebagai ujung tombak. Redaktur adalah "penjaga gawang" *ditaatinya editorial policy* oleh para reporter. Pemahaman reporter akan visi media dalam melihat makna sebuah realitas dibangun melalui arahan-arahan redaktur dalam rapat-rapat bidang. [117]

Selama bekerja, C memang tidak pernah mengetahui adanya *editorial policy* media cetak tempatnya bekerja secara tertulis. Sejak bergabung dengan media tersebut, C mengetahui substansi *editorial policy* media tersebut dari para redaktur atau rekan-rekan reporternya yang lebih senior. Karena sehari-hari dia selalu berhubungan dengan B, maka pemahaman dia tentang *editorial policy* termasuk standar-standar etiknya lebih banyak berasal dari B.

Namun kasus Pilkada ini membuat C belajar tentang apa yang disebut Breed (seperti sudah disebut di bagian atas) sebagai *editorial blue-pen*ciling (editorial pencil biru). Sebelumnya, dari *editorial po*licy yang dipahaminya secara lisan dan "turun-temurun" dari senior dan redakturnya, C merasa pemihakan terhadap faksi tertentu (mengutip istilah Bill Kovach) tidak bisa dibenarkan secara etik. Dari B, redaktur lain dan reporter senior, C mendapat pemahaman bahwa dalam melakukan reportase dan menulis berita seorang jurnalis harus netral, objektif, tidak berpihak, *fair*, dan lain-lainnya.

Namun dalam kasus pemberitaan Pilkada, yang dilihatnya bertentangan dengan nilai-nilai etik yang didapatkannya secara lisan. Sebagaimana ditemukan dalam penelitian Breed, C melihat ada "aturan tersembunyi" dan "orientasi yang konsisten" yang dibangun C dalam pemberitaan Pilkada, yaitu tidak boleh menulis berita yang memojokkan kandidat yang didukung B. C tidak hanya belajar dari teguran-teguran yang dilakukan B ketika dia tetap menulis berita yang kritis terhadap kandidat tersebut, tetapi juga dari berita-beritanya yang sejumlah bagiannya diedit atau bahkan dihilangkan. Bagian yang diedit atau dihilangkan itu, menurut C, hampir selalu merupakan bagian yang kritis terhadap kandidat yang didukung B. Seperti juga ditemukan Breed, C mengetahui "aturan tersembunyi" ini dari gosip sejumlah rekan-rekan reporternya yang juga merasakan hal serupa. C pun dengan cepat belajar dari kasus ini, dan ini membuatnya "malas" melakukan reportase dan liputan mendalam, karena hal itu akan membuatnya melanggar "aturan tersembunyi" tersebut. Hal inilah yang membuatnya kurang bersemangat melakukan reportase mendalam, dan membiarkan B yang melakukannya.

---

[117] Tim Lembaga Studi Perubahan Sosial (LSPS) Surabaya, *Op.cit.*, halaman 29.

Dalam kasus Pilkada ini, reaksi para reporter terhadap "aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling* ini umumnya terbagi dua. Pertama, diam saja dengan alasan takut, karena karier dan penilaian terhadap kinerjanya tergantung sang redaktur. Kedua, melakukan perlawanan dengan menyebar gosip, yang kemudian menjadi rujukan para reporter lain untuk mengetahui adanya "aturan tersembunyi" tersebut. Dalam kasus ini, nyaris tidak ditemukan perlawanan para reporter secara terbuka.

Reporter memang cenderung berposisi lemah dan kalah di dalam manajemen *newsroom* jika berhadapan dengan redaktur. Karena itu, para reporter tersebut melakukan apa yang disebut James Scott sebagai pembangkangan terselubung. Pembangkangan terselubung ini merupakan cara kaum lemah dan selalu kalah dalam masyarakat untuk menentang kelakuan semena-mena dan eksploitatif dari kelompok ekonomi-politik yang kuat, baik dari dalam masyarakat mereka sendiri maupun yang datang dari luar.[118]

Dalam konteks ini, reporter yang mencerminkan orang-orang kalah dan lemah di dalam *newsroom*, melakukan pembangkangan terselubung terhadap redaktur yang berperilaku semena-mena dan eksploitatif. Karena berposisi lemah dalam manajemen *newsroom*, reporter tidak berani melakukan perlawanan terbuka. Mereka memilih pembangkangan terselubung karena resikonya yang minimal, yang diwujudkan misalnya dalam bentuk penolakan diam-diam dan tidak konfrontatif dengan cara meniupkan gosip atau berperilaku malas. Ini secara eksplisit diungkapkan C yang menolak dirinya diperlakukan eksploitatif oleh B, karena itu dia melawannya dengan berperilaku "malas" melakukan reportase mendalam, yang bisa dikategorikan sebagai pembangkangan terselubung. Secara

umum, reporter-reporter lain yang juga mencium adanya "aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling* melakukan pembangkangan terselubung dengan meniupkan gosip.

Namun adanya "aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling* yang diakibatkan inflitrasi kepentingan politisi dari luar *newsroom* ini menciptakan gangguan pada iklim kerja. Kalau reporter hanya melakukan pembangkangan terselubung daam bentuk meniupkan gosip yang menciptakan suasana rasa saling curiga, para redaktur lain yang memiliki kekuatan dan otoritas sejajar bisa melakukan perlawanan yang lebih terbuka dan konfrontatif. Misalnya dengan cara membawa hal ini ke meja rapat redaksi.

Meski tidak membuktikan apa-apa, gosip tentang "aturan tersembunyi" *dan editorial blue-penciling* ini pernah dibawa ke rapat formal di media tempat B dan C bekerja. Hal yang sama terjadi di ruang redaksi media massa lain, yang pimpinan terasnya juga digosipkan terlibat kasus yang sama dengan B. Dalam sebuah rapat rutin redaksi, sang pimpinan teras sempat ditanya seorang redakturnya tentang rumor bahwa dirinya menerima sebuah rumah dari salah satu kandidat. Sang pimpinan teras membantahnya, namun problem "aturan tersembunyi" dan *editorial blue penciling* di *newsroom* media tersebut terus berlanjut karena terus ditiupkan para reporter yang tak berani melawan atau tidak terlibat dalam proses pemberitaan Pilkada.

V.2.3. Isu Judi dan Pilkada

"Aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling* ini tidak hanya terjadi terhadap berita-berita yang dimuat, tetapi juga berita-berita yang jarang dimuat.

[118] James C. Scott, *Senjatanya Orang-orang yang Kalah*, Yayasan Obor, Jakarta, 2000, halaman xvi.

Misalnya tentang berita judi kelas atas yang banyak dipersepsikan terkait dengan kasus Pilkada, yang disinyalir dilakukan secara terbuka di beberapa lokasi di tengah kota. Berita perjudian kelas atas ini dianggap terkait dengan isu Pilkada karena banyak sekali persepsi di kalangan para aktor Pilkada bahwa dari sinilah dana yang digunakan sebagai praktik politik uang Pilkada berasal. Sebuah demonstrasi yang menolak salah satu kandidat dengan tuduhan sebagai pelindung bisnis judi kelas atas di gedung dewan, misalnya, tidak dimuat oleh media massa lokal. Begitu pula foto demonstrasi yang berisi para demonstran memampangkan spanduk bertuliskan tuduhan tersebut.

Dalam keseharian, berhimpitnya bisnis judi kelas atas denga Pilkada memang santer menjadi isu. Secara umum ada persepsi di kalangan aktor Pilkada bahwa biaya politik para kandidat ditanggung para pengelola judi ini. Namun isu tidak pernah atau jarang sekali dikonfirmasikan. Alasannya bermacam-macam. Alasan rasional yang memang bisa diterima adalah sumirnya isu tersebut, sehingga tidak layak untuk dikonfirmasikan apalagi ditulis menjadi berita. Namun ada beberapa kasus yang bisa mengkonfirmasikan bahwa hal ini bukan sekadar terkait dengan masalah hukum atau etik, tetapi juga berkait dengan "aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling*.

