

## KOMITMEN WARTAWAN TERHADAP JURNALISTIK PUBLIK

Yenni Yuniati dan Atie Rachmiate\*

### *Abstrak*

*Kondisi industri pers berpengaruh pada aspek isi (content) informasi sebagai produk jurnalistik, juga pada kondisi psikologis para wartawan.*

*Ditinjau dari sebuah sistem, ternyata ada mekanisme dan birokrasi lembaga-lembaga siaran publik. Berdasarkan data empiris, tampak nyata bahwa kompleksitas serta sistem ekonomi dan bisnis di Indonesia masih diwarnai Jakarta centris.*

*Jurnalisme publik diperankan dalam kondisi media massa yang saat ini lebih terfokus dan didominasi oleh kelompok-kelompok yang memiliki kekuasaan atau kekuatan lebih secara politis, ekonomi maupun sosial budaya, tanpa komitmen yang jelas, akan membawa wartawan pada arus industri pers atau hanya melihat informasi sebagai sebuah komoditas yang dijualbelikan tanpa ada tanggung jawab moral yang berlaku di masyarakat kita.*

*Pemahaman jurnalistik publik belum menyeluruh dipahami, dihayati, atau dilaksanakan oleh para wartawan. Pekerjaan wartawan adalah mencari dan melihat apa yang salah dari pemerintah atau masyarakat.*

*Jurnalisme publik memberi kesempatan yang luas kepada masyarakat berdialog dan berdebat tentang segala hal yang mempengaruhi kehidupannya. Media massa memberi kesempatan kepada masyarakat untuk mencari solusinya sendiri. Dengan demikian, berita dalam konsep jurnalisme publik berasal dari bawah (bottom up).*

*Kata Kunci : Industri pers, jurnalisme publik, dan media massa*

---

\* **Yenni Yuniati, Dra., M.Si, dan Dr. Hj. Atie Rachmiate, Dra., MS.,** adalah dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA

## 1 Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah dan Perumusan Masalah

Era reformasi informasi di Indonesia yang ditandai dengan dibubarkannya Departemen Penerangan pada tahun 1998; kemudian disusunnya Undang-Undang Pers nomor 40 tahun 1999; diberlakukannya Undang-Undang Penyiaran nomor 32 tahun 2002; ternyata membawa perubahan yang luar biasa di dunia per-jurnalistikan Indonesia. Saat ini kebebasan untuk menyampaikan pendapat, sikap diekspresikan dengan munculnya berbagai media cetak dan media elektronik khususnya radio (Televisi hanya didirikan oleh pihak pemodal kuat) yang sangat marak di Indonesia, termasuk di Jawa Barat.

Tanpa SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers), semua orang berhak dan mampu mendirikan media massa. Padahal lembaga media massa bukan lembaga komersial yang asalkan memiliki modal dapat didirikan begitu saja. Lembaga Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk pendapat publik, mentransformasi kebudayaan sampai pada merubah perilaku para khalayaknya. Untuk itu, lembaga ini memiliki keunikan yang berbeda dengan lembaga sosial lainnya yaitu harus memiliki visi idealisme, berpegang pada norma dan moral, di samping ‘diikat’ oleh kode etik profesi.

Banyak fakta dan kasus di berbagai tempat di Indonesia, pada era reformasi ini, dianggap sudah “kebablasan” baik ditinjau dari kepemilikan lembaga pers, para pengelola atau pimpinan redaksi, dan wartawannya atau dari segi *content* (isi) maupun dari segi penyajiannya.

Sebagai kasus, adanya monopoli pemilikan media. Marwah.D. Ibrahim (1994) mengemukakan media komunikasi Indonesia diwarnai berbagai *ketimpangan*. Masih ada istilah pers lemah dan pers kuat, pers maju dan pers berkembang, pers pusat dan pers daerah. Data PPPI 1989-1990 mencatat bahwa 77,1% anggaran iklan diserap oleh surat kabar yang kuat, maju dan berskala nasional dan sisanya 22,9 % diserap oleh surat kabar lainnya. Demikian pula dengan majalah 87,2% oleh ibu kota dan sisanya 12,8% majalah daerah. Saat ini banyak penerbitan yang sudah mapan, memperbesar ekspansi perusahaannya dengan menerbitkan media massa lainnya. Sebagai kasus Surat Kabar Kompas memiliki sejumlah ‘anak penerbitan’, percetakan, toko buku, stasiun radio, stasiun televisi, dan lain-lain sehingga menjadi sebuah group bisnis raksasa (konglomerasi). Kondisi industri pers ini, berpengaruh pada aspek isi (*content*) informasi sebagai produk jurnalistik, juga pada kondisi psikologis para wartawannya. Menurut

Astuti (Harian Pikiran Rakyat, Pebruari 2004) banyak media cetak yang meliput peristiwa-peristiwa politik dengan cara “*Horse Riding Tracking*”, artinya hanya menyajikan siapa yang menang dan siapa yang kalah yang dianggap menarik oleh pembacanya; namun di dalamnya tidak menyajikan pendidikan politik atau membawa pembaca ke arah pemahaman dan pencerahan tentang pemilu.

Selanjutnya ditinjau dari sebuah sistem, ternyata ada sentralisme dan birokrasi lembaga-lembaga siaran publik. Berdasarkan data empiris, tampak nyata bahwa sistem komunikasi politik serta sistem ekonomi dan bisnis di Indonesia masih diwarnai “Jakarta centris”. Data empiris menunjukkan dari 700 penerbitan dengan oplag sekitar 15 juta, 71,10% terbit di Jakarta. Demikian pula dari 4.457 wartawan, 1.079 bertugas di Jakarta (Atmakusumah, 2000). Berdasarkan kondisi fisik tersebut, jelas nampak bahwa komunikasi di Indonesia terkesan “urban bias”, yaitu informasi yang nampak melalui media massa didominasi oleh kalangan elit, kaum profesional, birokrat, serta memperlihatkan kegemerlapan kota dan *glamour*-nya para selebritis.

Jurnalisme publik sebetulnya diperlukan dalam kondisi media massa yang saat ini lebih terfokus dan didominasi oleh kelompok-kelompok yang memiliki kekuasaan atau kekuatan baik secara politik, ekonomi, maupun sosial budaya. Untuk itu sejauhmana komitmen para wartawan terhadap jurnalisme publik? Oleh karena tanpa komitmen yang jelas, akan membawa wartawan pada arus industri pers atau hanya melihat informasi sebagai sebuah komoditas yang diperjualbelikan tanpa ada tanggungjawab moral yang berlaku di masyarakat kita.

Pemahaman jurnalime publik belum menyeluruh dipahami, dihayati, atau dilaksanakan oleh para wartawan. Menurut Red Batario seorang Philipina yang menjabat sebagai Presiden Direktur Eksekutif Pusat Jurnalisme Komunitas dan Pembangunan menyatakan bahwa : “Jurnalisme baru memperkenalkan pendekatan baru untuk mengatur agenda pemberitaan dan bagaimana meliput pemberitaan. Caranya, memberi prioritas utama untuk diskusi publik tentang berbagai topik, serta mendorong masyarakat menemukan solusinya” (Kompas, Oktober 2002).

Pekerjaan wartawan adalah mencari dan melihat apa yang salah dari pemerintah atau masyarakat. Namun, apakah ada solusi yang ditawarkan dari pekerjaan wartawan? Apakah masyarakat benar-benar dilibatkan dalam

pencarian solusi tersebut? Apakah masyarakat hanya menjadi pembaca, pendengar, atau pemirsa yang pasif ?

Inilah beberapa kelemahan jurnalisisme yang berkembang. Wartawan sering terjebak pada *good news bad news syndrome*. Berita cenderung bersifat dari atas ke bawah (*top down*) dengan mengutip berbagai pernyataan pejabat pemerintah atau politisi. Jadi, *agenda setting* hanya dipikirkan oleh orang-orang kuat. Tidak ada ruang yang cukup bagi masyarakat menjadi narasumber dan menyusun agendanya sendiri. Masyarakat tidak diberi kesempatan untuk mencari solusinya sendiri, tetapi solusi diberikan oleh aktor lain seperti pemerintah atau swasta. Wartawan seperti terpisah dari komunitasnya. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya bahwa wartawan sebagai profesi memiliki hak dan kewajiban yang dilindungi oleh Undang-Undang dan asosiasi profesi. Selain itu mereka sebagai warga negara tentu memiliki komitmen (Kesatuan janji; kesepakatan bersama) bahwa mereka ingin membela negara dan kepentingan publik. Untuk itu timbul pertanyaan, apakah mereka memahami status dan kedudukan profesinya sebagai suatu kekuatan yang akan mempertahankan eksistensi pemerintah atau publik ? Bagaimana kesepakatan mereka dengan lembaga pers dan dirinya ketika mulai menggeluti profesi kewartawanan ? Apakah mereka dan lembaga pers tempat bekerja memiliki komitmen untuk membela kepentingan publik ? Publik mana yang dibela ketika dihadapkan pada sebuah konflik antar publik? Dari berbagai pertanyaan tersebut juga berdasarkan uraian di atas timbul permasalahan : Sejuahmana Komitmen Wartawan (Surat Kabar dan radio) terhadap jurnalisisme Publik ?

## 1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka berikut ini diuraikan perinciannya dalam identifikasi masalah.

- 1) Sejuahmana pemahaman para wartawan tentang jurnalisisme publik ?
- 2) Bagaimana pemahaman wartawan terhadap peraturan dan ketentuan yang mengatur tentang hak dan kewajiban profesinya ?
- 3) Bagaimana kesepakatan wartawan dalam melibatkan masyarakat ketika dalam memproses hasil karya jurnalistiknya ?
- 4) Faktor-faktor apakah yang melatarbelakangi seorang wartawan memiliki kesepakatan terhadap jurnalisisme publik ?

### 1.3 Tujuan & Kegunaan Penelitian

Secara garis besar kegunaan penelitian ini adalah menghasilkan data kualitatif tentang pemahaman dan kesepakatan wartawan terhadap kepentingan publik yang dijadikan acuan/pedoman dalam menghasilkan karya jurnalistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk :

- 1) Memperoleh data dan informasi tentang pemahaman para wartawan tentang jurnalisme publik.
- 2) Menghasilkan kajian tentang pemahaman wartawan terhadap peraturan dan ketentuan yang mengatur tentang hak dan kewajiban profesinya.
- 3) Memperoleh data dan informasi tentang kesepakatan wartawan dalam melibatkan masyarakat ketika dalam memproses hasil karya jurnalistiknya.
- 4) Menghasilkan kajian tentang faktor-faktor yang melatarbelakangi seorang wartawan memiliki kesepakatan terhadap jurnalisme publik.

Kegunaan penelitian ini diharapkan mencakup 2 (dua) aspek penting yaitu dari segi tataran akademik dan dari segi praktis. Secara akademik, kajian jurnalistik publik merupakan suatu gagasan pemikiran atau teori yang relatif baru, sehingga hasil penelitian ini untuk memperkaya khasanah bidang ilmu jurnalistik. Adapun secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pihak redaksional maupun publik terkait tentang komitmen wartawan terhadap jurnalisme publik; sehingga dapat mengaplikasikan dalam berbagai kebijakannya untuk mencapai fungsi edukasi dari media massa.

### 1.4 Kerangka Pemikiran

Dengan konsep jurnalisme publiknya, Red Batario (2002), sesungguhnya tidak mengubah konsep tradisional jurnalistik yang harus mengedepankan obyektivitas, keseimbangan, *fairness*, dan akurasi. Hanya perlu ditambahkan perspektif baru dalam jurnalisme yaitu *humanizing*. Pelibatan masyarakat dalam melihat suatu masalah. Dalam jurnalisme publik, masyarakat lebih proaktif dan terlibat dalam proses pengumpulan, pengolahan dan penyajian informasi. Di sini peran media massa juga melaksanakan kegiatan sebagai katalisator atau melakukan percepatan-percepatan di bidang pembangunan.

