



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dari tiga bagian produk jurnalistik, media cetak terutama surat kabar adalah yang paling tua dan merupakan pelopor media massa lainnya karena paling pertama muncul. Surat kabar atau biasa disebut *Acta Diurma*, pertama kali muncul berbentuk papan pengumuman putih yang berisi berita penting pada zaman romawi kuno. Kemudian beratus-ratus tahun setelah itu, muncul *King Pau* yang terbit di China berisikan keputusan-keputusan dan hasil rapat dari istana. Di Indonesia sendiri pers baru muncul dan dikenal tahun 1744, namun saat itu surat kabar *Bataviasche Nouvelles*, bukan diterbitkan oleh orang Indonesia sendiri, melainkan oleh pemerintah Hindia Belanda. Hingga akhirnya tahun 1907, terbitlah *Medan Priaji*, surat kabar pertama milik masyarakat pribumi. *Medan Priaji* saat itu terbit mingguan. Semenjak itu surat kabar jadi banyak bermunculan (Sumadiria, 2014, h. 14).

Industri media cetak yang semakin berkembang ini, dalam menjalankan peranan dan fungsinya tentu punya beberapa aturan, yaitu harus bersifat netral dalam berbagai pemberitaannya, baik pemberitaan politik, ekonomi, sosial, hingga hiburan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yang memuat tentang pers, pada pasal 3 ayat 1 juga dikatakan bahwa, pers nasional memiliki fungsi sebagai media pemberi informasi, pendidikan, hiburan, dan juga kontrol

sosial. Dalam UU No. 40 Tahun 1999 pasal 6 (www.kpi.go.id), pers nasional tertulis mempunyai beberapa peranan, antara lain yaitu:

1. memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui, menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan hak asasi manusia, serta menghormati kebhinekaan.
2. mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar;
3. melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum;
4. memperjuangkan keadilan dan kebenaran;

Hal ini juga sesuai dengan konsep netralitas dalam media menurut Eriyanto (2002, h.7) yaitu, keberimbangan, ketidakberpihakan, keadilan, dan yang terakhir, objektivitas. Media harus netral dan memperlihatkan kenyataan yang ada tanpa menambah atau mengurangi atas dasar kepentingan pribadi atau suatu pihak. Dalam Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2012, h. 54-55) dikatakan bahwa, akan sangat sulit untuk bersikap 100% objektif, dikarenakan setiap wartawan memiliki latar belakang yang berbeda-beda, latar belakang itulah yang ikut mengambil peran dalam setiap tulisan.

Menurut Kusumaningrat dan Kusumaningrat, *output* dari proses jurnalistik juga pasti dasarnya subjektif, mulai dari *planning*, pencarian, peliputan, penulisan, hingga penyuntingan. Namun inilah yang menjadi tantangan bagi pers, wartawan ataupun *gatekeeper* dituntut untuk bisa membedakan dan memisahkan mana yang merupakan fakta dan mana yang merupakan opini (Siahaan, 2001, 61).

Walaupun sangat sulit untuk bersikap 100% objektif, namun hal ini adalah hal yang mutlak dan wajib diterapkan oleh semua wartawan dan media massa. Selain *output* yang dihasilkan oleh wartawan dan media itu adalah cerminan kredibilitas, bersikap objektif dianggap penting karena pers juga bisa terjerat atas apa yang telah ditulis atau dimuatnya. Pada Kitab Undang-Undang Pidana, terdapat pasal-pasal yang bisa menjerat pers menyangkut pencemaran nama baik, penyebaran rasa permusuhan, penghinaan dan lain-lain (Oetama, 2001, h. 79).

Selain itu, kebijakan dari media massa tersebut juga bisa mempengaruhi objektivitas sebuah media. Menurut Subiakto & Ida (2014, h. 163-165), *gatekeeper* dalam sebuah media juga menjadi pengaruh objektivitas dalam media, karena *gatekeeper* mengambil peran dalam melakukan kontrol pada pemberitaan dan informasi. Kontrol dari pemilikan dari media tersebut juga punya hubungan yang erat dengan kepentingan ekonomi dan politik. Dalam praktek kepentingan ini juga, media bisa berubah menjadi alat persuasif yang mampu mempengaruhi *audiens*-nya.

Terkait fungsi dan objektivitas media tersebut, nyatanya di Indonesia hal itu belum tercermin. Masih banyak pelanggaran-pelanggaran yang terjadi, terutama saat masa-masa pemilihan umum.

Pemilu atau Pilkada selalu diadakan setiap lima tahun sekali, dan pada masanya, para calon bersama partainya diberi kesempatan untuk berkampanye. Kampanye sendiri biasanya dilakukan para peserta pemilu untuk meyakinkan rakyatnya dengan memaparkan visi, misi, dan program mereka, termasuk

mengajak masyarakat untuk memilih seseorang atau partai politik tertentu (Peraturan KPU, 2009, nomor 69 pasal 1 ayat 8).

Saat kampanye, seringkali media massa dijadikan alat untuk publikasi. Bila mengulas kembali pada masa-masa Pemilu 2014 lalu, Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta, Umar Idris, saat itu menganalisa bahwa pemberitaan yang tidak netral sangat terlihat pada media televisi, antara Metro TV dan TV ONE berserta MNC Group. Umar Idris juga berpendapat, dalam pantauan AJI terhadap media cetak, ketidaknetralan hanya terlihat pada judul yang memihak dan pada isu-isu yang diangkat, sedangkan substansi berita masih bisa dikatakan memenuhi unsur KEJ (“2 Pemred Akui Tidak Ada Media yang Netral”, 2014).

Bagir Manan selaku ketua dewan pers, 18 Maret 2014 lalu memberikan kritiknya. Bagir Manan menyoroti beberapa media yang pemiliknya ikut mencalonkan diri pada saat pemilu presiden 2014. Bagir menilai bahwa media-media tersebut lebih gencar memberitakan mengenai calon presiden ketimbang pemilihan legislatif yang sudah di depan mata (“Dewan Pers Kritik Pemberitaan Pemilu”, 2014).

Pada kampanye pemilu presiden 2014 lalu, sejumlah media baik televisi ataupun cetak dinilai menunjukkan adanya indikasi ketidakindependenan dan ketidaknetralan dalam pemberitaan politiknya menjelang pemilu. Hasil penelitian dari Masyarakat Peduli Media juga menunjukkan adanya keberpihakan terhadap pemiliknya. Muzayin Nazaruddin, selaku peneliti dari Masyarakat Peduli Media, mengungkapkan salah satu contoh media tersebut adalah, Media Indonesia. Media Indonesia cenderung melakukan pemberitaan yang positif pada Partai NasDem

yang merupakan partai pemilik media tersebut (“7 Media Ini Dituding Berpihak dan Tendensius”, 2014).

Rivers (2003, h. 10) menegaskan bahwa tidak ada media yang bersifat netral. Media atau jurnalistik selalu berpihak kepada pemiliknya. Kebebasan pers seringkali lebih dinikmati oleh para pemilik modal, atau pemegang kekuasaan.

Menurut Stephen.P.Robbins (2006, h. 211), benturan antara loyalitas terhadap profesi dan kepentingan-kepentingan lain inilah yang disebut konflik kepentingan, dan hal ini bisa menurunkan kredibilitas seseorang. Bagi praktisi media, konflik kepentingan inilah yang menjadi masalah etika yang rumit.

Tidak berbeda dengan Pemilu pada 2014, ketidaknetralan juga masih bisa dirasakan pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Menurut Yoseph Adi Prestyo, selaku Ketua Dewan Pers, banyak calon kepala daerah yang memanfaatkan media untuk berkampanye dan menjatuhkan lawannya. Pembunuhan karakter yang dilakukan calon kepala daerah tersebut bisa menjadi masalah besar bagi media (“Pilkada Serentak, Dewan Pers akan Awasi Media Massa”, 2016).