Kasus pertama terjadi ketika media-media cetak di Jawa Timur memuat berita tentang beroperasinya tempat judi kelas atas yang berkedok permainan ketangkasan sekitar tahun 1994 atau 1995. Di tengah ramainya berita media cetak, seorang reporter bidang kriminal sebuah harian terkemuka di Surabaya, sebut saja bernama D, mengaku mendapat amplop berisi uang Rp 200 ribu. Dia mendapatkannya dari temannya sesama reporter yang biasa *ngepos* di Polda Jawa

Timur. Sang teman berkata, amplop itu pemberian pemilik tempat judi tersebut. Semua reporter media berpengaruh yang menjalankan tugas peliputan di Polda Jawa Timur mendapat amplop dengan nilai serupa. Wartawan pembawa amplop itu juga berkata, atasan-atasan para reporter tersebut –yaitu para redaktur—juga sudah dihubungi dan dikirimi amplop serupa. Imbalannya, pemberitaan soal tempat perjudian terselubung itu dihentikan.

Pada saat yang sama, seorang reporter bidang kriminal sebuah harian lain yang bertugas di Polwiltabes Surabaya dan Pemda Surabaya, sebut saja namanya E, juga mendapat kiriman amplop serupa. Dia juga dititipi pesan agar tidak mengembangkan berita tersebut. Titipan amplop dibawa seorang temannya yang bekerja di sebuah diskotik. Sang teman mengatakan, semua teman E di Polwiltabes juga menerima amplop serupa yang dititipkan melalui seorang reporter di sana. Menurut E, di masing-masing pos peliputan –khususnya di bidang kriminal—memang selalu ada reporter yang memerankan diri sebagai perantara untuk menjembatani orang yang terlibat kasus dengan reporter. Dia mengaku berani menerima amplop itu karena ada jaminan bahwa atasannya juga akan "diurusi". Dengan demikian, penghentian berita akan berlangsung serentak di semua media dan melalui seluruh level atau mata rantai redaksi.

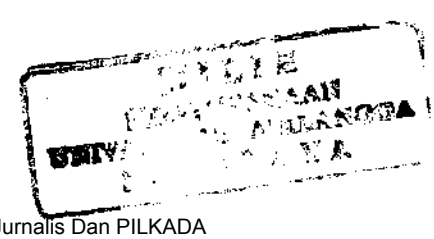
Sebuah peristiwa di rapat redaksi di sebuah harian di Surabaya mengkonfirmasi hal itu. Pada sebuah rapat rutin yang diikuti jajaran redaktur, asisten redaktur pelaksana, dan redaktur pelaksana itu dibahas pula kasus pemberitaan tempat judi terselubung itu. Seorang redaktur harian tersebut tersebut, sebut saja bernama F, bercerita, dalam rapat tersebut redaktur pelaksana meminta pemberitaan tempat judi terselubung tesebut dihentikan. Karena alasan

penghentian pemberitaan dinilai tidak jelas, hal itu menimbulkan kecurigaan di kalangan redaktur lainnya. Pasalnya, F mengaku sudah mendengar selentingan pemilik atau pengelola bisnis judi kalangan atas sudah mendekati jajaran penentu *policy* media untuk mengamankan bisnisnya. Dia menduga, perintah penghentian pemberitaan ini merupakan cermin jajaran pemegang *policy* redaksi sudah "terbeli."

"Untuk menyelamatkan mukanya, dia mengatakan penghentian berita itu akan dikompensasi iklan dari pemilik bisnis perjudian itu yang memiliki bisnis lain yang legal. Tapi saya tidak pernah melihat iklan itu. Dia juga mencoba mengkompensasi tindakannya dengan memberi peluang para redaktur memblok berita yang menyangkut kepentingan relasi masing-masing," kata F.

Dan memang, besoknya pemberitaan tentang tempat perjudian terselubung itu berhenti. Tak ada reaksi dari pihak mana pun, karena menurut para reporter yang diwawancarai peneliti, pemilik dan penyelenggara tempat judi terselubung itu juga serentak "mengurusi" polisi, kejaksaan, sampai ormas dan LSM.

Yang menarik adalah cerita F saat tidak lagi menjadi karyawan harian tersebut. Dia bertemu mantan mahasiswanya, yang kebetulan bekerja di manajemen perjudian terselubung tersebut. Mantan mahasiswa itu mengaku, dirinya memegang posisi "kasir" untuk keperluan "relasi-relasi" tempatnya bekerja termasuk relasi dari kalangan jurnalis. Dia membeberkan, pihaknya selama ini memang memberi "gaji" kepada kalangan jurnalis tertentu, mulai reporter (khususnya yang berada di bidang kriminal) sampai "atasan-atasannya." Di sejumlah media berpengaruh, "gaji" diberikan mulai kepada reporter sampai pemegang otoritas tertinggi yang bisa dijangkau. Gaji itu diberikan secara berkala



(bulanan), dengan imbalan diredamnya berita-berita tentang tempat perjudian yang dikelolanya. Dia bahkan menunjuk sebuah nama seseorang yang berposisi sebagai pimpinan perusahaan sebuah media massa yang cukup berpangaruh saat itu sebagai salah satu penerima "gaji".

Hal ini juga dibenarkan para reporter yang diwawancarai peneliti. Seorang reporter mengaku juga ditawari mendapatkan gaji bulanan, namun dia menolak dengan alasan takut berurusan dengan bisnis perjudian. Namun menurut dia, sejumlah rekannya yang lain bersedia menerima "gaji bulanan" tersebut. Tiap awal bulan, mereka mendatangi kantor bisnis perjudian tersebut untuk mengambil jatah. Mereka inilah yang selanjutnya berfungsi sebagai "orang mereka" atau "mata-mata" untuk memantau gerakan-gerakan tertentu baik di kalangan jurnalis maupun non jurnalis (termasuk polisi) yang bisa menjadi potensi melakukan hal-hal yang merugikan pelaku bisnis perjudian tersebut.

Kasus kedua terjadi pada pasca 1998, yaitu saat Fraksi PDIP DPRD Jatim menggelar konferensi pers tentang hasil investigasi mereka terhadap bisnis perjudian kelas atas. Kejadian ini terjadi pada tahun 1999.[119] Seorang reporter, sebut saja G, menghadiri konferensi pers tersebut bersama belasan wartawan lain, baik dari media cetak nasional maupun lokal. Yang menyampaikan konferensi pers tersebut adalah tokoh Fraksi PDIP, seperti Djarot Syaiful Hidayat (saat ini menjabat Walikota Blitar), Ali Mudji, dan beberapa lainnya. Hadir pula sejumlah staf fraksi yang berstatus pegawai negeri sipil.

Dalam jumpa pers itu, Fraksi PDIP menyampaikan temuannya tentang berlangsungnya bisnis judi terselubung yang beromset miliaran rupiah sehari di

beberapa lokasi. Fraksi ini menyebut lokasi-lokasi tersebut, seraya mempertanyakan mengapa polisi membiarkannya berlangsung padahal terjadi di tempat yang relatif terbuka. Disebutkan pula keterlibatan sejumlah pejabat (baik sipil maupun militer), baik dalam hal perlindungan politik maupun penerimaan setoran. Fraksi PDIP lalu membandingkannya dengan perjudian kelas teri, seperti togel, yang justru paling sering digerebek polisi. Pada akhirnya, fraksi ini mempertanyakan mengapa perjudian kelas kakap dibiarkan sementara perjudian kelas teri dilabrak habis-habisan.

Dalam forum tersebut, G berulang kali mengajukan pertanyaan dan mendesak fraksi ini agar lebih transparan mengungkap detail-detail hasil investigasi ini. Sebelum jumpa pers usai, G kembali ke kantor lebih dulu karena terdesak *deadline*. Setibanya di kantor, G segera menghidupkan komputer dan mulai mengetik. Sekitar 20 menit kemudian, berita yang disusunnya kelar. Judul dan *lead* beritanya merujuk pada temuan Fraksi PDIP, lokasi perjudian, dan desakan fraksi itu agar bisnis tersebut dibubarkan. Di bagian bawah berita, G menuliskan juga temuan fraksi tersebut tentang judi kelas teri yang berada di pojok-pojok dan gang-gang kampung.