Jurnalisme publik memberi kesempatan yang luas kepada masyarakat untuk berdialog dan berdebat tentang segala hal yang mempengaruhi kehidupannya. Media massa memberi kesempatan kepada masyarakat untuk mencari solusinya sendiri. Dengan demikian, berita dalam konsep jurnalisme publik berasal dari bawah (*bottom up*).

Sekitar ilustrasi, apabila media massa mengupas tentang korupsi, ia tidak berhenti hanya dengan menulis berita tersebut. Media massa harus tetap memberi kesempatan kepada masyarakat untuk melanjutkan debat tentang korupsi tersebut, hingga tercapai solusi. Jadi selain menulis cerita itu juga memberikan ruang yang cukup agar masyarakat mengerti apa yang terjadi. Artinya jika disebarluaskan berita korupsi, tetapi tidak terjadi perubahan apa-apa, maka perlu kembali ke awal lagi.

Sebagai ilustrasi lain. Ada satu kelurahan yang punya masalah penyediaan air, tetapi ada kelurahan lain yang punya pengalaman menyelesaikan masalah kekurangan air tersebut. Dalam konsep jurnalisme publik, kedua cerita itu harus ditulis sekaligus untuk memberikan perspektif yang lebih baik. Dengan demikian, media massa membuka debat publik bahwa ada masalah di suatu kelurahan tetapi ada solusi di kelurahan lain. Masyarakat akan bertanya solusi itu berhasil di sana, tetapi di sini tidak. Mengapa? Jika masyarakat sudah bertanya mengapa, mereka akan mulai memutuskan mengapa solusi itu tidak diterapkan di tempat mereka.

Dengan demikian, jurnalisme publik dapat dikembangkan dalam berbagai topik pemberitaan, mulai soal-soal mikro dari kebakaran, kriminalitas, hingga ke soal makro nasional seperti politik. Berdasar pengalaman di Philipina, untuk mendapat dampak yang signifikan dan memaksimalkan sumber daya, diperlukan sinergi diantara media massa misalnya antara surat kabar, radio, dan televisi.

Mengingat begitu pentingnya informasi, maka peran wartawan atau petugas menjadi sangat penting; oleh karena tugas tersebut berkaitan dengan,

1. *News gathering* yaitu : mencari, menggali, atau menghimpun fakta, data, dan informasi.
2. *News processing* : mengolah, menyajikan, mengemas fakta, data, dan informasi tadi menjadi suatu acara atau tulisan yang menarik, penting, dan memenuhi kebutuhan serta kepuasan khalayaknya.

3. *News publishing* : penyebarluasan, pendistribusian, penyebaran informasi sehingga semua segmen khalayak sebagai target dapat memperolehnya dengan cepat dan tepat.

Pengertian jurnalistik menurut Pakar Komunikasi (Prof. Onong) Jurnalistik adalah keterampilan atau kegiatan mengolah bahan berita mulai dari peliputan (pengumpulan) sampai dengan penyusunan yang layak disebarluaskan dan menarik perhatian masyarakat dari peristiwa atau kejadian sehari-hari yang bersifat aktual/baru.

Dari pengertian di atas maka dapat dijelaskan lebih lanjut bahwa jurnalistik bisa digunakan menyiarkan informasi apa saja baik menyebarluaskan kebaikan, tapi mungkin juga kemaksiatan, kejahatan yang biasanya terbungkus dengan rapi dan indah.

Secara umum dan garis besar bahwa fungsi jurnalistik yaitu:

1. untuk menyiarkan informasi
2. untuk mendidik masyarakat
3. untuk mempengaruhi / membimbing
4. untuk menghibur

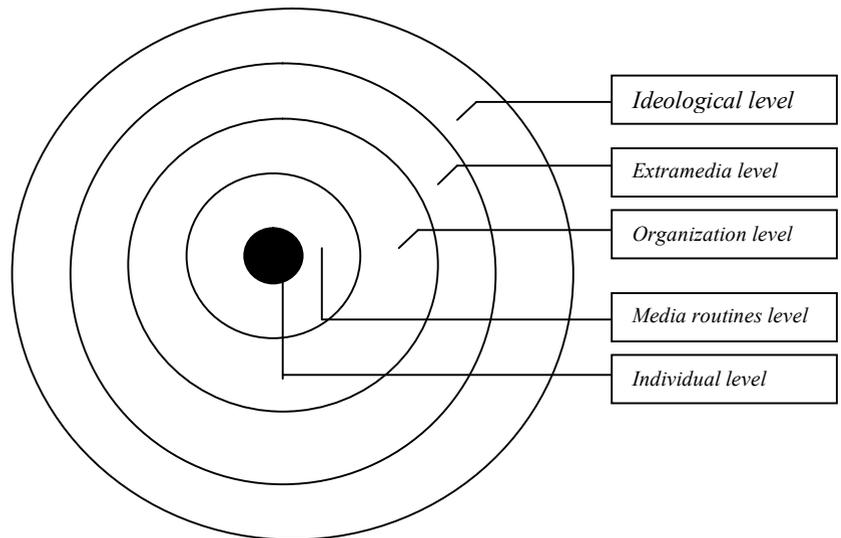
Dari keempat fungsi di atas maka akan terlihat berbagai bentuk dan jenis dari berbagai produk atau karya jurnalistik, misalnya untuk menyiarkan informasi maka bentuk yang dihasilkannya adalah berita untuk mendidik masyarakat bentuk yang dihasilkannya artikel atau petunjuk-petunjuk untuk mempengaruhi; bentuk yang dihasilkannya tajuk rencana, essay, opini; adapun untuk menghibur bentuknya bisa *feature* (kisah berita), film dokumenter dan lain sebagainya. Pada akhir-akhir ini, seringkali fungsi informasi digabungkan dengan fungsi hiburan sehingga muncul yang disebut acara atau program "*Infotainment*".

Kekuatan jurnalistik untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku orang-orang sebetulnya luar biasa, sehingga ada yang menyebutkan bahwa pers sebagai pilar keempat kekuasaan negara setelah badan Eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Ada juga yang menyebut bahwa pers dianggap dapat merubah peradaban / kebudayaan manusia.

Jurnalistik dan pers secara makro dalam sistem sosial merupakan salah satu institusi kemasyarakatan yang turut mewarnai pola kehidupan masyarakat itu sendiri. Secara mikro, ia merupakan lembaga idealis dan sekaligus komersial. Di dalamnya terdapat pengelola yang beragam yang terdiri dari individu-individu yang memiliki perbedaan latar belakang

sosiologis, psikologis, dan antropologis. Keterkaitan antara isi media dengan ideologi lembaga serta pengaruh wartawan terhadap isi media dikaji dengan berpedoman pada “*The Hierarchical Model*” yang digambarkan oleh Shoemaker dan Reese (1991) sebagai berikut :

***Individual Influences on media content in the hierarchical model***



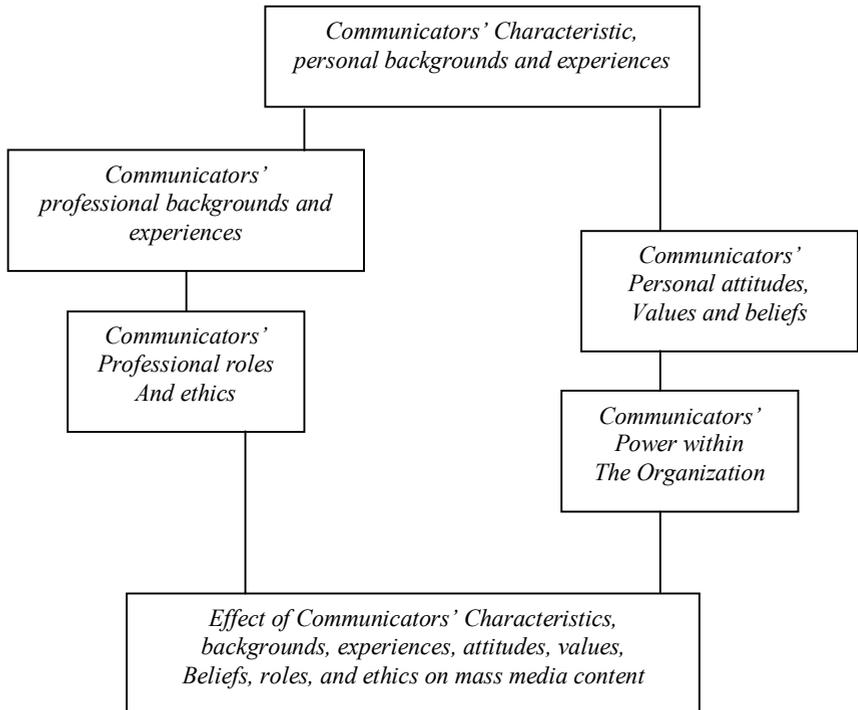
**Sumber : Shoemaker, J.Pamela & Reese, Stephen D. (1991, 54)**

Model ini mengasumsikan bahwa wartawan sebagai individu merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas media dimana ia bekerja, misi dan visi organisasi sampai pada suatu sistem sosial dimana berada. Sehingga terdapat keterkaitan dan saling mempengaruhi antara garis lingkaran luar terhadap seorang individu sebagai insan pers ketika menuangkan hasil karya jurnalistiknya. Di sisi lain terdapat pengaruh media massa yang potensial terhadap pekerjaan di media massa secara intrinsik. Pertama, latar belakang pendidikan jurnalis mempengaruhi cara menyatakan pokok-pokok pikiran dalam hasil karya jurnalistiknya. Kedua, sikap, nilai-nilai dan kepercayaan yang dimiliki jurnalis merupakan hasil dari

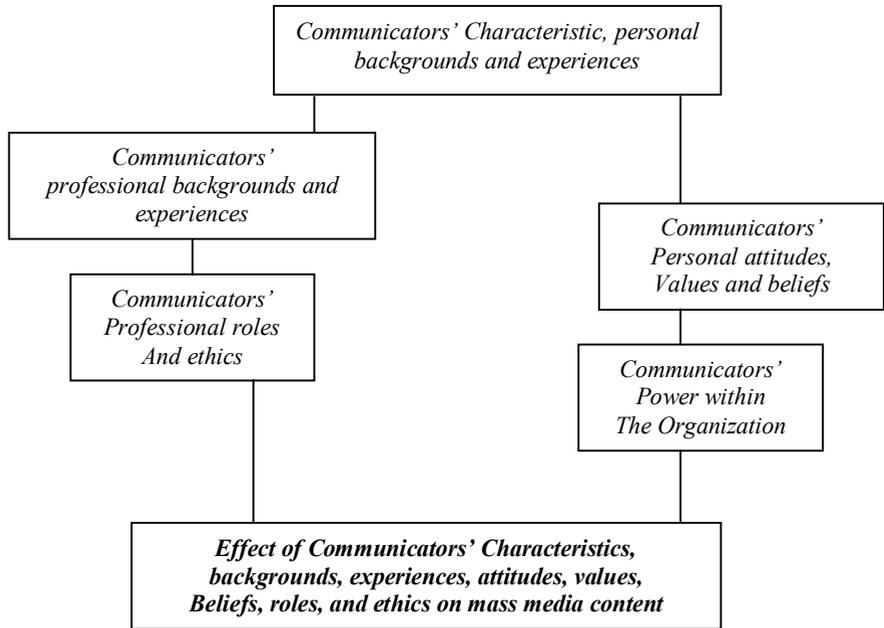
serangkaian pengalaman profesional sebelumnya; yang juga turut berpengaruh pada aktivitas selanjutnya.

Selanjutnya, bagaimana gambaran komitmen wartawan terhadap jurnalisme publik, dikemukakan dalam sebuah model penelitian yang mengadopsi dari model Shoemaker & Reese, (1991). Suatu komitmen lahir dipengaruhi oleh faktor-faktor latar belakang dan pengalaman jurnalis, latar belakang profesi, peranan dan kedudukan profesi di masyarakat dan etika yang dimiliki (kode etik). Di sisi lain, jurnalis sebagai individu yang memiliki nilai, norma dan kepercayaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi komitmen-komitmen profesional. Berikut merupakan model secara teoritis yang digunakan sebagai kerangka penelitian.

