



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Kontestasi Siaran Program Berita Stasiun Televisi di Indonesia

Alem F. Sonni¹, Pawennari Hijjang², Tasrifin Tahara³, M. Iqbal Sultan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Hasanuddin

Jl. Perintis Kemerdekaan Km.10, Makassar 90245, Indonesia

¹afsonni@gmail.com

Abstrak

Artikel ini menguraikan kontestasi stasiun televisi di Indonesia. Sebuah dinamika antara agen dan struktur yakni jurnalis dan pemilik media dalam proses penyiaran berita di Stasiun Televisi Indonesia. Ruang berita sebagai sebuah ruang yang netral dari intervensi dan bersifat independen, tergerus dengan kontestasi politik yang melibatkan pemilik media. Politik sangat membutuhkan penyebaran informasi dalam menarik simpatik dari konstituennya, dan televisi adalah media yang paling memiliki kekuatan saat ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengambil fokus penelitian pada dua media televisi (Metro TV dan TV One). Teknik Pengumpulan data dengan studi pustaka, pengamatan dan wawancara. Kemudian analisis data dilakukan dengan tiga langkah, yakni pengolahan data, reduksi data, penyajian dalam bentuk deskripsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontestasi ini dimulai pada tahap proses pra-produksi dari para *production house*, kemudian dalam penyangan kepentingan institusi lembaga penyiaran sangat dominan selain kepentingan agen iklan, produk-produk yang akan dipromosikan hingga lembaga riset khalayak. Sedangkan dalam pasca tayang kepentingan masyarakat, organisasi atau lembaga yang bersentuhan terhadap informasi yang disajikan, maupun lembaga regulasi seperti KPI dan KPID yang dibentuk berdasarkan amanah undang-undang.

Kata Kunci: Televisi, Penyiaran, ruang berita dan kontestasi siaran

Copyright © 2018 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Newsroom televisi bukan ruang hampa steril (Ishadi, 2014). Bahkan, ia mengutip sebuah kalimat “*Are you a business man or news man?*” Sebuah penggalan dialog film *The Insider* (1999) produksi Buena Vista Pictures, yang disutradarai Michael Mann. Kalimat tersebut diucapkan oleh Lowell A. Bergmann (diperankan Al Pacino), produser majalah berita televisi *60 minutes* di stasiun televisi CBS, New York, Amerika Serikat, saat berdebat dengan kepala pemberitaannya yang melarang wawancara eksklusif Bergman disiarkan.

Penggalan dialog dalam film tersebut, mengingatkan kita pada “dramaturgi” antara dua

stasiun televisi berita (TV One dan Metro TV) saat Pilpres tanggal 9 Juli 2014. Masyarakat Indonesia bingung mencari kebenaran sumber informasi perihal hasil *Quik Count* perolehan hasil pemungutan suara. Pihak stasiun televisi Metro TV, Trans TV, Trans 7, Kompas TV, dan TVRI masing-masing memenangkan pasangan Nomor Urut 2 Jokowi-JK sebagai pengumpul suara terbanyak atas pasangan Nomor Urut 1 Prabowo-Hatta.

Sebaliknya, pihak stasiun televisi TV One, ANTV, RCTI, MNCTV, Global TV masing-masing memenangkan pasangan Nomor Urut 1 Prabowo-Hatta sebagai pengumpul suara terbanyak atas pasangan Nomor Urut 2 Jokowi-

JK. Sebuah fenomena yang menarik dan sudah diketahui oleh masyarakat bahwa masing-masing pemilik stasiun televisi berafiliasi pada salah satu kontestan dan pemilik partai politik pendukung. Sebagai, orang yang pernah bekerja pada lembaga regulasi penyiaran televisi, dan peneliti dibidang antropologi media, saya tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang “kontestasi kekuasaan” dalam kebudayaan produksi penyiaran pada stasiun televisi.

Perkembangan media dalam konteks penyebaran informasi di negeri ini sangatlah cepat, salah satunya adalah dengan menjamur stasiun televisi swasta yang menyajikan beragam siaran. Stasiun televisi ini tidak hanya di Jakarta, tetapi merambah sampai ke kota-kota lain di seluruh wilayah Indonesia. Tak pelak dalam era reformasi ini seluruh daerah menyamur media-media televisi baru. Tuntutan reformasi 1998 membuat kebebasan berpendapat menjadi hak dasar dari seluruh masyarakat. Kehadiran media-media baru tidak hanya dijadikan sebuah momentum terhadap penyebaran informasi, seperti yang telah di prediksi oleh Alvin Tofler “Siapa yang menguasai Informasi akan menguasai dunia”. Ibarat sebuah permainan baru media menjadi lebih interaktif dengan berkembangnya teknologi informasi. Konvergensi media itulah istilah yang sangat sering didengar saat ini. Informasi tidak hanya melalui media mainstream saja, tetapi bisa membuat ranting-ranting baru keseluruh afiliasi media yang ada. Jejaring informasi inilah yang menjadi sasaran antara terhadap “penguasaan dunia”.

Televisi sebagai media pandang dengar yang menjadi mata telinga utama dari masyarakat informasi saat ini menjadi primadona yang hadir dengan 3 konsep utama, yakni sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan. Terbukanya aspek investasi media yang dijamin oleh negara membuat perkembangannya pun sangatlah masif. Undang-undang penyiaran nomor 32 tahun 2002, merupakan titik berangkat dari campur tangan negara dalam melihat efek kekuatan media penyiaran yang sedang berkembang. Gejala penguasaan informasi

menjadi dasar penting terhadap beberapa regulasi yang di hadirkan.

Kerangka Teoritis

Perkembangan politik pun mengalami perubahan dalam mekanisme demokrasi, ini akan memiliki efek besar terhadap perubahan tatanan informasi. Mekanisme politik haruslah melakukan elaborasi terhadap proses pencitraan. Kondisi ini pastilah akan melibatkan institusi media sebagai penyalur informasi. Keberadaan media yang begitu penting dalam konteks pencitraan telah menjadi favorit.

Televisi menayangkan adegan dramatis, menyentuh, dan menggugah. Sebagai contoh, Wiranto Ketua Umum Partai Hanura makan nasi aking di tengah kerumunan orang di sebuah keluarga miskin di Serang, Banten (SCTV Liputan6.com, 20/3/2008). Adegan tersebut bagaimana merasakan sendiri betapa nasi aking tidak enak dan tidak layak dimakan. Prilaku Wiranto tersebut jelas bukan sesuatu yang lasim dilakukan oleh pejabat negara, tetapi lebih merupakan bagian kontestasi politik menyongsong Pemilu 2009.

Kajian antropologi politik, prilaku Wiranto memakan nasi tersebut merupakan bentuk *the politics of symbolism*. Politik simbolisme adalah suatu tindakan untuk merepresentasikan sebuah gejala sosial dalam hal ini realitas kemiskinan di masyarakat yang diwujudkan dalam simbol yang merefleksikan makna politik tertentu (Geertz, 1992).

Begitu maraknya proses demokrasi di negeri ini, semakin memapankan posisi media, terkhusus media televisi sebagai alat pencitraan yang populer. Setiap momen politik dinegeri ini baik, pemilu dalam tingkat kabupaten/kota, pemilu tingkat provinsi hingga pemilu legislatif dan pemilu presiden dan wakil presiden republik Indonesia, Televisi memngambil peran yang cukup dominan dalam proses sosialisasi serta pencitraan informasi. Tak segan-segan beberapa media televisi menjuluki dirinya dengan hal-hal yang berbau politik, sebutnya misalnya Metro TV “*knowledge to elevate*”, TV One “TV Pemilu”, bahkan tingkat regional seperti Celebes TV di Kota Makassar.

Televisi merupakan industri padat modal yang dalam proses penyebaran informasinya menggunakan frekuensi. Frekuensi merupakan ranah publik yang dalam undang-undang disebutkan pemanfaatnya harus sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Dalam implementasi pengaturan frekuensi serta apa yang disajikan dalam frekuensi tersebut diatur oleh Undang-Undang No. 32/2002 tentang penyiaran. Pengawasan hal tersebut dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sesuai dengan amanah Undang-undang.

Demikian diminatnya media televisi saat ini, hampir tak dapat dipungkiri kehadiran regulasi-regulasi bahkan terbentuknya para regulator seperti KPI, yang saat ini setiap ibu kota provinsi di negeri ini telah memiliki Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) untuk memperluas mata dan teliga regulator dalam konteks melakukan kontrol terhadap informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Ini pun masih belum cukup, industri televisi saat ini dikuasai para pemodal yang tidak hanya menjadikannya sebagai sebuah industri, tetapi sekaligus menanamkan ideologi kepada setiap informasi yang disampaikan kepada para pemirsanya.

Menurut Graeme Turner dalam Irianto (2014), sajian acara televisi pada dasarnya mengakomodasi praktik sosial, yang senantiasa memproduksi representasi realitas sosial. Sebagian sajian acara televisi mampu memproduksi realitas sosial, maka ia telah melibatkan intraksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis dari sejumlah pelaku. Tak terkecuali, dengan keberadaan program yang dikemas dalam konteks pencitraan-pencitraan politik telah menjadi saran interaksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis.

Intraksi dan negosiasi itu bekerja melalui tiga tahap dalam media televisi, yakni pra-penyayangan, penyayangan, serta pasca penyayangan. Pada tahap pra-penyayangan misalnya akan terlibat sebuah tim baik itu *in-house production* maupun *out-house production*. Dalam setiap tim produksi tersebut terdapat para pelaku yang masing-masing memiliki kepentingan, seperti pemimpin redaksi, produser, produser pelaksana, asisten produser

pelaksana, koordinator liputan, bagian dokumentasi, bagian editor, bagian visual dan *quality control*, sekretaris redaksi dan tim peliput berita, bahkan juga narasumber berita.

Dalam menayangkan sebuah program siaran, stasiun televisi tidak dapat melepaskan diri dari kepentingan berbagai pihak, mulai dari proses pra-produksi kontestasi dari para sumber informasi, kemudian dalam penyayangan kepentingan institusi lembaga penyiaran sangat dominan selain kepentingan agen iklan, produk-produk yang akan dipromosikan hingga lembaga riset khalayak. Sedangkan dalam pasca tayang kepentingan masyarakat, organisasi atau lembaga yang bersentuhan terhadap informasi yang disajikan, maupun lembaga regulasi seperti KPI dan KPID yang dibentuk berdasarkan amanah undang-undang. Berawal dari sinilah proses tarik menarik kepentingan baik politik, ekonomi, maupun kepentingan lainnya di antara para pelaku tindakan yang memproduksi dan yang merespon sajian acara televisi akan terlihat. Proses tarik menarik kepentingan tersebut bisa berbentuk kerjasama atau bahkan berupa konflik (McQuail, 2000).

Interaksionisme simbolik juga mengalami persentuhan dengan pemikiran Bourdieu (1977), terutama menyangkut pertanyaan keberadaan aktor atau agen dalam mendefinisikan dirinya (baca: media). Pemikiran Bourdieu (1977) pada dasarnya menyerang pemahaman kaum strukturalis yang menciptakan objektivitas menyimpang dan memposisikan orang luar (pengamat atau ilmuwan sosial) untuk mengkonstruksi peta-peta abstrak agen tentang sistem-sistem simbol serta ide-ide tentang aturan-aturan sosial. Menurut pemahamannya tersebut telah mengabaikan peran pelaku dan tindakan praktis dalam kehidupan sosial, terutama pertanyaan tentang strategi dan emosi-emosi subjektif. Argumentasi tersebut, senada dengan pemikiran interaksionisme simbolik yang menyatakan bahwa pada dasarnya setiap individu berelasi dengan sesamanya dalam rangka membagi makna (bandingkan pada Blumer 1969 dan Goffman, 1974).

Menurut Bourdieu (1977) tindakan sosial dapat dilihat dari pemahaman praktik-praktik setiap agen sebagai kegiatan reflektif

dan reproduktif -- baik antara relasi-relasi sosial yang objektif maupun interpretasi-interpretasi subjektif, baik antara struktur kognitif (ide) maupun realitas sosial (tindakan), baik antara struktural maupun kultural bekerja, yang lazim disebut sebagai *habitus* (kebiasaan). Agen atau individu-individu menggunakan *habitus* dalam merespons realitas sosial, sementara *habitus* merupakan struktur subjektif atau skema-skema interpretif yang bekerja secara tersirat yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial. Atau dengan kata lain, *habitus* diidentifikasi oleh skema-skema yang merupakan perwakilan konseptual dari benda-benda dalam realitas sosial. Misalnya dalam perjalanan hidupnya, manusia memiliki sekumpulan skema yang diinternalisasikan. Dan, melalui skema itu manusia manusia mempersepsi, memahami, menghargai, dan mengevaluasi realitas sosial. Skema-skema itu berhubungan sedemikian rupa membentuk struktur kognitif yang memberi kerangka tindakan kepada setiap individu dalam kesehariannya bersama orang lain.

Dengan kata lain, konsep *habitus* Bourdieu lebih berusaha untuk mendamaikan antara konsep ide tentang struktur dengan ide tentang praktik, dengan mengajukan beberapa konsep *habitus* dalam beberapa cara. Di antaranya *habitus* sebagai kecenderungan-kecenderungan empiris untuk bertindak dalam cara-cara yang khusus (gaya hidup); sebagai motivasi, preferensi, cita rasa, dan perasaan (emosi); sebagai perilaku yang mendarah daging; sebagai pandang tentang dunia (kosmologi); sebagai ketrampilan dan kemampuan sosial praktis; dan sebagai aspirasi dan harapan berkaitan dengan perubahan hidup dan jenjang karier. Aspek yang berbeda-beda tersebut menyatakan bahwa *habitus* merupakan disposisi yang dapat berubah-ubah berdasarkan situasi yang dihadapi. Maka Bourdieu mengkaitkan *habitus* tersebut dengan aktivitas tak sadar dan nonrefleksif. *Habitus* tidak berdasarkan alasan (nalar) melainkan lebih berupa keputusan impulsif. *Habitus* adalah

sesuatu yang membuat setiap individu bereaksi secara efisien dalam semua aspek kehidupannya.

Selain itu, Bourdieu mengungkapkan tentang kaitan antara *habitus* yang kemudian membentuk *ranah*. *Ranah*, menurut Bourdieu (1977), merupakan jaringan relasi antarposisi-posisi objektif dalam suatu tatanan sosial yang hadir terpisah dari kesadaran individual. *Ranah* bukan ikatan intersubjektif antar-individu, namun semacam hubungan yang terstruktur dan tanpa disadari posisi-posisi individu dan kelompok dalam tatanan masyarakat terbentuk secara spontan, karena *habitus* memungkinkan manusia hidup dalam kesehariannya secara spontan untuk melakukan hubungan dengan pihak luar dirinya. Proses interaksi dengan pihak luar itulah, kemudian membentuk *ranah* yang merupakan jaringan relasi posisi-posisi objektif. Dengan demikian, *ranah* merupakan metafora yang digunakan Bourdieu untuk menggambarkan kondisi masyarakat yang terstruktur dan dinamis dengan sumber daya yang terkandungnya.

Berdasarkan sejumlah pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa dalam satu sisi terdapat persentuhan pemikiran interaksionisme simbolik Goffman (1974) dengan Bourdieu (1977), terutama menyangkut pada perspektif subjektivis-interaksionis yang berpusat pada tingkat analisis individual, serta detail-detail kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, di sisi lain terutama merespons keberadaan struktur dalam kehidupan sehari-hari keduanya memberi argumentasi yang berbeda. Goffman (1974) misalnya, menempatkan struktur-struktur itu pada posisi yang jauh, karena setiap individu bebas merespons terhadap segala yang tampak dan memaknai segala kebenaran itu sendiri. Sejalan dengan argumentasi penganut interaksionisme simbolik lain, tindakan sosial dapat dipahami lebih pada bagaimana orang menciptakan dan mempergunakan makna-makna, ketimbang bagaimana petunjuk, norma, dan nilai-nilai kultural menyediakan penjelasan-penjelasan atas makna tindakan sosial tersebut. Sementara Bourdieu (1983) memandang bahwa penekanan pemahaman struktur sosial memiliki kekuatan memaksa dan bahkan mengarahkan

tindakan sosial agen dalam menanggapi dan menilai segala sesuatu di lingkungannya.

Selain itu, sifat-sifat struktural pada dasarnya selalu tersimpan dalam kehidupan sehari-hari masing-masing individu, karena di sanalah terdapat *ranah* yang di dalamnya berlangsung perjuangan posisi-posisi. Perjuangan dalam hal ini dipandang mentransformasi atau mempertahankan *ranah* kekuatan, dan posisi-posisi menentukan pembagian *modal* khusus bagi para aktor yang terlibat dalam *ranah* tersebut. Ketika posisi-posisi dicapai, maka setiap individu dapat berinteraksi dengan *habitus*, atau dengan rumus (*habitus X modal*) + *ranah* = praktik.

Pemikiran Bourdieu yang merespons mode-mode pengetahuan teoritis antara subjektivis dan objektivis tersebut, kendati bertolak dari akar yang berbeda juga tampak bersentuhan dengan pendekatan antropologi interpretif yang mengembangkan teori bentuk-bentuk simbolik. Geertz (1973), yang dianggap sebagai salah satu pemikir antropologi interpretif atau interpretivisme simbolik, misalnya berusaha untuk mereformulasi konsep kebudayaan, pikiran, dan ideologi yang bergerak melampaui oposisi subjektivisme dan objektivisme. Geertz (1973:96) juga menjauh dari konsepsi-konsepsi mentalistik tentang kebudayaan, pikiran, dan ideologi, bergerak ke arah yang dinamakan 'teori ekstrinsik', yakni teori yang melihat referen konsep-konsep tersebut sebagai realitas publik. Dia ingin menjauh dari konotasi-konotasi yang mungkin dimiliki oleh konsep-konsep tersebut sebagai bagian dari wilayah perasaan pribadi yang samar dan tak terakses. Ditunjukkan bahwa konsep-konsep tersebut merupakan bagian dari "dunia benda-benda yang cukup terang untuk dapat diamati". Sementara kebudayaan --sebagai dokumen yang diperankan-- bersifat publik. Menurutnya, walau berupa ideasional, ia tidak berada di kepala seseorang, meski tidak bersifat fisik tetapi ia bukan entitas ghaib. Ketika tingkah laku manusia dipandang sebagai tindakan simbolik, "...maka persoalan mengenai apakah kebudayaan adalah tingkah laku yang terpola, atau sebuah kerangka pemikiran, atau campuran keduanya, menjadi kehilangan arti.." (1973:10).

Persentuhan pemikiran Bourdieu (1977) dan Geertz (1973) juga dapat dilihat ketika keduanya mengemukakan tentang konsep "disposisi" yang dianggap sebagai hasil tindakan yang terorganisasi berdasarkan makna yang dekat dengan makna kata-kata seperti struktur. Misalnya, ketika Geertz (1973) mempelajari tindakan sosial para aktor yang pada dasarnya tidak menafikan struktur (baik objektif maupun subjektif), seperti yang juga diyakini Bourdieu (1977). Dan struktur akan selalu "dinegosiasi" para aktor sehingga menciptakan suatu sistem keteraturan dari makna dan simbol-simbol. Dengan makna dan simbol tersebut, setiap individu berkomunikasi, memantapkan, dan mengembangkan pengetahuan tentang kehidupan dan menyikapi kehidupan. Peralatan simbolik dalam pendekatan interpretivisme simbolik dianggap sebagai pengontrol perilaku. Dan, proses kebudayaan yang dianggap sebagai "negosiasi" sistem makna dan simbol itu harus diinterpretasikan setiap aktor (agen).

Pernyataan tersebut, berbeda dengan interaksionisme simbolik yang cenderung menafikan bingkai struktural, karena pada dasarnya setiap aktor ingin menciptakan penafsiran mereka sendiri tentang sebuah kenyataan sosial akibat dari interaksi-interaksi sebelumnya. Atas dasar penafsiran itulah, manusia masuk ke dalam jenis-jenis hubungan-hubungan sosial tertentu. Inilah sebuah kegiatan antar-pribadi. Dari kegiatan antar-pribadi tersebut muncullah konsensus dalam kadar tertentu mengenai "apa yang sedang terjadi" dan "siapa yang memainkan peran " tertentu dalam "drama" itu. Kegiatan ini tidak harus menghasilkan persetujuan, karena setiap "diri" memiliki pandangannya sendiri mengenai sesuatu yang sedang terjadi. Tindakan sosial dapat dipahami sebagai suatu gambaran tentang subjek pelaku menciptakan dan mempergunakan makna-makna, dan bukan petunjuk, norma, dan nilai-nilai kultural menyediakan penjelasan-penjelasan atas makna tindakan sosial tersebut (bandingkan pada Blumer 1969 dan Goffman, 1974). Dari sinilah terlihat, perbedaan argumentasi interpretivisme simbolik dengan interaksionisme simbolik dalam memandang

tindakan sosial aktor dalam kehidupan sehari-hari.

Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, yang lebih menekankan pada proses daripada hasil, serta cenderung melibatkan hubungan kepercayaan antara peneliti dengan informan. Subyek penelitian ini adalah jurnalis di stasiun televisi, khususnya mereka yang terlibat langsung dalam proses produksi pemberitaan di stasiun televisi.

Informan penelitian ini adalah pekerja media televisi dan pemilik stasiun televisi. Karakteristik informan dalam penelitian meliputi informan yang terdiri *Produser News*, *Legal Officer*, Kepala Biro Pemberitaan, Pengatur Regulasi Penyiaran, dan Tim Monitoring Isi Siaran.

Penelitian ini akan dilakukan pada dua stasiun televisi nasional yakni TV One dan Metro TV. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Kemudian analisis data dilakukan dengan tiga langkah, yakni pengolahan data, reduksi data, penyajian dalam bentuk deskripsi dan penjelasan/penafsiran, dan penarikan kesimpulan penelitian.

Hasil Penelitian

Budaya Jurnalistik Televisi di Indonesia secara umum masih tergolong baru, dimulai dengan hadirnya RCTI pada tahun 1989 dengan program Seputra Indonesia. Jurnalistik televisi secara khusus tidak pernah dikonsepsikan dan dirumuskan secara khusus, tetapi berkembang dengan alamiah. Hal ini menjadi wajar dikarenakan kehadiran televisi swasta di Indonesia secara khusus lebih memiliki orientasi pada konsep hiburan. Program berita yang disajikan awal perkembangan televisi Indonesia tidak mempunyai kedalaman informasi, karena hanya hadir dalam durasi yang sangat singkat setiap harinya, sehingga kalau bicara budaya jurnalistik televisi memang tidak ada secara khusus. Berita yang umum hadir dalam pemberitaan di televisi yang penting rama dan menarik dalam kemasan show dan tidak menarik

dalam substansi. Tak heran jika awal kemunculan televisi Indonesia program-program berita yang hadir dan mendapat perhatian besar masyarakat adalah berita-berita kriminal yang selalu digambarkan secara dramatis.

Metro TV yang berada dalam *Holding Media Grup* dengan Komisaris Utama Surya Paloh yang saat ini juga sebagai Ketua Partai Nasdem, berada pada genre Berita, Metro TV memang secara rating tidak memiliki posisi yang baik. Metro TV yang mulai mengudara pada 25 November 2000 menjadikan stasiun televisi pertama yang menjadikan *news* sebagai program utama mereka. Kehadiran Televisi *news* banyak mendapat cibiran pada awal pendirian karena dari aspek bisnis pastilah tidak menguntungkan. Secara konsisten Metro TV menjadi alternatif tayangan yang saat itu hampir hadir secara seragam di semua TV swasta Indonesia. Konskuensi dari memilih *news* sebagai program utama dan hadir selama 24 jam haruslah memiliki *news room* yang kompleks dalam meramu agenda setting mereka.

Berselang beberapa tahun kemudian sebuah televisi swasta yang bernama Lativi dengan bergenre umum mencoba peruntungan dengan mengubah format program mereka ke *news* serta mengganti *id station* (nama udara) TV One. Kehadiran TV One yang secara format *Head to Head* dengan Metro TV menjadikan dinamika jurnalistik televisi menjadi hal yang mulai diminat beberapa investor dalam bidang media. Kekuatan informasi yang memiliki korelasi dengan demokrasi yang dianut Indonesia menambah dinamika yang terjadi.

News room sebagai sentral pengelolaan informasi yang akan dikemas dalam berbagai paket informasi menjadi kunci terhadap isu-isu yang akan dihadirkan pada masyarakat. Pimpinan Redaksi adalah kunci akhir dalam menyaring informasi-informasi tersebut. Oprasional dalam *news room* TV ada tiga jenis posisi atau jabatan, yaitu jabatan manajerial, jabatan editorial, dan jabatan produksi.

Pertumbuhan media televisi saat ini sejalan dengan perkembangan sosial. Perkembangan sosial saat ini, pada dasarnya telah melampaui pemikiran modernitas, menuju

pemikiran pascamodernitas yang cenderung lebih diorganisasikan oleh konsumsi budaya, permainan media massa, dan perkembangan teknologi informasi (Smith, 2001:214-232). Keberadaan media televisi di era pascamodernitas ini mempunyai pengaruh yang kuat dalam menandai dinamika sosial dan ekonomi masyarakatnya, terutama dalam mengonsumsi simbol-simbol dan gaya hidup daripada fungsi produksi barang yang menjadi ciri khas era industri. Konsumsi simbol-simbol, gaya hidup, dan dinamika masyarakat terjadi, karena televisi sebagai media telah melakukan konstruksi realitas sosial (Berger dan Luckman, 1990). Realitas sosial dikonstruksi oleh media bertolak dari informasi yang direproduksi. Reproduksi informasi itulah yang merupakan isi media.

Televisi sebagai media penyiaran justru telah membangun realitas sosial dari sebuah industri padat modal dan disajikan kepada masyarakat secara dinamis dan kontemporer. Saluran lembaga penyiaran televisi saat ini langsung menabrak yang akhirnya akan mengguncang struktur kebudayaan dan sistem komunikasi yang telah mapan.

Bertolak dari argumentasi tersebut, maka informasi yang disajikan televisi, yang kemudian menghasilkan isi sajian media, lebih ditentukan oleh para pengelola yang menguasai media penyiaran tersebut. Apalagi isi sajian media televisi saat ini akan selalu terus menerus berproses dan mengalami perubahan sejalan dengan kepentingan para pelaku yang terlibat didalamnya. Oleh sebab itu, menarik untuk mengkaji isi sajian acara televisi mempengaruhi *audience*-nya.

Untuk itulah, pendekatan yang lebih memusatkan perhatian pada subjek pelaku tindakan akan lebih menentukan, mengarahkan, dan menciptakan proses komunikasi tersebut. Diskusi tentang tindakan manusia ini dapat dilihat dari perbenturan dan tarik menarik antara aturan-aturan normatif dan pragmatik, serta tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial.

Tarik menarik antara aturan normatif dan pragmatik akan bergerak dari situasi lain secara terus menerus. Gerakan situasi tersebut akan

bermakna jika ditafsirkan dan didefinisikan. Proses penafsiran tersebut akan menjadi perantara antara kecenderungan bertindak dengan tindakan itu sendiri, jika kemudian di antara para pelaku yang terlibat, mendefinisikan tindakannya secara berbeda-beda dalam tindakan sosialnya karena perbedaan posisi mereka dalam situasi tersebut. Sebaliknya, jika di antara pelaku mampu mendefinisikan tindakannya dalam situasi yang sama, maka hal itu lebih disebabkan adanya persamaan penafsiran, bukan karena struktur organisasi tersebut mampu menentukan dan mengatur tindakan para pelaku (Goffman, 1974)

Sementara menurut Bourdieu (1977), tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial merupakan kegiatan reflektif dan reproduktif. Ini merupakan habitus yang bekerja, baik antara relasi-relasi sosial yang objektif dan interpretasi-subjektif, baik antara struktur kognitif (*ide*) dan realitas sosial (*tindakan*), maupun antara struktural maupun kultural. Sebab habitus, menurut Bourdieu (1977), merupakan antara struktur subyektif atau skema-skema interpretatif yang bekerja secara tersirat, yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial. Habitus merupakan disposisi yang dapat berubah-ubah berdasarkan situasi yang dihadapi, dan membuat setiap pelaku bereaksi secara efisien dalam semua aspek kehidupannya, yang bekerja tanpa disadari dan nonreflektif (Bourdieu, 1984).

Berkaitan dengan tersajikannya tayangan acara televisi, habitus para pelaku yang terlibat dapat diidentifikasi dari skema-skema yang merupakan perwakilan konseptual benda-benda dalam realitas sosial. Skema-skema itu berhubungan sedemikian rupa membentuk struktur kognitif yang memberi kerangka tindakan kepada setiap pelaku dalam rangka membangun relasi-relasi pada ranah sosial. Ranah bukan merupakan ikatan intersubjektif antar individu, namun semacam hubungan yang tanpa disadari, atau posisi-posisi individu dan kelompok dalam tatanan masyarakat yang terbentuk secara spontan (Bourdieu, 1977). Pada ranah inilah selalu berlangsung perjuangan

posisi yang dipandang mampu mentransformasikan atau mempertahankan kekuatan. Ranah menjadi sarana kompetisi berbagai jenis modal (ekonomi, politik, dan simbol) yang digunakan dan disebarkan para pelaku untuk membangun relasi kekuasaannya (Irianto 2014 : 8-10)

Ruang berita televisi bukanlah sebuah *black box* steril karena ada kepentingan bisnis dan politik yang turut menentukan berita yang disiarkan. Bahkan kegiatan produksi berita telah menjadi kegiatan mengkonstruksi realitas daripada sekedar menggambarkan sebuah realitas (Ishadi, 2014).

Ruang berita sudah menjadi arena kontestasi. Aktifitas berupa konstruksi atas realitas sudah melibatkan mobilitasi modal yang menjadi sebuah relasi kuasa antar ekonomi, politik, bahkan ideologi media menjadi kalah dalam berkontestasi dengan pemilik modal (ekonomi dan politik). Dalam hal kebijakan redaksi (baca: kebudayaan redaksi), Waren Breed dalam Ishadi (2014) mengatakan ada suatu kebijakan redaksi yang harus dipatuhi disetiap pemberitaan. Pemilik modal memiliki kapasitas (relasi kuasa) yang sangat penuh bahkan memaksakan keinginannya pada kebijakan redaksi.

Jurnalis atau aktor pemberitaan dalam proses produksi di ruang berita secara langsung dipengaruhi oleh kekuatan besar. Pertama, pemasok berita yang membantu jurnalis memperoleh berita serta memasok berita yang ditemukan sendiri dari kantor berita, internet, *stringer*, maupun agen berita yang lain. Kedua, norma atau regulasi yang berlaku (Ishadi, 2014).

Pemberitaan pada dasarnya adalah kebudayaan (termasuk pengertian *jatidiri/self*) terbentuk akibat pertemuan dengan pihak-pihak/dunia lain. Dalam hal ini saya meminjam konsep Bruner (2005) tentang *borderzone* menjadi ruang produksi berita (kebudayaan). Realitas atau pengalaman manusia (jurnalis/pemilik media) atau bahkan berita, dapat dibedakan secara analitis ke dalam tiga ranah, yakni satu sebagai *news as lived* artinya sebagai sesuatu berbagai hal di pemberitaan itu sesungguhnya terjadi atau realitas. Kedua sebagai *news as experienced*, bagaimana berita

itu dialami orang, yang bisa terdiri dari berbagai pencitraan-pencitraan (*images*), perasaan-perasaan (*feelings*), hasrat-hasrat (*desires*), pikiran-pikiran (*thoughts*), serta pemaknaan-pemaknaan (*meaning*) yang ada dalam individu yang terkait dengan berita itu. Dan yang ketiga, sebagai *news as told*.

Selanjutnya dalam hal kontestasi siaran, bahwa *news* bisa bersifat generatif dan mempunyai semacam “kemampuan” mengkonstruksi pemaknaan, atau bisa “berperilaku” bukan sebagai satu macam teks yang bisu, melainkan aktif dalam satu tindakan atau satu *social practice* yang merupakan respon atas konteks tertentu misalnya konteks politik. *The news it self has agency*. Narasi yang lahir berkenaan dengan berita itu, dengan demikian, merupakan tidak hanya struktur-struktur kekuasaan (*structures of meaning*) melainkan juga stuktur-struktur kekuasaan (*structures of power*), karena berita (*news*) dan narasi-narasi yang timbul berkenaan dengannya saling dikontestasikan.

Ruang Berita merupakan dapur dimana seluruh informasi mulai dari bahan mentah hingga menjadi informasi yang siap disebar kepada masyarakat di proses, hal ini tidak terlepas dari pengaruh kebudayaan media yang dibentuk dalam proses waktu hadirnya televisi sebagai pemberi informasi kepada masyarakat. Titik berangkat dari reproduksi kebudayaan dalam industri televisi tidak terlepas dari bagaimana perilaku-prilaku para aktor yang ada.

Proses reproduksi kebudayaan merupakan proses aktif yang menegaskan keberadaannya terhadap kehidupan sosial, sehingga terjadi adaptasi bagi kelompok yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda. Seperti halnya para jurnalis dalam sebuah industri televisi tidaklah berada dalam latar belakang pendidikan yang sama. Ragam pendidikan dalam profesi jurnalis sangat memungkinkan menjadi sebuah arena reproduksi kebudayaan.

Proses ini menjadi proses sosial budaya yang penting, karena pada tatanan masyarakat akan terlihat bagaimana dominasi dan subordinasi budaya terjadi secara dinamis yang memungkinkan kita dapat menjelaskan

dinamika secara mendalam. Pada tataran individual akan dapat diamati proses resistensi didalam reproduksi identitas budaya sekelompok orang dalam konteks sosial budaya yang terbentuk. Proses adaptasi ini berkaitan dengan aspek ekspresi kebudayaan dan pemberian makna akan tindakan-tindakan individual. Sehingga akan dapat diketahui dengan cara apa sekelompok orang dapat mempertahankan identitasnya sebagai suatu etnis didalam lingkungan sosial budaya yang berbeda.

Habitus merupakan "struktur mental atau kognitif" yang membuat orang berhubungan dengan dunia sosial. Ruang Berita menjadi sebuah skema yang terinternalisasi, karena digunakan untuk mempersepsi, memahami, mengapresiasi dan mengavalusi setiap peristiwa secara berulang dan terus menerus. Terbentuknya habitus karena ditempatinya posisi di dunia sosial secara terus menerus dalam waktu yang panjang. *News room* merupakan sebuah rutinitas yang secara berkala merupakan aktifitas yang berulang secara terus menerus, sehingga menjadi sebuah arena yang didalamnya terdapat habitus yang berbeda-beda dari setiap individu, tergantung dari posisi dan intensitas dalam merumuskan konsep-konsep jurnalistik dalam news room tersebut.

Arena adalah jenis pasar kompetitif yang didalamnya terdapat berbagai jenis modal, arena news room menjadi semakin marak dengan hadirnya pembeding dari setiap arena yang ada. Perkembangan industri televisi yang saat ini menjadikan program berita sebagai sajian

utama, khususnya televisi yang memiliki format berita, dapat dipastikan memiliki suasana *news room* yang dinamis.

Proses memahami kebudayaan dalam *news room* tidaklah dapat dilepaskan dengan peran aktor-aktor yang ada didalamnya, salah satu yang memiliki andil besar adalah kebudayaan yang dibawa serta direpresentasikan oleh pemilik media. Televisi sebagai industri padat modal dan mengarah kepada kapitalisme menjadikan pemilik modal sebagai poros tengah dalam proses reproduksi kebudayaannya.

Profesi jurnalistik sangat mengedepankan rasa independensi sebagai sebuah tanggung jawab sosial, tetapi dipihak lain para jurnalis yang berada dalam *news room* tersebut tidak dapat melepaskan habitus yang telah tercipta oleh kepentingan dari pemilik media tersebut, pertentang pasti terjadi seperti halnya Metro TV sebagai televisi berita pertama yang secara sadar didirikan sebagai pengembangan dari industri media cetak, memposisikan keberadaan pemilik tidak begitu dominan. Sebagai bukti sejak pemilik media membuat sebuah kontestasi politik untuk dirinya, tidak bisa dilepaskan dari media yang dia miliki. Metro TV sampai saat ini telah mengalami beberapa kali pengantian pimpinan redaksi sebagai pemimpin tertinggi dalam sebuah news room. Berbeda dengan TV One yang secara sadar didirikan saat pemilik media tersebut saat sudah menjadi tokoh politik, mulai berdiri hingga saat ini belum pernah terjadi pengantian Pemimpin Redaksi.

Tabel 1 : Pemimpin Redaksi Metro TV dan TV One dari masa ke masa

METRO TV		TV ONE	
Pemimpin Redaksi	Masa Tugas	Pemimpin Redaksi	Masa Tugas
Andi F Noya	2000-2003	Karni Ilyas	2006-2018
Don Bosco Selamun	2003-2006		
Elman Saragih	2006-2011		
Putra Nababan	2012-2017		
Don Bosco Selamun	2017-2018		

Keberadaan pemimpin redaksi dalam mengendalikan sudut atau arah pemberitaan

sangatlah dominan. Idealisme seorang pemimpin redaksi menjadi arah keberpihakan

sebuah informasi yang akan dikemas. Persinggungan terbesar dalam proses reproduksi kebudayaan oleh aktor yang paling dominan pastilah antar pemilik dan pemimpin redaksi. Perubahan yang menjadi habitus dari pemilik pastilah akan mengubah kebudayaan yang sudah terbangun sebelumnya dalam *news room*.

Walapun sesungguhnya keputusan terhadap sebuah program berita itu berada pada kebijakan pemimpin redaksi, tapi itu tidak menjadi mutlak. Faktor eksternal yang bisa mempengaruhinya adalah iklan, secara tidak langsung produk-produk yang beriklan secara rutin dalam sebuah media paling tidak mendapat perlakuan dan pertimbangan yang berbeda saat produk tersebut diterpa isu publik yang harus diliput oleh media. Pemilik media dan kerabat pemilik medialah sebenarnya yang sangat menjadi batu sandungan atau dilematis dari ruang redaksi, tanpa ada sangkutan dan sentuhan profesionalisme mereka harus menjaga ruang-ruang privasi dan mendorong kontestasi dari pihak-pihak tersebut di ruang-ruang pemberitaannya.

Sebuah kisah digambarkan oleh Andi F Noya, pada saat Surya Paloh selaku pemilik Metro TV ikut dalam konvensi Presiden dari partai Golkar, ruang-ruang redaksi metro TV selalu di penuhi oleh berita-berita kunjungan Surya Paloh saat melakukan kampanye dalam rangka konvensi tersebut, hal ini menjadi pertentangan keras oleh Andi F Noya selaku Pemred saat itu, sampai mengatakan “Pak Surya terlalu sering muncul di Metro TV” yang terjadi secara sepihak Andi F Noya diminta untuk meninggalkan Pemred Metro TV untuk kembali ke Media Indonesia. Kekuatan pemilik atas hasutan dari para kerabat menjadi persolan dalam profesionalisme seorang jurnalis, Andi F Noya digantikan oleh Don Bosco yang waktu itu menjadi Pemred SCTV yang sekaligus tim sukses Surya Paloh dalam Konvensi Partai Golkar.

Kesimpulan

Ruang berita juga sangat tergantung pada lembaga-lembaga yang menguasai *hardware* untuk menyampaikan produk berita, seperti transmisi untuk radio dan televisi, transportasi

untuk media. Ruang berita juga sangat tergantung dan memelihara hubungan dengan struktur yakni biro iklan, pemasang iklan, dan lembaga lain.

Saat ini, khususnya media penyiaran di Indonesia, kondisi pekerja jurnalis harus bekerja dalam dua tekanan yang saling bertentangan secara kuat. Disatu sisi adalah tekanan hati nurani yang tercermin dalam semangat idealisme. Semangat ini mendorongnya menyampaikan fakta secara jujur dan obyektif. Tekanan yang satu adalah kenyataan bahwa media adalah entitas bisnis serta industri yang tergantung pada semangat bisnis yang kuas. Semangat bisnis mendorongnya untuk menyusun agenda dan mengkonstruksi sedemikian rupa realitas yang diperolehnya sehingga menarik untuk ditawarkan ke pasar. Melalui perangkat perundang-undangan, kode etik, dan tekanan opini publik, interaksi antara kepentingan bisnis dan struktur obyektif dapat mencapai keseimbangan.

Daftar Pustaka

- Berger, Peter dan Thomas Luckman. 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan : Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (terjemahan)*. Jakarta : Gramedia
- Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism : Perspective and Method*. London : University of California Press.
- Bourdieu, P. 1977. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. 1983. *The Field of Cultural Production : Essays on Art and Literature*. France : Columbia University Press
- Bourdieu, P. 1984. *Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge : Harvard University.
- Bruner, 2005. *Culture on Tour*. Chicago. Chicago University.
- Geertz, Clifford, 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York : Basic Books
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. London : Harper & ow Publishers.
- Irianto, Agus Maladi. 2014. *Media dan Kekuasaan. Antropologi Membaca Dunia*

Kontemporer. Gigih Pustaka Mandiri.

Ishadi, SK. 2014. *Media & Kekuasaan, Televisi di hari-hari terakhir presiden Suharto*. Jakarta : Kompas Penerbit Buku.

McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. London : Sage Publications Merleau-Ponty, M.

Smith, Philip. 2001. *Cultural Theory : An Introduction*. Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers.