

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ada beberapa aspek yang memengaruhi aktivitas jurnalistik. Sejumlah penelitian berusaha menelusuri aspek-aspek tersebut, misalnya seperti gaya kepemimpinan dalam ruang redaksi (Hartati dan Ancok, 2014; Nainggolan, 2011; Everbach, 2006), kompensasi kerja (Harliawan, dkk., 2017; Nourkinan, 2016; Nainggolan, 2011), kompetensi dan tingkat pendidikan (Hamka, 2019; Nourkinan, 2016; Nainggolan, 2011), hingga kepemilikan media (Surbakti, 2013; Pembayun, 2015, Anggreini, 2010). Sementara itu, Shoemaker dan Reese (2014) berasumsi bahwa ada lima level yang berpengaruh pada aktivitas jurnalistik sebuah institusi media, yakni level individu jurnalis, rutinitas, organisasi, institusi sosial, hingga sistem sosial.

Nilai-nilai yang dianut pribadi jurnalis ataupun organisasi media adalah satu dari sejumlah faktor yang mampu memengaruhi aktivitas jurnalistik. Sebagai contoh ialah temuan Everbach (2006) pada ruang redaksi *Sarasota Herald-Tribune* di Amerika Serikat. Everbach (2006) menemukan bahwa nilai-nilai feminin yang dibawa oleh pimpinan media, yang semuanya perempuan, membentuk budaya yang mengedepankan komunikasi, kolaborasi, kesetaraan gender, serta keseimbangan antara kerja dan keluarga. Budaya pada ruang redaksi *Sarasota Herald-Tribune* ini membuat seluruh jurnalis dan karyawan yang bekerja merasa nyaman karena diperlakukan sebagai tim kerja, bukan berdasarkan hierarki kerja (Everbach, 2006).

Nilai-nilai lain yang berdampak pada aktivitas jurnalistik adalah nilai-nilai keagamaan, baik yang dianut pribadi jurnalis ataupun organisasi media. Studi Underwood (2001) menunjukkan bahwa dari 1.413 jurnalis di Amerika Serikat dan Kanada, sebanyak 72% sepakat bahwa nilai-nilai agama atau spiritualitas merupakan sesuatu yang sangat penting. Sebanyak 55% jurnalis di Amerika Serikat dan Kanada menyatakan mereka adalah anggota gereja dan sebanyak 90% menyatakan mereka dibesarkan dalam keluarga yang religius. Kendati demikian, sebanyak 67% jurnalis tersebut menolak menyebut bahwa nilai-nilai jurnalistik harus selaras dengan nilai-nilai kekristenan.

Di Indonesia, kaitan nilai-nilai agama dengan praktik jurnalistik berusaha ditelusuri oleh beberapa peneliti. Temuan Susilo (2016) membuktikan bahwa *Republika*, yang identik dengan Islam, dan *Suara Pembaruan*, yang identik dengan Kristen, cenderung tidak objektif saat meliput isu pembakaran sebuah masjid di Papua. Temuan Suryani dan Priyonggo (2015) juga menyimpulkan bahwa *VOA-Islam* tidak objektif saat menghasilkan berita terkait aksi penolakan Ahok. Sementara itu di Taiwan, temuan Chen (2009) menunjukkan jurnalis yang beragama Buddha cenderung mengutamakan loyalitasnya sebagai anggota agama daripada profesionalitas saat diterjunkan meliput kegiatan keagamaan Buddha.

Walaupun demikian, nilai-nilai keagamaan yang dianut jurnalis atau organisasi media bukan serta-merta selalu membawa dampak negatif bagi praktik jurnalistik. Temuan Steele (2011) menjelaskan bahwa jurnalis muslim di Indonesia dan Malaysia tetap menjunjung tinggi nilai-nilai universal dalam jurnalistik, seperti kebenaran, verifikasi, independensi, dan pengawasan pada pemerintah. Hanya saja

menurut Steele (2011), jurnalis muslim di Indonesia dan Malaysia memaknainya dengan merujuk pada istilah-istilah dalam Al-Qur'an. Serupa dengan temuan Steele (2011), Wahid (2014) juga menyampaikan bahwa jurnalis muslim memiliki tanggung jawab melaksanakan perintah Al-Qur'an untuk mewujudkan amar makruf nahi mungkar (melakukan kebaikan, menghindari keburukan) melalui aktivitas jurnalistik. Dengan demikian, Wahid (2014) menyebut jurnalis muslim dapat disepadankan sebagai pendakwah karena sama-sama berperan menyebarkan informasi dalam bingkai kebaikan.

