

UPAYA REDAKSI TELEVISI MENJAGA OBJEKTIVITAS DALAM PEMBERITAAN PILKADA DKI JAKARTA

¹Muhammad Gafar Yoedtadi, ²Muhammad Adi Pribadi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: yudtadi@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: adip@fikom.untar.ac.id

ABSTRAK

Peristiwa politik penting yang menjadi perhatian media dan masyarakat pada 2017 adalah Pilkada DKI Jakarta. Bagi media, Pilkada DKI Jakarta merupakan topik berita yang layak mendapat perhatian dan ditempatkan sebagai berita penting. Penyebabnya adalah bertarungnya calon-calon gubernur DKI Jakarta yang merupakan tokoh-tokoh populer di masyarakat. Agus Harimurti Yudhoyono, putera pertama presiden ke enam RI Susilo Bambang Yudhoyono, Basuki Tjahaya Purnama, didukung presiden ke lima RI Megawati Sukarno Putri, dan Anis Baswedan, didukung mantan calon presiden 2014 Prabowo Subianto. Pada pemilu 2014 dan pemilihan presiden 2014, beberapa redaksi media, terutama media televisi yang pemiliknya memiliki afiliasi politik, dinilai oleh Dewan Pers terindikasi berpihak kepada salah satu kontestan. Bagaimana dengan pemilihan Gubernur DKI Jakarta? Dalam pemberitaan Pilkada DKI Jakarta mereka berupaya bersikap netral, meski pemilik media memiliki keterkaitan politik. Penelitian ini berupaya mengungkap upaya-upaya yang dilakukan beberapa redaksi televisi menjaga objektivitas dalam pemberitaan Pilkada DKI Jakarta. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sebagai sample penelitian, dipilih satu stasiun berita dan dua stasiun televisi bukan berita.

Kata kunci: Pilkada DKI Jakarta, objektivitas berita, redaksi televisi.

1. PENDAHULUAN

Pilkada DKI Jakarta yang diselenggarakan dua kali pada 15 Februari 2017 dan 19 April 2017, dinilai banyak pihak merupakan pilkada yang berbeda dengan pilkada di propinsi lain. Perbedaan ini terjadi karena posisi DKI Jakarta sebagai ibukota Negara Indonesia, dan para calon gubernur yang bertarung merupakan tokoh-tokoh populer di masyarakat. Lebih dari itu, Pilkada DKI diyakini banyak pengamat memiliki magnitude perhatian relatif besar sebagaimana pemilihan presiden, karena terjadi persaingan tiga tokoh penting sebagai penyokong pasangan calon yang bertarung. Yakni, Presiden RI ke enam Susilo Bambang Yudoyono yang mendukung calon nomor urut satu Agus Harimurti Yudoyono, Presiden RI ke lima Megawati Sukarno Putri yang mendukung calon nomor urut dua Basuki Tjahaja Purnama dan mantan calon presiden pada pemilihan presiden 2014 Prabowo Subianto yang mendukung calon nomor urut tiga Anis Baswedan. Maka tidak salah jika Pilkada DKI kerap kali disebut sebagai “pilkada rasa pilpres” (Liputan 6.com, 21 september 2016)

Dengan melihat perhatian publik yang begitu besar, maka tidak salah jika media massa menempatkan Pilkada DKI sebagai salah satu porsi pemberitaan utama. Namun, sebagaimana pemilihan presiden pada 2014, media massa ditengarai sulit berdiri pada posisi netral. Seperti diketahui beberapa media massa, terutama televisi dimiliki oleh para pengusaha yang memiliki afiliasi kepada partai politik atau mendirikan partai politik. Maka patut diduga arah kebijakan redaksi televisi tersebut mendukung salah satu calon gubernur. Hasil monitoring dan kajian yang dilakukan oleh Dewan Pers pada pemilu 2014 menunjukkan bahwa beberapa redaksi stasiun

televisi terindikasi keberpihakan terhadap kontenstan. Utamanya redaksi televisi yang pemiliknya memiliki afiliasi politik (Siregar, 2014).

Berimbang dan netral sejatinya merupakan bentuk objektivitas media massa. Sikap ini harus ditunjukkan oleh media massa dalam memproduksi berita. Kode Etik Jurnalistik yang diterbitkan oleh Dewan Pers, pada pasal tiga telah menggariskan mengenai sikap untuk menjaga keberimbangan dan independensi. Sementara untuk televisi aturan tersebut masih ditambah dengan Pedoman Perilaku Penyiaran, pasal 11 dan pasal 22, serta Standar Program Siaran yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 pasal 11, pasal 40 dan pasal 71, agar redaksi televisi menjaga independensi dan netralitas. Berkaca pada konstestasi pemilihan presiden 2014, KPI pernah mengeluarkan teguran dan pertimbangan untuk tidak mengeluarkan izin baru kepada dua stasiun televisi yang dinilai tidak mampu menjaga netralitas (Merdeka, 2014).

Penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana upaya redaksi sejumlah stasiun televisi menjaga objektivitas dalam memproduksi berita mengenai pilkada DKI Jakarta.