Saat hendak menyerahkan berita itu kepada redakturnya, telepon berdering mencari G. Di telepon itu, seorang wartawan media cetak lokal yang cukup senior meminta G tidak menuliskan berita jumpa pers itu dan menyatakan dirinya sudah memegang sebuah amplop berisi uang untuk disampaikan kepada G sebagai imbalan. Namun dia tidak mau menjelaskan siapa yang menyediakan uang itu. Dia hanya bercerita, uang itu tidak hanya diberikan kepada G tetapi juga seluruh

[119] Tanggal dan bulan sulit dilacak dengan pasti, karena jurnalis yang menjadi sumber mengaku lupa. Sementara saat kliping berita peristiwa juga sulit dilacak, karena media massa tempat sumber bekerja tidak

wartawan yang hadir dalam jumpa pers. Awalnya, G menolak dengan alasan beritanya telanjur diketik. Kemudian wartawan penghubung tadi menyodorkan kompromi agar berita dihaluskan dan strukturnya dibalik. *Lead* dan judul berita diminta tidak lagi soal judi kelas atas, tetapi judi kelas teri (togel). Lokasi-lokasi perjudian kelas kakap juga diminta tidak diungkap, dan pernyataan tokoh Fraksi PDIP tentang keterlibatan pejabat serta desakan agar polisi membubarkan lokasi bisnis tersebut dihapus.

G meminta waktu untuk berpikir dan berkonsultasi kepada redakturnya. Baru meletakkan gagang telepon, datang lagi sebuah panggilan telepon. Kali ini dari dari seorang wartawan senior sebuah media cetak nasional yang terbit di Jakarta. Dia menyatakan hal serupa dengan pendahulunya, dan mengaku sudah memegang sebuah map berisi amplop. Wartawan senior ini juga menyatakan percuma saja menulis berita seperti itu, karena tak akan mengubah keadaan. Dia juga mengaku pernah melakukan investigasi sendiri dan menuliskannya, tetapi tetap tidak mengubah apa-apa. Karena itu dia menganjurkan G berkompromi.

G lalu berkonsultasi dengan redaktur dan redaktur pelaksana. Keduanya menyatakan tidak bisa melindungi G jika terjadi apa-apa, jika berita perjudian itu dipaksakan dimuat. Dalam selang waktu beberapa menit, seorang redaktur dari bidang lain memanggil G. Dia menyampaikan pesan dari seorang pemimpin redaksi yang juga pemilik media agar berita itu tidak dimuat. Jadi, hanya dalam beberapa puluh menit, masalah G ini sudah menyebar tidak hanya ke seluruh awak redaksi kantor di mana G bekerja, tetapi juga ke sejumlah *newsroom* media lain. Semua itu terjadi bahkan sebelum berita G diserahkan kepada redaktur. Pada saat yang sama, redaktur G menerima telepon (tidak jelas apakah menerima atau

---

memiliki arsipnya.

ditelepon) dari seseorang yang selama ini diisukan ikut melakukan bisnis judi terselubung, yang juga meminta berita tersebut tidak dimuat. Saat berbicara dengan redaktur G, si penelepon tersebut mengaku sedang berada di Jakarta. Jadi, kasus ini juga dalam waktu singkat sudah terinformasikan ke Jakarta.

Akhirnya, karena merasa ditekan kiri-kanan, G memilih berkompromi dengan menghaluskan dan membalik struktur berita. Bisnis judi terselubung kelas kakap tidak disinggung, yang dijadikan *angle* tulisan adalah judi kelas teri. Untuk tidak menulis sama sekali G tidak bersedia, karena G merasa tetap harus menjaga "harga dirinya." Usai *deadline*, dua wartawan senior yang meneleponnya tadi mendatangi G untuk menyerahkan amplop. Saat hendak ditolak, keduanya memaksa karena penolakan akan dianggap perlawanan yang tidak akan menguntungkan G secara fisik. Karena ketakutan, G akhirnya menerima amplop tersebut yang masing-masing beriri uang Rp 100 ribu dan Rp 250 ribu.

Masalah tak selesai sampai di sini. Menjelang tengah malam, seorang tokoh ormas yang menjadi salah satu sumber berita G menelepon. Dia mengaku dimintai bantuan "temannya" untuk meminta G tidak berurusan dengan peliputan dunia judi. Tokoh ormas tersebut juga mengatakan mendapat "titipan" dari "temannya" tadi. Esok paginya, dia menemui G dan menyerahkan sebuah amplop berisi uang Rp 1,5 juta, plus pesan jika G membutuhkan "apa-apa" silakan menghubungi si tokoh ormas tersebut.

Siang harinya, G dihubungi redakturnya. Sang redaktur mengaku mendapat titipan uang Rp 5 juta melalui pimpinan redaksi media lain yang menghubungi G melalui redakturnya kemarin. G diminta meluncur ke suatu tempat untuk bertemu, dan di sana sudah ada redaktur atasan langsung G,

redaktur pelaksana, dan seorang redaktur yang menjadi penghubung pemimpin redaksi media lain tadi. G diajak membicarakan titipan uang Rp 5 juta itu, dan sang redaktur mengusulkan agar dibagi rata menjadi empat. Karena merasa lelah, G menerima saja usulan itu. Sang redaktur juga menyampaikan tawaran kepada G untuk menerima semacam "gaji bulanan." Namun G menolak, karena tidak ingin berurusan lagi dengan kasus ini.

Akibat kasus ini, G mengalami semacam trauma dengan berita perjudian terselubung ini. Apalagi, ternyata tidak satu pun media yang memuat konferensi pers Fraksi PDIP tersebut. Para tokoh Fraksi PDIP pun tidak terkesan mempersoalkan mengapa tidak satu pun media memuat temuan investigasinya. Pada masa-masa setelah kasus ini, G mendapat cerita dari rekan-rekannya bahwa memang tidak akan ada media yang memuat berita perjudian terselubung. Kalau pun ada, itu bisa diartikan tiga hal. Pertama, si wartawannya tidak mengerti "kondisi." Kedua, wartawan penulisnya memang nekad. Ketiga, wartawannya sengaja menulis untuk meminta uang atau setoran.

Sejak itu, G menjadi ekstra hati-hati jika bertemu berita yang menyinggung masalah perjudian. Misalnya, suatu hari menjelang bulan Ramadan, sejumlah tokoh ormas keagamaan menuntut dewan menutup perjudian sebagai bentuk penghormatan kepada bulan Ramadan. G yang sudah "belajar banyak", memilih tidak memberitakan berita itu. Begitu pula rekan-rekannya, sehingga esok harinya tidak satu pun media melaporkan peristiwa itu. G memilih bersikap seperti itu karena tidak ingin terjebak lagi ke dalam pusaran tekanan dan pilihan yang sama-sama tidak menyenangkan.

Kasus ini memperkuat keberadaan "aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling* di sejumlah media, yang juga muncul pada kasus Pilkada. Tidak ada media yang menelurkan kebijakan tertulis agar wartawannya menjauhi berita perjudian terselubung. Tentu saja, karena menurut Breed, "aturan tersembunyi" dan *editorial blue-penciling* ini selalu dikaitkan dengan kebijakan-kebijakan yang melanggar etik. Namun para reporter mengetahui ada "aturan tersembunyi" itu dari pengalaman dan cerita-cerita (gosip) di antara staf organisasi media tentang afiliasi, kepentingan, dan karakteristik eksekutif medianya.

V.2.4. Independen atau Tetap Sub-Ordinat?

