

LAPORAN PENELITIAN

Media dan Pornografi



Oleh :

Tuti Widiastuti



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebebasan pers di Indonesia pasca jatuhnya rezim Soeharto tahun 1998 dan dicabutnya Permenpen tentang SIUPP, di satu sisi telah membawa perubahan yang signifikan pada kegairahan baru dalam industri media massa, khususnya media cetak. Namun di sisi lain, kebebasan tersebut pada gilirannya telah memberikan ruang gerak yang sangat besar bagi para pemilik modal menampilkan sejumlah media baru dalam tampilan beritanya yang sarat nuansa pornografi. Saat ini telah hadir sejumlah media cetak---khususnya surat kabar---dengan berbagai versi dan tampilan pornografi. Sebut saja surat kabar harian Lampu Merah dan Pos Metro yang dengan sangat gencar dan vulgar menampilkan berita-berita bernuansa pornografi (disertai foto atau ilustrasi gambar pendukung) setiap harinya. Di luar kedua surat kabar ini, sesungguhnya masih banyak media cetak lainnya (baik dalam bentuk surat kabar maupun tabloid) yang sejenis. Ada Berita Kota, X-files, Map, Pop, dan lainnya yang menghiasi bacaan sehari-hari masyarakat di Indonesia, khususnya Jakarta.

Membanjirnya sejumlah surat kabar yang menyajikan berita-berita yang bernuansa pornografi secara vulgar saat ini tentu saja menimbulkan tanda tanya besar bagi penulis: apakah kehadiran media seperti itu memang merefleksikan kondisi dan perkembangan media massa di Indonesia yang sudah sangat bebas (liberal), atau memang masyarakat di Indonesia yang sudah sangat permisif dengan hal-hal yang bernuansa pornografi? Dari sudut pandang kapitalis (pemodal), apakah berita-berita sarat pronografi itu merupakan suatu komoditas baru yang dapat mendatangkan keuntungan besar bagi para pengelolanya?

Di luar itu, kemunculan sejumlah media cetak (surat kabar) dengan isi seperti itu--- begitu bebas menyampaikan apapun dan dengan cara dan gaya apapun yang berhubungan dengan pornografi---menurut penulis sesungguhnya cukup memprihatinkan dan dapat menimbulkan efek negatif di masyarakat, terutama jika dikonsumsi oleh anak-anak dan para remaja yang notabene belum dewasa dan berumah tangga. Dari sejumlah kasus sosial yang muncul, tak sedikit para pelaku kejahatan susila adalah mereka yang masih belia (remaja) yang terdorong melakukan perilaku kejahatan atau penyimpangan seksual setelah mengkonsumsi bacaan-bacaan sejenis. Dalam fenomena sosial yang lain, apa yang marak diberitakan oleh media massa cetak ini juga dipandang dapat menimbulkan pemahaman yang salah tentang seks, sehingga dikuatirkan akan memunculkan perilaku seks bebas di masyarakat. Sebab, apa yang termunculkan pada sejumlah media cetak itu seolah-olah menggambarkan kehidupan dan pola perilaku seksual masyarakat kita (Indonesia).

Maraknya berita-berita bernuansa seksual (pornografi) di sejumlah media massa cetak (surat kabar) saat ini menunjukkan bahwa keberadaan media massa layaknya pisau bermata dua. Di satu sisi, media massa bersifat fungsional atau berguna (positif) bagi masyarakat penggunaannya. Namun di sisi lain, tak jarang menimbulkan efek atau pengaruh yang negatif di masyarakat (disfungsional). Dalam kondisi ini, Everett M. Rogers berpendapat: *“The social impact of the new media communication technologies that are desirable, direct and anticipated often go together, as do the undesirable, indirect and unanticipated impact”* (Rogers, 1986:192).¹

Sesungguhnya masalah seks atau seputar perilaku seksual di masyarakat kita pada awalnya merupakan suatu masalah yang bersifat tertutup. Dengan kata lain tidak untuk dibicarakan secara terbuka karena

¹ Dedy Djamiludin Malik, “Sketsa Pertumbuhan Industri Televisi: Antara Peluang Bisnis dan Tantangan Masyarakat”, dalam “Bercinta dengan Televisi”, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997, hal. 45.

dipandang tabu dan dipandang sebagai wilayah pribadi seseorang. Namun kini, dengan penetrasi nilai-nilai baru yang begitu terbuka (vulgar) dan apa adanya (denotatif) di media massa (surat kabar) saat ini, masalah seksual seolah-olah telah menjadi masalah semua orang, tidak tabu dan lebih terbuka, dan dapat membicarakannya dengan siapa saja dan kapan saja.