Kajian Pustaka

Objektivitas menjadi salah satu prinsip media massa dalam memproduksi berita. Nasution (2015) mencatat ada delapan prinsip yang harus dipenuhi dalam produksi berita. Yakni, akurasi, independensi, objektivitas, *balance*, *fairness*, imparisialitas, menghormati privasi, dan akuntabilitas kepada publik. Prinsip ini harus dijalankan oleh seorang wartawan, karena dengan itulah mereka layak untuk dipercaya. Lebih jauh Nasution (2015) menyebut objektivitas tidak dapat dilepaskan dari keberimbangan dalam penulisan berita. Prinsip objektivitas bertujuan untuk mencegah kemungkinan ataupun kecenderungan wartawan terpengaruh oleh subjektivitas pribadi maupun pihak lain dalam memandang dan menggambarkan suatu peristiwa atau kejadian. Prinsip ini bertujuan agar wartawan meninjau setiap masalah dari berbagai sudut pandang supaya mencerminkan kebenaran.

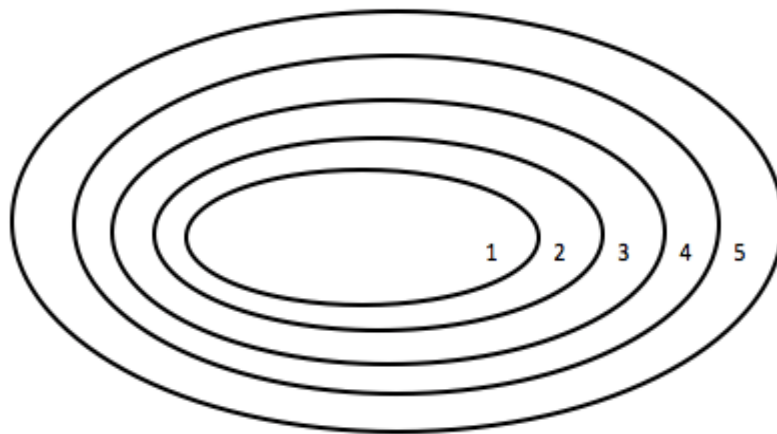
Sementara menurut Hirst dan Patching (2005) objektivitas dan keberimbangan dalam kerja jurnalistik bertujuan agar berita yang dihasilkan dapat menghadirkan fakta sesungguhnya dan menghindari bias. Kedua hal tersebut akan sangat berguna terutama ketika media massa melakukan peliputan yang berhubungan dengan konflik dan kontestasi politik. Dengan objektivitas dan keberimbangan, fakta dalam berita seolah ditempatkan pada zona “netral” diantara dua opini berbeda, atau dua kubu yang tengah berkompetisi.

Dalam peliputan Pilkada DKI Jakarta, terdapat tiga pasangan calon yang maju dalam pemilihan, media tentu dituntut untuk bersikap netral dan selalu menghadirkan berita-berita yang objektif dan berimbang. Keberpihakan pada salah satu calon, akan menempatkan media pada kategori media partisan. (McQuails, 2000) menyebutkan *partisanship* pada media akan mengurangi kualitas informasi yang dihasilkan dan media yang diketahui publik sebagai media partisan akan kehilangan kepercayaan publik. Hal ini sejalan dengan pemikiran Hirst dan Patching (2005) media massa adalah salah satu lembaga sosial, karena itu memiliki tanggung jawab menjaga kepercayaan publik (*public trust*). Sementara Kovach dan Rosenstiel (2006) merumuskan Sembilan Elemen Jurnalisme untuk mengingatkan kembali peran dan fungsi jurnalistik di tengah masyarakat. Pada elemen kedua, Kovach dan Rosentiel merumuskan posisi jurnalisme di hadapan warga, bahwa loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga. Artinya, jurnalisme tidak boleh mementingkan kelompok, golongan, etnik, bahkan pelanggan pembaca atau penontonnya.

Selanjutnya objektivitas juga ditunjukkan pada elemen keempat. Kovach dan Rosentiel (2006) merumuskan bahwa wartawan harus tetap independen dari pihak yang mereka liput. Independensi yang dimaksud di sini adalah independensi pikiran, dari kelas atau status ekonomi, dan independensi dari ras, etnis, agama, dan gender. Ini berarti ketika bekerja membuat berita, wartawan harus melepaskan semua yang ada pada dirinya. Ia bertugas menunjukkan fakta apa adanya.

Seberapa jauh objektivitas berita dapat diraih oleh seorang wartawan? Nurudin (2009) mengatakan fakta yang dilihat seorang jurnalis yang diberitakan dalam media massa juga merupakan objektivitas yang dipengaruhi oleh nilai individu wartawan dan media di mana ia bekerja. Wartawan akhirnya mengonstruksi realitas yang dilihatnya. Dengan kata lain, objektivitas yang ada pada diri wartawan tergantung dari konstruksi pikiran yang ada pada diri seseorang wartawan tersebut. Dengan demikian, objektivitas yang ada di media massa adalah subjektif karena dipengaruhi oleh banyak hal. Artinya, objek faktanya ada, tetapi ia telah dicampur dengan konstruksi pikiran dan lembaga media. Maka ia tak lepas dari subjektivitas. Itu pula kenapa, terhadap fakta yang sama di lapangan, ketika sudah ditulis dalam medianya masing-masing menjadi berbeda.

Memang sulit bagi redaksi berita untuk bersikap objektif akibat berbagai pengaruh yang menyertai mereka dalam rangka memproduksi berita. Pamela Shoemaker dan Stephen D Reese (dalam Sobur, 2009) menyimpulkan bahwa media terpengaruh oleh lima faktor. Secara khusus Pamela dan Stephen membuat model “Hierarchy of influence” untuk menggambarkan lima pengaruh terhadap media.