"Siapa bilang pers sekarang independen? Menurut saya tetap saja sub-ordinat. Cuma bedanya, kalau dulu sub-ordinat terhadap kekuasaan politik negara, sekarang sub-ordinat terhadap uang. Paling tidak dalam kasus Pilkada. "

Kalimat itu keluar dari seorang anggota dewan yang menjadi tim sukses salah satu kandidat Pilkada, sebut saja H. Kandidat yang didukung H merupakan kandidat "juara bertahan", yang saat Pilkada dilangsungkan masih menjabat. H bisa disebut masuk ke dalam Ring I tim sukses tersebut, karena perannya yang strategis. H tidak hanya menjadi pelobi utama sang kandidat untuk kalangan anggota dewan, tetapi juga menjadi perancang strategi dan taktik bersama beberapa orang lagi yang juga berasal dari dewan maupun eksekutif. H juga bertugas melobi para jurnalis yang bertugas di gedung dewan.

Lalu mengapa H bisa mengeluarkan pernyataan seperti itu? H mengaku telah menjalankan misi mengontrol para jurnalis di segala level agar menulis berita yang menguntungkan kandidat yang dibelanya, dan alat kontrol paling

efektif yang digunakannya memang uang. Dalam konteks Pilkada yang masih menganut sistem pemilihan tidak langsung ini, di kalangan politisi dikenal istilah "permainan di dalam gelas" dan "permainan di luar gelas." "Permainan di dalam gelas" merujuk pada permainan politik di dalam gedung dewan, yaitu permainan di kalangan anggota dewan yang memiliki hak suara. Melakukan "permainan di dalam gelas" berarti permainan politik untuk meraih dukungan suara anggota dewan. Sedangkan "permainan di luar gelas" merujuk pada permainan politik di luar gedung dewan, dalam arti permainan politik untuk merebut dukungan publik mulai LSM, mahasiswa, ormas, termasuk wartawan. Tiap tim sukses melakukan dua jenis permainan ini. "Permainan di dalam gelas" bertujuan untuk mengumpulkan suara, sedangkan "permainan di luar gelas" dilakukan untuk menciptakan opini publik yang pada gilirannya digunakan untuk menekan anggota dewan untuk memberikan suaranya kepada sang kandidat.

"Permainan di luar gelas" H terhadap wartawan agaknya lebih tepat bila disebutkan berpola kooptatif atau konspiratif. Dengan melakukan kooptasi, H berharap bisa mengontrol para jurnalis dalam memproduksi berita Pilkada, mulai menentukan perencanaan, penugasan, angle tulisan, pemilihan narasumber, hingga penempatan berita (*budgeting*). Jurnalis yang bersedia masuk ke dalam pola ini akan menerima imbalan dalam bentuk uang, namun pada kasus-kasus tertentu bisa berupa konsesi-konsesi politis atau bisnis. Dengan pola kooptatif ini tim sukses berharap kontrol terhadap produksi berita oleh jurnalis lebih efektif. Pola ini bisa dilihat sebagai pola konspiratif, karena kedua belah pihak menjalin kerjasama rahasia yang saling menguntungkan. Tim sukses mendapatkan hak mengontrol produksi berita, sementara jurnalis mendapatkan material atau konsesi lainnya

sebagai imbalan menyerahkan independensinya (prinsip tidak berpihak pada faksi-faksi seperti disebutkan Bill Kovach).

Pola seperti ini dilakukan tidak cuma oleh H, tapi juga oleh tim sukses kandidat lain. Pola yang dikembangkan juga relatif sama, yaitu berupaya mengkooptasi sebanyak mungkin komponen yang ada di dalam proses produksi berita, mulai reporter, redaktur, redaktur pelaksana, pemimpin redaksi, bahkan jika memungkinkan termasuk *owner*. Sejauh apa tim sukses mampu melakukan proses kooptasi terhadap rangkaian komponen tersebut terutama tergantung dari kemampuan finansial, di samping luas jaringan tim sukses dan hubungan keseharian tim sukses dengan jurnalis.

Dalam hal ini kandidat yang merupakan "juara bertahan" biasanya lebih diuntungkan, karena lebih memungkinkan mengoptimalkan tiga hal tersebut. Kemampuan finansial, misalnya, kandidat "juara bertahan" lebih memiliki kemampuan politis menggalang dana dengan memanfaatkan otoritas dan kekuasaannya sebagai kepala daerah. Dalam soal jaringan dan hubungan keseharian dengan jurnalis, "juara bertahan" juga lebih luas dan baik karena pada dasarnya sudah terjalin selama lima tahun periode pemerintahannya. Sebaliknya, kandidat "penantang" cenderung lebih lemah karena posisinya sebagai "pendatang", sehingga dalam membentuk jaringan dan menjalin hubungan dengan wartawan harus memulainya dari awal. Sementara dalam soal pendanaan, kandidat "penantang" juga cenderung lebih lemah karena tidak ada otoritas atau kekuatan politis yang menopang penggalangan dana.

Dalam melakukan kooptasi, tim sukses mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, yang paling penting, adalah media massa yang berpengaruh signifikan

terhadap proses pemberitaan Pilkada. Dalam hal ini, media massa yang mendapat perhatian lebih adalah media massa lokal dan beroplah besar. Semakin besar media massa lokal tersebut, semakin media massa tersebut dijadikan objek kooptasi, baik untuk dikooptasi di level jurnalisnya mau pun institusinya. Selain media cetak lokal, media massa nasional (yang terbit di Jakarta) juga mendapat perhatian meski tidak sebesar dan seintens media massa lokal. Hanya media massa nasional yang beroplah besar dan memiliki pembaca luas di daerah tersebut yang juga dijadikan sasaran kooptasi. Faktor kedua adalah luas tidaknya jaringan yang dimiliki jurnalis baik di kalangan jurnalis mau pun di kalangan politisi. Di sinilah faktor finansial menjadi cukup menentukan. Tim sukses kandidat yang memiliki kemampuan finansial lebih besar lebih berpeluang melakukan kooptasi dengan skala lebih luas ketimbang tim sukses kandidat yang memiliki kemampuan pendanaan lebih rendah.

H misalnya, mengaku melakukan kooptasi kepada semua level jurnalis yang bisa dijangkau. Karena kemampuan finansial yang relatif memadai (di antaranya karena kandidat yang disokongnya merupakan kandidat "juara bertahan"), H mampu melakukan kooptasi relatif luas. Pada level media, H mendekati semua media cetak lokal yang terbit harian, mulai yang beroplah besar hingga terkecil. Pada jurnalis, H juga mengaku melakukan kooptasi terhadap nyaris semua level, mulai reporter hingga redaktur yang bisa dijangkaunya. Bahkan pada media massa beroplah kecil, kooptasi dilakukan hingga ke level pemimpin redaksi atau pemilik.

Secara teknis, proses kooptasi tidak hanya dilakukan secara langsung oleh politisi tim sukses kepada jurnalis. Kadangkala, kooptasi terhadap jurnalis ini juga

dilakukan melalui jurnalis yang lebih dulu dikooptasi. Jurnalis B misalnya, menjalankan kooptasi terhadap rekan-rekannya sendiri (seperti dijelaskan dalam sub bab sebelumnya) demi kepentingan kandidat yang didukungnya (yang mengkooptasi dirinya sebelumnya). Pada kasus Pilkada ini, posisi H dan B berseberangan, dalam arti keduanya membela kandidat yang saling berkompetisi. H mendukung kandidat "juara bertahan", sementara B menyokong kandidat "penantang".

Yang ditawarkan sebagai konsesi kooptasi tersebut adalah materi (uang). Tentu saja dalam nilai yang berbeda-beda, misalnya antara reporter dan redaktur. Redaktur mendapatkan imbalan dana lebih tinggi ketimbang reporter, biasanya diberikan pada awal proses Pilkada dan usai Pilkada (jika sang kandidat menang). Di antara proses tersebut, dana bisa diberikan secara berkala atau tidak sesuai kesepakatan awal. Reporter juga mendapatkan dana awal, dan janji dana terima kasih jika kandidat menang. Di tengah proses itu, dana biasa diberikan secara berkala, baik melalui jumpa-jumpa pers maupun pertemuan-pertemuan informal untuk koordinasi yang bisa dikemas dalam makan siang, sekadar *kongkow*, atau lainnya.