Tak dapat dipungkiri memang, sebagaimana yang diungkapkan Sigmund Freud, secara umum persoalan seks atau perilaku seksual memiliki daya tarik yang besar terhadap kehidupan manusia, di mana seks adalah kekuatan terbesar manusia itu sendiri. Barangkali dengan dalil tersebut, kisah percintaan atau perselingkuhan (*affair*), perbuatan asusila (perkosaan dan pelecehen seksual) menjadi daya tarik besar sejumlah media massa cetak memunculkannya saat ini. Pose-pose seronok dan merangsang dipajang dengan bebasnya. Berita atau tulisan tentang seks seolah-olah menjadi komoditi informasi bagi pemenuhan kebutuhan dan keingintahuan khalayaknya (pembacanya), sekaligus menjaring pemasukan yang besar dari iklan.

Meskipun ada sejumlah masyarakat kita yang mencerca media massa seperti itu, namun tak jarang ada sebagian yang lain---baik secara sembunyi maupun terbuka---menikmatinya. Bisa jadi munculnya media massa cetak seperti itu karena terdorong pandangan bahwa seks atau perilaku seksual berkaitan dengan kesehatan jiwa seseorang. Mereka yang memiliki kehidupan (perilaku) seks yang baik, dipandang akan baik juga kesehatan jiwanya. Informasi (berita) mengenai seks (yang benar) akan membantu seseorang memiliki kehidupan jasmani yang sehat pula, termasuk gaya hidup di dalamnya.² Kondisi inilah yang terkadang menimbulkan dilematis pada tataran normatif di masyarakat kita.

Terlepas kondisi dilematis itu, Isi berita yang dibuat atau dimuat di media massa cetak (surat kabar) bagaimanapun tidak saja diterima secara

² Wimpie Pangkahila, "Kehidupan Seksual pada Usia Tua", Kompas, Edisi 19 Juni 2001, hal. 31.

inderawi (*received*) oleh khalayak (masyarakat), tapi juga secara rohani (*accepted*). Penerimaan itu berkaitan dengan kerangka berfikir (*frame of reference*) khalayak yang berhubungan dengan nilai-nilai gaya hidup (*way of life*), ideologi, aspirasi, agama, pendidikan, kebudayaan serta norma-norma yang berlaku dalam masyarakat itu sendiri.³

Sementara dalam perspektif kapitalis, hiburan dan budaya telah menjelma menjadi industri. Media massa sebagai bisnis bertujuan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Kapitalis lebih memperhitungkan segi ekonomi daripada memberi perhatian pada segi sosial budaya khalayaknya (masyarakat). Pada aspek inilah Theodore Adorno dan Mark Horkheimer mengatakan bahwa budaya industri sebagai media tipuan. Mereka percaya bahwa kepribadian yang tulus, seperti kemampuan menggambarkan keadaan yang nyata, sirna karena budaya telah berubah menjadi alat industri dan produk standar ekonomi kapitalis. Proses reproduksi juga terjadi ketika budaya hiburan mampu memproduksi tatanan baru dalam interaksi individu dan keluarga di masyarakat (khalayak).⁴

Selain berfungsi mendifusikan informasi dan mendidik, media surat kabar juga berfungsi menghibur. Di satu sisi, isi berita yang ditampilkan mengukuhkan nilai-nilai sosial yang ada, namun di sisi lain ikut membentuk nilai-nilai sosial baru yang kemudian secara acuan pada sebagian masyarakat. Kandungan nilai-nilai sosial yang terdapat dalam muatan televisi berperan dalam proses sosialisasi bersamaan dengan berbagai institusi sosial lainnya. Jika nilai-nilai yang disebarluaskan sejalan dengan nilai-nilai sosial yang ada tidak akan menimbulkan masalah. Sebaliknya, jika dipandang bertentangan dapat memicu munculnya konflik atau sejumlah persoalan.

Dengan kenyataan itu, media massa surat kabar akan berdampak positif jika lebih menitikberatkan pada fungsi memberi informasi (*to inform*) dan

³ Onong Uchayana Effendy, "Etika dan Norma Jurnalistik Televisi", dalam "Bercinta dengan Televisi", Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997, hal. 75.