Seperti yang terungkap dari hasil pantauan KPI terhadap media penyiaran yang menyatakan bahwa cara memilih pertanyaan, berita, gambar, dan teks yang disiarkan tidak jauh berbeda dengan pemilu 2014. Hal terbukti melalui temuan kasus program siaran jurnalistik pada Pilkada 2017 di televisi dan radio. Stanley, Ketua Dewan Pers mengatakan bahwa keberpihakan ini tidak luput dari dukungan pemilik media tersebut terhadap calon tertentu (“Keberpihakan Media Saat Pemilukada 2017 Masih Seperti Pemilu 2014”, 2017). Ketidaknetralan pada pemberitaan Pilkada 2017 ini tidak menutup kemungkinan juga dilakukan pula oleh media-media cetak.

Dari fakta yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait tingkat objektivitas pada pemberitaan Pilkada DKI Jakarta di *Harian Kompas* pada periode 28 Oktober 2016 sampai dengan 15 Februari 2017. Fokus penelitian ini akan mengarah pada tingkat objektivitas *Harian Kompas* tersebut dan penelitian tentang tingkat objektivitas itu akan didukung dengan data proses *gatekeeping* di dalam *Harian Kompas*.

Objektivitas dan proses *gatekeeping* dinilai perlu untuk diteliti karena melalui objektivitas sebuah pemberitaan dalam media, dapat terlihat kredibilitas dan kualitas dari media tersebut. Objektivitas seharusnya bisa dijadikan metode bagi media pada zaman sekarang. Objektivitas saat ini juga seharusnya menjadi pilihan utama seseorang dalam menuliskan berita atau produk jurnalistik lainnya. Penelitian ini juga ingin melihat apakah *Harian Kompas* memilih untuk menjadi objektif atau tidak. Sampai sejauh mana *Harian Kompas* menerapkan keobjektifan dalam setiap pemberitaannya, terutama pada isu Pilkada DKI Jakarta yang cukup menjadi sorotan.

Peneliti memilih *Harian Kompas* ini karena *Kompas* masuk ke dalam kategori koran nasional dalam skala pemberitaan. *Harian Kompas* sendiri juga sudah ada dan beroperasi sejak 28 Juni 1965 hingga sekarang. Berdasarkan data Litbang Bisnis *Kompas* tahun 2013, oplah *Harian Kompas* telah mencapai 507.000 eksemplar, selain itu *Harian Kompas* juga merupakan satu-satunya surat kabar yang mampu menjangkau 33 provinsi di penjuru Nusantara. Hal ini membuktikan *Harian Kompas* merupakan media cetak nasional yang cukup besar.

Harian Kompas bukan sekedar koran nasional biasa, dengan oplahnya yang cukup tinggi, *Harian Kompas* dinilai bisa memiliki dampak yang cukup besar terhadap

masyarakat dalam membentuk dan menentukan opini publik. Hal ini dibuktikan dengan konstruksi realitas yang dibuat oleh Kompas. Kompas menelaah dan mengolah sebuah informasi menjadi sedemikian rupa dan membentuk sebuah *frame* yang kemudian diterima dan berdampak signifikan bagi masyarakat. Proses konstruksi realitas yang dilakukan media inilah yang kemudian akan memberikan dampak yang signifikan (Hamad, 2004, h. 30).

Seperti yang sudah sempat disinggung di atas, topik Pilkada DKI Jakarta 2017 ini dipilih karena tingginya minat dan perhatian masyarakat pada berita ini. Antusias pada Pilkada DKI 2017 ini terbukti pada meningkatnya partisipan pada pemilihan putaran pertama kemarin. Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) DKI Jakarta, Sumarno, mengungkapkan bahwa partisipasi pemilih pada Pilkada DKI Jakarta 2012 pada putaran pertama berjumlah sebanyak 65 persen, sedangkan pada Pilkada DKI Jakarta 2017 ini, Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (Bakesbangppol) DKI Jakarta, Darwis Muhammad Aji, mengatakan bahwa berdasarkan catatan, partisipasi warga mencapai 78,1 persen pada putaran pertama kemarin (“Ahok Apresiasi Meningkatnya Partisipasi Pemilih pada Pilkada DKI”, 2017).