Seberapa efektif kekuatan uang untuk mengkooptasi jurnalis? H menyatakan sangat efektif. Seluruh jurnalis yang didekati H (jurnalis yang *ngepos* di gedung dewan) bersedia dinegosiasi dengan konsesi uang. Jurnalis itu berasal dari beragam media, baik media yang melarang wartawannya menerima amplop maupun tidak melarang, wartawan lokal maupun nasional, wartawan media kecil maupun besar. Ternyata, menurut pengakuan H, proses transaksi ini tidak terkait dengan kesejahteraan jurnalis, larangan menerima amplop media massa yang

bersangkutan, atau jabatan jurnalis. "Tidak ada yang menolak saya dekati. Operasi dengan duit tidak ada yang sulit. Kami tahu, wartawan itu kan ada kelas-kelasnya. Masalahnya cuma memberi konsesi dengan nilai sesuai kelas masing-masing. Pada dasarnya, tidak ada orang media yang tangguh secara ekonomi. Wartawan koran besar sekali pun saya tahu gajinya sebesar apa, tapi penghasilan totalnya masih kalah dibanding wartawan koran kecil yang posnya basah. Saya tahu persis mereka itu gelisah, meski gajinya besar. Ini bukan masalah koran besaar atau koran kecil, dilarang terima amplop atau tidak. Ini masalah kegelisahan dan transaksi yang bisa menghapus kegelisahan. Apalagi, saya dengan wartawan-wartawan itu sudah lama kenal dan bergaul dalam rutinitas seharihari, suasananya sudah cair. Makanya ketika muncul kebutuhan politik ini, proses komunikasi dan negosiasinya gampang," kata H.

Namun pada kasus-kasus tertentu, muncul gejala menarik memunculkan pertanyaan: apakah kooptasi itu menghasilkan loyalitas tunggal? Ada beberapa kecenderungan para jurnalis peliput Pilkada dalam menyikapi kooptasi ini. **Pertama**, menerima dan membuatnya memiliki loyalitas tunggal. **Kedua**, menerima namun bersikap mendua. **Ketiga**, menerima tetapi tetap memposisikan diri netral. **Keempat**, menolak dan bersikap kritis kepada semua kandidat.[120]

Jurnalis peliput Pilkada yang masuk kategori pertama cenderung melakukan reportase (memilih narasumber dan menuliskannya) dengan *angle* yang menguntungkan kandidat yang telah mengkooptasi dirinya. Namun di lapangan, jurnalis kategori ini masih bersedia menerima amplop dari tim sukses kandidat lain jika, misalnya, diundang jumpa pers. Bahkan mereka bersedia

[120] Kecenderungan keempat tidak diperhatikan secara khusus dalam penelitian ini, karena penelitian ini sejak awal lebih memfokuskan diri pada kecenderungan pertama dan kedua.

menerima dana dalam jumlah lebih besar dari amplop jumpa pers dari kandidat lain yang juga ingin mengkooptasi mereka, namun loyalitas dalam pemberitaan tetap mereka berikan kepada satu kandidat.

Jurnalis yang masuk kategori kedua mirip dengan kategori pertama. Bedanya, loyalitas dalam pemberitaan tidak diberikan kepada salah satu kandidat. Dalam melakukan reportase, jurnalis kategori ini cenderung melakukan pemihakan berpindah-pindah, sehingga terkesan membingungkan. Pada dasarnya, jurnalis tidak memiliki loyalitas terhadap kandidat mana pun yang berupaya mengkooptasinya. Loyalitas diberikan kepada dirinya sendiri, dan dia bertujuan mengambil keuntungan sebanyak mungkin dari semua kandidat.

Apa yang dilakukan jurnalis B bisa menjadi ilustrasi kategori ini. Sejak awal, B membangun hubungan dengan dua kandidat yang ada, baik kandidat "juara bertahan" maupun kandidat "penantang." Seperti dijelaskan di bagian sebelumnya, B sudah dipercaya kandidat "penantang" untuk melakukan penggalangan terhadap jurnalis lainnya. B bahkan memiliki otoritas mengusulkan dana dan membagikannya untuk wartawan lainnya. Namun di sisi lain, B juga menjalin hubungan dengan tim sukses kandidat "juara bertahan", dalam hal ini H. Persoalan muncul saat berita-berita yang ditulis B dipandang cenderung memojokkan kandidat yang disokong H. H dan rekan-rekannya marah, karena sudah merasa memberi B sejumlah uang ikatan awal.

Suatu malam, H bersama seorang rekannya sesama anggota dewan yang juga menjadi tim sukses kandidat "juara bertahan" mendatangi kantor media tempat B bekerja. Rekan H turun menemui pimpinan media massa tersebut untuk melaporkan B. H menunggu di mobil yang diparkir di halaman kantor. Rekan H

dengan nada tinggi mengatakan, pihaknya sudah memberi sejumlah uang kepada B, tetapi merasa kecewa karena B selalu menulis berita yang dinilai merugikan pihaknya. Selain menyatakan kekecewaannya, rekan H juga bertanya apakah berpihak pada kandidat yang didukung B merupakan kebijakan redaksional resmi media massa tersebut. H sendiri juga menyatakan kekecewaannya dan kemarahannya kepada B. "Anda tahu, wartawan pertama yang saya selesaikan adalah B. Karena itu, saya betul-betul merasa dikhianati. Uangnya diterima, tapi tetap dan terus memukul kami," kata H.

Sementara jurnalis kategori ketiga (menerima tetapi mencoba berposisi netral). Jurnalis kategori ini biasanya tergolong pasif. Mereka bersedia menerima pemberian dana dari tim sukses mana pun, namun dalam pemberitaan tetap berusaha tidak menyerang siapa pun. Mereka cenderung menulis (jika reporter) atau memuat berita (jika redaktur) yang netral, bersifat kualitatif, dan menjauhi berita yang bersifat saling menyerang atau konflik.

Seorang redaktur sebuah media cetak besar, sebut saja namanya I, bisa mewakili jurnalis kategori ini. Saat proses Polkada berlangsung, I mengaku kebingungan karena mendapat "titipan" dari beragam pihak yang mewakili kandidat Pilkada. Awalnya, dia mendapat "titipan" dari B berupa amplop berisi uang Rp 2,5 juta. Kompensasinya, sang calon yang dibawa B tidak diserang atau tidak diganggu dalam pemberitaan. Amplop itu diistilahkan BB sebagai salam *kulonnwun*. B mengisyaratkan, "salam" tersebut akan datang secara berkala dengan jumlah terus meningkat sampai saat pemilihan kepala daerah digelar. Kepada I dititipkan pula sejumlah amplop berisi uang dengan nilai yang sama

kepada redaktur lain yang mengelola halaman terkait dengan pemilihan kepala daerah tersebut.

Yang membuat I kebingungan adalah kejadian selanjutnya. Beberapa hari kemudian, salah satu rekannya sesama redaktur di kantor menemuinya. Redaktur yang lebih senior itu juga menyodorkan "salam" dari salah satu kandidat wakil kepala daerah (yang berseberangan dengan kandidat kepala daerah yang dibawa B). Nilai "salamnya" tak setinggi "salam" kandidat yang dibawa B, Rp 500 ribu. "Salam" yang sama juga diberikan kepada jajaran redaksi –mulai redaktur, asisten, sampai reporter-- yang sehari-hari memang menangani alur naskah pemberitaan perebutan kursi kepala daerah. I diminta memberi tempat berita-berita yang menguntungkan calon wakil kepala daerah tersebut. Tak lama, giliran atasan I yang menitipkan berita yang menguntungkan calon kepala daerah yang lain. Tapi kali ini tak ada "salam" atau amplop dengan jumlah uang tertentu yang dititipkan. Sang atasan meminta berita yang ditulisnya sendiri dimuat di halaman yang dikelola I. "Saya jadi bingung. Dia teman, yang lain juga teman. Akhirnya, sebagai jalan tengah saya tampung semuanya. Toh semuanya tidak membawa komitmen yang mengikat," kata I.

Sedangkan jurnalis kategori keempat bisa diwakili sosok C. Sikap C yang menolak dikooptasi itu tecermin pada sikapnya saat merasa dieksploitasi B yang menjadi redakturnya (seperti dijelaskan di bagian sebelumnya). Jurnalis kategori ini biasanya memilih bersikap kritis terhadap semua kandidat. Jika suatu saat ada peristiwa atau fakta yang membuatnya mengkritisi salah satu kandidat, maka mereka akan mengupayakan sebuah kasus lain yang memungkinkan untuk mengkritisi kandidat lain. Jurnalis kategori ini cenderung menjauh dari pusaran

dana dari kandidat mana pun. Misalnya, mereka tidak menerima amplop yang diberikan saat jumpa pers atau menghindari pergaulan yang terlalu dekat dengan para tim sukses.

V.2.5. Kooptasi, Untuk apa?

Lalu apa tujuan kooptasi terhadap jurnalis ini? Ini terkait dengan "permainan di luar gelas." Wartawan pada dasarnya tidak ikut menentukan secara langsung kemenangan atau kekalahan kandidat tertentu, karena pemegang hak suara ada pada anggota dewan yang sudah dilobi secara tersendiri. Sikap atau pilihan politik anggota dewan itu relatif tidak terpengaruh jurnalis (pers), karena mereka merupakan perpanjangan partai politik, sehingga hanya melaksanakan keputusan yang diambil partai politik masing-masing.

Tetapi meski tidak memiliki pengaruh langsung, tim sukses tetap menganggap pers atau jurnalis amat penting. Untuk menguasai "permainan di luar gelas", pers atau jurnalis amat dibutuhkan. Kekalahan dalam "permainan di luar gelas" ini bisa membahayakan upaya meraih dukungan dewan pada "permainan di dalam gelas." Dalam hal ini, masing-masing tim sukses memiliki target sendiri-sendiri pada "permainan di luar gelas" dalam hubungannya dengan jurnalis. Tim sukses "juara bertahan" berniat menguasai "permainan di luar gelas" untuk menciptakan dan menjaga kesan stabilitas (baik politik, sosial, maupun ekonomi) di media massa. Dengan menjaga kesan ini di media massa, tim sukses kandidat "juara bertahan" ingin menunjukkan kepada publik bahwa sang kandidat memang layak mengulang masa jabatannya karena berhasil menciptakan stabilitas.

Inilah sebabnya, media massa lokal yang beroplah kecil sekali pun tetap diperhitungkan oleh tim sukses. H misalnya, mengaku mendekati semua media cetak lokal, mulai yang beroplah raksasa hingga yang kecil. "Kami tidak ingin menanggung resiko. Sekecil apa pun media cetak itu, kalau tiba-tiba mereka menulis cacat pribadi calon saya atau terus-menerus menulis tentang kelemahan-kelemahan calon saya selama menjabat, kan susah. Sekecil apa pun riak itu akan kami tutup," kata H.

H mengaku sukses melakukan itu karena kekuatan dana dan jaringan yang dimilikinya. Untuk permainan di luar gelas itu, H mengatakan juga mendekati LSM, ormas, kelompok-kelompok masyarakat, atau mahasiswa yang bisa dijangkau. "Makanya Anda lihat, kemarin itu mana ada LSM atau mahasiswa yang demo. Kalau pun ada paling ya kecil-kecil, dan itu pun motifnya minta jatah. Yang seperti itu gampang saya selesaikan. Tanpa adanya gerakan-gerakan dari mereka, wartawan kan tidak punya alasan untuk mengungkit-ungkit kelemahan calon saya," ujar H.

Sebaliknya, tim sukses "penantang" berkepentingan mengarahkan "permainan di luar gelas" untuk menciptakan destabilisasi, baik melalui penggalangan demo-demo maupun pemberitaan di media massa. Melalui para pendukungnya, baik dari kalangan anggota dewan, politisi, aktivis ormas, atau lainnya, tim sukses "penantang" sering mengeluarkan pernyataan-pernyataan tentang isu-isu sosial, politik, atau ekonomi yang bisa menimbulkkan kesan kegagalan pesaingnya dalam memimpin.

Di sinilah seringkali kekuatan masing-masing tim sukses berbenturan, dan para jurnalis berada tepat di tengah pusaran benturan itu. Ada sebuah contoh kasus

yang bisa menjadi ilustrasi. Seorang mantan aktivis mahasiswa menggelar sebuah acara kesaksian para korban sebuah insiden politik yang selama ini dianggap merupakan tanggung jawab salah satu kandidat di masa lalu. Mantan aktivis ini mengundang para jurnalis melakukan peliputan. Secara teknis, acara tersebut bisa digolongkan memiliki *news values* yang cukup tinggi, karena memiliki nilai kepentingan yang tinggi, bersifat *human interest*, memuat kontroversi, memiliki nilai kedekatan, dan terkait dengan isu yang sedang menggelinding saat itu (isu Pilkada). Yang datang pada acara itu adalah wartawan politik, yang umumnya sehari-hari memang *ngepos* di gedung dewan.

Pada saat-saat seperti inilah sebetulnya pertarungan kekuatan tim sukses terjadi. Tim sukses kandidat "juara bertahan" tentu saja tidak ingin ada pemberitaan yang luas tentang acara tersebut. Sebaliknya, tim sukses "penantang" memiliki kepentingan untuk mendorong jurnalis menulis berita itu dengan porsi besar. Esoknya, ternyata hanya sebuah media yang memuat berita tersebut, itu pun hanya dalam format berita singkat. Ini merupakan salah satu kemenangan tim sukses "juara bertahan" yang di antaranya digawangi H. H membuktikan pernyataannya bahwa jurnalis (peliput Pilkada) tidaklah sepenuhnya independen, dan dalam kasus Pilkada bisa disebut tetap berposisi sub-ordinat (terhadap uang). Bahwa dalam konteks ini, jurnalis lebih condong berperan sebagai jurnalis partisan (ketimbang jurnalis netral atau jurnalis partisipan). Fungsi yang dijalankannya pun cenderung bukan fungsi interpretasi, diseminasi, atau *adversary*, melainkan juga fungsi partisan.

Pada akhirnya, kooptasi ini –bagi tim sukses mana pun— ditujukan untuk mengontrol pemberitaan, mulai dari pemilihan *angle* berita, sumber berita, sampai

penulisan struktur berita. Hal ini bisa dilihat dengan perspektif Norman Fairclough tentang politik pemberitaan. Menurut Norman Fairclough, politik pemberitaan merupakan cara pemilihan dan penulisan tertentu terhadap sebuah fakta. Hasil akhirnya adalah penonjolan yang berbeda terhadap suatu fakta yang akan menggiring perhatian publik pada sisi tertentu pula. Hal ini terkait dengan proses pemilihan fakta yang didasarkan pada asumsi bahwa wartawan memiliki *sense of news* dan perspektif dalam melihat peristiwa, sehingga dapat menentukan apa yang dipilih (*included*) dan apa yang dibuang (*excluded*). Proses ini dengan sendirinya akan mengakibatkan penghilangagn atas bagian tertentu serta penonjolan pada bagian lain. [121]

Namun politik pemberitaan itu pada akhirnya bisa menjadi politisasi pers. Ini tak lepas dari kebijakan redaksional yang menetapkan dan melahirkan pemihakan pada kepentingan politik, ideologi, dan nilai tertentu. Pers berkesempatan memiliki kepentingan sendiri yang tidak harus mengakomodasikan konteks struktural di sekelilingnya. Kecenderungan politisasi ini lahir karena semua kelompok (pers, negara, masyarakat, dan pemodal) tidak selalu memiliki kepentingan yang sama. Politisasi ini dapat mempengaruhi tingkat objektivitas di mana terkandung etika jurnalistik seperti akurasi, kejujuran, keseimbangan, dan keadilan sebagai kaidah baku. Pemilihan kata, penyusunan narasi, penempatan berita, jumlah foto, dan ruang yang diperuntukkan berita tertentu dapat memberi implikasi lebih jauh bagi pembaca. [122]

---

[121] Eriyanto, *Politik Pemberitaan*, dalam majalah *Pantau* Edisi 09 Tahun 2000, halaman 80-89.