⁴ Burhan Bungin, "Imaji Media Massa Konstruksi dan Realitas Sosial: Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik", Yogyakarta: Jendela, 1999, hal. 63.

mendidik (*to educate*). Hanya saja jika terlalu menonjolkan unsur menghibur/hiburan (*to entertain*) dan membujuk (*to persuade*), bisa menimbulkan sejumlah efek negatif di masyarakat penggunaanya.

Keberadaan sejumlah media massa cetak bernuansa pornografi ini, berdasarkan pengamatan penulis, hingga saat ini “belum” mendapat reaksi (protes) dari masyarakat kita, terutama yang menjadi sasaran utama kedua media surat kabar itu, yakni di wilayah Jabotabek. Reaksi ini amatlah berbeda ketika SCTV dengan program “Potretnya” dan RCTI dengan program “Buah Bibirnya” yang mengangkat isu (tema) tentang liku-liku perilaku seksual di kalangan remaja ibukota, prostitusi terselubung, pencabulan atau pemerkosaan (perbuatan asusila), perselingkuhan, perilaku seks menyimpang (gay dan lesbi). Kedua program oleh sebagian masyarakat pemrotesnya dinyatakan sebagai sebuah program yang secara sistematis menghancurkan norma-norma sosial dan mensosialisasikan kebobrokan sosial (dekadensi moral). Kedua stasiun televisi itu dipandang akan memberikan nilai baru di masyarakat tentang perilaku seks bebas dan dapat merusak tatanan lembaga perkawinan sebagai sesuatu yang sakral.⁵ Kontroversi inilah yang kemudian membuat kedua acara (program) televisi diakhiri masa tayangnya, yang walaupun kemudian dibuat dengan versi lainnya.

1.2 Perumusan Masalah

Surat kabar sebagai salah satu dari bentuk media massa lainnya (televisi, majalah, radio, film dan juga internet saat ini) merupakan media yang memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam mempengaruhi perilaku dan kepercayaan masyarakat penggunaanya, termasuk yang berkaitan dengan masalah-masalah seks (perilaku seksual). Sebagaimana yang diungkapkan oleh Shoemaker dan Reese, surat kabar adalah salah satu media yang paling

⁵ Lihat Ratna Megawangi, “Buah Bibir Vs Keluarga Indonesia”, dalam “Bercinta dengan Televisi”, Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 56.

banyak digunakan (dimanfaatkan) dan atau diterima oleh masyarakat. Hanya saja, yang kemudian menjadi masalah adalah apakah yang direpresentasikan dalam berita-beritanya itu---dengan kemampuan yang terbatas---merupakan realitas sosial yang ada? Bukankah realitas media hanyalah “realitas semu” (*second-hand reality*) yang telah mengalami penyeleksian melalui proses “*gatekeeping*” di dalam media itu sendiri?⁶

Para pengguna media---khususnya para pembaca surat kabar harian Lampu Merah dan Pos Metro---dalam kondisi yang sesungguhnya adalah mereka yang tidak dapat atau mungkin tidak sempat memeriksa kembali segala peristiwa yang disajikan. Segala sesuatu yang dilaporkan pada kedua media tersebut kemudian oleh pembacanya dijadikan sebagai sebuah “realitas sosial” yang cenderung diyakini kebenarannya. Padahal, media dengan segala selektifitas dan kemampuan konstruksinya mampu mempengaruhi pembentukan ruang citra tentang lingkungan sosial yang relatif bisa menjadi timpang, bias bahkan dalam derajat tertentu tidak cermat.⁷

Di luar sistem sosial yang ada, menurut penulis, segala sesuatu yang termuat pada sejumlah berita utama bernuansa pornografi itu tidak terlepas dari peran komunikator massa (para pekerja media) yang ada di kedua media surat kabar tersebut (seperti sikap, nilai, dan kepercayaan, serta etika profesional). Begitu pun dengan sejumlah peran (tekanan) dari luar media tersebut seperti sistem hukum yang berlaku, para pengiklan (pemodal) dan para pengguna media itu sendiri.

Dengan uraian tersebut, maka permasalahan yang diangkat penulis dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi (mendorong) Penempatan Berita-berita Bernuansa Pornografi Sebagai Berita Utama di Surat Kabar Harian Lampu Merah dan Pos Metro?”

⁶ Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, “Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content”, Edisi Kedua, USA: Longman Publisher, hal. 41.

