

MEMPERBAIKI MEDIA SECARA KOMPREHENSIF

Senja Yustitia

(senja_06@yahoo.com)

(Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang)

Abstract

The loss mechanism of restrictions on the media making the media business as a fertile land for hunting advantage. At first glance, this condition allows the occurrence of intense competition among media players. But, the reality is opposite. This is due to capital becomes the main strength of the business so that the media prepare a series of strategy to withstand the pressure. Media conglomerate is the answer of the conditions. Therefore, it takes maximum effort to improve the media comprehensively.

Kata Kunci : *Media Business, Media Conglomerate, Competition*

Pendahuluan

Secara umum, kondisi media di Indonesia saat ini mengalami perubahan signifikan jika dibandingkan dengan beberapa tahun sebelum reformasi bergulir. Namun apakah perubahan tersebut berdampak positif terhadap kehidupan media itu sendiri dan kondisi sosial politik bangsa ini?, tampaknya hal tersebut perlu ditelaah lagi lebih mendalam dan komprehensif. Pasca diberlakukannya UU No. 40/1999 tentang Pers media tidak perlu lagi mengantongi SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers) untuk memulai operasinya. Hal ini berdampak pada makin banyaknya media yang tumbuh pasca reformasi bergulir. Kendati beberapa diantaranya kemudian mati karena tidak adanya strategi *positioning* yang kuat namun laju pertumbuhan media tetap lebih tinggi jika dibandingkan pada masa Orde Baru (Orba). Tidak adanya aturan tentang SIUPP dan bredel dianggap sebagai tonggak kebebasan pers yang diharapkan dapat ikut menggiring

kehidupan demokrasi Indonesia ke arah yang semakin baik.

Hilangnya mekanisme pembatasan terhadap media membuat bisnis media sebagai lahan subur untuk berburu keuntungan. Sekilas, kondisi ini memungkinkan terjadinya kompetisi yang ketat diantara pemain media. Namun yang terjadi justru sebaliknya. Hal ini disebabkan modal menjadi kekuatan utama para pelaku bisnis sehingga media menyiapkan serangkaian strategi jitu untuk bertahan dari tekanan. Konglomerasi media adalah jawaban dari segala kondisi yang serba tidak terkontrol tersebut. Konglomerasi yang dimaksud disini meliputi 2 hal. *Pertama*, aksi *merger* yang banyak dilakukan media elektronik, sehingga memungkinkan seorang pemilik media menggaet rekan bisnis yang bergerak di bidang yang sama untuk beroperasi dalam satu bendera perusahaan media, kendati mempunyai stasiun televisi atau radio yang berbeda. *Kedua*, perusahaan media yang mempunyai bermacam-macam jenis usaha media dan membangun anak

perusahaan di berbagai lini seperti yang dilakukan Kelompok Kompas Gramedia (KKG) dan Jawa Pos Group (JP Group). Hal inilah yang kemudian melahirkan kompetisi tidak sehat karena media hanya dikuasai oleh segelintir pihak. Arus informasi yang mengalir kepada khalayak pun seragam karena berasal dari sumber yang kurang lebih sama. Kenyataan ini sama halnya dengan mencederai hak khalayak untuk mendapatkan berbagai macam perspektif dari media. Bukankah kondisi khalayak yang seperti ini nyaris sama dengan kala media berada dibawah kendali pemerintah Orde Baru? Jika tulisan diatas adalah gambaran umum bangunan media dilihat dari kepemilikan dan tren bisnis media. Kini menelusuri bagian dalam-- atau yang sering disebut sebagai *newsroom*--adalah usaha yang tidak kalah penting untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai media Indonesia saat ini.

Aktivitas *newsroom*

Seperti kita ketahui, aktivitas utama media adalah proses rekonstruksi dan interpretasi wartawan serta awak *newsroom* lainnya terhadap sebuah peristiwa. Proses ini kerap memungkinkan terjadinya distorsi terhadap peristiwa yang hendak diberitakan yang kemudian tertuang dalam sebuah produk media. Dalam pandangan paradigma konstruksionis media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan bias, dan pemihakannya (Eriyanto, 2002: 23). Akibatnya, tidak mungkin sebuah media berada dalam posisi netral karena berita adalah hasil konstruksi bukan refleksi dari realitas. Proses konstruksi itu sendiri selalu dipengaruhi berbagai faktor. Faktor internal yang turut andil

dalam mempengaruhi isi media adalah kebijakan redaksional tertentu mengenai suatu peristiwa, kepentingan pengelola media yang bersangkutan dan relasi media dengan kekuatan politik tertentu dimana dia beroperasi. Sedangkan faktor eksternal meliputi tekanan pembaca, sistem politik yang berlaku serta kekuatan-kekuatan lainnya. Dalam kondisi-kondisi khusus faktor-faktor internal dan eksternal tersebut kemungkinan akan bertambah dengan nilai-nilai lokalitas yang mengikuti sebuah peristiwa.