[122] Saripudin H.A. dan Qusyaini Hasan, *Tomy Winata dalam Citra Media: Analisis Berita Pers Indonesia*, Jari, Jakarta, 2003, halaman 20-21. Lihat pula misalnya Sue Carter et.al., *Partisan and Structural Balancein Local Television Election Coverage*, dalam *Journalism and Mass Communication Quaterly*, Spring 2002, Association for Education in Journalism and Mass Communication, halaman 50-51.

Apa yang dilakukan para jurnalis penulis Pilkada dan para tim sukses pada dasarnya berada dalam konteks politisasi pers atau berita itu. Kooptasi dengan imbalan uang dilakukan tak hanya untuk menstimulir jurnalis meliput dan menulis berita yang menguntungkan kandidat btertentu, tetapi juga untuk menciptakan bias-bias dalam pemberitaan, tentunya bias yang menguntungkan kandidat yang melakukan kooptasi. Bisa juga disebutkan, agar jurnalis terstimulir untuk melakukan fungsi *agenda setting, framing, priming*, atau *labelling* yang menguntungkan kandidat tertentu.

Yang dilakukan parra kandidat itu, dalam perspektif Shoemaker dan Reece, bisa dilihat dalam level extra-media (pengaruh terhadap isi media massa). Mengutip Herbert Gans, Shoemaker dan Reece menyebutkan. mereka yang memiliki kekuasaan politik dan ekonomi memang cenderung ingin mempengaruhi laporan berita dibanding yang tidak memiliki kekuasaan. Kelompok bisnis yang besar bahkan tak ragu-ragu menggunakan kekuasaannya agar cerita dari sisi mereka dimuat. Mereka seringkali mempekerjakan orang untuk menyediakan informasi dan membuatnya bisa dimuat media massa. Jika media tidak datang, merekalah yang akan mendatangi media. Orang-orang ini bahkan mengerti ritme kerja media dan mampu "memainkan" informasi di antara *dead line* media massa.

Sebaliknya, mereka yang tak memiliki kekuasaan politik dan ekonomi tidaklah mampu melakukan akses ke media massa atau jurnalis. Mereka juga tidak mampu menyewa orang-orang yang mampu melakukan hubungan dengan pers. Akibatnya, banyak jurnalis bahkan tidak tahu mereka ada. Kalau pun jurnalis mengetahui keberadaan mereka, jurnalis tidak tahu harus dengan siapa menjalin

kontak. Akibatnya, jurnalis lebih banyak menulis berdasar informasi dari sumber kelompok yang memiliki kekuasaan politik dan ekonomi. [123]

Dengan perspektif itu bisa dipahami mengapa kandidat dan tim suksesnya berupaya mempengaruhi jurnalis yang pada akhirnya isi media massanya. Kandidat Pilkada dan tim suksesnya ini bisa dikategorikan sebagai kelompok yang memiliki kekuasaan politik dan ekonomi. Mereka pun cenderung akan melakukan apa saja untuk mempengaruhi berita. Baik Gans maupun Shoemaker dan Reese memang tidak menyebut faktor uang ketika menyebutkan mereka tak akan ragu-ragu menggunakan kekuasaannya agar cerita dari sisi mereka dimuat, namun untuk konteks jurnalisme di Indonesia yang diwarnai kultur korupsi, faktor uang menjadi signifikan.

[123] Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reece, *Op.cit.* halaman 190.

BAB VI

PENUTUP

VI.1. Kesimpulan

1. Pada era pasca Orde Baru, proses *news production* proses Pilkada tidak lagi dipengaruhi kontrol negara atau aparatusnya. Dalam melakukan kontruksi realitas proses Pilkada ke dalam bentuk berita, jurnalis tidak lagi dikontrol oleh kepentingan (aparatus) negara. Namun bukannya jurnalis melakukan hal itu tanpa kontrol sama sekali, karena kontrol diambil alih oleh faktor uang yang dilakukan kelompok politik atau ekonomi (dalam hal ini tim sukses kandidat). Proses politik Pilkada mempengaruhi *news production* sejak proses tersebut dimulai dari reporter hingga redaktur.
2. Pola interaksi antara jurnalis dan aktor politik Pilkada cenderung bersifat kooptatif atau konspiratif, dalam arti aktor politik Pilkada melakukan kooptasi terhadap jurnalis –mulai level reporter hingga redaktur— untuk mengendalikan proses konstruksi berita Pilkada yang dilakukan jurnalis. Adanya kultur korupsi di kalangan jurnalis membuat kooptasi ini berjalan cukup massif (dalam arti melingkupi berbagai level jabatan jurnalis dan media, mulai media besar sampai yang kecil, yang melarang jurnalisnya menerima amplop sampai yang tidak melarang). Kooptasi ini dianggap lebih efektif daripada mengembangkan pola interaksi seperti di negara-negara yang lingkungan jurnalistiknya relatif bersih dari kultur korupsi atau kultur amplop, yaitu misalnya menyewa konsultan media yang menciptakan event

bernilai berita tinggi yang "terpaksa" diliput jurnalis meski mereka sendiri tidak menyukainya.

3. Proses kooptasi itu tidak hanya dilakukan oleh aktor politik Pilkada dari kalangan tim sukses terhadap jurnalis, tetapi kadang kala dilakukan melalui jurnalis yang sebelumnya sudah dikooptasi lebih dahulu.
4. Di kalangan jurnalis peliput Pilkada sendiri terdapat beberapa kecenderungan menyikapi kooptasi ini. Pertama, menerima dan membuatnya memiliki loyalitas tunggal. Kedua, menerima namun bersikap mendua (loyalitas ganda, atau bahkan tidak memiliki loyalitas sama sekali selain terhadap kepentingan dirinya sendiri). Ketiga, menerima tetapi tetap memposisikan diri netral. Keempat, menolak dan bersikap kritis kepada semua kandidat.
5. Dalam operasional sehari-hari, keterlibatan jurnalis yang terkooptasi bisa digolongkan menjadi dua. Pertama, keterlibatan aktif, yaitu terlibat secara aktif pada proses-proses politik yang dilakukan tim sukses, khususnya saat berhubungan dengan sesama jurnalis. Kedua, keterlibatan pasif. Jurnalis yang terlibat secara pasif cenderung bersikap menunggu, baik dalam hal pembagian uang (sebagai konsesi kooptasi) mau pun pengarahan pemberitaan.
6. Dalam kerangka pemikiran Shoemaker dan Reece, pada level individu ternyata uang (kekuasaan politik dan ekonomi) cenderung membuat jurnalis tidak memposisikan dirinya sebagai jurnalis partisipan atau netral, serta tidak berfungsi interpretasi, diseminasi, atau *adversary*. Kekuasaan ekonomi dan politik (yang mewujud ke dalam bentuk uang) pada level individu membuat jurnalis berposisi sebagai jurnalis partisan dan menjalankan fungsi partisan

(yang tidak disebut dalam konsepsi yang ditawarkan Shoemaker dan Reece). Pada level individu ini, latar belakang pribadi, pendidikan, pengetahhuan akan aturan profesional dan etik kadangkala tidak otomatis membuat seorang jurnalis berperilaku sesuai apa yang diketahuinya sebagaimana disebutkan Shoemaker dan Reece.

7. Sedangkan pada level organisasi, pola kooptasi ini memunculkan apa yang disebut sebagai *editorial blue-penciling* di dalam *newsroom*, yang diketahui para staf *newsroom* dari pengalaman schari-hari dan rumor-rumor di staf. Rumor itu bisa jadi merupakan bentuk "pembangkangan terselubung" staf *newsroom* atau reporter yang merasa dirugikan atau dikhianati oleh munculnya *editorial blue-penciling* yang dipicu oleh keberpihakan redaktur (sebagai pihak yang memegang otoritas pemberitaan di atas reporter) kepada faksi-faksi --mengutip istilah Bill Kovach— di dalam proses Pilkada.