⁷ Ibid.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi (mendorong) penempatan berita-berita bernuansa pornografi sebagai berita utama di surat kabar harian Lampung Merah dan Pos Metro.
2. Mengetahui dasar kebijakan media menjadikan berita-berita bernuansa pornografi sebagai berita utamanya. Dalam hal ini apakah para pengelola media tersebut semata-mata menjadikannya sebagai komoditas (kepentingan kapitalis semata/industrial), dan bagaimana penempatan (pertimbangan) norma sosial dan etika profesional dalam penyajian berita-berita bernuansa pornografi tersebut.
3. Mengetahui karakteristik (demografis dan psikografis) para pengelola kedua media tersebut, sehingga diperoleh gambaran seperti apa peran para para komunikator massa dalam menampilkan berita-berita bernuansa pornografi tersebut.

1.4 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian ini lebih dititikberatkan pada kemanfaatan praktis semata. Amatlah sulit bagi penulis dengan penelitian yang relatif sederhana ini mampu memberikan kontribusi pada signifikansi akademis dalam memperkaya kajian dan pembuktian teoritikal guna menambah khasanah pada penelitian-penelitian sejenis lainnya. Dengan asumsi tersebut, maka hasil penelitian ini lebih diarahkan pada kepentingan praktis semata.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan (input) kepada pihak-pihak yang terkait (seperti pemerintah, para pelaku media, pengiklan, dan pengamat media) yang berhubungan dengan pengelolaan dan tampilan isi media yang bernuansa pornografi tersebut di masyarakat.

Pada sisi lainnya, secara khusus hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai data awal (*primarily data*) bagi pihak-pihak terkait (berkepentingan) dalam pengambilan kebijakan guna pembuatan mekanisme kontrol pada tampilan isi media yang bernuansa pornografi tersebut. Kepada para pelaku media pun hasil inipun kelak diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan untuk tidak sekedar mempertimbangkan aspek ekonomis (komersil) semata, namun juga memiliki kesadaran yang cukup dalam mempertimbangkan norma-norma sosial yang berlaku dan tidak mengabaikan kepentingan masyarakat dalam memperoleh berita-berita (informasi) yang tidak bernuansa pornografi.

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Rutinitas Media

Shoemaker dan Reese berpendapat bahwa untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang pekerja media (para komunikator massa), juga harus dilihat bagaimana rutinitas yang melingkupi kerja mereka. Hal ini pun disinggung oleh Mannheim seorang Sosiolog penting dari Jerman.⁸

Pada dasarnya individu (para komunikator massa yang tergabung dalam sebuah media massa) merupakan makhluk sosial yang berpartisipasi dalam pola-pola tertentu yang mereka sendiri tidak ikut menciptakannya. Cara berbicara dan berpikir pun dalam bahasa dan pola pikir kelompok di mana mereka berada. Sebagai bagian dari group, individu mengembangkan *style* berpikir tertentu yang pada derajat tertentu merupakan respon dari situasi yang umum (*common situation*). Rutinitas media inilah yang menunjuk pada pola-pola tertentu, bentuk dan praktek yang secara terus-menerus terjadi dalam aktivitas pekerja media. Wajar jika dikatakan bahwa rutinitas media melekatkan (meniscayakan) standarisasi, yakni: kohesivitas seperangkat peraturan dan norma yang merupakan bagian integral dari profesional media.⁹

Media rutinitas sesungguhnya menunjukkan aktivitas keseharian (*the-day-to-day-activities*) para pekerja media yang lebih rendah (*lower-level*), seperti reporter, editor dan penulis. Hasil penelitian Tuchman (1977) menunjukkan bahwa reporter yang telah menguasai rutinitas mode-mode processing berita menunjukkan profesional dalam pekerjaan mereka (seperti bagaimana menyusun pertanyaan, bagaimana menangani *hard/soft news*, dan bagaimana menentukan teknik penulisan bagi masing-masing berita). Dalam konteks inilah tampilan isi sebuah media dapat dipahami dengan mengkaji