Tingginya partisipasi masyarakat ini menandakan bahwa sudah banyak masyarakat yang *aware* akan isu ini. Selain itu, meningkatnya angka partisipasi masyarakat bila dibandingkan dengan pilkada ditahun 2012 menandakan bahwa saat ini masyarakat juga sudah lebih peduli akan masalah tersebut.

Adapun tiga pasangan calon gubernur yaitu Agus Harimurti Yudhyono dengan pasangannya Sylviana Murni, Basuki Tjahaja Purnama dengan Djarot Syaiful Hidayat, dan pasangan yang terakhir yaitu Anies Rasyid Baswedan dengan Sandiaga Uno.

Berita-berita yang dihasilkan media juga pastinya tidak luput dari proses *editing* terlebih dahulu. Proses *editing* ini tentu akan berpengaruh pada *output* berita yang dihasilkan. Apakah berita itu objektif atau tidak, apakah berita itu layak atau tidak. Hal tersebut juga akan dilihat dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti bagaimana sebuah media melakukan proses *gatekeeping*. Menurut Donohue, Tichenor, dan Olien (dalam Shoemaker, 1991, h. 1), *gatekeeping* bisa didefinisikan secara luas sebagai proses kontrol informasi yang meliputi segala aspek penyusunan informasi, tidak hanya seleksi namun juga transmisi, pembentukan, *display*, repetisi pesan, dan pemilihan waktu pengiriman pesan. Dengan kata lain proses *gatekeeping* meliputi semua aspek seleksi, penanganan, dan kontrol pesan.” Disini peneliti akan fokus kepada bagaimana dan apa yang mempengaruhi proses seleksi informasi hingga menjadi berita.

Dalam proses seleksi ini akan dikaji melalui lima level faktor-faktor yang merupakan hasil analisis berdasarkan teori Shoemaker dan Reese, antara lain, level individu, level rutinitas media, level organisasi, level ekstra media, dan yang terakhir adalah level ideologi (Shoemaker dan Reese, 2009, h. 31-75).

Keterkaitan antara objektivitas, proses *gatekeeping*, dan Harian Kompas sendiri adalah karena setiap media massa (termasuk media cetak) harus bersikap objektif dalam setiap pemberitaannya, dan disini Harian Kompas adalah salah satu media cetak tersebut. Sikap objektif ini harus diterapkan karena memang media massa mempunyai peranan yang cukup penting dalam masyarakat, apalagi bila dilihat, Harian Kompas merupakan media massa dengan pemberitaan skala nasional yang oplahnya cukup tinggi.

Selanjutnya, keterkaitan objektivitas dan Harian Kompas dengan proses *gatekeeping*, seperti pemaparan di atas bahwa objektivitas mempunyai hubungan yang dekat dengan proses *gatekeeping*. Kedua hal ini saling terkait, karena untuk melihat aspek-aspek yang mempengaruhi objektivitas, bisa dikaji dengan proses *gatekeeping*. Harian Kompas adalah surat kabar yang berada di bawah naungan Kompas Gramedia, dan Kompas Gramedia nyatanya merupakan perusahaan yang memiliki anak perusahaan dari berbagai sektor, yang di dalamnya pasti terdapat kepentingan-kepentingan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat objektivitas *Harian Kompas* dalam memberitakan Pilkada DKI Jakarta?
2. Bagaimana proses *gatekeeping* yang dilakukan *Harian Kompas* dalam memberitakan Pilkada DKI Jakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengukur seberapa besar tingkat objektivitas *Harian Kompas* dalam memberitakan Pilkada DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui proses *gatekeeping* yang dilakukan *Harian Kompas* dalam memberitakan Pilkada DKI Jakarta.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada studi *mixed methods* serta pengetahuan dan referensi kepada ilmu komunikasi, khususnya mengenai objektivitas dan proses *gatekeeping*. Terutama karena sebelumnya tidak banyak penelitian yang mengkaji objektivitas dan proses *gatekeeping* secara bersamaan.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis. Selain itu, diharap juga penelitian ini bisa menjadi bahan evaluatif bagi Kompas maupun media massa lainnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA