

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi merupakan satu dari sekian banyak kebutuhan dasar manusia. Informasi dalam kasus tertentu dapat mengubah pengetahuan, memperkuat, atau menemukan hubungan yang ada dengan pengetahuan masyarakat itu sendiri (Damanik et al., 2012, p. 73). Informasi dapat tersalurkan kepada penikmat, pembaca, ataupun penonton melalui suatu media. Medium adalah istilah yang dipakai sebagai perantara antara sumber informasi dan penerima informasi.

Informasi dapat disalurkan dan diterima dengan baik, jika penerima berhasil menerima makna dari sumber informasi. Dalam kasus tertentu, masing-masing orang akan mempunyai media tertentu sebagai sumber informasinya. Media yang telah tumbuh dan melekat dengan masyarakat, dapat dengan mudah membentuk persepsi seseorang dan mempengaruhi keputusan yang akan diambil, seperti yang dikatakan Goran Hedebrö “media adalah pembentuk kesadaran sosial yang pada akhirnya menentukan persepsi orang...” (Ibrahim, 2011, p. 86).

Selain itu, menurut Louis Althusser (1971 dalam Sobur, 2015, p. 30) menyebut hubungan media dengan kekuasaan berada pada posisi yang strategis, karena memiliki kemampuan sebagai sarana legitimasi. Media dapat menjadi alat dari kekuasaan negara untuk membangun ideologi agar membentuk kepatuhan khalayak (*ideological states apparatus*). Media dinilai bukan sesuatu yang bebas atau independen, media memiliki keterkaitan dengan realitas sosial dan sejumlah kepentingan lain di dalamnya. Hal ini yang menyebabkan beberapa media tidak berimbang terhadap isu tertentu.

Salah satu media yang telah tumbuh dan melekat dengan masyarakat adalah televisi. Ibrahim (2011, p. 3) mengatakan “televisi telah mendominasi waktu luang kebanyakan orang Indonesia”. Televisi menjadi sumber informasi politik, di sisi lain televisi juga sebagai rujukan budaya dan nilai-nilai bagi sebagian orang. Di Indonesia kehadiran stasiun televisi sejak awal telah menjadi sumber informasi bagi masyarakat.

Stasiun televisi pertama yang hadir di Indonesia adalah *TVRI* pada tahun 1962. Selama 36 tahun masyarakat Indonesia hanya menonton satu tayangan televisi yaitu *TVRI*. Hingga pada 1998, pemerintah memperbolehkan stasiun televisi swasta untuk mengembangkan bisnis pertelevisian di Indonesia. Kelompok usaha Bimantara yang dikenal sebagai *RCTI* menjadi stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, kemudian diikuti oleh *SCTV*, *Indosiar*, *ANTV*, dan *TPI*, (Seto & Morissan, 2013, p. 2).

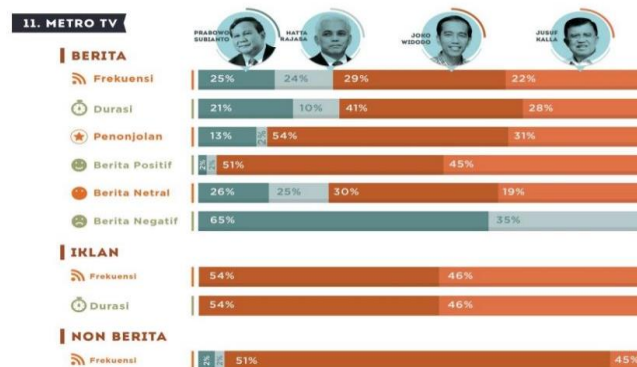
Reformasi yang terjadi pada tahun 1998 mengakibatkan perkembangan industri media massa mengalami kemajuan. Perkembangan secara cepat mengharuskan perusahaan televisi membangun identitasnya masing-masing. Saat itu televisi yang tidak memiliki tayangan berita dinilai tidak memiliki identitas, maka muncullah stasiun televisi yang menyatakan diri sebagai TV yang khusus menayangkan berita yaitu *Metro TV* dan *TV One*. (Seto & Morissan, 2013, p. 3).