Gambar 1. *Hierarchy of Influence*

Sumber: Shoemaker dan Reese, dalam Sobur, 2009: halaman 138

Alex Sobur (2009) menjelaskan secara garis besar faktor yang mempengaruhi hal tersebut antara lain (1) pengaruh individual atau pekerja media (2) pengaruh rutinitas media (3) pengaruh organisasional (4) pengaruh dari luar organisasi (5) pengaruh ideologi.

Pengaruh individual atau pekerja media

Aspek personalitas wartawan tentu mempengaruhi cara wartawan memandang sebuah peristiwa atau fakta. Misalnya, kalau wartawan beragama Islam secara hipotetik lebih bersimpati terhadap umat Islam. (Hidayat dalam Sudibyo, 2001).

Pengaruh Rutinitas Media

Pengaruh rutinitas media adalah produk yang dihasilkan oleh media massa dipengaruhi oleh kegiatan seleksi-seleksi yang dilakukan komunikasi, termasuk tenggat (*deadline*) dan rintangan waktu yang lain, keterbatasan tempat (*space*) dan keterbatasan waktu (durasi), struktur piramida terbalik dalam penulisan berita dan kepercayaan reporter pada sumber-sumber resmi dalam berita yang dihasilkan. (Sobur, 2009).

Pengaruh Organisasional

Pengaruh organisasional merupakan salah satu tujuan penting dari media. Tujuan-tujuan media akan berpengaruh pada isi yang akan dihasilkan. (Sobur, 2009). Pengelola media dan wartawan bukan orang yang tunggal yang ada dalam organisasi berita. Ia sebaliknya hanya bagian kecil dalam organisasi media itu sendiri. Selain bagian redaksi, ada juga bagian pemasaran, sirkulasi, iklan dan seterusnya. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi memiliki kepentingan sendiri-sendiri. Mereka mempunyai tujuan dan target masing-masing, sekaligus strategi yang berbeda untuk mencapai target tersebut. (Hidayat dalam Sudibyo, 2001).

Pengaruh dari Luar Organisasi

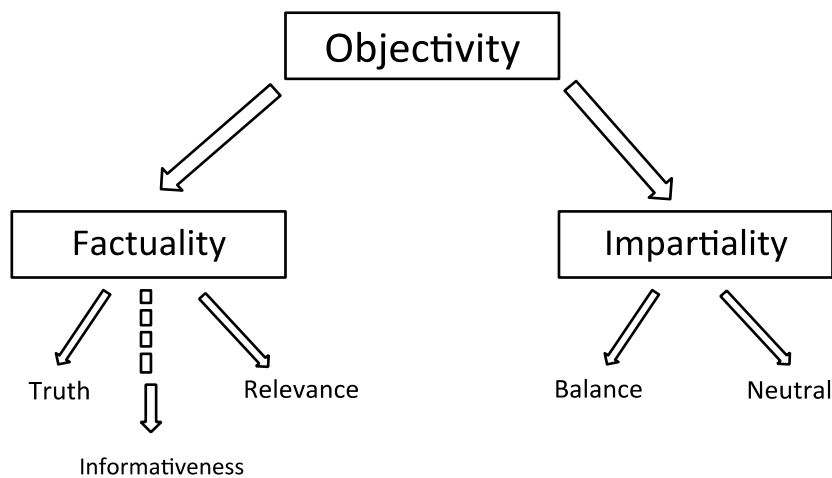
Pengaruh dari luar organisasi meliputi lobi dari kelompok-kelompok kepentingan terhadap isi media, *pesudoevent* dari praktisi *public realations* dan pemerintah yang membuat peraturan-peraturan di bidang pers. (Sobur, 2009). Berkaitan dengan faktor ini, Shoemaker dan Reese (dalam Sudibyo, 2001) mengidentifikasi tiga aspek yang dipengaruhi yaitu: sumber berita media massa, sumber panghasilan media massa, dan institusi lain di luar media massa antara lain pemerintah, kalangan bisnis, maupun keberadaan teknologi. Menyangkut sumber berita, Sudibyo (2001) menjelaskan bahwa keberadaan sumber berita dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Sumber berita mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan, antara lain memenangkan opini publik atau memberikan citra tertentu kepada khalayak. Kepentingan sumber berita ini sering kali tidak disadari oleh media. Pengelola media tidak sadar orientasi pemberitaan telah diarahkan untuk menguntungkan sumber berita. (Sudibyo, 2001)

Pengaruh Ideologi

Pengaruh ideologi merupakan sebuah pengaruh paling menyeluruh dari semua pengaruh. Ideologi di sini diartikan sebagai mekanisme simbolik yang menyediakan kekuatan-kekuatan kohesif yang mempersatukan di dalam masyarakat. (Sobur, 2009: halaman 139). Ideologi diartikan sebagai kerangka berpikir atau referensi tertentu yang dipakai individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Ideologi di sini tidaklah selalu harus dikaitkan dengan ide-ide besar. ideologi juga bisa bermakna politik penandaan atau pemaknaan. Cara wartawan melihat peristiwa dengan kacamata dan pandangan tertentu, dalam arti luas adalah sebuah ideologi. (Eriyanto, 2002)

Meski secara ideal objektivitas sulit diraih, Hirst dan Patching (2005) menyatakan tidak ada alasan bagi wartawan untuk sebisa mungkin mencoba mendapatkan objektivitas. Hal itu antara lain bisa dilakukan dengan pemilihan narasumber, kutipan wawancara secara *fair*, selalu mengedepankan kepentingan khalayak, dan relevan dengan pokok berita.

Westerstahl (dalam McQuails, 2000) menyodorkan sebuah rumusan mengenai objektivitas dalam sebuah pemberitaan.



Gambar 2. Rumusan objektivitas
Sumber McQuails, 2000: halaman 173

Dalam bagan di atas, Westerstahl membagi objektivitas ke dalam dua kriteria, yakni faktualitas dan imparsialitas. Faktualitas bisa diwujudkan jika didukung oleh sebuah kebenaran (*truth*) dan relevansi (*relevance*). Sementara itu, imparsialitas hanya bisa ditegakkan jika didukung oleh keseimbangan (*balance*) dan netralitas (*neutrality*).

Nurudin (2009) menjelaskan faktualitas adalah bentuk reportase yang berkaitan dengan peristiwa dan pernyataan yang bisa dicek ke narasumber dan bebas dari opini. Karenanya faktualitas mensyaratkan adanya kebenaran (*truth*). Kebenaran adalah keutuhan laporan, tepat, akurat yang ditopang oleh pertimbangan independen, dan tak ada usaha mengarahkan khalayak. Sementara relevansi (*relevance*) berkaitan dengan proses seleksi, dan bukan penyajian. Proses seleksi yang dilakukan seorang wartawan memegang peranan penting apakah sebuah berita dikatakan berkaitan atau tidak. Sementara imparsialitas mempunyai dua kategori yakni keseimbangan dan netral. Imparsialitas atau tidak memihak bisa dilakukan dengan peliputan *cover both side* (meliput dua sisi yang berbeda dengan seimbang). Meliput dua sisi atau banyak sisi yang berbeda tidak akan lengkap manakala tidak dilandasi dengan prinsip keadilan dalam meliputnya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Creswell (2013), Metodologi kualitatif adalah penelitian yang mengeksplorasi pemaknaan yang dimiliki oleh individu-individu terhadap lingkungannya. Mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber adalah salah satu bagian dari proses penelitian kualitatif. Cara pandang peneliti adalah induktif dimana setiap individu memiliki peran penting dalam menggambarkan lingkungannya.

Fenomenologi, menurut Raco (2010) adalah pencarian data – data berdasar pada pengalaman-pengalaman individu – individu ketika berada didalam lingkungannya. Jadi bisa dikatakan filosofi dari fenomenologi adalah pengalaman manusia saat berhadapan dengan lingkungannya. Peneliti harus mencari orang-orang yang terhubung secara langsung dengan lingkungannya yang menjadi daerah penelitiannya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Peneliti akan melakukan pencarian data primer dengan melakukan wawancara mendalam kepada tiga orang informasi yang merupakan redaksi dari tiga stasiun televisi. TV Audience Measurement, dalam Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (2015), membagi stasiun televisi dalam dua kategori program televisi, stasiun televisi berita dan stasiun televisi bukan berita. Kriteria dari stasiun televisi yang dipilih oleh peneliti adalah satu stasiun televisi berita dan dua stasiun televisi bukan berita. Peneliti memilih informan dengan jabatan setingkat pemimpin redaksi atau wakil pemimpin redaksi. Peneliti beranggapan karena mereka memahami daerah lingkungan kerja pertelevisian sehingga peneliti bisa mendapatkan gambaran lengkap tentang upaya stasiun televisi menjaga objektivitasnya dalam penyampaian berita selama kegiatan Pilkada DKI Jakarta berlangsung. Nama informan dan stasiun televisi dirahasiakan untuk memudahkan para informan dalam memaparkan informasi terkait dengan penelitian. Sebagai pembanding, peneliti juga akan mewawancarai Dewan Pers yang selama ini bertugas menjaga kemerdekaan pers dan jalannya kode etik jurnalistik.

Wawancara mendalam dilakukan dalam dua sesi untuk setiap informan dimana proses wawancara terpisah antara informan yang satu dengan yang lainnya. Sesi pertama dari wawancara mendalam adalah untuk mencari informasi terkait dengan penelitian. Proses wawancara mendalam kepada setiap informan dilakukan minimal selama satu jam. Tempat wawancara mendalam disesuaikan dengan kondisi para narasumber karena mereka memiliki jadwal yang ketat sehingga peneliti perlu menyesuaikan dengan kondisi para narasumber. Setelah wawancara selesai pada satu individu, Peneliti melakukan pengolahan data – data yang telah terkumpul dengan melakukan interpretasi atas data. Hasil interpretasi peneliti bisa saja tidak sesuai dengan Informan sehingga peneliti perlu melakukan wawancara kedua untuk mengklarifikasi hasil interpretasi peneliti atas data-data informan. Jika informan melakukan perbaikan atas hasil interpretasi peneliti maka klarifikasi informasi dari informan menjadi data yang sebenarnya karena informan adalah pelaku yang menjalani aktivitas di lingkungannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peristiwa politik penting yang terjadi pada 2017 adalah Pilkada Serentak. Dari Pilkada Serentak yang dilangsungkan di 101 daerah, pemilihan Gubernur DKI Jakarta merupakan pilkada yang paling menarik perhatian. Tiga calon gubernur yang maju bertarung, merupakan tokoh populer di masyarakat. Selain itu, adanya sejumlah tokoh politik penting di belakang para kandidat, tentu kian meningkatkan daya tarik pilkada DKI Jakarta. Mengacu pada Pemilu 2014 dan Pilpres 2014, berita-berita politik seputar pemilu dan pilpres selalu menjadi perhatian masyarakat. Maka media massa, tak terkecuali televisi memberi porsi perhatian yang lebih besar untuk berita seputar pilkada DKI Jakarta. Tujuannya adalah mencari penonton lebih besar dengan berita-berita Pilkada DKI Jakarta. Ketiga televisi yang menjadi objek penelitian ini, mengungkapkan betapa pentingnya berita-berita seputar pilkada DKI Jakarta. Bahkan, berita seputar persiapan pilkada DKI Jakarta sudah diproduksi satu atau dua bulan menjelang pemilihan. Alasan yang diberikan oleh mereka adalah berita-berita tersebut memberikan angka *rating* dan *share* penonton yang tinggi. Berikut penjelasan ketiga narasumber penelitian mengenai pentingnya berita-berita seputar pilkada DKI Jakarta:

Narasumber 1 mengatakan: “Iya karena memang tidak bisa dibantah sih kita kan pegangannya *share* dan *rating* kalau begitu masuk pilkada pasti bagus, itu saya kira semua tv ya. Meskipun kalau terkait tokoh-tokohnya itu tidak selalu dominan ya, kadang berimbang, apakah itu nomor dua atau nomor satu.”

Narasumber 2 mengatakan: "Pastinya iya. Jadi pilkada DKI itu bagi redaksi kita sangat penting karena ini menyangkut pertarungan banyak pihak. Yang lainnya adalah memang banyak orang menyebut pilkada DKI itu menjadi seperti miniatur pilpres, akhirnya disebut pilkada rasa pilpres."

Narasumber 3 mengatakan: "Saya rasa sebagai sebuah berita termasuk yang *hot* topik dan memang salah satu agenda yang ada di semua *newsroom*. Karena satu ini istilah orang ini pilkada berasa pilpres ya. Memang kalau melihat elemen jurnalistiknya melihat dari *name make news*-nya, kemudian terutama *magnitude*-nya ya sangat-sangat besar kemudian dari sisi *interest* orang."

Meyakini akan mendapat *rating* dan *share* yang tinggi, maka ketiga narasumber membenarkan jika berita-berita Pilkada DKI Jakarta ditempatkan pada segmen khusus pada setiap buletin berita. Segmen khusus tersebut sudah mulai dirancang jauh hari, tiga hingga empat bulan sebelum pilkada DKI Jakarta berlangsung. Hal ini memperlihatkan keseriusan redaksi ketiga televisi mempersiapkan produksi berita Pilkada DKI Jakarta. Untuk menonjolkan dengan berita-berita yang lain, segmen khusus tersebut diberi judul dengan video grafik (*bumper*) sebagai daya tarik, seperti "Memilih Jawara Jakarta" dan "Menuju DKI Satu" dan "Jakarta Memilih".

Selama berlangsungnya Pilkada DKI Jakarta, redaksi televisi tetap berupaya untuk menjaga objektivitas berita dengan mekanisme netralitas dan keberimbangan dalam membuat berita. Mekanisme untuk menjaga kedua hal tersebut dilakukan dengan beberapa upaya; pertama, menjaga durasi berita secara adil untuk setiap pasangan calon gubernur DKI Jakarta. Misalnya, pasangan calon nomor urut satu Agus-Silvi dibuat berita dengan durasi sekitar 2 menit, maka durasi yang sama untuk pasangan calon yang lain, Ahok-Jarot dan Anis-Sandi mendapat jatah durasi sekitar 2 menit. Kedua, cara menempatkan berita masing-masing pasangan calon gubernur dalam satu segmen disesuaikan dengan nomor urut mereka. Misalnya, Agus-Silvi urutan pertama, Ahok-Jarot urutan kedua dan Anis-Sandi urutan ketiga. Ketiga, selalu berusaha menampilkan ketiga pasangan calon pada setiap segmen secara merata. Sehingga tidak ada salah satu dari pasangan yang absen dari tayangan. Keempat, untuk menjamin ketersediaan berita liputan kegiatan pasangan gubernur DKI Jakarta, maka dibentuk tiga tim liputan yang setiap hari selalu mengikuti (*embedded*) dengan tiga pasangan calon. Berikut penjelasan ketiga narasumber mengenai upaya dalam menjaga keberimbangan berita-berita pilkada DKI Jakarta:

Narasumber 1 mengatakan: "Pertama-tama kita minta kepada teman-teman di *newsroom*, dari eksekutif produser ke produser ke bawah, kita minta ada keberimbangan dari segi durasi, durasi dan tampilnya pasangan, meskipun durasi ada tapi semua harus ada, misalnya hari ini ada Ahok tapi mungkin Ahok tampil sendirian, gimana caranya harus ada, makanya kemarin begitu pilkada, kita punya tiga tim liputan itu nempel semua, jadi tiap hari pasti ada. Durasinya bahkan secara umum kita minta juga, meskipun sesekali ada juga gak lah ya, tetapi minimal mereka semua itu punya kesempatan yang sama, untuk ini, jadi setiap hari pasti ada, kalau ada nomor satu nanti ada nomor tiga, ada sih."

Narasumber 2 mengatakan: "Ya yang paling *simple* kan itu, durasi, ya gak mesti sama betul ya, tapi kalau misalnya berita itu dipaket, ada *sound bite*, ya kalau ada Anis, harus ada Ahok, harus ada Agus ketika tiga, demikian sebaliknya, kalau gak ada, misalnya wah Agus hari ini gak kampanye, ya udah gak bisa beritain Agus, mungkin mpok Silvinya, jadi kalau ada gubernurnya, gubernurnya rendeng tiga...Saya sering marah kalau tiba-tiba ada Ahok tapi Anisnya tidak ada, alasannya Anis hari ini tidak kampanye, ya udah kalau gitu gak usah Ahok muncul, Anis gak muncul, lu cari aja wakilnya jadi misalnya Jarot aja sama Sandi. Biar bareng-bareng, kalau gak kan sekali aja orang nonton, wah ini kok berpihak, penilaian publik kan seperti itu, padahal selama ini kita kan selalu jaga, tiba-tiba ada sekali berita semacam itu kita dianggap oh ini pro Ahok."

Narasumber 3 mengatakan: "Kita mempertahankan kredibilitas yang sejak dulu dipegang oleh masyarakat. Jadi prinsip *balance* masih kita terapkan meski pada hal-hal teknik harus dipertahankan. Jadi kalau ada tiga paslon berarti kita selalu mulai berita dari paslon satu, dua, dan tiga. Kalau yang satu diperlakukan baik maka yang lain harus diperlakukan baik. Yang satu dapat dua menit maka yang lain dapat dua menit. Jadi selalu berimbang. Kontennya tergantung mereka. Jika yang satu di pasar murah tapi yang satu punya acara yang lebih menarik, ya itu penyesuaian mereka tapi kami memberikan spot yang sama untuk ketiga paslon. Ketika tinggal dua, berarti nomor dua dulu begitu urutannya."

Weterstahl (McQuails, 2000) membagi aspek objektivitas berupa faktualitas, imparialitas, kebenaran, relevan, berimbang dan netral. Sejauh ini ketiga redaksi televisi yang menjadi narasumber dalam penelitian ini menyatakan betapa pentingnya aspek-aspek objektivitas tersebut, seperti ketidak berpihakan, keberimbangan dan netralitas dalam berita-berita pilkada DKI Jakarta. Hanya persepsi keberpihakan dan keberimbangan menjadi berbeda ketika dijelaskan oleh narasumber 1. Keberpihakan dan keberimbangan, menurut narasumber 1, adalah lebih mengritisi paslon gubernur yang dinilai memiliki dukungan paling besar, yakni paslon nomor dua Ahok-Jarot. Sementara narasumber 2 dan 3 menyatakan sejalan dengan teori objektivitas Weterstahl. Berikut pernyataan ketiga narasumber mengenai objektivitas:

Narasumber 1 mengatakan: "Itu tadi yang aku bilang, ketidakberpihakan secara umum sih tidak, tetapi ini kan asumsi, asumsi kita ada dominasi yang terlalu kuat dan kita harus imbangi gitu. Misalnya, kita kan melihat untuk yang nomor dua kan terlalu besar dukungan, supportnya terlalu besar, itu kan aku kira itu asumsi-asumsi umum ya, asumsi umum yang kita tangkap dan kita melihat nih, wah ini terlalu kuat, terlalu kuat bukan dalam pengertian dia ini tapi *supportnya* terlalu besar, kita merasa harus ada yang mengimbangi gitu, apalagi tim riset kita ngasih juga tuh tentang keberhasilan misalnya, tentang beberapa catatan-catatan buruknya misalnya, itu menjadi diskusi-diskusi kita juga lho, iya kan bahan-bahan yang harus di *challenge*".

Narasumber 2 mengatakan: "Saya kira penting banget ya karena memang salah satu landasan jurnalisme dimanapun literatur yang kita baca ya *cover both side*, keberimbangan itu menjadi salah satunya kalau tidak yang kita."

Narasumber 3 mengatakan: "Bukan kebetulan jargon kami itu akurat, tajam dan terpercaya. Saya orang yang pertama ikut sejak awal pertama kali meskipun demikian saya pergi ketempat lain dan pergi kemana-mana dan kemudian kembali lagi ke sini tapi itu benar-bener ada di *mind set* semua orang bahwa akurat, tajam dan terpercaya harus tercermin dalam pemberitaan, sehingga kalau kita tidak berimbang, bagaimana kita menggunakan kata kepercayaan bagian dari *credibility* yang harus dibangun itu."

Mengacu pada teori adanya hirarki pengaruh (*hierarchy of influence*) terhadap redaksi media dalam memproduksi berita (Pamela Shoemaker dan Stephen D Reess, 1996) yakni (1) pengaruh individual atau pekerja media (2) pengaruh rutinitas media (3) pengaruh organisasional (4) pengaruh dari luar organisasi (5) pengaruh ideologi. Ketiga narasumber penelitian menyatakan pengaruh yang lebih sering adalah dari individual atau pekerja media. Pengaruh tersebut disadari oleh anggota redaksi, dan dicegah agar tidak sampai mempengaruhi objektivitas berita. Narasumber 1 mengatakan mekanisme pengawasan dilakukan oleh tim riset yang setiap hari mengevaluasi berita yang ditayangkan. Tim riset akan memberi catatan soal keberimbangan hingga durasi berita untuk masing-masing kandidat. Sementara narasumber 2 menerangkan bahwa produser yang memiliki kecenderungan mendukung salah satu paslon akan dipindahkan agar berita yang dihasilkan tidak bias dukungan. Narasumber 3 menyatakan sistem pengawasan di stasiun televisinya telah dilakukan secara berjenjang dan berlapis, yakni produser, eksekutif produser, news manager.

Bagaimana dengan pengaruh dari pemilik tv yang di beberapa stasiun tv memiliki afiliasi dengan kepentingan politik tertentu, bahkan ada yang mendirikan partai politik? Ketiga narasumber menyatakan pemilik tv tidak ada yang melakukan intervensi terhadap kebijakan redaksi dalam menjaga objektivitas pemberitaan pilkada DKI Jakarta. Narasumber 1 mengakui pemilik tv berpolitik, bahkan mendirikan partai politik. Karena itu sorotan dari masyarakat akan sangat tajam terhadap pemberitaannya. Namun, selama pilkada DKI Jakarta, intervensi pemilik tv tidak ada. Berikut kutipan wawancara ketiga narasumber mengenai pemilik televisi:

Narasumber 1 mengatakan: "Tidak ada, belum pernah. Murni keputusan dari forum rapat. Dan kita selalu bilang ke para pemred, selama tidak ada larangan, kita jangan nanya. Karena begitu nanya kan menjebak kita, karena dari sebelumnya gak kepikiran jadi kepikiran. Jadi kita sudah wanti-wanti jangan nanya... Kita sadar kemarin itu kan di layar kita, orang-orang menyorot kita, apalagi kan pemiliknya punya partai, itu kita sadar, pasti sorotan orang jauh lebih keras dibanding tv lain. Jadi itu dijagain betul."

Narasumber 2 mengatakan: "Alhamdulillah ya di tempat kita ini, owner pemilik itu gak *cawe-cawe* lah yang begitu-begitu gak memberi arahan harus begini atau tidak boleh begini. Cuma pesannya, kalian harus netral sehingga kita di dalam juga menetapkan kebijakan seperti itu... Saya berani *declare* ya pak Chaerul Tanjung tidak pernah *cawe-cawe*, tidak mau, aku gak ngerti ya, mungkin dia punya kecenderungan, mungkin cara dia ya, pengusaha beda ya gayanya, mungkin dia dekat, pak Chaerul Tanjung sebelumnya secara rasional dekat dengan Agus, sama Sandi juga pasti dekat karena Min Uno kan salah satu anak perusahaannya disini, Robert Power apa itu jaman dulu, tapi gak ada arahan itu."

Narasumber 3 mengatakan: "Kami dikenal sebagai media yang paling independen dibanding media lain karena media yang lain semua juga sudah tahu para pemiliknya memang berpolitik. Sedangkan pemilik tv kami lebih pada bisnis."

Sementara ketiga narasumber menyatakan tidak ada intervensi yang dilakukan pihak luar media terhadap kebijakan redaksi selama berlangsungnya pilkada DKI Jakarta. Kalau pun ada, mereka sepakat menyatakan untuk mengabaikan saja. Bahkan narasumber 1 menyatakan, jika partai politik yang didirikan oleh pemilik tv berusaha mempengaruhi kebijakan redaksi dan isi pemberitaan, maka redaksi tetap akan mengabaikan.

Dalam pengamatan Dewan Pers, selama berlangsungnya pilkada DKI Jakarta pemberitaan yang ditayangkan televisi masih dalam batas-batas sesuai aturan dan kode etik. Dewan Pers mengakui selama pilkada DKI Jakarta tidak melakukan monitoring dan penelitian secara khusus terhadap pemberitaan media. Namun, jika melihat dari tidak adanya pengaduan masyarakat terkait pemberitaan pilkada DKI Jakarta, bisa disimpulkan pemberitaan televisi seputar pilkada DKI Jakarta tidak bermasalah. Berikut pernyataan anggota Dewan Pers Imam Wahyudi:

"Kalau kita evaluasi dari pengaduan yang masuk ke Dewan Pers itu antara 500 sampai 800 pengaduan per tahun, maka pengaduan terhadap televisi relatif tidak terlalu banyak dan kami dalam konteks pengaduan ke televisi kami juga menerima dari pengaduan langsung dan juga meminta pendapat Komisi Penyiaran Indonesia, artinya jika ada pengaduan terkait yang diajukan ke KPI, maka KPI akan meminta pendapat Dewan Pers soal kode etik jurnalistik dan itu tidak terlalu banyak... Pelanggaran yang muncul umumnya terkait dengan yang diajukan, yang dimintakan pendapat oleh KPI umumnya tidak terkait dengan independensi, tetapi lebih pada persoalan, misalnya, penayangan gambar-gambar yang melanggar aspek-aspek, misalnya, pornografi, kemudian sadisme"

Namun Dewan Pers menduga ada indikasi pemilik media melakukan intervensi terhadap redaksi televisi. Indikasi ini sudah terlihat sejak pemilu 2014 dan pemilihan presiden tahun 2014. Intervensi terjadi terutama pada televisi-televisi dimana pemiliknya memiliki afiliasi politik dengan partai politik atau mendirikan partai politik. Berikut pernyataan anggota Dewan Pers Imam Wahyudi:

“Kalau menurut pengamatan kami, iya, ada intervensi seperti itu, tetapi kami jujur sampai sekarang belum pernah menerima aduan terkait intervensi dari pemilik kepada redaksi televisi. Padahal dalam Pedoman Standar Perlindungan Profesi Wartawan ada butir yang menyatakan bahwa pemilik atau petinggi *newsroom* dilarang mendorong wartawannya untuk melanggar hukum dan kode etik jurnalistik. Tetapi sampai sekarang tidak ada pengaduan. Padahal sesungguhnya kalau kita lihat beberapa pemberitaan pada waktu pemilu, pilpres dan juga mungkin sekarang yang terindikasi dalam pilkada DKI itu, ada kecenderungan bahwa pemihakan yang diduga terkait karena adanya intervensi pemilik televisi kepada redaksi.”

Imam Wahyudi mengakui mengenai keterlibatan atau intervensi dari pemilik media televisi pada Pilkada DKI Jakarta masih berupa dugaan. Lahirnya dugaan tersebut dikarenakan hasil penelitian Dewan Pers pada Pemilu 2014 (Siregar, 2014: halaman 32), menunjukkan indikasi adanya intervensi pemilik media televisi. Pada Pilkada DKI Jakarta Dewan Pers belum melakukan penelitian lebih mendalam mengenai hal itu.

4. KESIMPULAN

Redaksi ketiga televisi menyadari dalam memberitakan pilkada DKI Jakarta, mereka harus menjaga objektivitas dengan berupaya selalu berimbang, tidak berpihak, dan netral. Upaya-upaya dalam menjaga objektivitas tersebut dilakukan dengan cara; pertama, bersikap adil dengan memberikan durasi berita yang sama untuk setiap pasangan calon gubernur DKI Jakarta. Misalnya, Agus-Silvi mendapat durasi 2 menit, maka Ahok-Jarot mendapat durasi 2 menit, dan Anis-Sandi mendapat durasi 2 menit. Kedua, menempatkan urutan berita para paslon gubernur DKI Jakarta sesuai urutan nomor kandidat paslon yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum. Yakni, berita pertama paslon nomor satu Agus-Silvi, berita kedua paslon nomor urut dua Ahok-Jarot dan berita ketiga paslon nomor urut tiga Anis-Sandi. Ketiga, menjaga frekuensi berita paslon gubernur DKI Jakarta secara tetap, dengan menugaskan tiga tim liputan untuk menempel (*embedded*) setiap hari dengan ketiga paslon tersebut. Sehingga setiap hari selalu didapatkan berita mengenai ketiga paslon tersebut. Keempat, selalu menjaga secara adil kemunculan ketiga paslon Gubernur DKI Jakarta di setiap segmen khusus pilkada DKI Jakarta. Misalnya, jika ada berita Ahok, maka harus ada berita dari Agus dan Anis. Namun, jika Agus dan Anis tidak ada beritanya, maka harus ada berita dari calon wakil gubernurnya, Silvi dan Sandi. Sehingga keterwakilan dari ketiga paslon dalam berita bisa terlaksana.

Redaksi televisi mengakui adanya pengaruh preferensi politik diantara awak redaksi yang berpotensi mempengaruhi objektivitas berita. Namun redaksi televisi sepakat mencegah preferensi politik wartawan mempengaruhi isi berita dengan mekanisme pengawasan berlapis, dari producer, eksekutif producer, news manager, wakil pemimpin redaksi, pemimpin redaksi.

Berbeda dengan pemilu 2014 dan pemilihan presiden 2014, pada pilkada DKI Jakarta Dewan Pers tidak melakukan monitoring secara khusus atau melakukan riset terhadap isi berita media pers. Namun jika melihat pengaduan yang masuk ke Dewan Pers, tidak ada yang merupakan pengaduan terkait pemberitaan pilkada DKI Jakarta di televisi. Maka dapat disimpulkan pemberitaan televisi mengenai pilkada DKI Jakarta tidak memiliki masalah.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada narasumber yang telah meluangkan waktu untuk melakukan wawancara. Terima kasih juga kepada pihak Universitas yang telah mendukung penelitian ini.

REFERENSI

- Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Hirst, Martin., Patching, Roger. 2005. *Journalism Ethics: Arguments and Cases*. Oxford University Press, Melbourne
- Kovach, Bill., Rosenstiel, Tom. 2006. *Sembilan Element Jurnalisme*. Yayasan Pantau. Jakarta
- Nasution, Zulkarimen. 2015. *Etika Jurnalisme: Prinsip-prinsip Dasar*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Nurudin. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Rajawali Pers. Jakarta
- McQuails, Denis. 2000 *Mass Communication Theory* 4th Edition. Sage Publication. London
- O'Shaughnessy, Michael., Stadler, Jane. 2005. *Media and Society an Introduction* Third Edition. Oxford University Press. Melbourne
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo. Jakarta
- Siregar, Amir Efendi., Rahayu., Rianto, Puji., Adiputra, Wisnu Martha. 2014. *Menakar Indepedensi Dan Netralitas Jurnalisme Dan Media Di Indonesia*. Jurnal Dewan Pers. Edisi 9 Juni 2014.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisa Teks Media*. Remaja Rosda Karya. Bandung
- Sudibyo. Agus. 2001. *Politik Media dalam Pertarungan Wacana*. LKiS. Yogyakarta