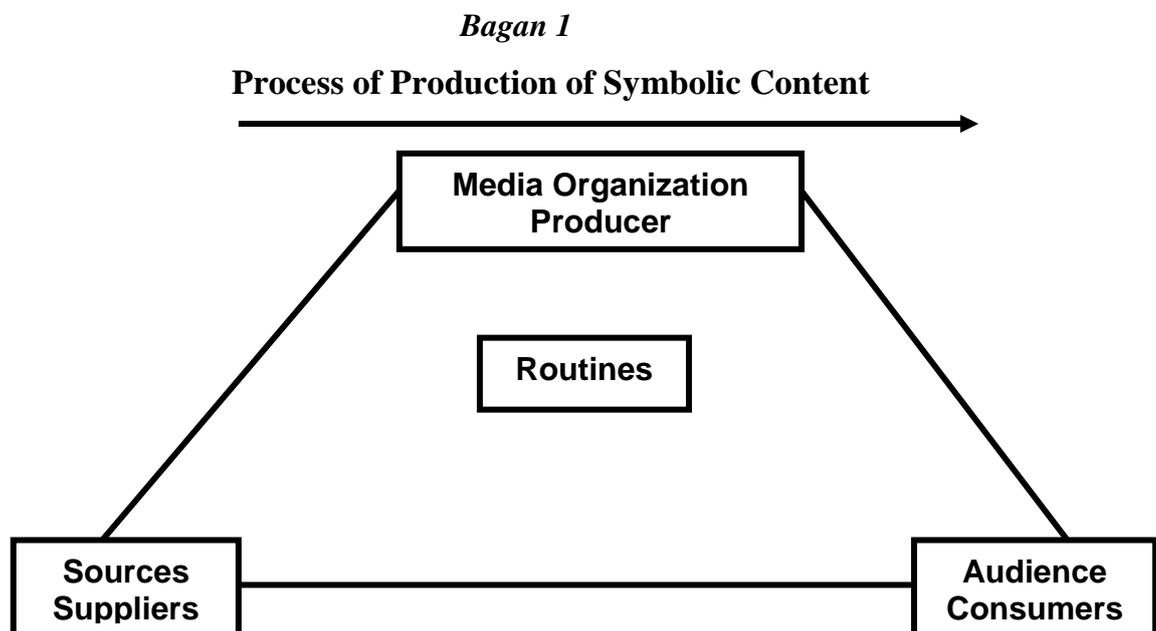
⁸ Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, *opcit*, hal. 105.

⁹ *Ibid*, hal. 106.

bagaimana memahami rutinitas media yang berjalan: “*to understand what becomes news we must understand the routines that go into its construction*”¹⁰

Seiring dengan peran media sebagai *profit-making enterprise*, media berusaha untuk membuat produk yang menghasilkan keuntungan. Karenanya organisasi media massa banyak digambarkan sama dengan organisasi bisnis lainnya, yang selalu mengembangkan pasar bagi produk mereka.

Rutinitas media pada suatu saat lebih berorientasi pada suatu kutub namun pada saat lain pada kutub yang lain pula, tergantung kebutuhan media itu sendiri. Rutinitas penulisan berita dengan pola piramida terbalik (*inverted pyramid*) misalnya lebih berorientasi pada pembaca (konsumen) dan organisasi media (produsen/pemilik atau pengelola media), namun tidak kepada sumber beritanya (*supplier*). Dinamika ini dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Untuk memprediksi produk media seperti apa yang dianggap menarik dan penting bagi audiences (khalayaknya), rutinitas media pun membentuk

¹⁰ Ibd, hal. 108.

serangkaian asumsi yang lazim dikenal dengan “*news values*” atau nilai berita. Dalam hal ini Shoemaker dan Reese mengatakan bahwa nilai berita berasal dari perhatian dan minat khalayak yang tertentu (*limited*). Bahkan jika media dapat menceritakan segala sesuatu yang terjadi dalam satu hari, maka yang demikian menjadi tidak menarik lagi. Bahkan, terkadang berita yang paling penting (baik) adalah sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan atau sesuatu yang secara langsung berpengaruh pada kehidupan keseharian.¹¹

Tuchman (1973) menemukan bahwa para pekerja media “menggambarkan” kejadian yang tak diharapkan berdasar pada bagaimana organisasi media berkompromi dengan kejadian-kejadian yang ada. Dengan mengarahkan pekerja media untuk mencari fakta dan kejadian di luar dari sebuah konteks dan menyusun kembali mereka ke dalam bentuk yang sudah ditetapkan, rutinitas menghasilkan bahan berita (*news stories*) yang mudah diterima. Proses inilah yang pada gilirannya akan mereduksi kejadian yang sesungguhnya.¹²

Di luar rutinitas media tersebut, media massa sesungguhnya memiliki peran sosial yang penting dalam masyarakat, yang membedakannya dengan sejumlah institusi lainnya seperti seni, keluarga, sekolah (pendidikan), ilmu pengetahuan, agama, dan lainnya. Secara umum, sebagaimana yang diungkapkan Dennis Mc. Quail, beberapa segi media massa yang berbeda tersebut antara lain adalah:¹³

- Media massa memiliki fungsi pengantar (pembawa) bagi segenap macam pengetahuan. Jadi, media massa juga memainkan peran institusi lainnya.
- Media massa menyelenggarakan kegiatannya dalam lingkungan publik. Pada dasarnya media massa dapat dijangkau oleh segenap anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum dan murah.

¹¹ Ibid, hal. 111-112.

¹² Ibid, hal. 120.

¹³ Dennis Mc. Quail, “Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar”, Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga, 1987, hal. 51.

- Pada dasarnya hubungan antara pengirim dan penerima seimbang dan sama.
- Media massa menjangkau lebih banyak orang daripada institusi lainnya dan sudah sejak dulu “mengambil alih” peranan sekolah, orang tua, agama, dll.

Menurut asumsi tersebut, lingkungan simbolik di sekitar (informasi, gagasan, kepercayaan dan lain-lain) seringkali diketahui melalui media massa. Dan media massa juga yang dapat mengaitkan semua unsur lingkungan simbolik yang berbeda. Lingkungan simbolik itu semakin dimiliki bersama oleh masyarakat jika semakin berorientasi pada sumber media yang sama (tentu saja dalam lingkungan yang sama pula).¹⁴

Meskipun setiap individu atau kelompok memiliki dunia persepsi dan pengalaman yang unik, namun mereka memerlukan kadar persepsi yang sama terhadap realitas tertentu sebagai prasyarat kehidupan sosial yang baik. Sumbangan media massa dalam menciptakan persepsi demikian selain lebih besar dibanding institusi lainnya, pada dasarnya diberikan dari hari ke hari secara berkesinambungan, dan dampaknya muncul secara lambat laun dan tanpa disadari masyarakat penggunanya.

Asumsi lainnya adalah bahwa media massa memiliki peran mediasi (penengah/penghubung) antara realitas sosial yang objektif dengan pengalaman pribadi. Dalam perannya ini, media massa berperan sebagai penengah dan penghubung dalam pengertian bahwa: media massa seringkali berada di antara masyarakat (penggunanya) dengan bagian pengalaman yang lain yang berada di luar persepsi dan kontak langsung; media massa dapat saja berada di antara masyarakat dengan institusi lainnya seperti hukum, industri, pemerintahan, dll; media massa dapat menyediakan saluran penghubung bagi pelbagai institusi yang berbeda; media massa seringkali menyediakan bahan

¹⁴ Ibid, hal. 52.

untuk membentuk persepsi kita (masyarakat) terhadap kelompok dan intitusi (organisasi) lainnya serta peristiwa tertentu. Bahkan, pengetahuan kita tentang masyarakat pun banyak bersumber dari media massa.¹⁵

Mediasi sebagaimana yang dimaksud sebelumnya, dapat berlangsung dalam pelbagai bentuk, tergantung pada tingkat dan bentuk kegiatan, tujuan, interaktivitas dan efektifitas. Mediasi mengandung banyak manifestasi kegiatan, mulai dari hubungan langsung antara satu dengan lainnya melalui negosiasi, sampai dengan pengendalian oleh seseorang terhadap lainnya. Variasi manifestasi kegiatan tersebut dapat dipahami dengan memperhatikan citra komunikasi yang menunjukkan pelbagai aspek cara media menghubungkan kita dengan “realitas”, di mana peran mediasi tergambar sebagai berikut:¹⁶

Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan kita dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap yang memihak.

Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.

- *Pembawa atau pengantar* informasi dan pendapat.
- *Jaringan interaktif* yang menghubungkan pengirim dan penerima melalui pelbagai macam umpan balik.
- *Papan penunjuk jalan* yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan dan instruksi.
- *Penyaring* yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis maupun tidak.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid, hal. 52-53.

- *Cermin* yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri; biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distorsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat oleh para anggota masyarakat, atau seringkali pula sebagai segi yang ingin mereka hakimi atau cela.
- *Tirai atau penutup* yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (*escapism*).

Walaupun beberapa citra tersebut lahir dari analisis eksternal terhadap kegiatan media massa, namun kebanyakan citra tersebut juga berasal dari defenisi diri para pelaku media massa itu sendiri. Dalam derajat tertentu bahkan media massa seringkali menilai dirinya sebagai refleksi dari masyarakat, yang menampilkan gambaran masyarakat secara lebih jelas dan memungkinkan unsur-unsur dalam masyarakat mengekspresikan dirinya ke segenap anggota masyarakat.