Metro TV yang lahir 25 November 2000 merupakan anak perusahaan dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh, tokoh pers Indonesia sekaligus ketua umum partai Nasional Demokrat (NasDem). Dalam *website* resmi *Metro TV* (*metrotvnew.com*) tertulis, *Metro TV* bercita-cita untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat serta menjadi sarana penyampaian informasi yang handal, cepat dan akurat, dengan tagline “*Knowledge to Elevate.*” (Tentang Kami, 2021)

Setelah kurang lebih 22 tahun menghiasi dunia pertelevisian Indonesia sejak tahun 2000, tidak menjamin *Metro TV* terlepas dari berita yang berpihak dan tidak berimbang. Tahun 2014, *Remotivi* mengeluarkan laporan penelitian dengan judul “Independensi Televisi Menjelang Pemilu Presiden”. Laporan tersebut menunjukkan bahwa *Metro TV* tidak berimbang berdasarkan frekuensi penayangan. *Remotivi* menjabarkan perbandingan 11 stasiun televisi yang ada di Indonesia terkait frekuensi dari isi konten media tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Metro Tv* lebih banyak menayangkan konten terkait Joko Widodo, dan Jusuf Kalla, dibandingkan Prabowo dan Hatta Rajasa. Dalam Kategori Berita, frekuensi tayangan *Metro TV* yang berisi berita Jokowi sebanyak 29 %, Jusuf Kalla 22 %, sedangkan Prabowo Subianto Sebanyak 25 % dan Hatta Rajasa 24%. Dari sisi

durasi, Jokowi 41%, Jusuf Kalla 28 % sedangkan Prabowo Subianto 21%, Hatta Rajasa 10% dan seterusnya dapat dilihat pada gambar 1.1 (Heychael, 2014)

Gambar 1.1 Frekuensi Tayangan *Metro TV*



Sumber: *remotivi.com*

Dari laporan penelitian yang diterbitkan *Remotivi*, dapat dilihat bahwa peran pers seharusnya menyajikan berita yang berimbang tidak diimplementasikan dengan baik oleh *Metro TV*, dan ini membuktikan bahwa tidak ada yang dapat menjamin media yang memiliki nama besar lepas dari pelanggaran kode etik jurnalistik.

Dalam UU No 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, pasal 97 poin satu (1) disebutkan:

Batas maksimum pemasangan iklan Kampanye Pemilu di televisi untuk setiap Peserta Pemilu secara kumulatif sebanyak 10 (sepuluh) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap stasiun televisi setiap hari selama masa Kampanye Pemilu. (p. 50).

Dari hasil laporan *Remotivi*, campur tangan ruang redaksi untuk kepentingan politik sangat nyata terjadi di *Metro TV*. Bukan hanya *Metro TV*, Media lain seperti *Kompas* juga sempat melakukan hal ini, dalam penelitian yang dilakukan Yulius Triatmoko pada tahun 2014 dengan judul “Keberimbangan Berita Pelanggaran Pemilu Legislatif 2014 di Harian *Kompas*,” menunjukkan dari total 31 berita yang

ada di harian *Kompas*, hanya 10 atau 32% berita yang mencantumkan dua sisi narasumber, dan 90 % dari 31 berita tidak menyajikan keberimbangan.

Disisi lain peneliti bernama Tiara Astra Parahita tahun 2013 meneliti tentang isu keberimbangan yang terjadi dalam portal berita line today, terkait kasus ujaran kebencian Ahmad Dhani. Dari lima portal berita online yaitu *Suara.com*, *Kompas.com*, *VIVA.com*, *Liputan 6.com*, dan *Kumparan.com*, dengan total 50 berita yang diteliti . Hasilnya terdapat ketimpangan, dari tiga alat ukur yang digunakan, hanya satu yang memenuhi unsur keberimbangan. Hal ini membuktikan bahwa isu terkait keberimbangan media terhadap objek tertentu masih sering dilakukan.

Dalam surat keputusan dewan pers Nomor: 03/SK-DP/III/2003, Kode Etik Jurnalistik pasal 1 tertulis “Wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk” pasal 3 juga menyinggung tentang keberimbangan yang berbunyi “wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah” (Dewan Pers, 2019, p 29).

Dalam kasus ini dapat dilihat *Metro TV* melakukan pelanggaran terkait dengan keberimbangan itu sendiri. Dalam Undang-Undang Pers No.40 Tahun 1999: Bab II pasal 3 ayat 1 dijelaskan bahwa Pers melakukan kegiatan jurnalistik dan berperan sebagai media informasi dengan fungsi pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Hal ini menuntut media untuk menjalankan fungsinya sesuai dengan hukum yang berlaku, tanpa menggabungkan kepentingan individu atau kelompok dalam lingkup peliputan. Media harus menyajikan berita yang objektif dan selektif sehingga fungsi kontrol yang diembankan dapat berjalan dengan baik. Pers sebagai kontrol sosial yang tertuang dalam undang-undang Pers No. 40 tahun 1999 seharusnya melakukan pemberitaan secara berimbang.