***How Factors Intrinsic to the communicator may influence media content***



**Model Kerangka Penelitian**  
**Faktor-faktor intrinsik (internal) yang melatarbelakangi komitmen wartawan terhadap “Jurnalisme Publik”**



**2 Tinjauan Teoritis**

**2.1 Kedudukan, Fungsi Komunikasi Massa dan Jurnalistik dalam Masyarakat**

Komunikasi massa yang berkembang dalam masyarakat saat ini, terutama yang telah tersentuh teknologi komunikasi, merupakan sebuah institusi penting yang tidak dapat ditinggalkan lagi; termasuk sebagai agen sosialisasi informasi dari berbagai nilai, norma, sikap, sampai pada perilaku masyarakat.

Untuk itu asumsi dari Mc Quail memperkuat posisi atau kedudukan media massa yang semula sebagai media sosialisasi sekunder; maka di era

informasi ini justru menjadi media sosialisasi primer. Hal ini ditopang oleh dalil-dalil sebagai berikut :

1. Media massa merupakan sumber kekuatan-alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
2. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi dengan masyarakat, di lain pihak institusi media diatur oleh masyarakat.
3. Media merupakan lokasi (atau forum) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat baik yang bertaraf nasional maupun internasional
4. Media seringkali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata-cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif; media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (Mc Quail, 1991 : 3).

Berdasarkan dalil yang dikemukakan tadi, kekuatan media massa dalam sebuah masyarakat dapat maksimal manakala digunakan sebagai alat bagi unsur kekuatan lain. Selain, media juga merupakan saluran yang dimanfaatkan untuk mengendalikan arah dan memberikan dorongan terhadap perubahan sosial. Dalam dunia industri, seringkali trend atau kecenderungan-kecenderungan yang akan berkembang di masyarakat, baik industri manufaktur, jasa, *entertainment*, dan lain-lain dapat “dibaca” dari informasi yang disampaikan melalui media massa. Termasuk untuk mengambil beberapa keputusan dalam berbagai organisasi baik swasta maupun pemerintah.

Pers sebagai sarana produk jurnalistik disalurkan memiliki kemampuan untuk:

1. **Dapat Memperluas Cakrawala**  
Media komunikasi karena kekuatannya, mampu membuat seseorang melihat dan mengetahui hal-hal yang belum pernah dikunjungi atau mengenal orang-orang yang belum pernah ditemuinya, sehingga suatu komunitas dapat memperoleh pandangan baru dalam hidupnya. Dengan demikian media mampu memperdekat jarak yang jauh, mempererat hal-hal yang kabur, menjembatani antara masyarakat yang tradisional ke arah masyarakat modern.
2. **Dapat Memusatkan Perhatian**  
Pada masyarakat tradisional yang bergerak menuju ke arah modernisasi, sudah mulai menggantungkan pengetahuannya melalui media komunikasi. Agenda peristiwa dan topik yang disajikan media banyak ditentukan oleh tingkat pengetahuan serta yang menjadi pokok pembicaraan masyarakat. Melalui media seorang tokoh masyarakat akan mampu menyebarluaskan gagasan-gagasannya, sehingga masyarakat akan memikirkan dan mendiskusikan gagasan tersebut.
3. **Mampu Menumbuhkan Aspirasi**  
Penelitian Daniel Lerner tentang fungsi radio di Kairo ternyata “melalui aspirasi pribadi yang ditumbuhkan, hampir seluruh idea dapat diwujudkan karena didukung oleh masyarakat”. Jadi, jika seseorang berbicara tentang hal-hal baru yang disampaikan media, maka akan menumbuhkan aspirasi masyarakat, mulai dari selera baju sampai pada aspirasi kemajuan bangsa dan kesejahteraannya. Oleh karena itu, jika masyarakat itu sendiri belum siap menerima konsekuensi, media hanya akan melahirkan tuntutan-tuntutan baru. Untuk itu suatu kebijaksanaan baru akan menuntut persesuaian antara apa yang diinginkan masyarakat dengan apa yang akan mereka peroleh.
4. **Mampu Menciptakan Suasana Membangun**  
Peranan media menyebarluaskan informasi pada masyarakat negara sedang berkembang, ia dapat memperluas cakrawala pemikiran serta membangun empati; memusatkan perhatian pada persoalan-persoalan serta tujuan-tujuan pembangunan; menumbuhkan aspirasi pribadi serta bangsa, semua ini dapat dilaksanakan sendiri oleh media.
5. **Mampu Mengembangkan Dialog tentang Hal-hal yang Berhubungan dengan Masalah-masalah Politik**  
Di desa, masyarakat yang berminat dalam persoalan politik lokal, mudah sekali mendiskusikannya secara tatap muka, karena tempat tinggal

mereka saling berdekatan satu sama lain. Pada suatu negara yang sedang membangun adalah sangat mutlak untuk meluaskan arena diskusi politik. Masyarakat biasa juga membutuhkan pengetahuan tentang politik nasional, sehingga mereka mampu membentuk pendapatnya dan pada saat yang tepat bertindak sesuai dengan pendapat mereka.

6. Mampu Mengenalkan Norma-norma Sosial  
Bagi masyarakat modern sebagian tugas-tugas penerangan umum dilaksanakan oleh lembaga media. Mereka akan memberi tahu hal-hal yang serius yang harus diketahui masyarakat. Apabila norma-norma sosial tidak diketahui umum, maka tugas media adalah memperluas dan mengenalkan norma-norma baru tersebut. Oleh karena itu sangat mungkin untuk menumbuhkan norma-norma yang berhubungan dengan perilaku tertentu yang akan dibentuk, seperti menentang kemalasan, KKN (Korupsi, Korupsi, Nepotisme), atau membangun etos kerja.
7. Mampu Menumbuhkan Selera  
Dalam keterbatasannya, masyarakat belajar menyukai apa yang mereka lihat dan mereka dengar, terutama yang menyangkut seni dan musik melalui media. Pada negara-negara maju, popularitas lagu pada umumnya ditentukan oleh seberapa jauh media menyebarkan hal tersebut kepada masyarakat. Kekuatan utama media terletak pada kemampuan untuk mempercepat proses keintiman antara pelaku dalam media dengan masyarakat, sehingga berpengaruh dalam pembentukan selera. Negara sedang berkembang dapat memanfaatkan peranan media untuk membina rasa (*sense*) kebangsaan melalui acara kesenian nasional.
8. Mampu Merubah Sikap yang Lemah Menjadi Sikap yang Lebih Kuat  
Peranan media dalam membangun sosial ekonomi banyak dibantu oleh pengaruh pemuka masyarakat serta dukungan norma-norma kelompok. Jadi apabila sikap tersebut menjadi sikap yang kuat, hanya bila dibantu oleh pengaruh pribadi para pemuka masyarakat.
9. Sebagai Pendidik (Eduard Depari dan Dr. Colin MacAndrews, 1982 : 47-52)  
Media yang dapat digunakan untuk menyiarkan produk jurnalistik saat ini lebih beraneka ragam. Kita kenal ada jurnalistik media cetak dalam bentuk surat kabar, tabloid, majalah, buletin, dan lain-lain. Media Elektronik seperti : jurnalistik radio, jurnalistik televisi, atau melalui media baru/internet seperti media *online* dan lain-lain. Masing-masing media jurnalistik ini walaupun ada kesamaannya dalam hal penggandaan

informasi secara cepat dengan penyebaran meluas, namun antara media cetak dan media elektronik ada perbedaan, seperti media surat kabar atau majalah lebih mudah didokumentasikan sehingga kekuatannya ada pada kata-kata yang tercetak. Sedangkan untuk radio dan televisi kekuatannya ada pada suara (radio) atau gambar dan suara (televisi), walaupun tidak mudah untuk disimpan.

Selanjutnya, kedudukan media massa termasuk media baru seperti internet; bagi masyarakat yang sedang menuju era informasi merupakan faktor yang dominan mempengaruhi individu dan anggota sebuah masyarakat.

## **2.2 Konsep-konsep Komunikasi Massa dan Jurnalisme di Era Informasi**

Melalui penemuan alat-alat baru (*hardware*) memungkinkan media massa digunakan sebagai saluran komunikasi pribadi dan sebaliknya. Untuk itu Mc.Quail (1991) mengemukakan ciri-ciri utama komunikasi massa adalah sebagai berikut :

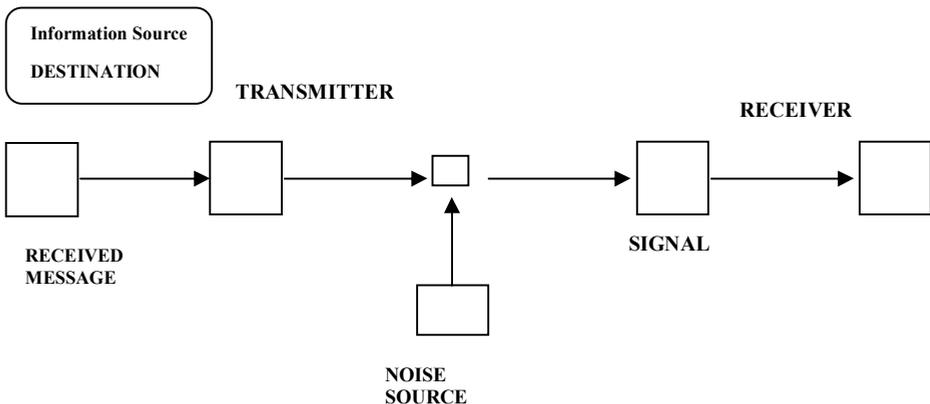
- Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal, dan “sang pengirim”-nya seringkali merupakan komunikator profesional.
- Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan, untuk itu pesan seringkali diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak.
- Pesan juga merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mengandung nilai “kegunaan”. Selain pesan diperjualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.
- Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali interaktif.
- Hubungan juga bersifat impersonal, bahkan mungkin sekali bersifat non-moral dan kalkulatif, dalam arti pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu.
- Terdapat jarak sosial yang berkaitan dengan hubungan yang tidak simetris (asimetris); oleh karena walaupun pengirim memang tidak memiliki kekuasaan formal terhadap penerima; namun ia biasanya memiliki lebih banyak sumber daya, prestise, keahlian, dan otoritas.

- Penerima merupakan bagian khalayak yang luas; dan biasanya memberi reaksi secara bersamaan dengan orang lain, menurut pola perilaku tertentu.
- Komunikasi massa dapat menciptakan pengaruh yang luas dalam waktu singkat dan dapat menimbulkan respons seketika. (1999 : 33-34).

Berdasarkan uraian di atas, ternyata terdapat perbedaan yang nyata antara komunikasi menggunakan media massa dengan komunikasi menggunakan media non massa. Perbedaan tersebut meliputi karakteristik semua komponen komunikasi; mulai dari komunikator atau nara sumber yang bersifat "*institutionalized person*" artinya individu yang tampil sudah mengatasnamakan sebuah lembaga atau organisasi; bukan dia sebagai pribadi. Kemudian dari segi pesan yang bersifat massal, serentak, terbuka; serta tidak dapat "ditarik" kembali; walaupun ada hak jawab, ralat dan sejenisnya. Di sisi lain *feedback* atau respons serta reaksi dari si penerima umumnya tidak spontan; perlu proses ruang maupun waktu; sehingga masuk kategori "*delayed feedback*" (umpan balik yang tertunda).

### 2.3 Proses dan Unsur-unsur Media Massa

Pada komunikasi massa komponen pertama adalah komunikator dan sumber informasi, kedua adalah pesan, ketiga adalah saluran dan media, keempat efek dan dampak serta kelima adanya *feedback* atau umpan balik. Secara jelas melalui pendekatan sistem mekanistik dikemukakan oleh Severin & Tankard seperti model berikut.



Sumber : Shannon and Weaver (1949) dalam Severin & Tankard (1979)

Proses komunikasi massa dimulai dengan pemilihan sumber-sumber informasi oleh komunikator yaitu personalia yang bekerja disuatu lembaga media massa, baik itu sebagai pengumpul, pengolah maupun penyaji informasi atau pesan. Mereka dapat dikategorikan sebagai profesi-profesi, wartawan, penyiar, pembaca berita, produser film, aktris dan aktor, *makeup man* dan lain sebagainya. Sebagai individu yang bekerja disebuah lembaga, mereka diikat oleh berbagai ketentuan, visi dan misi lembaga, untuk itu mereka disebut "*Institusionalized Person*". Oleh karena ketika mereka menyajikan informasi mengatasnamakan lembaga, bukan secara pribadi.

Selanjutnya pesan (*message*) dapat berbentuk kata-kata secara lisan dan tulisan, musik, gambar, notasi matematika, simbol yang logis, gerakan tubuh, ekspresi wajah atau segala bentuk informasi lainnya yang dapat dimengerti. Pesan ditransmisikan atau dikirim setelah mengubah bentuk menjadi sinyal-sinyal yang memungkinkan secara mekanik dapat dikirim melalui saluran yang sesuai, seperti pada media cetak, informasi harus diubah dahulu dari naskah tulisan ke dalam film yang dapat dicetak dan diperbanyak.

Demikian pula pada media elektronik, pesan audio dan visual diubah menjadi sinyal elektromagnetik untuk bisa dipancarluaskan. Fungsi transmisi untuk meng-*encode* ketika pesan dikirimkan, yaitu 'menterjemahkan' ke dalam bentuk dan saluran yang bisa diterima atau dipahami si penerima. Sedangkan penerima harus men-*decode* terlebih dahulu pesan yang diterimanya, yaitu 'menterjemahkan' atau memiliki pesawat penerima pesan untuk bisa memahaminya. *Destination* atau khalayak sasaran adalah seseorang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan, seperti pembaca, pendengar, atau penonton.

Komponen komunikasi massa selanjutnya adalah *feedback* atau umpan balik dan efek. *Feed back* merupakan respons atau reaksi penerima yang kembali kepada komunikator atau sumber; ketika proses komunikasi massa berlangsung dan belum selesai.

Sedangkan efek atau dampak merupakan akibat yang timbul pada penerima atau khalayak sasaran setelah proses komunikasi massa selesai berlangsung. Selama komunikasi berlangsung, dapat terjadi *Noise* (gangguan) yaitu sesuatu penyimpangan/distorsi yang tidak diharapkan oleh sumber informasi. *Noise* ini dapat dilihat dalam berbagai bentuk. Seperti gangguan teknis, *human error*, gangguan cuaca, kerusakan mekanik, atau

aspek lain yang menyebabkan tidak dapat diterimanya pesan/informasi sebagaimana mestinya.

## 2.4 Fungsi, Peran Media Komunikasi Massa.

Perspektif sosiologi tentang fungsi media massa disampaikan oleh Lasswell (1999) dan Wright (1960) dalam Hanson & Maxcy (1996); Straubhaar & Larose (1999) dengan sumbuinya bahwa : “*The media served the function of surveillance, Correlation, enttainment, and cultural transmission (or socialization) for society as a whole, as well as for individual and subgroups within society*”.

Pandangan lain dari Merton (1996) bahwa peran media massa di dalam sebuah masyarakat tidak terlalu nampak (*latent minifest*) namun juga tersembunyi (*latent consequences*). Selain itu, konsekuensi positif media massa disebut fungsional, sedangkan konsekuensi negatif disebut disfungsional. Konsekuensi ini dapat dijabarkan berdasarkan pandangan media bahwa : pertama, mereka bertujuan untuk menginformasikan atau menyampaikan keingintahuan publik (*right to know*) tentang segala aspek di lingkungannya. Kedua, bertujuan untuk menafsirkan dan membimbing (*guidance*) atas kejadian di sekeliling pembaca/penonton. Ketiga, mendidik dalam arti memberikan wawasan atau pencerahan (*enlightment*) secara informal pada masyarakat, dan keempat berfungsi untuk menghibur (*entertaint*) bagi khalayaknya. Keempat tujuan yang dikemukakan ini merupakan fungsi positif bagi masyarakat. Namun disisi lain terdapat aspek-aspek disfungsional yang disengaja atau tidak disengaja, diprediksi atau tidak, melekat dalam fungsi media tersebut. Sebagai kasus disfungsional ini diantaranya, sikap konsumtif khalayak, sikap permisif, tumbuhnya budaya massa dan lain sebagainya.

Karakteristik secara fisik (*hardware*) dan masing-masing media komunikasi tersebut berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Sehingga Straubhaar & Larose (1999) mengemukakan bahwa pada prinsip media massa saat ini berkonvergensi, dalam arti masing-masing kekuatan media digunakan untuk menutupi kelemahan media lainnya. Seperti halnya pada surat kabar mengulas acara televisi lengkap dengan *backgroundnya*, televisi memuat *headline* surat kabar hari itu atau industri film melengkapi pemasarannya dengan televisi, radio, kaset rekaman, VCD, komik, dan lain-lain media. Sehingga diantara media tersebut membentuk konglomerat media.

## 2.5 Journalism Sebagai Suatu Sistem Kemasyarakatan

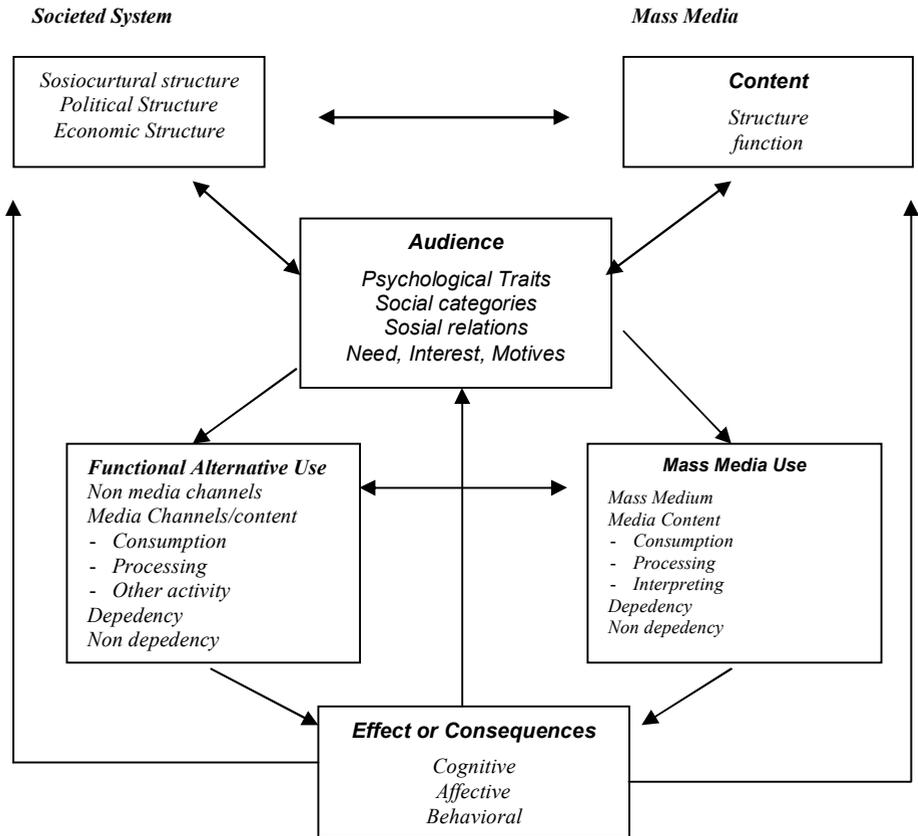
Mc Quail (1991) menggambarkan terdapat pola bentuk hubungan antara media komunikasi dengan masyarakat sebagai khalayaknya. Posisi Lembaga Media Komunitas baik cetak maupun elektronik sebagai lembaga yang akan berfungsi dapat melayani informasi bagi masyarakat, akan tepat jika hubungannya digambarkan sebagai berikut dalam bentuk :

Pertama, “*THE SERVICE MODE*” atau pelayanan yaitu kedua belah pihak ( Media dan masyarakat) diikat oleh kepentingan bersama dalam satu situasi tertentu (penawaran dan permintaan jasa simbolik). Kedua dalam bentuk “*THE ASSOCIATIONAL MODE*” atau bentuk asosiasi. Bentuk ini memiliki ikatan normatif atau nilai-nilai yang disepakati bersama, yang mendekatkan kelompok atau publik tertentu terhadap suatu sumber media tertentu pula. Ciri lain bentuk ini, adanya kedekatan dan perhatian penerima yang bersifat sukarela dan memuaskan. Bentuk ini melayani kebutuhan para penerima bukannya pengirim (atau keduanya secara seimbang). Hubungan antara penerima dan pengirim mengarah pada kepentingan yang timbal balik (Mc Quail, 1991 : 35).

Asumsi yang pokok pada penelitian ini memandang bahwa khalayak adalah aktif mencari, memilih, mengolah, dan menafsirkan informasi sehingga memang diharapkan hubungan media dan khalayaknya berbentuk pelayanan dan asosiasi. Pendapat ini didukung Baran dan Davis (1999) bahwa : *‘People put specific media and specific media content to specific use in the hope of having some specific need or set of needs gratified’*.

Model interaksi antara media dalam masyarakat dengan faktor-faktor yang mempengaruhi khalayak menggunakan media digambarkan oleh Alan Rubin dan Sven Windahl dalam “*uses and Dependency model*” (1999 : 242). Asumsinya bahwa sistem sosial termasuk sistem ekonomi dan politik saling mempengaruhi dengan sistem media massa. Artinya, isi media baik secara struktur maupun fungsinya akan berorientasi pada sistem sosial yang ada; dapat dikatakan bahwa isi media merupakan cerminan realitas yang ada di masyarakat. Asumsi kedua, isi media dan sistem kemasyarakatan yang ada, berpengaruh pada individu sebagai mahluk sosial yang memiliki karakteristik psikologis. Melalui aktivitas sosialisasi media massa, yang ditentukan oleh penggunaannya oleh individu, akan terbentuk efek secara sosial dan psikologis pada individu. Berikut fenomena komunikasi tersebut digambarkan dalam sebuah model.

### Use And Dependency Model



Sumber : Baran & Davis (1999 : 242)

## 2.6 Jurnalistik Publik (*Public/ Civic Journalism*)

Rosen dalam Yoon & Park (2001) mengemukakan gagasannya tentang jurnalistik publik sebagai berikut : “jurnalistik publik adalah suatu model peliputan berita yang bertujuan sesuai dengan misi negara yakni mendorong kehidupan publik/warga negaranya menuju kesejahteraan dan mencari konsensus untuk memecahkan permasalahan di masyarakat” (2001 : 341). Tujuan utama kegiatan jurnalistik ini adalah untuk mencari aspek-aspek yang selama ini terlupakan atau tersingkirkan di dunia pers orang Amerika. Sebetulnya tradisi ini di Indonesia sudah lama dikenal dengan nama “jurnalistik pembangunan”; oleh karena pada kegiatan jurnalistik ini menekankan pertumbuhan motivasi dari khalayak penerimanya untuk memperbaiki, memajukan atau mensejahterakan kehidupan mereka, baik di bidang ekonomi, politik, hukum, kesehatan, dan bidang lainnya.

Pandangan pers Amerika, *civic journalism* ini dianggap menghilangkan objektivitas pemberitaan. Namun Rosen menyangkalnya dengan beranggapan bahwa, “tidak ada seorangpun di dunia ini yang benar-benar bisa obyektif”. Setelah itu dikemukakannya pula, “bukan sesuatu yang dibesar-besarkan bahwa tempat berlindung yang paling utama bagi wartawan tentang objektivitas adalah epistemologi”. Dari sudut pandang jurnalistik publik, objektivitas dapat mengikis keterlibatan warga negara dalam isu-isu publik yang penting. Artinya, laporan obyektif berusaha mempertahankan keakuratan dan agar berita tidak bias; namun hal ini tidak cukup bagi publik yang menggunakan informasi dan menginginkan penafsiran/pemaknaan sebuah peristiwa. Jadi informasi harus diciptakan untuk menggiring publik ke arah demokrasi. Tanpa bimbingan publik akan kecewa dan bersikap sinis. Dengan demikian, mendidik orang-orang untuk ikut serta terlibat dalam permasalahan publik, merupakan tujuan dari jurnalistik publik ini.