VI.2. Saran

1. Penelitian ini bisa digunakan sebagai salah satu acuan -khususnya bagi kalangan jurnalistik—untuk lebih mencermati proses-proses Pilkada atau pemilihan jabatan politis lainnya, yang memiliki kecenderungan penggunaan alat-alat politik-ekonomi (di antaranya uang) sebagai sarana menggalang dukungan. Apalagi jika dilakukan penelitian lanjutan dengan konteks Pilkada yang dilakukan secara langsung (yang akan menjadi model pemilihan di masa mendatang). Asumsinya, proses pemilihan tidak langsung saja bisa mendorong proses kooptasi atau konspirasi yang cukup massif di antara kandidat dan jurnalis, apalagi jika pemilihan dilakukan secara langsung (yang

bisa dipastikan menempatkan media massa dan jurnalis pada posisi kian strategis).

2. Secara teoritik, perlu dikaji model-model pengaruh terhadap isi berita dengan konteks lingkungan jurnalistik yang diwarnai kultur korupsi. Selama ini, masih jarang ditemukan teori-teori atau penelitian yang menyebut uang sebagai salah satu faktor pengaruh terhadap (bias) isi berita dan perilaku jurnalis. Pada level individu misalnya, yang sering disebutkan adalah faktor latar belakang keluarga, pendidikan, keyakinan, gender, atau pengetahuan terhadap aturan dan etik profesional, sebagai yang mempengaruhi jurnalis dalam mengkonstruksi berita. Faktor uang jarang disinggung dalam pembahasan teoritik tersebut. Pada level *extra-media*, yang disebutkan hanyalah kekuatan politik-ekonomi-sosial atau budaya di luar media yang mempengaruhi isi media, tetapi penggunaan uang oleh kekuatan-kekuatan itu juga jarang diperbincangkan secara teoritik.

DAFTAR PUSTAKA

Atmakusumah (Editor), *Mochtar Lubis Wartawan Jihad*, Harian Kompas, Jakarta, 1992

Atmowiloto, Arswendo, *Oskep*, PT Subentra Citra Pustaka, Jakarta.

Berger, Arthur Asa, *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage Publications Inc., London, 2000.

Budiyanto, Rochman dan Mabroer M.S., *Kesejahteraan Jurnalis, Potret Sosial Ekonomi Jurnalis Jawa Timur antara Mitos dan Kenyataan*, AJI Surabaya dan The Asia Foundation, Surabaya, Juli 2002 .

Chadwick, Bruce A. et.al., *Metode Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial* (Terjemahan IKIP Semarang Press, 1991), Prentice Hall Inc.

Dewanto, Nugroho (penyunting), *Banyak Jalan Mencapai Tujuan; Pengalaman Serikat Pekerja Pers Memperjuangkan Hak-hak Karyawan*, AJI Indonesia dan Development and Peace, Jakarta, 2003.

Dhakidae, Daniel (Editor), *Perempuan, Politik, dan Jurnalisme: Tujuhpuluh Tahun Toety Azis*. Yayasan Padi dan Kapas, Jakarta, 1994.

Flick, Uwe, *An Introduction to Qualitative Research*, SAGE Publications, London, 1998.

H.A., Saripudin dan Qusyaini Hasan, *Tomy Winata dalam Citra Media: Analisis Berita Pers Indonesia*, Jari, Jakarta, 2003.

Hanazaki, Yazuo, *Pers Terjebak*, ISAI, Jakarta, 1998.

Hidayat, Dedy N. et.al. (editor), *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Gramedia, Jakarta, 2000.

Ispandriarno, Lukas S., et.al. *Media-Militer-Politik: Crisis Communication: Perspektif Indonesia dan Internasional*, Friedrich Ebert Stiftung dan Galang Press, Yogyakarta, 2002.

Kovach, Kovach dan Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*, Pantau, Jakarta, 2003.

Latif, Yudi dan Idi Subandy Ibrahim (editor), *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*, Mizan, Bandung, 1996.

Littlejohn, Stephen W., *Theories of Human Communication (Sixth Edition)*, Wadsworth Publishing Company, 1999.

McQuail, Denis, *Mass Communication Theory (Third Edition)*, SAGE Publications Ltd., London, 2000.

McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, Erlangga, Jakarta, 1989.

Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.

Nugroho, Bimo et.al., *Politik Media Mengemas Berita*, ISAI, Jakarta, 1999.

Severin, Werner J. dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Method, and Uses in the Mass Media (Fourth Edition)*, Longman Publishers, New York, 1998.

Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese, *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content (Second Edition)*, Longman Publishers USA, New York, 1996.

Sianaan, Hotman M. et.al., *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur*, Lembaga Studi Perubahan Sosial, Surabaya, 2001.

Siahaan, Hotman M. dan Tjahjo Purnomo W., *Tajuk-tajuk dalam Terik Matahari: Empat Puluh Tahun Surabaya Post*, Yayasan Keluarga Bhakti Surabaya, Surabaya, 1993.

Suranto, Hanif et.al., *Pers Indonesia Pasca Soeharto: Setalah Tekanan Penguasa Melemah*. Aliansi Jurnalis Independen dan Lembaga Studi Pers dan Pengembangan, Jakarta, 1999.

Suwarso, Lukas dan Samsuri, *Pers Terhukum; Kekerasan terhadap Pers Indonesia 2003*, SEAPA, Jakarta, 2004.

Suwarso, Lukas dan Samsuri, *Tekanan terhadap Pers Indonesia Tahun 2002*, SEAPA, Jakarta, 2003.

Suwarso, Lukas et.al., *Tekanan Terhadap Pers Indonesia 2001, Natural Press Attackers*, SEAPA, Jakarta, 2002,

Tim AJI Surabaya, *Amplop Candu bagi Jurnalis*, AJI Surabaya dan The Asia Foundation, Surabaya, 2001.

Wimmer, Roger D. dan Joseph R. Dominick, *Mass Media Research, An Introduction*, , Wadsworth Publishing Company, Belmont, 2000.

Artikel:

Carter, Sue et.al., *Partisan and Structural Balancein Local Television Election Coverage*, dalam *Journalism and Mass Communication Quaterly*, Spring 2002, Association for Education in Journalism and Mass Communication.

Eriyanto, *Buruk Amplop, Fasilitas Diubah*, dalam *Pantau*, Tahun III Nomor 024 - April 2002.

Eriyanto, *Politik Pemberitaan*, dalam *Pantau* Edisi 09 Tahun 2000.

Pabottingi, Mochtar, *Komunikasi Politik dalam Pelaksanaan Pembangunan*, dalam *Prisma*, No. 6 Tahun XX, Juni 1991.

S. Hartoyo, Budiman, *The Ballad of Aryanti Sitepu*, dalam *Pantau*, ISAI, April 2001.

Saryono, Djoko dan Herlinawati Syaukat, *Bahasa Indonesia sebagai Cermin Dinamika Kekuasaan Orba*, dalam *Basis*, No. 1 Januari 1993.

Tuchman, Gaye, *Metode Kualitatif dalam Studi Pemberitaan*, dalam *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia: Menuju Paradigma Baru Pemikiran Komunikasi*, Volume III/April 1999.

Makalah:

Eriyanto, *Isu Kapasitas Megawati dan Debat Presiden: Penilaian atas Pemberitaan Tabloid Amanat dan Demokrat*, makalah Seminar Sehari Peliputan Media selama Kampanye dan Pemilu 1999, Jakarta, 14 Juli 1999.

Siregar, Ashadi, *Kekerasan di Media Massa*, pokok pikiran dalam Seminar Kekerasan dalam Masyarakat: Pemberitaan Media Massa Seputar Kekerasan dan Kekerasan oleh Media Massa, yang diselenggarakan Lembaga Studi Informasi dan Media Massa, Makassar, 25 November 1999.

Dokumen:

Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999, Jakarta, Departemen Penerangan RI, 1999.