Kajian-kajian tersebut memberi perspektif bagaimana nilai-nilai agama berpengaruh pada praktik jurnalistik. Padahal seharusnya, praktik jurnalistik merupakan aktivitas yang sekuler, terpisah dari nilai-nilai keagamaan, sebagaimana yang dipraktikkan jurnalisme Barat (Steele, 2011). Dalam melakukan kerja jurnalistik, jurnalis seharusnya berpegang teguh pada nilai-nilai kebenaran, kepentingan publik, verifikasi, independensi, dan kontrol sosial, alih-alih pada nilai-nilai keagamaan.

Menurut Steele (2011), praktik jurnalistik di Indonesia semestinya tidak jauh berbeda dengan praktik jurnalistik di Amerika Serikat. Ini didukung dengan latar belakang bahwa sejumlah pelatihan dan buku pendidikan jurnalistik di Indonesia merujuk pada praktik jurnalistik Amerika Serikat. Sebagai contoh, Institut Studi Arus Informasi, yang dipelopori Goenawan Mohamad, menerima pendanaan dari Lembaga Pembangunan Internasional Amerika Serikat (USAID) serta buku *Elements of Journalism* karya Kovach dan Rosenstiel diterjemahkan ke dalam

bahasa Indonesia atas tunjangan dari Departemen Luar Negeri Amerika Serikat (Steele, 2011).

Akan tetapi, pada penerapannya, praktik jurnalistik di Indonesia tidak mutlak persis sebagaimana praktik jurnalistik di Amerika Serikat. Tidak bisa dinafikan, nilai-nilai keagamaan yang dianut jurnalis atau institusi media turut berperan penting sehingga membuat jurnalisme di Indonesia tidak serta-merta menjadi sekuler layaknya jurnalisme Barat. Bahkan di Indonesia, terdapat institusi media yang secara terang-terangan menunjukkan nilai-nilai keagamaan yang dianut melalui sejarah pendirian dan konten mereka, contohnya seperti *Republika* dan *Suara Pembaruan*.

Dalam kajian Sudiby (2001) mengenai wacana jihad pada saat konflik Maluku terjadi, sebanyak 13 dari 18 berita di *Republika* menunjukkan sikap setuju pada aksi jihad yang diserukan oleh kelompok-kelompok Islam. Sementara itu, pada *Suara Pembaruan*, hanya 1 dari 6 berita tentang konflik Maluku yang menunjukkan sikap setuju terhadap aksi jihad, 2 berita menunjukkan sikap tidak setuju, serta 3 berita tidak menunjukkan sikap yang jelas. Menurut Sudiby (2001, p. 68), *Suara Pembaruan* terlihat sangat berhati-hati dalam menampilkan kelompok Islam. Amir (2013) menyebut bahwa *Suara Pembaruan* diasumsikan sebagai surat kabar yang dekat dengan agama Kristen.

Di samping itu, media massa lain yang menunjukkan nilai-nilai agama adalah *DAAI TV*. Stasiun televisi ini menjadi sebuah media yang menarik dan penting untuk ditelusuri lebih lanjut. Menurut Andriani (2015), *DAAI TV* mengungkap konsep jurnalisme damai sehingga berdampak pada kebijakan untuk tidak

menayangkan konten yang memuat kekerasan, konflik, korupsi, politik, dan kriminalitas. Kebijakan ini sangat berbeda dengan media massa lainnya yang sudah lazim menayangkan hal-hal tersebut.

Kebijakan yang dijalankan *DAAI TV* tentu berhubungan erat dengan nilai-nilai yang dianut. Terlebih lagi dengan latar belakang bahwa hadirnya stasiun *DAAI TV* tidak terlepas dari peran Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia, sebuah yayasan sosial-keagamaan yang berpusat di Taiwan. Yayasan ini didirikan oleh Master Cheng Yen, seorang biksuni, pada 1966. Menurut situs web tzuchi.or.id, *DAAI TV* merupakan bagian dari misi budaya humanis Tzu Chi. Hingga sekarang, Yayasan Tzu Chi telah hadir di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia.

Meskipun merupakan bagian dari Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia, tayangan pada *DAAI TV* sangat beragam dan tidak melulu membahas agama Buddha dan Tzu Chi. Dalam situs web daaitv.co.id, kategori program di *DAAI TV* sangat variatif, mulai dari kategori program Kids, Current Affairs & Magazine, Feature & Documentary, Talkshow & Varietyshow, Motivation & Spiritual, serta kategori Drama. Bahkan pada saat bulan Ramadan, *DAAI TV* turut menayangkan program ceramah Islami menjelang waktu buka puasa, yakni program *Harmoni Ramadan* (Gambar 1.1).

Gambar 1.1 Program *Harmoni Ramadan* di DAAI TV



Sumber: YouTube *DAAI TV* (DAAI TV, 2020)

Walaupun memiliki program yang beragam, *DAAI TV* tetap mempertahankan beberapa tayangan yang menampilkan Tzu Chi dan agama Buddha. Sebut saja program *Lentera Kehidupan*, yang berisi ceramah Master Cheng Yen (Gambar 1.2); program *DAAI Inspirasi* yang menayangkan kegiatan relawan Tzu Chi; cuplikan animasi yang menceritakan ulang kisah dalam kitab suci Buddha; serta liputan-liputan acara yang diadakan oleh organisasi keagamaan Buddha di Indonesia. Menurut Liao (2013), drama-dokumenter *Da-Ai TV* Taiwan menampilkan narasi keagamaan, seperti konsep *human bodhisattva* dalam agama Buddha dan kegiatan kerelawanan.

Penelitian Liao (2013) memberikan perspektif bagaimana *Da-Ai TV* Taiwan berusaha menerjemahkan ajaran Buddha ke dalam konten tayangan mereka. Kehadiran *DAAI TV* di Indonesia menjadi ruang untuk menampilkan agama

Buddha secara lebih holistik, tidak sekadar diliput jika memperingati Waisak saja. Ini sangat penting agar agama Buddha tidak mengalami *underrepresentation* dan *misrepresentation*.

**Gambar 1.2 Ceramah Master Cheng Yen
dalam Program *Lentera Kehidupan***



Sumber: YouTube *Lentera Kehidupan* (Lentera Kehidupan, 2020)

Telah ada penelitian yang secara spesifik membahas konten *DAAI TV* (Liao, 2011; Liao, 2013; Frins, 2016) dan manajemen pemberitaan *DAAI TV* (Andriani, 2015). Hanya saja, belum ada penelitian yang mengeksplorasi rutinitas dan nilai-nilai yang dilaksanakan jurnalis *DAAI TV* serta kaitannya dengan praktik jurnalistik. Nilai-nilai yang dianut jurnalis *DAAI TV* dapat tercermin melalui budaya organisasi. Sutrisno (2010, p. 2) menyebut bahwa budaya organisasi merupakan seperangkat sistem nilai, keyakinan, dan norma yang menjadi pedoman berperilaku dalam sebuah organisasi. Sederhananya, budaya organisasi dalam

ruang redaksi penting diamati karena merefleksikan nilai-nilai apa yang dianut sebuah media.

Bagaimana jurnalis *DAAI TV* sehari-hari bekerja dan melakukan aktivitas jurnalistik menjadi aspek yang perlu dipelajari. Apalagi dengan latar belakang *DAAI TV* yang berhubungan erat dengan institusi keagamaan Buddha di Indonesia, menjadikan studi ini sebagai jawaban atas apa yang disebut oleh Brummans dan Hwang (2010). Menurut mereka, telah ada penelitian tentang manfaat nilai-nilai agama Buddha dalam sebuah organisasi, tetapi masih sedikit penelitian yang menunjukkan bagaimana secara konkret anggotanya bertindak dalam organisasi tersebut.

Meneliti nilai-nilai agama Buddha serta kaitannya pada aktivitas jurnalistik menjadi sebuah urgensi tersendiri. Menurut Brummans dan Hwang (2010), sejumlah penelitian telah menunjukkan manfaat jika nilai-nilai agama Buddha dipraktikkan dalam sebuah organisasi. Temuan studi Brummans dan Hwang (2010) memperlihatkan para anggota organisasi Tzu Chi Taiwan melaksanakan aktivitas mereka dengan perasaan bahagia dan secara berkala memberikan senyuman bagi satu sama lain. Sementara itu, Kernochan, dkk. (2007) menyebut nilai-nilai agama Buddha, seperti sikap kasih sayang, hidup berkesadaran, dan tidak egoistis, membuat praktik mengajar di kelas menjadi lebih efektif.

Manfaat mempraktikkan nilai-nilai agama Buddha dalam sebuah organisasi telah dipublikasikan oleh sejumlah studi. Kendati demikian, peneliti belum menemukan studi yang secara spesifik mengamati bagaimana nilai-nilai agama Buddha dipraktikkan secara langsung dalam sebuah organisasi media massa di

Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Menurut Badan Pusat Statistik (2010) jumlah penganut agama Islam di Indonesia sebesar 87,2%, sedangkan jumlah penganut agama Buddha hanya sebesar 0,72%. Penelitian ini diharapkan mampu mengisi celah tersebut.

DAAI TV dipilih karena kedekatannya dengan institusi keagamaan Buddha di Indonesia. Dari aspek konten, *DAAI TV* secara jelas menampilkan nilai-nilai agama Buddha dalam beberapa tayangannya. Akan tetapi, yang belum dieksplorasi lebih lanjut oleh sejumlah peneliti adalah rutinitas dan nilai-nilai yang dianut jurnalis *DAAI TV*. Meskipun identik dengan institusi keagamaan Buddha, nilai-nilai dalam ruang redaksi *DAAI TV* masih menjadi pertanyaan. Jika merujuk pada temuan Steele (2018), media yang identik dengan institusi keagamaan nyatanya belum tentu mengatur urusan keagamaan jurnalisnya di dalam maupun di luar ruang redaksi, contohnya ialah *Republika*, yang didirikan oleh Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI).

Studi etnografi menjadi sangat relevan diterapkan. Menurut Creswell (2007, p. 68), metode etnografi digunakan untuk mendeskripsikan dan menafsirkan pola yang dibagikan dan dipelajari bersama, yang mencakup nilai, perilaku, kepercayaan, dan bahasa dalam suatu kelompok budaya. Menurut Willig (2012, dalam Christy, 2019) kekuatan studi etnografi ruang redaksi ada pada dokumentasi dan analisisnya pada praktik jurnalistik.

Untuk menganalisis budaya pada ruang redaksi *DAAI TV*, peneliti menggunakan teori *organizational culture* yang dikonsepsikan oleh Pacanowsky dan Trujillo. Teori ini berasumsi bahwa (1) setiap organisasi memiliki nilai-nilai

organisasi yang dijaga bersama; (2) menggunakan dan memaknai simbol komunikasi verbal dan nonverbal; serta (3) budaya organisasi berbeda-beda di setiap organisasi. Peneliti merujuk pada asumsi-asumsi tersebut untuk mengetahui budaya organisasi di dalam ruang redaksi *DAAI TV*.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian dalam studi ini dirumuskan menjadi: Bagaimana kaitan nilai-nilai agama Buddha dengan praktik jurnalistik di *DAAI TV*?

Rumusan masalah ini beranjak dari temuan peneliti-peneliti sebelumnya yang menunjukkan manfaat apabila nilai-nilai agama Buddha diterapkan dalam suatu organisasi. Sebagai contoh adalah temuan Brummans & Hwuang (2010) dan temuan Kernochan, dkk. (2007). Akan tetapi, dalam konteks jurnalistik, studi Chen (2009) di Taiwan justru menunjukkan jurnalis yang beragama Buddha cenderung mengutamakan loyalitas daripada profesionalitas ketika meliput kegiatan keagamaan Buddha. Dalam konteks *DAAI TV*, dampak seperti apa yang dibawa oleh nilai-nilai agama Buddha?

DAAI TV diasumsikan dekat dengan nilai-nilai agama Buddha karena didirikan oleh Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia. Stasiun televisi ini memiliki program ceramah agama Buddha yang dibawakan oleh pendiri Tzu Chi, yakni Master Cheng Yen. Di samping itu, Liao (2013) menunjukkan drama-dokumenter *Da-Ai TV* Taiwan, yang juga ditayangkan di Indonesia, merefleksikan ajaran Buddha.

Praktik jurnalistik seharusnya merupakan praktik yang sekuler. Namun, pada penerapannya di Indonesia, pengaruh nilai-nilai agama pada praktik jurnalistik menjadi hal yang tidak dapat dielakkan. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan bagaimana dampak yang dibawa oleh nilai-nilai agama Buddha pada praktik jurnalistik *DAAI TV*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan penelitian dalam studi ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana nilai-nilai agama Buddha membentuk budaya organisasi *DAAI TV* yang direfleksikan melalui nilai-nilai organisasi dan simbol komunikasi?
- b. Bagaimana nilai-nilai yang dianut *DAAI TV* terinternalisasi dalam praktik jurnalistik *DAAI TV*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut.

- a. Mengetahui bagaimana budaya organisasi *DAAI TV* dibentuk oleh nilai-nilai agama Buddha yang direfleksikan melalui nilai-nilai organisasi dan simbol komunikasi.
- b. Mengetahui bagaimana nilai-nilai yang dianut *DAAI TV* terinternalisasi dalam praktik jurnalistiknya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam beberapa aspek, yakni sebagai berikut.

a. Manfaat Akademis

Selama ini studi tentang agama dan aktivitas jurnalistik di Indonesia lebih banyak terfokus pada agama Islam. Penelitian terkait nilai-nilai agama Buddha serta kaitannya pada aktivitas jurnalistik di Indonesia masih belum dieksplorasi lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan perspektif baru dan memperluas kajian media dan agama di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi refleksi bagi jurnalis *DAAI TV* terkait dengan profesi dan aktivitas jurnalistik yang mereka lakukan. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi untuk mendokumentasikan aktivitas jurnalistik di *DAAI TV*.

c. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, yang ingin mengetahui informasi tentang media yang didirikan oleh yayasan Buddha.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Peneliti hanya fokus pada wilayah kerja bagian Current Affairs and Magazine selama melakukan studi lapangan. Akibatnya, wilayah kerja yang lain seperti program-program di luar Current Affairs and Magazine, serta divisi-divisi seperti Marketing, Penerjemahan, PR, dan sebagainya tidak dieksplorasi dalam penelitian ini. Studi lapangan dilakukan saat peneliti mengikuti program magang di *DAAI TV* pada periode Agustus s.d. November 2019. Peneliti telah mendapatkan izin tertulis dari *DAAI TV* untuk menggunakan data observasi selama program magang tersebut sebagai data dalam penelitian ini.

Peneliti tidak dapat melakukan studi lapangan untuk periode 2020 karena kebijakan *DAAI TV* terkait pandemik COVID-19 yang melanda Indonesia. Hal ini juga berdampak pada pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam. Wawancara mendalam dengan informan penelitian terpaksa harus dilakukan menggunakan *voice call* atau *video call*. Akibatnya, peneliti tidak dapat berinteraksi langsung pada saat melakukan wawancara.