Selanjutnya hasil penelitian tentang “Sikap Jurnalis Korea dan Dosen Jurnalistik terhadap Jurnalistik publik (*Civic Journalism*)” dari Suk Hong Yoon & Jae Yung Park, pada tahun 2001 dengan metode Exploratory Q menemukan 3 tipe jurnalis dan 2 tipe dosen jurnalistik yang dipaparkan di halaman berikut (hal. 99).

*Civic Journalism* adalah suatu model peliputan berita dengan tujuan-tujuan negara untuk mendorong kesejahteraan kehidupan publik, menciptakan hubungan antara penyusunan berita dengan kelebaran/keluasan

komunitas dan mendorong kelompok-kelompok pertimbangan untuk mencari konsensus memecahkan masalah-masalah di masyarakat.

Jurnalis Korea	Dosen Jurnalistik
<p>1. <u>Reformis yang bertanggung jawab</u> Punya sikap negatif terhadap penampilan pers Korea yang mutakhir, disebut sebagai reformasi yang serius dan drastis/terlalu cepat ketika melaporkan peristiwa-peristiwa terkini.</p> <p>2. <u>Fasilitator Partisipasi</u> Sepertinya setuju bahwa para jurnalis berupaya mendesak lebih jauh untuk memperbaiki keadaan sosial dengan melibatkan diri dalam kejadian-kejadian publik.</p> <p>3. <u>Agen Perubahan</u> Tertutup untuk jurnalis publik, mempertanyakan reformasi pers, laporan yang berbasis warga negara dan berperan aktif dalam memecahkan masalah.</p>	<p>1. <u>Tradisionalist</u> Rupanya bertanya tentang pers Korea dalam perannya dalam menyempurnakan jurnalistik tradisional.</p> <p>2. <u>Reformis Aktivis</u> Cenderung untuk percaya dalam keterbatasan, peran jurnalistik tradisional melihat dalam masyarakat Korea kontemporer dan meminta meningkatkan peran aktif para jurnalis.</p>

Jurnal Korea 2001 : 340

Khususnya, *Civic Journalism* disebut sebagai perubahan budaya yang mendasar dalam penyusunan berita/pers. Tujuan utama *Civic Journalism* mencari aspek-aspek kehidupan publik yang “ditinggalkan, dilupakan atau tidak diikutsertakan dalam hiruk pikuk kecerahan *newsroom* orang Amerika. Ini rupanya membuat jurnalist tidak dapat berubah, kecuali mereka membuang tradisi norma-norma jurnalistik, terutama sekali laporan yang objektif.

Rosen mengobservasi secara tepat jenis-jenis respon jurnalis tentang objektivitas (Rosen, 1993 : 49). Pertama, tentu saja tidak seorang pun yang benar-benar bisa objektif, tetapi jurnalis mencoba untuk jujur. Kedua, bukan sesuatu yang dibesar-besarkan untuk mengatakan bahwa tempat berlindung yang paling besar bagi jurnalis tentang objektivitas adalah epistemologi.

Untuk jurnalis publik, objektivitas adalah sangat mendasar dalam mengikis keterlibatan warga dalam isu-isu publik yang penting. Argumennya sebagai berikut :

Selagi laporan objektif berusaha untuk menetapkan keakuratan dan ketidakkiasaan pada berita; maka tidak cukup untuk melayani penafsiran publik dan penggunaan informasi. Jadi informasi harus ditetapkan sebagai suatu cara untuk menciptakan pertimbangan reformasi, tanpa bimbingan, masyarakat jadi kecewa, mengecewakan dan sinis. Dengan membuang objektivitas, jurnalis publik mengerjakan sesuatu dibalik penyusunan berita. Rosen mendefinisikan : Peran *Civic Journalism* sebagai “perbaikan kapasitas dialog publik, menolong orang-orang untuk mencari pemecahan masalah”.

1. *Civic Journalism* menjalankan aktivitas jurnalistik dengan menetapkan sebelumnya tentang efek/akhir tulisan, menjaga kehidupan publik dan demokrasi. Hal ini tidak cukup untuk mendidik orang-orang, untuk itu perlu mengikutsertakan orang-orang dalam informasi harus menjadi tujuan.
2. *Civic Journalism* mencakup realisasi dari partisipasi para jurnalis, tidak hanya sebagai penonton, dalam kehidupan publik siapa pun memperoleh pengaruh yang timbal balik dalam membangun identitas bangsanya.
3. Pada realitas aktivitas jurnalistik, jurnalis dan warga negara memiliki sudut pandang yang berbeda, *Civic Journalism* mengacu pada apa yang dipikirkan oleh khalayak sebagai suatu kumpulan warga negara, bukan hanya sebagai konsumen media. Rosen melihat warga negara merupakan pusat “aktor dan orang yang berdiskusi” dalam kehidupan publik. Notasi atau dugaan ini ketertutupan hubungan antara warga negara dengan konsep komunitarian dimana didasari oleh penciptaan dialog publik untuk memproduksi makna, pemahaman dan hubungan.

Dimaknai pula, membangun komunitas, *Civic Journalism* berbicara tentang promosi dan bersekongkol dengan pertimbangan warga dimana kadang-kadang konsensus. Timbulnya *Civic Journalism* karena banyaknya keluhan dari warga negara, bahwa surat kabar menjadi “konstruksi yang

salah, yang di desain dengan ekstrim oleh politikus yang diabadikan terus menerus oleh wartawan.

Selanjutnya, Model Kerja *Civic Journalism* dikemukakan oleh Yanke Lovich (1991) dan Charity (1995) bahwa ada 3 tahap yaitu :

1. Tahap pertama menumbuhkan hati nurani :
  - a. “Mendengar” merupakan bagian integral dari pekerjaannya
  - b. Bertanya pada orang-orang tentang pemikirannya
  - c. Memantapkan kedudukannya sebagai warga negara
  - d. Mendorong dialog diantara publik
  - e. Mengirim reporter keluar dari komunitasnya
  - f. Menempatkan diri dalam pihak publik
  - g. Menggunakan teknik-teknik tertentu seperti Polling, *Focus Group Correctly*.
2. Tahap kedua merencanakan : *Working Through* (kesiapan kerja)
  - a. Individu harus berhadapan dengan perubahan kebutuhan dalam proses internal yang besar.
  - b. Charity meyakini beberapa tujuan untuk pers, pemilihan artikulasi/penyajian kata atau kemungkinan-kemungkinan solusinya; menyajikan konsekuensi dari suatu pilihan.
  - c. Menjembatani gap komunikasi antara para ahli dengan orang biasa.
  - d. Mengidentifikasi nilai-nilai utama/inti yang membantu pilihan-pilihan publik.
  - e. Mempertimbangkan kemudahan-kemudahan yang ditegaskan sebagai hal yang konstruktif, fokus, personal, pembicaraan atas dasar konsensus dan mempromosikan iklim “sipil” dimana hal itu ditempatkan.
3. Tahap ketiga Yanke Lovinch (1993) : merupakan resolusi sebagai akhir mencapai kesuksesan dari “kesiapan kerja”, tidak hanya sebagai pekerjaan intelektual tapi juga menjadi kemapanan emosional dan moral yang dibuat stabil dan merupakan tanggung jawab atas pilihan seorang jurnalis. Charity menggunakan 3 cara jurnalis untuk menolong orang-orang mencapai “Resolusi” yaitu :
  1. Dengan mendengar konsensus publik
  2. Dengan berlaku sebagai *wacthdog* untuk memastikan antara perilaku *official* dengan warga negara mengacu/berpedoman pada mandat.

3. Dengan mencoba untuk menjaga perhatian masyarakat untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Berdasarkan pemikiran yang diuraikan sebelumnya, terdapat visi dan misi yang sama antara konsep jurnalistik publik dengan tujuan dari media komunitas, bahwa pemberdayaan masyarakat dalam aspek informasi dan komunikasi yang adil, perlu diperjuangkan. Dimana, prioritasnya untuk membangkitkan kesadaran warga komunitas, bahwa mereka memiliki hak atas informasi yang diperoleh maupun dalam menyatakan informasi itu sendiri; sampai pada menghasilkan solusi yang tepat mengatasi permasalahan secara mandiri.

## **2.7 Tujuan Utama Jurnalisme Publik**

Tujuan utama jurnalisme publik adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri.

Media membantu kita mendefinisikan komunitas kita, menciptakan bahasa yang dipakai bersama, dan pengetahuan yang dipahami bersama, yaitu pengetahuan yang berakar pada realitas. Jurnalisme juga membantu warga mengenali tujuan komunitas, atau mengenali para pahlawan, dan para penjahat. Sulit rasanya untuk memisahkan konsep jurnalisme dari konsep penciptaan komunitas, dan selanjutnya penciptaan demokrasi. Sehingga sebuah kelompok yang ingin menindas kebebasan harus menindas pers terlebih dahulu. Menariknya, untuk menindas kebebasan mereka tak perlu menindas kapitalisme. Pada situasi terbaiknya, seperti yang akan kami perlihatkan, jurnalisme mencerminkan sebuah pemahaman halus tentang bagaimana warga berperilaku, pemahaman yang kami sebut Teori Keterkaitan Publik.

“Tujuan utama jurnalisme adalah menyampaikan kebenaran sehingga orang-orang akan mempunyai informasi yang mereka butuhkan untuk berdaulat”. Kata-kata ini datang dari Jack Fuller, penulis, novelis, pengacara, dan presiden Tribune Publishing Company yang menerbitkan harian Chicago Tribunes.

Para juru warta ini menyodorkan fungsi demokrasi dengan angka mendekati dua banding satu ketimbang jawaban-jawaban lain. “para profesional di bidang pemberitaan pada setiap jenjang ...menyatakan mereka setia berpegang teguh pada seperangkat standar yang kurang lebih setara dan

terkait dengan misi informasi publik”. Tujuannya “untuk melayani kesejahteraan umum dengan menginformasikan berita kepada orang-orang”.

Misi demokratis ini bukan hanya gagasan modern. Konsep penciptaan keadulatan telah bergema dari setiap pernyataan dan argumen hebat tentang pers selama berabad-abad. Bukan hanya dari wartawan, tapi juga dari kaum revolusioner yang berjuang untuk demokrasi, baik di Amerika maupun di setiap sudut tempat demokrasi tumbuh.

Makin demokratis sebuah masyarakat, makin banyak berita dan informasi yang didapatkan. Wartawan menjadi “pemimpin diskusi,” atau “mediator” daripada menjadi guru atau pengajar semata. Audiens tidak hanya menjadi konsumen, melainkan “pro-sumen”, sebuah peranakan dari konsumen dan produsen (Seeley Brown, 2003 : 21).

Menurut Dewey, tujuan demokrasi bukanlah mengatur urusan publik secara efisien. Tujuannya memungkinkan orang mengembangkan potensi mereka sepenuhnya. Dengan kata lain, demokrasi adalah cara, bukan hasil akhir.

Yang tersirat dalam teori Burgin adalah tiap orang punya minat dan bahkan jadi pakar terhadap suatu hal. Argumentasi bahwa orang sebetulnya tak ambil peduli atau sebaliknya bahwa orang tertarik pada semua hal, adalah mitos belaka. Saat mendengarkan wartawan maupun warga berbicara, maka disadari bahwa pendekatan Burgin adalah deskripsi yang lebih realistis tentang bagaimana orang-orang berinteraksi dengan berita. Itulah yang disebut Teori Keterkaitan Publik.

## **2.8 Sikap, Nilai, dan Kepercayaan Wartawan Sebagai Personal**

Sebagai seorang individu yang memiliki profesi dengan segala keterikatan terhadap komitmen dan kode etik, wartawan juga dipengaruhi oleh latar belakang sikap, nilai, dan kepercayaan yang dimilikinya. Lingkungan lembaga media, agama, etnik merupakan unsur-unsur yang mewarnai karya jurnalistik yang dihasilkannya.

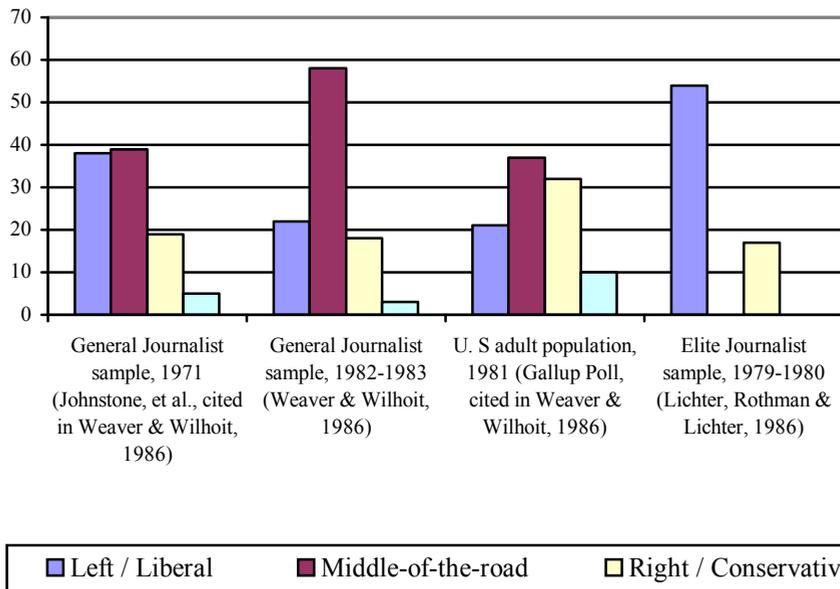
Secara lengkap Shoemaker & Reese menjelaskan bahwa nilai dan kepercayaan yang dimiliki wartawan bisa dalam bentuk sebagai berikut :

1. *Ethnocentrism* : Seperangkat wujud budaya atau kondisi etnik (suku bangsa) yang mencakup nilai dan norma, acuan perilaku dan acuan karya.

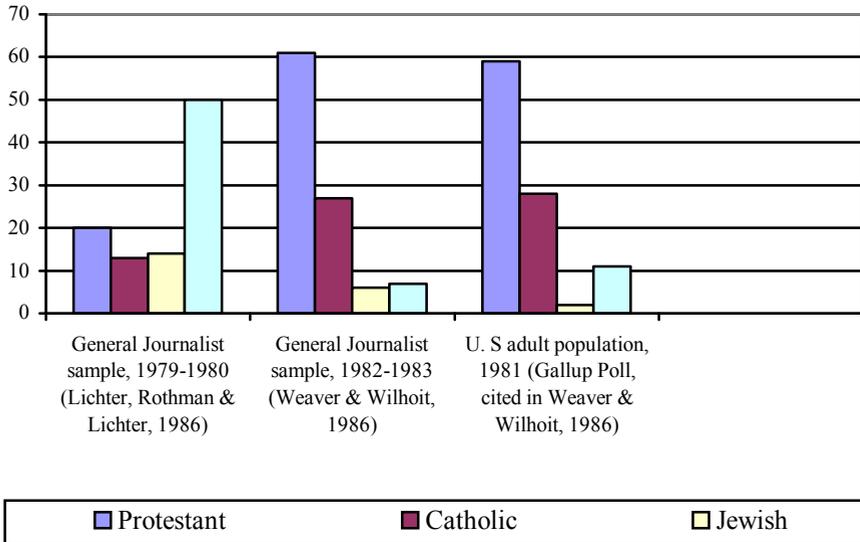
2. *Altruistic democracy* : pertahanan sikap demokrasi yang berpihak pada kelompok yang tertindas dan didominasi oleh kekuatan/kekuasaan
3. *Responsible capitalism* : kapitalisme yang bertanggungjawab atas kepentingan publik
4. *Individualism* : sikap individualistis dalam bentuk kepentingan diri yang menonjol, egoisme, tidak mempedulikan kondisi di luar diri.
5. Moderatism : sikap moderat
6. Social Order : tatanan sosial yang berlaku disekelilingnya
7. Leadership : kepemimpinan baik secara makro negara maupun mikro di lembaganya.

Dalam grafik di bawah ini, tergambarakan beberapa hasil penelitian mengenai komitmen para jurnalis yang dilatarbelakangi oleh sikap politiknya secara individual serta orientasi keagamaan yang dimilikinya.

#### a. Personal Political Attitudes



## Personal Religious Orientations Influences Of Personal Attitude, Values and Beliefs on Content



### 2.9 Peranan Etika dan Profesi bagi Wartawan

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese (1991) Konsepsi peran jurnalistik ada 3 (tiga) yaitu :

1. *The interpretive functions* : yaitu yang berfungsi sebagai penafsiran atas aktivitas profesinya
2. *The dissemination functions*, berfungsi sebagai penyebaran informasi dan idealisme sekaligus nilai-nilai yang ada tentang profesinya kepada masyarakat.
3. *The adversary functions*, merupakan fungsi sebagai penasehat, pengawas dan pengontrol wartawan dalam menjalankan profesinya di masyarakat.

Berdasarkan fungsi di atas, maka dalam menjalankan profesinya, wartawan memiliki komitmen pada aspek-aspek berikut ini :

1. *It is a full-time occupation*, memahami dan menyadari bahwa profesi ini merupakan pekerjaan yang “*fulltime*”; tidak bisa dipadukan dengan pekerjaan lain atau dijadikan pekerjaan sampingan.
2. *Its practitioners*, memahami sebagai seorang praktisi, ia terikat oleh suatu komitmen yang mendalam tentang tujuan dari profesi tersebut; artinya ia siap dengan ketentuan-ketentuan yang terkait dengan berbagai lembaga/organisasi publik.
3. *Entrance to and continuance in the profession*, memahami persyaratan dan segala konsekuensi yang akan dihadapi dalam memasuki profesi ini, termasuk memantapkan diri untuk memenuhi standar-standar yang ditentukan profesi
5. *It is must serve society*, berarti siap dengan pekerjaan untuk menjadi pelayan informasi bagi masyarakatnya.
6. *Its members must have a high degree of outonomy*, bahwa untuk menjalankan profesinya dengan baik, wartawan sebagai anggota asosiasi profesi harus memiliki kebebasan/otonomi yang penuh.

### **3 Metodologi Penelitian**

Bab ini memaparkan metode penelitian yang digunakan serta tahapan dan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian.

#### **3.1 Metode Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah menyelidiki cara-cara wartawan berkomunikasi secara tertulis melalui media massa; dimana cara dan pola penyampaian tersebut berinteraksi dengan seluruh latar belakang sistem sosial budaya yang dimilikinya.

Troike (1982) menegaskan tentang fokus etnografi komunikasi adalah : “... *the way communication within it is patterned and organized as systems of communicative events, and the ways in which these interact with all other systems of culture*” (Troike, 1982 : 3).

Istilah Etnografi yang berasal dari *ethno* (bangsa) dan *graphy* (menguraikan); biasanya mengacu pada uraian menyeluruh tentang suatu masyarakat dalam kebudayaan tertentu. Thomas R. Lindlof (1995) serta Nason & Golding (dalam Mulyana, 2001) memperinci lebih lanjut, bahwa: “Etnografi yang berakar dari Antropologi pada dasarnya adalah kegiatan peneliti untuk memahami cara orang-orang berinteraksi dan bekerja sama melalui fenomena yang teramati dari kehidupan sehari-hari; atau menguraikan seluruh aspek yang relevan dengan eksistensi suatu budaya, sistem sosial atau kepercayaan dan pengalaman bersama” (Nason & Golding, dalam Mulyana 2001 : 161 dan Lindlof, 1995 : 20). Adapun ciri-ciri penelitian etnografi diantaranya adalah, pertama, bertujuan menguraikan suatu tradisi-tradisi komunikasi secara menyeluruh baik yang bersifat eksplisit maupun implisit; kedua, berbentuk uraian yang tebal (*thick description*); ketiga, menggunakan berbagai sumber data yang banyak; keempat, dapat menggunakan angka-angka, prosedur statistik, matriks, tabel dan alat ukur yang dikuantifikasikan dalam rangka mencapai tujuan etnografi yang diharapkan.

Untuk itu, pada penelitian ini akan mempelajari pemahaman, sikap dan kesepakatan wartawan akan “ideologi” jurnalistik publik. Noeng Muhadjir dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa : “Studi etnografi menekankan peran timbal-balik antara sejumlah variabel yang berada dalam situasi wajar dan dalam konteks yang tidak dimanipulasi.” (Muhadjir, 2000 : 132). Dengan demikian penelitian ini ketika mengkaji komitmen wartawan dalam menjalankan profesinya; bukan menghubungkan variabel sebab akibat secara kaku dan dipaksakan; namun berlangsung secara wajar apa adanya..

Kegiatan penelitian ini berusaha menangkap sepeñuh mungkin realitas empirik berdasarkan wartawan yang diteliti, cara wartawan menggunakan simbol-simbol dalam konteks tertentu. Jadi peneliti menempatkan diri sebagai *out-sider*, bukan *in-sider*; walaupun diperlukan jalinan yang akrab dalam waktu relatif lama dengan para wartawan yang diteliti.

Disain penelitian etnografi yang ditetapkan sebagai penelitian kualitatif ini, termasuk desain *multiple site and subject studies*, yaitu penelitian yang berorientasi ke arah pengembangan teori, dan biasanya memerlukan banyak lokasi dan subyek dari pada hanya dua atau tiga. Untuk itu penelitian ini mengambil beberapa lokasi dimana wartawan bekerja di

Kota Bandung sebagai perwakilan daerah urban dan Kabupaten Purwakarta yang mewakili daerah rural/perdesaan. Berbeda dengan studi kasus yang meneliti satu konteks, satu subyek atau satu kumpulan dokumentasi secara mendalam dan terinci (Muhadjir, 2000 : 135).

Menurut Muriel Saville Troike dalam buku *The Ethnography of Communication* (1986), unit analisis dari penelitian etnografi dapat mengacu pada cara-cara berkomunikasi dalam seluruh tingkatan / bentuk komunikasi baik antar persona, kelompok maupun komunikasi massa (Troike, 1986 : 3). namun pada penelitian ini lebih memfokuskan pada komunikasi massa melalui media cetak, surat kabar dan media elektronik radio.

### **3.2 Langkah-Langkah Penelitian**

Beberapa langkah yang akan peneliti tempuh dalam pemilihan suatu kasus adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan wawancara dengan wartawan mengenai istilah ‘jurnalisme publik’ dan pemahaman para wartawan tentang ‘jurnalisme publik’.
- b. Menyebarkan angket penelitian kepada para wartawan tentang model kerja jurnalisme publik dari Yanke Lavich dan Charity.
- c. Menghubungkan inti masalah, hasil wawancara dengan teori-teori komunikasi, terutama komunikasi massa.
- d. Menganalisis bagaimana komitmen wartawan terhadap jurnalisme publik yang terbentuk antara pemahaman wartawan terhadap persatuan dan kesatuan yang mengatur tentang hak dan kewajiban profesi dan kesepakatan wartawan dalam melibatkan masyarakat dalam memproses hasil karya jurnalistiknya.
- e. Membuat kesimpulan akhir tentang bagaimana jurnalisme publik yang dipahami para wartawan.

### **3.3 Objek atau Sasaran Penelitian**

- a. Orang
  1. Wartawan media cetak yaitu surat kabar yang terbit di Kota Bandung dan Kabupaten Purwakarta sebagai sumber yang tepat dari kalangan wartawan untuk menjelaskan tentang bagaimana pemahaman terhadap jurnalisme publik.