Selanjutnya menurut teori konstruksionis, khususnya tesis yang dikemukakan oleh Peter L. Berger, manusia dan masyarakat adalah produk yang dialektis, dinamis, dan plural secara terus menerus. Masyarakat tidak lain adalah produk manusia, namun secara terus menerus mempunyai aksi kembali terhadap penghasilnya. Akibatnya, manusia adalah hasil dan produk dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara alamiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Sehingga realitas tidak pernah tunggal namun ganda atau plural (Eriyanto, 2002: 14-15). Pengalaman, preferensi, pendidikan, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.

Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa setiap individu dalam sebuah institusi media bisa mempunyai penafsiran yang berbeda atas sebuah realitas. Jika teori ini mengatakan bahwa wartawan bukanlah pelapor melainkan agen konstruksi realitas maka penulis ingin membawa konsep yang lebih luas, bahwa semua awak redaksi terlibat dalam proses konstruksi realitas. Konstruksi terjadi

berkali-kali selama rancangan berita belum menjadi produk yang diterbitkan. Realitas yang dikemukakan pimpinan redaksi bertemu dengan realitas subjektif milik wartawan hasil dari transaksinya dengan fakta di lapangan.

Berita versi wartawan inilah yang kemudian masuk proses *gatekeeping*. Para *gatekeeper* kembali melakukan proses konstruksi untuk menghasilkan berita yang dikemas dalam produk media. Sejauh mana derajat perbedaan berita versi wartawan dengan berita versi *gatekeeper* tergantung pada seberapa besar derajat kesamaan mereka dalam melihat sebuah peristiwa dalam sebuah bingkai tertentu. Dalam proses produksi berita, para wartawan hanya menuliskan berita versi mereka, sedangkan *gatekeeper* mempunyai wewenang untuk menentukan versi akhir berita. Strategi pengemasan berita merupakan gabungan dari elemen kuantitatif dan kualitatif guna membentuk bingkai tertentu yang ingin ditunjukkan oleh media kepada khalayak.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa berita sebagai proses konstruksi media tidak merefleksikan fakta tunggal dan objektif. Berita yang dibaca khalayak adalah hasil dari proses panjang konstruksi yang dilakukan oleh awak media. Dalam menjalani proses produksi berita, institusi media dipengaruhi banyak faktor eksternal. Termasuk dalam hal ini beberapa latar belakang yang dikemukakan dalam bangunan awal media dari segi kepemilikan.

Solusi

Atas beragam persoalan yang menimpa media kita saat ini, ada beberapa solusi internal dan eksternal sebagai usaha untuk mengembalikan media sesuai dengan fungsi yang

seharusnya dijalankan media. Solusi internal lebih mengacu pada perbaikan yang harus dilakukan oleh media itu sendiri. *Pertama*, media seharusnya tidak terlalu dekat menjalin relasi dengan pelaku-pelaku politik. Hal tersebut bertujuan agar produk yang dihasilkan adalah hasil dari interaksi menyeluruh dengan realitas yang ada. *Kedua*, produk media seharusnya mengacu pada standar penulisan jurnalistik. Kendati bias berita terkait dengan interaksi awak media dengan realitas tidak dapat dihindarkan, namun sebuah produk seharusnya mengacu pada standar yang baku. Yakni mengandung aspek 5 W+1 H serta memenuhi aspek *cover both sides*. *Ketiga*, media seharusnya melakukan perbaikan manajemen pengelolaan halaman dalam *newsroom*. Keputusan mengenai isi media seharusnya berdasarkan diskusi dua arah antara *gatekeeper* dengan wartawan. Komunikasi dan pengambilan keputusan yang tidak *top down* ini membuat semua awak redaksi merasa mempunyai tanggungjawab yang sama terhadap isi media.

Kesimpulan

Untuk mendukung perbaikan-perbaikan yang dilakukan media, perlu didukung dengan kondisi-kondisi eksternal. *Pertama*, *mainstream media* perlu diadu kreativitasnya dengan hadirnya *new media* yang ditandai dengan munculnya *citizen journalism*. Adanya *citizen journalism* yang mempunyai karakteristik berbeda dengan media pada umumnya kini menjadi salah satu kekuatan dan pintu baru bagi informasi yang bebas dari pengaruh pemilik modal dan editing dari *gatekeeper*.

Kedua, khalayak harus semakin kritis dalam menelaah isi media.

Gunakan media-media alternatif dan bagikan informasi tersebut kepada orang lain. Mengintensifkan komunikasi interpersonal adalah strategi yang mudah dilakukan dalam kondisi dimana tidak semua orang mau dan bisa mengakses media alternatif.

Ketiga, adanya pola pengaturan tentang konfigurasi modal dan larangan tentang konglomerasi media. Modal dan infrastruktur yang memadai untuk mendirikan usaha media, sedikit banyak berimbas pada tumbuhnya institusi media yang sehat dan saling berkompetisi. Di lain sisi, media yang tidak hanya mengejar keuntungan dari iklan dan penjualan untuk menutup biaya produksi, secara ideologis ikut melindungi awak media. Mereka diharapkan bisa menjadi pekerja yang mempunyai *bargaining position* dan profesionalisme dalam mengemban tugas jurnalistik.

Daftar Pustaka

Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Jogjakarta: LKiS.
UU No.40/1999