Keberimbangan adalah salah satu hal penting dalam dunia jurnalistik, apalagi pemberitaan yang dipublikasikan merupakan informasi yang bersifat sensitif. Tayangan yang tidak dikemas berimbang dapat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat (Parahita, 2013, p.9). Dari pemaparan sebelumnya dapat dilihat bahwa

media berpeluang menghasilkan berita yang tidak berimbang, dan ini bukan hal baru di dunia jurnalistik. Jika melihat dari regulasi yang ada, hal ini tidak dapat dibenarkan, apapun alasannya.

Salah satu berita yang ditemukan tidak berimbang adalah berita terkait pemilihan presiden. Pemilihan Umum (Pemilu) sebagai alat demokrasi seharusnya mengutamakan kedaulatan berada di tangan rakyat. Demokrasi secara umum adalah pemerintahan yang berasal dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat. Pemilu merupakan salah satu perwujudan dari kedaulatan rakyat terhadap berjalannya kehidupan berbangsa dan bernegara. Perkembangan politik di era reformasi seakan menghalalkan segala cara agar menjadi pemenang dalam pemilihan umum. Media salah satu perantara yang dapat digunakan sebagai alat kampanye calon kandidat. Susanto, (2013 p. 477) mengatakan “media mewarnai lingkup retorika elite kekuasaan negara, elite politik, pemilik modal dan pemegang otoritas sosial-budaya dalam masyarakat.” Dengan adanya kebebasan pers dalam pemberitaan, seharusnya membuat pemberitaan terlepas dari tekanan pihak yang berkuasa secara sosial-budaya, politik maupun ekonomi.

Pemilihan umum presiden 2024 memang masih dua tahun lagi, namun jika melihat dari tahun-tahun sebelumnya dengan adanya campur tangan politik dalam ruang redaksi dapat menciptakan kelompok-kelompok dalam masyarakat. Kasus yang lebih kompleks dapat menimbulkan konflik, hal yang sama dinyatakan Rosianna Silalahi dalam tayangan *youtube* bersama Dedy Corbuzier. “Media yang tidak berimbang dapat membuat orang baku bunuh”(Corbuzier, 2022). Hal ini disampaikan Rosianna saat menilai ketidak berimbangan beberapa stasiun televisi yang terjadi pada tahun 2014. Hal ini yang menjadi perhatian serius bagi pers indonesia, jika kasus keberimbangan terus dilakukan, maka tidak akan terciptanya *good journalism*.

Dalam berita yang dikutip dari *antaranews.com* dengan judul “Dewas Pers: Media Massa Jaga Keberimbangan Pemberitaan,” ketua dewan pers, Muhammad Nuh mengatakan media massa harus peka dengan perkembangan zaman, peran penting dari media massa adalah menjaga isi berita agar sesuai dengan fakta dan berimbang. Keberimbangan menjadi salah satu etika jurnalistik yang harus

dijunjung. Kredibilitas, tanpa keberimbangan sama saja janji tanpa bukti (Suprata, 2019). Peneliti melihat bahwa media bisa saja memenuhi unsur kredibilitas, tetapi keberimbangan belum tentu semua media memenuhi unsur ini. Maka dari itu peneliti ingin melihat lebih dalam terkait isu keberimbangan berita, terkhususnya dalam tayangan Prime Talk/Primetime News di *Metro TV*.

Penelitian tentang keberimbangan dalam tayangan *talk show* belum banyak diteliti di Indonesia, terkhususnya keberimbangan dalam pemilihan presiden. Peneliti melihat di era sekarang, masyarakat lebih tertarik dengan berita yang menampilkan berita visual. Ini menjadi hal baru yang harus dikembangkan terkait penelitian keberimbangan. Selama ini penelitian cenderung berfokus pada berita dalam bentuk tulisan, padahal media semakin berkembang dan ketertarikan masyarakat cenderung ke konten berita visual. Tayangan televisi menjadi langkah awal peneliti untuk meneliti tayangan video. Kedepannya bentuk media lain dapat pula diteliti terkhususnya media *anti mainstream*

Dengan menggunakan konsep imparsialitas yang dimiliki oleh Westerstahl dan kemudian dilanjutkan dengan analisis isi deskriptif, diharapkan penelitian ini dapat melihat bagaimana dimensi imparsialitas diimplementasikan dalam tayangan *talkshow* di salah satu program di *Metro TV* terkhususnya dengan topik menjelang pemilihan umum presiden 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, *Metro TV* sebagai stasiun televisi berita pertama di Indonesia memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman masyarakat, serta menjalankan fungsi kontrol yang ada dalam kegiatan masyarakat baik itu ekonomi, sosial dan politik. Dari bidang-bidang yang telah disebutkan, media memiliki peran penting dalam menentukan seperti informasi yang disajikan, karena dapat membentuk persepsi dan mempengaruhi kepatuhan masyarakat terhadap isu tertentu.

Dari uraian permasalahan tersebut, peneliti akan merumuskan masalah dengan satu pertanyaan yaitu: Bagaimana tingkat imparzialità dalam tayangan *talk show* di *Metro TV* dengan topik pemilihan umum presiden 2024?

1.3 Pertanyaan penelitian

Berdasarkan konteks dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian yang diangkat adalah:

1. Seberapa besar tingkat imparzialità dilihat dari variabel keberimbangan terkait isu pemilihan umum presiden 2024 dalam tayangan *talk show* di *Metro TV*?
2. Seberapa besar tingkat imparzialità dilihat dari variabel netral terkait isu pemilihan umum presiden 2024 dalam tayangan *talk show* di *Metro TV*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan tingkatan imparzialità dilihat dari variabel berimbangan dalam tayangan *talk show* di *Metro TV*, terkait isu pemilihan umum presiden 2024
2. Untuk menjelaskan tingkatan imparzialità dilihat dari variabel netral dalam tayangan *talk show* di *Metro TV*, terkait isu pemilihan umum presiden 2024

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam bidang:

1.5.1 Kegunaan akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan kajian ilmiah terkait dengan dimensi imparzialità dalam media massa terkhususnya

pada media televisi dan diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan jika peneliti lain ingin mengambil sudut pandang yang berbeda dari apa yang sudah diteliti, atau sebagai kajian pelengkap jika nantinya konsep serupa digunakan untuk penelitian berikutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memiliki kegunaan praktis untuk memberikan gambaran seperti apa keberimbangan dalam salah satu tayangan *talk show* di *Metro TV*, memberikan gambaran kepada media dan juga khalayak seperti apa seharusnya konsep keberimbangan diimplementasikan, agar dampak politik media dapat diminimalisasi dalam pemilihan presiden 2024 yang akan datang.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran media yang diteliti tentang keseimbangan dalam pemberitaan, memberikan wawasan bagi media lain tentang konsep keseimbangan, serta memberikan pemahaman kepada khalayak untuk menghindari berita tidak seimbang yang berdampak negatif.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang tingkat imparsialitas pada stasiun televisi *Metro TV* terkhususnya dalam program Prime Talk yang telah melebur atau berganti nama menjadi menjadi Primetime News. Karena mengambil salah satu media yang ada di Indonesia, dan salah satu program dalam media tersebut, maka hasil penelitian ini tidak dapat menjadi generalisasi atas imparsialitas pemberitaan yang terjadi *Metro TV* ataupun media-media di Indonesia. Selain itu penelitian ini hanya sebatas meneliti tentang imparsialitas pemberitaan yang ada dalam program Prime Talk/Primetime News tanpa melihat bagaimana respon dari masyarakat terkait tayangan yang dihasilkan. Dan yang terakhir penelitian ini hanya meneliti pesan yang tampak, pesan tersirat dalam tayangan bisa saja luput dari penelitian ini.

Karena kurangnya bahan rujukan yang secara spesifik membahas imparzialità atau ketidak berimbangan berita dalam tayangan visual, ada cela yang dapat dikembangkan dari penelitian ini yang dapat peneliti lanjutkan jika menempuh pendidikan lanjut pasca sarjana, terkhususnya makna dari visual itu sendiri. Penelitian ini hanya meneliti objek menggunakan konsep yang telah ada sebelumnya yaitu imparzialità, tanpa memberikan arti dan makna dari setiap bentuk visual yang muncul.