2. Wartawan media elektronik, yaitu radio ada di Kota Bandung dan Kabupaten Purwakarta sebagai sumber yang tepat dari kalangan wartawan untuk menjelaskan tentang bagaimana pemahaman terhadap jurnalisme publik.
- b. Kondisi dan situasi
- Data yang diperoleh lewat pengamatan yang cermat dan intens terhadap fenomena bagaimana menghadapi kelompok masyarakat yang komplain atas hasil karya jurnalistik yang dimuat, latar belakang si wartawan (usia, status keluarga, pendidikan, pengalaman kerja, etnik, pengalaman organisasi, aktivitas lain di luar pekerjaan, hobi, dll yang menyangkut data demografi), latar belakang psikografi, sikap, dan kedudukan wartawan (responden) di media massa.

### 3.4 Teknis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian dimaksudkan di sini adalah teknik penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data primer dan data sekunder. Berdasarkan metode penelitian yang dipilih yaitu metode penelitian kualitatif, maka teknik pengumpulan data penelitian lapangan digunakan teknik pengamatan dan wawancara mendalam yang dilakukan terhadap para responden yang terpilih. Untuk teknik pengumpulan data pengamatan, yang dimaksudkan penelitian ini adalah sebagaimana yang dikemukakan Rusidi (1993: 3-4), Nasution (1996: 60-61), Brannen (1996:11) yaitu penelitian yang dilakukan oleh seorang peneliti yang terjun ke lapangan dengan sengaja mempertajam dan memusatkan perhatiannya kepada hal-hal yang diinginkan di lapangan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dengan beradanya peneliti di lapangan melalui pengamatan terlibat, peneliti dengan sendirinya memiliki kesempatan untuk mengumpulkan data langsung dari pihak pertama lebih banyak lagi, lebih terinci, dan lebih cermat lagi, yang diharapkan dapat memenuhi perolehan pemahaman dan makna yang mendalam tentang jurnalisme publik.

Sedangkan yang dimaksud dengan wawancara mendalam di sini menurut Nasution (1996: 72-73), Filstead (1970: 6) dan Chadwick et.al. (1998: 234) yaitu berupa wawancara yang pelaksanaannya dalam bentuk pertanyaan terbuka, tidak berstruktur, dan menyelidik yang tujuannya untuk memperoleh keterangan rinci dan makna pemahaman yang mendalam mengenai pandangan orang yang diteliti. Apabila keterangan yang diberikan

responden masih dianggap bersifat umum, belum sesuai dengan tujuan penelitian, maka dalam wawancara mendalam ini peneliti kembali menggali keterangan yang diinginkan secara lebih terinci dan mendalam lagi.

Mengenai teknik pengumpulan data sekunder, digunakan studi kepustakaan yang pada hakekatnya berupa telaahan terhadap beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian

### **3.5 Teknik Analisis**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. Teknik analisis data penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini mengacu kepada metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi.

### **3.6 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dan Kabupaten Purwakarta. Sebagai dasar pertimbangan secara sosiologis, bahwa Kota Bandung mewakili karakteristik wilayah urban (perkotaan) dan Purwakarta mewakili wilayah rural (pedesaan); oleh karena secara teoritis, latar belakang demografis serta latar belakang kedudukan lembaga pers, dianggap dapat mempengaruhi komitmen wartawan terhadap profesinya.

### **3.7 Jadwal Penelitian**

Aktivitas penelitian secara keseluruhan yang disesuaikan dengan jadwal yang disediakan yaitu 6 (enam) bulan, dengan perincian sebagai berikut :

- |                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| 1). Persiapan                        | 1 bulan   |
| - penyusunan proposal                |           |
| - pedoman wawancara                  |           |
| - penentuan lokasi dan informan      |           |
| 2) Pengumpulan data lapangan         | 2,5 bulan |
| 3) Pengolahan data & Diskusi         | 1,5 bulan |
| 4) Penulisan Laporan & Seminar hasil | 1 bulan   |

#### 4 Temuan Penelitian Dan Pembahasan

Sesuai dengan permasalahan penelitian yang diajukan sebelumnya, maka akan dipaparkan data dan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam serta pertanyaan tertutup berbentuk angket. Informan penelitian terdiri dari wartawan media cetak serta wartawan radio yang masing-masing mewakili Kota Bandung dan Kabupaten Purwakarta. Selama ini belum ada penelitian yang membahas tentang pengaruh lingkungan geografis terhadap hasil tulisan/produk jurnalistik para wartawan; namun dalam penelitian ini ingin menemukan juga perbedaan wartawan di kedua wilayah tersebut; walaupun tidak dihubungkan sebagai variabel sebab akibat yang ketat. Untuk itu sistematika ini terdiri atas :

1. Pemaparan hasil wawancara terhadap wartawan cetak & elektronik dengan susunan
  - a. Pemahaman para wartawan tentang jurnalisme publik
  - b. Pemahaman wartawan terhadap peraturan dan ketentuan yang mengatur tentang hak dan kewajiban profesinya
  - c. Kesepakatan wartawan dalam melibatkan masyarakat ketika dalam memproses hasil karya jurnalistiknya
  - d. Faktor-faktor yang melatarbelakangi seorang wartawan memiliki kesepakatan terhadap jurnalisme publik.
  - e. Data kuantitatif tentang aplikasi jurnalisme publik
2. Pembahasan dan interpretasi atas hasil penelitian

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Pandangan Donal Carbaugh (dalam Little John, 1996:372) bahwa pada etnografi komunikasi ada 3 kategori yang harus diungkap yaitu :

- 1) Menemukan **jenis identitas bersama** yang tercipta melalui komunikasi dalam komunitas budaya. Karena daerah penelitian di Bandung dan Purwakarta, maka identitas komunitas yang ditelaah adalah komunitas budaya Sunda. Walaupun kondisi dan situasi wilayah perkotaan dan perdesaan, ternyata membawa pengaruh pada perbedaan-perbedaan komunikasi di masing-masing wilayah. Diketahui bahwa dalam ruang lingkup Jawa Barat terdapat beberapa katagorisasi tentang etnik Sunda

perkotaan dan pedesaan; walaupun bagi sebagian besar orang dianggap semua Sunda itu sama. Namun apabila ditelaah terdapat identitas yang berbeda antara komunitas Sunda di Bandung dengan komunitas Sunda di Purwakarta.

Dari segi bahasa yang digunakan, di Bandung warga umumnya sudah bercampur dengan etnik-etnik yang heterogen dan mewakili etnik yang ada di Indonesia seperti, Jawa, Batak, Melayu, Madura dll. Dengan demikian karakter etnik yang berbeda tersebut terwujud pula pada sikap, pemikiran dan tindakan-tindakan para jurnalis ketika menjalankan profesi sehari-harinya. Berbeda dengan warga Purwakarta yang relatif lebih banyak etnik Sunda yang diukur dari penggunaan bahasa Sunda masih cukup mendominasi dalam keseharian para wartawannya. Karakter etnik Sunda yang halus, dengan ungkapan yang panjang-lebar (*malapah gedang*), agak takut dan segan jika yang dibicarakan sesuatu yang dianggap peka, seperti mengkritik orang lain, mengungkap kesalahan orang lain di depan publik, berbicara masalah uang atau politik sedikit banyak “menyentuh” para wartawan untuk lebih hati-hati dalam menyusun produk jurnalistiknya; walaupun di sisi lain tuntutan keterbukaan, transparansi informasi sangat gencar menerpa dirinya.

Pada etnik Sunda di perkotaan relatif sudah jarang berbahasa Sunda, jika pun ada mereka menggunakan bahasa Sunda ‘pasar’ yang agak kasar, namun mengesankan keakraban. Di kota para wartawan walaupun memang semua bukan berasal dari etnik Sunda, umumnya berbicara lebih langsung dan terbuka, mengkritik, saling menegur sudah dianggap biasa.

- 2) Mengungkapkan **pengertian bersama atas aktivitas jurnalistik** dilihat dari faktor-faktor proses pencarian, pengolahan, dan penyajian informasi dan pemaknaan yang khas atas fenomena dan peristiwa yang dihadapinya melalui simbol-simbol komunikasi; khususnya bahasa.

Kondisi ini, jika mengambil istilah dari Edward T.Hall (1973), bahwa dalam komunitas Purwakarta cenderung memiliki ciri-ciri komunikasi konteks tinggi, sedangkan Bandung memiliki ciri-ciri komunikasi konteks rendah.

Ciri-ciri komunikasi konteks tinggi diantaranya, pesan sifatnya implisit, tidak langsung, tidak terus terang, verbal bersembunyi dalam non verbal, pernyataan verbal bisa bertentangan dengan non verbal, tahan lama,

lamban berubah, mengikat kelompok yang menggunakannya serta senantiasa menjaga harmoni.

Sedangkan dalam konteks rendah dicirikan dengan, pesan verbal dan eksplisit, gaya bicara langsung, lugas dan terus terang dan sifatnya cepat serta mudah berubah (Edward T.Hall, dalam Mulyana, 2000 : 293-296).

- 3) Menelusuri **kontradiksi-kontradiksi/paradoks dalam kelompok wartawan dan redaksi** melalui aktivitas jurnalistik sehari-hari. Perlakuan redaksi, pejabat dan tokoh sebagai sumber berita, aturan hukum dan kode etik jurnalistik termasuk komitmen pribadi atas profesi menimbulkan kontradiksi atau paradoks secara internal wartawan maupun dengan pihak eksternal. Di satu sisi kondisi psikografi, sosial, budaya pada wartawan, menumbuhkan produk jurnalistik yang khusus; namun di sisi lain juga tuntutan eksternal seperti meningkatnya kesadaran publik atas informasi yang diterimanya menjadikan kondisi wartawan yang ambigu.

Otonomi yang diberikan pada wartawan untuk mempertahankan otoritasnya; memberikan pendidikan tentang peran-peran sosial yang multikompleks sekaligus menanamkan pemikiran tentang kebebasan pada audiens media. Oleh karena masuknya pengaruh eksternal dan internal terhadap publik; menjadikan banyak perubahan, pergeseran maupun pergantian semua aspek kehidupan di masing-masing warga Jawa Barat sebagai konsumen media. Transisi pencarian identitas diri baik pada wartawan maupun pada khalayak ini, membuat berbagai 'kegoncangan' masyarakat baik secara individual maupun komunal. Penguatan kelompok diperlukan dalam rangka mempertahankan hal yang bersifat paradoks tadi.

Berdasarkan isu-isu atau topik informasi yang diangkat sebagai jurnalisme publik, kemudian dianggap "layak atau tidak layak" disiarkan melalui media massa; prosesnya sesuai dengan asumsi yang dihasilkan oleh Teori Hubungan Koorientasi dari McLeod dan Chaffee (1973) yang menekankan bahwa dalam komunikasi antar kelompok dalam suatu masyarakat adalah berlangsung secara interaktif dan dua arah antara elit-publik-media. Teori ini menjelaskan pula bahwa, informasi tentang sesuatu, dicari dari atau didapat oleh anggota masyarakat dengan mengacu pada pengalaman pribadi, sumber dari kalangan elit/tokoh, media massa, atau kombinasi ketiganya. Relevansi dari teori ini terletak pada situasi yang dinamis yang dihasilkan oleh hubungan antara publik-elit; publik-media; elit/tokoh-media. Kondisi ini berarti dalam jurnalisme publik, wartawan

harus melibatkan sejauh mungkin publik yang terkait dengan isi informasi tersebut. Dengan kata lain, dalam melaporkan suatu peristiwa, perspektif yang digunakan oleh wartawan adalah kepentingan publik dengan orientasinya yang mengarah pada fungsi edukasi (pendidikan); tidak semata-mata hanya bisnis.

Sistem informasi dalam konteks jurnalisme publik dalam perspektif akademisi mungkin bisa berbeda dengan perspektif “orang lapangan”. Kriteria informasi yang mengarah pada kepentingan publik memiliki beberapa prasyarat diantaranya sebagai berikut:

### **1) Pengelolaan informasi dalam sistem lembaga pers.**

Sistem yang baik dapat terjadi jika mekanisme aliran informasi benar-benar berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Untuk itu diperlukan pemilik dan pengelola lembaga pers yang benar-benar dapat memantau mekanisme tersebut secara berkala. Beberapa kriteria yang wajib dipenuhi oleh sebuah lembaga pengelola lembaga pers diantaranya sebagai berikut :

- (1) Mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sebagai pengelola informasi.
- (2) Adanya keterwakilan/representasi dari tiap kelompok/lembaga masyarakat yang aktif sebagai perwakilan dari kelompok-kelompok masyarakat yang ada (etnik, agama, wilayah, kepentingan, dan sebagainya).
- (3) Pengambilan keputusan maupun hal-hal yang terkait dengan kepentingan publik dalam lembaga tersebut harus dilakukan secara demokratis.
- (4) Lembaga harus terbuka baik pada pengelolaan informasi maupun pengelolaan kegiatan, seperti unsur sumber dana/keuangan, mekanisme pemilihan pimpinan/redaksional, atau kepentingan lain yang ada didalamnya.
- (5) Untuk menghindari konflik kepentingan, maka idealnya lembaga pers tidak boleh berafiliasi pada suatu golongan tertentu (partai politik, lembaga agama tertentu, kepentingan sosial ekonomi kelompok tertentu).
- (6) Lembaga harus memiliki kapasitas yang baik untuk mengelola informasi. Kapasitas tidak selalu harus diwujudkan melalui SDM yang

berpendidikan tinggi, namun pengalaman, daya juang yang tinggi, dan yang paling penting komitmen moral dan profesional merupakan aspek utama yang perlu dipertimbangkan.

- (7) Mekanisme kontrol diperlukan dalam lembaga pers (antar posisi dalam lembaga pers) maupun antara lembaga pers dengan pihak luar (kelompok masyarakat, birokrat, kelompok profesi, akademisi dan sebagainya); di samping perlu pula dibuat mekanisme pertanggungjawaban publik yang jelas dan tepat.
- (8) Keberlanjutan lembaga pers harus didesain dan dilaksanakan untuk mampu berjalan dalam jangka panjang dan konsisten atas visi misi lembaganya.
- (9) Lembaga harus memiliki fungsi dan peran yang jelas serta tegas keberadaannya di tengah-tengah masyarakat, karena ia dapat mengarahkan pada suatu perubahan yang positif.

## 2) Informasi sebagai *content*.

Informasi merupakan ruh yang harus dikembangkan terus menerus dalam sistem komunikasi yang demokratis. Informasi akan semakin berkembang dan meningkat nilai dan makna bagi si pemakainya manakala informasi tersebut menyentuh kebutuhan masyarakat. Terdapat persyaratan atau kriteria tertentu agar informasi dikategorikan sebagai yang berkualitas. Diantaranya adalah sebagai berikut :

- (1) Diperlukan kepastian yang menjamin bahwa informasi yang digali, distrukturkan, diolah, serta didistribusikan ini bukanlah untuk kepentingan pengelola / lembaga pengelola.
- (2) Informasi harus jelas dan lengkap dengan memenuhi standar dasar yakni mampu menjawab setidaknya-tidaknya : apa, siapa, dimana, kapan, mengapa, dan bagaimana.
- (3) Informasi yang disusun dan distrukturkan sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.
- (4) Informasi yang disusun dan distrukturkan sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat; khususnya yang berada di lingkungannya .

- (5) Informasi tersebut dapat dijadikan alat untuk pengambilan keputusan oleh masyarakat (para *decission maker*).
- (6) Informasi tersebut merupakan alat untuk memandirikan seluruh lapisan masyarakat, dengan informasi tersebut, maka pengetahuan khalayak bertambah, dengan informasi tersebut juga khalayak dapat menyusun perencanaan sendiri dan yang semakin mendorong ke arah kemandirian mereka.

Chaney dalam “*Communication & Community*” (Chaney, 1978 : 1) membantah perspektif transmisi linear pada komunikasi massa dan menekankan dimensi struktural yang mendasari proses komunikasi. Dalam perspektif jurnalistik publik (dengan atau tanpa media perantara) merupakan suatu aktivitas manusia yang mendasar, yang mentransormasi pengalaman pribadi individu menjadi pengalaman kolektif publik. Konteks dimana proses berlangsung dalam suatu masyarakat adalah suatu elemen esensial untuk memahami perkembangan pengalaman kolektif dan proses komunikasi dengan kondisi sosial yang spesifik. Karena komunikasi publik adalah suatu aktivitas dasar manusia, Chaney menolak pendapat bahwa media massa dapat menyumbang secara eksklusif pada kolektifikasi pengalaman, transformasi pengalaman individu menjadi pengalaman sosial.

Jurnalisme publik merupakan perwujudan visi demokratisasi komunikasi yang secara aplikatif dikemukakan oleh Calhoun dan Habermas (dalam Hidayat 2003 : vii) berpendapat bahwa : “Hak informasi masyarakat seperti dalam gagasan “*Public Sphere*” (Calhoun, 1992, Habermas, 1993) adalah hak untuk mencari, memakai, menggunakan, membuat secara bebas, informasi apapun yang diinginkan, dalam sebuah ruang publik yang terbuka dimana masing-masing kedudukan pihak - pihak tersebut adalah setara”.

Berdasarkan hubungan tersebut, Murdock dan Golding berpendapat bahwa sistem komunikasi dan informasi harus memiliki dua ciri utama. Pada tingkat produksi, ia harus menawarkan keberagaman dan menyediakan umpan balik dan kemungkinan partisipasi bagi khalayak. Pada tingkat konsumsi ia harus dapat menjamin akses universal orang terhadap lembaga komunikasi terlepas dari penghasilan dan tempat tinggal orang. Persoalannya, belum ada sistem pengorganisasian institusi komunikasi yang paling sempurna bagi perwujudan kewarganegaraan secara maksimal.

Selain itu, sesuai dengan pandangan Habermas (1979, dalam Magnis Suseno, 1990: 98 dan Hardiman, 1993: 128) bahwa model situasi pembicaraan dalam masyarakat komunikatif atau memunculkan diskusi publik yang kritis adalah :

- 1) Wilayah sosial yang bebas sensor dan dominasi, sehingga semua orang bebas berbicara, tanpa kekangan terhadap apa yang diungkapkan;
- 2) Tiap individu punya akses yang sama untuk berbicara atau semua pembicara dalam posisi yang setara;
- 3) Norma-norma, kewajiban-kewajiban masyarakat tidak bersisi satu, tapi jamak; tapi sebaiknya orang-orang yang terlibat tidak punya kepentingan bisnis, profesional, pejabat atau politikus;
- 4) Distribusi kekuasaan diberikan secara sama pada semua lapisan masyarakat.

Dengan kondisi seperti di atas akan terbentuk komunikasi yang emansipatif, dimana tiap individu dapat memenuhi berbagai kepentingannya; terutama sebagai “warga biasa” yang tidak memiliki akses kekuasaan. Dengan adanya peningkatan pemahaman, kesadaran, dan keterampilan warga komunitas dalam menerima/memanfaatkan informasi; menghimpun dari berbagai sumber; mengolah/memproses atau mengkemas serta menyampaikan informasi merupakan aspek-aspek tercapainya situasi komunikasi yang demokratis.

Disaat reformasi tahun 1998 menimbulkan gerakan sosial yang menuntut keterbukaan, berkurangnya dominasi *elite* dan mengurangi kekuasaan negara, juga memunculkan berkurangnya kredibilitas dan kepercayaan publik, ketidakpuasan masyarakat akan keadaan, serta menciptakan komunikasi dan transportasi yang murah. Gerakan sosial yang sering menyebar dan terfokus pada formasi identitas menimbulkan kondisi ini dalam konteks yang kontradiksi dan memunculkan tantangan yang berarti untuk menjamin demokrasi dalam global

Gerakan sosial ini muncul dalam bentuk semangat jurnalisme publik yaitu sebagai wujud legitimasi otoritas dan kekuatan lembaga tradisional. Selain itu pula berfungsi sebagai lembaga yang menciptakan simbol perlawanan terhadap eksploitasi dan dominasi (Robert Heusca, 2001:37) juga sebagai pertumbuhan jurnalisme interaktif (Jonathan, 2000:37). Hal tersebut menimbulkan perubahan-perubahan pada kognisi (*psychological*

*atribut*), *ideological unification & direction* (struktur), serta akses dan manajemen dukungan materi dan bentuk organisasi (faktor organisasi).

Gerakan sosial ini menyebabkan struktur menjadi kecil, desentralisasi dan demokratis, juga memutar difusi secara sementara dalam susunan dan dorongan aksi untuk mengkonstruksi identitas pada orientasi mereka.

Dari segi hukum atau regulasi, dalam TAP MPR RI no XVII/MPR/1998 memuat substansi HAM (no 6) tentang hak berkomunikasi dan kebebasan informasi yang berarti:

1. Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya
2. Setiap orang berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala saluran yang tersedia (Sinaga, Politik & Radio, 2000 : 157).

Atas dasar pertimbangan uraian di atas, bahwa jurnalisme publik sudah saatnya diterapkan di Indonesia, oleh karena imbas industri pers di era pasar bebas ini, walaupun belum ada penelitian secara komprehensif, namun sudah mengindikasikan para wartawan tidak berpihak pada publik dalam menjalankan profesinya; namun lebih pada kepentingan pemilik modal atau kepentingan-kepentingan bisnis semata.

Di Amerika sendiri yang umumnya menjadi “kiblat” para jurnalis Indonesia, kaum profesional jurnalistik sudah mencanangkan “gerakan jurnalisme publik” dengan ungkapan Bill Kovach & Rosenstiel (2003 :175) “ Jurnalisme harus menyediakan forum untuk kritik dan kompromi publik. Diskusi publik ini harus dibangun di atas prinsip-prinsip yang sama dalam jurnalisme yaitu : kejujuran, fakta, dan verifikasi. Forum ini harus untuk komunitas seutuhnya bukan hanya untuk kelompok yang berpengaruh atau yang secara demografis menarik”.

Dalam poin yang lain, Bill Kovach menggarisbawahi pendapat Gil Thelan redaktur eksekutif “Tampa Tribune” yang menggunakan istilah *Civic Journalism* bahwa jurnalistik kemasyarakatan ini dirancang untuk menghubungkan kembali wartawan dengan komunitasnya, tapi juga melawan penerbit untuk melindungi prinsip independensi jurnalistik. Wartawan jangan tercerabut dari komunitasnya, karena wartawan adalah orang yang saling bergantung dengan kebutuhan sesama warga.

Dengan demikian, suatu yang ironi jika kepemilikan media dimonopoli oleh pengusaha yang berasal dari ibu kota, dengan orientasi bisnis semata. Jadilah penyeragaman informasi atau informasi itu terasa “jauh dari habitat” pada pembaca, pendengar, atau pemirsanya. Informasi yang pelan tapi pasti secara terus menerus menerpa para konsumen media, khususnya warga Jawa Barat, jika itu mengabaikan “produk jurnalisme publik” maka pada gilirannya warga akan merasa asing dengan keadaan budaya dan lingkungannya dan kehilangan jati diri etniknya.

-----

## DAFTAR PUSTAKA

- Bittners John. R. 1986. *An Introduction Mass Communication*. New Jersey : Prentice – Hall. Inc.
- Denis Mc Quail. 1989. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Effendi, Onong, U. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : Mandras Maju.
- Kovach, Bill, & Tom Rosentiil. 2001. *The Element of Journalism : What Newspeople Skoned Know and the Public Second Expect*. New York : Crown Publishers.
- Little John. Stepen W. 2002. *Theories of Human Comm*. Sevent Edition. Wadsworth. Publishing Group.
- Palapah, MO. & Atang Syam. 1983. *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandung : Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD.
- Santana, Septiawan K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Sierbert, Fred S. & Theodore Peterson & Wilbur Schramm. 1986. *Empat Teori Pers*. PT. Intermassa.
- Shoemakers, J. Pamela & Rese Stephen D. 1991. *Komunikasi Manusiawi*. Jakarta : Penerbit Erlangga.