Konsep media massa sebagai penyaring pun (proses *gatekeeping*) pada dasarnya telah diakui masyarakat, karena media massa seringkali melakukan seleksi dan penafsiran terhadap sesuatu hal (masalah) yang dipandang justru membingungkan. Tidaklah mengherankan jika para pelaku media (komunikator massa) tidak mau menerima konotasi negatif kata penyaring atau kontrol. Di sinilah kemudian terdapat perbedaan pendapat yang tajam di kalangan media mengenai hal sejauh mana kegiatan media massa harus bersifat netral, reflektif, partisipatif atau menggerakkan.¹⁷

2.2 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Uraian dalam bagian terdahulu amat saya landaskan pada tulisan Berger 'Invitation to Sociology'. Buku itu sendiri tidak hanya memuat prihal kesadaran sosiologis saja, tetapi juga pandangan Peter Berger tentang

¹⁷ Ibid.

hubungan di antara individu dan masyarakat -- yang pada pokoknya berpangkal pada gagasan bahwa masyarakat merupakan penjara (baik dalam artian waktu dan ruang) yang membatasi ruang gerak individu), namun tidak selamanya ia dirasa mengekang oleh individu penghuninya (malah seringkali kehadiran sang penjara di-*takes for granted*-kan, tidak dipertanyakan. oleh individu). Dalam keterbatasannya, individu masih memiliki alternatif tindakan yang hendak dilakukannya.

Begitu pentingnya arti penjara ini bagi individu, hingga bisa dikatakan tidak ada individu yang bisa lepas darinya. Sejak lahir hingga meninggal ia hidup berpindah-pindah dari satu penjara ke penjara lainnya.

Secara khusus gagasan '*man in society*' dan '*society in man*' ini dikembangkan dalam bukunya yang ditulis bersama Thomas Luckmann, yaitu, 'The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociology of Knowledge'. Dan gagasan-gagasan pokok yang terkandung dalam buku inilah yang akan saya paparkan dalam tulisan berikut: asumsi Berger tentang hubungan di antara individu dan masyarakat berdasarkan tinjauan Sosiologi pengetahuan.

Untuk kepentingan penyusunan teorinya, Berger dan Luckmann amat mendasarkan diri pada dua gagasan Sosiologi pengetahuan, yaitu, 'realitas' dan 'pengetahuan'. 'Realitas' mereka artikan sebagai '*a quality pertaining to phenomena that we recognise as having a being independent of our volition*'. Maksudnya, 'realitas' merupakan fakta sosial (dalam pandangan Durkheim) yang bersifat external, *general* dan memaksa terhadap kesadaran masing-masing individu. Terlepas dari individu itu suka atau tidak suka, mau atau tidak mau, 'realitas' tetap ada. Sedangkan 'pengetahuan' diartikan sebagai '*the certainty that phenomena are real and that they possess specific characteristics*'. Di sini maksudnya pengetahuan merupakan realitas yang hadir dalam kesadaran individu (jadi, realitas yang subyektif sifatnya).

Telaah terhadap kedua hal ini bukan hanya dilakukan oleh sosiolog semata. Filsuf dan orang awam juga berusaha memahami realitas dan pengetahuan. Namun ketiga golongan orang ini punya cara pandang masing-masing yang khas. Ambil contoh telaah tentang kebebasan sebagai realitas. Dalam memahami 'kebebasan', filsuf akan berusaha menjawab sejumlah pertanyaan seperti: apakah kebebasan? Bagaimana manusia bisa mengetahui tentang kebebasan? Pemahaman ini lain dengan pemahaman yang dilakukan oleh orang kebanyakan. Mereka jarang mempertanyakan kebebasan (atau, dalam terminologi yang digunakan Peter Berger, 'kebebasan di-*takes for granted*-kan'). Hanya bila dirinya sendiri terbentur pada kekangan saja maka soal kebebasannya dipertanyakan. Dan pertanyaannya kurang lebih akan berkisar pada: mengapa saya tidak bebas menentukan sekolah saya sendiri? Mengapa saya harus mematuhi adat?

Dalam menghadapi 'kebebasan', sosiolog punya cara pandangnya sendiri. Tidak seperti filsuf, dia tidak mempertanyakan akar kebebasan. Namun, tidak seperti orang kebanyakan, sosiolog tidak men-*taked for granted*-kan kebebasan begitu saja. Yang dilakukan oleh sosiolog adalah menjawab sejumlah pertanyaan seperti: apakah kebebasan bervariasi menurut tatanan institusional? Mengapa ada masyarakat yang menunjung tinggi kebebasan dan sebaliknya ada masyarakat yang mengabaikan kebebasan individu warganya?

Ringkasnya, sosiolog tidak mengarahkan perhatian ke usaha pencarian akar realitas sosial dan pengetahuan. Dia pun tidak men-*takes for granted*-kan realitas dan pengetahuan begitu saja seperti yang dilakukan oleh orang awam. Yang dilakukannya, mencari kaitan antara kondisi sosial dengan realitas dan pengetahuan: *How is it possible that subjective meanings become objective facticities?* Atau *How is it possible that human activity should produce a world of things?*

Diungkapkan dalam bentuk pernyataan, yang dilakukan sosiolog adalah *'an adequate understanding of the "reality sui generis" of society requires an inquiry into the manner in which this reality is constructed.'*

Perumusan Berger tentang hubungan timbal balik di antara realitas sosial (yang bersifat obyektif) dengan pengetahuan (yang bersifat subyektif) dilandaskannya pada tiga konsep. Dan ketiga konsep inilah yang akan dikemukakan di sini.

Di depan telah dikatakan bahwa pengertian Berger tentang realitas sosial terletak pada kehadirannya yang tidak tergantung pada kehendak masing-masing individu. Dalam hubungan ini Peter Berger mengakui bahwa realitas ada banyak corak dan ragamnya. Namun yang terpenting bagi analisis sosiologis adalah realitas kehidupan sehari-hari; yaitu, realitas yang dihadapi atau dialami oleh individu dalam kehidupannya sehari-hari.

Ada beberapa hal yang menandai realitas kehidupan sehari-hari ini; yang bisa kita ketahui dari jawaban atas pertanyaan 'bagaimana pengalaman subyektif individu tentang kehidupan sehari-harinya. Namun sebelumnya, suatu catatan akan dibuat di sini -- untuk mengilustrasikan gagasan Berger.

1. Realitas kehidupan sehari-hari merupakan suatu totalitas yang dialami individu (biasanya) sebagai totalitas yang teratur. Dan realitas ini hanya dialaminya selama ia berada dalam keadaan sadar (jadi, individu tidak berada dalam keadaan tidur atau pingsan, misalnya). Dalam kehidupan mahasiswa, bisa dikatakan realitas yang dihadapinya dalam kehidupan sehari-hari meliputi realitas kampus, realitas keluarga, dan realitas kawan akrab, misalnya; yang secara keseluruhan merupakan totalitas yang teratur. Baik teratur dalam segi waktu, ruang, maupun obyek yang ada (ke kampus memabawa diktat dan bukan kitab suci, misalnya).
2. Walau realitas kehidupan sehari-hari pada pokoknya hanya merupakan satu jenis realitas sosial, tetapi dibandingkan dengan realitas lain (katakanlah, mimpi) kehadirannya dalam kesadaran individu bersifat

kelas. Kehadirannya begitu kuat hingga individu sulit melemahkannya (apalagi mengabaikannya). Seorang reporter, misalnya, lebih mudah mengabaikan mimpi yang dialaminya daripada ujian teori Sosiologi. Kehadiran realitas yang imperatif terhadap kesadaran individu ini memungkinkannya dianggap sebagai *paramount reality* (mungkin hanya bila mengalami amnesia, sedang tidur, atau pingsan saja realitas kehidupan kampus dan atau keluarga bisa diabaikan oleh sang reporter dalam kehidupan sehari-harinya).

3. Walau dalam kesadaran individu kehadiran realitas kehidupan sehari-hari itu bersifat menekan, tetapi ia dianggap sebagai hal yang wajar dan tidak perlu diragukan sebagai hal yang *di-takes for granted*-kan. Ia hadir dalam kesadaran si individu tanpa perlu dibuktikan terlebih dahulu oleh individu yang bersangkutan (*self-evident*). Atau dengan kata lain, realitas kehidupan sehari-hari membentuk *natural attitude* individu (selama ini kebanyakan reporter jarang atau bahkan mungkin belum pernah mempertanyakan mengapa pintu gerbang kampusnya ada dua -- dan bukan tiga atau empat, misalnya. Soal jumlah pintu gerbang ini sudah dianggapnya sebagai hal yang alamiah: pokoknya kalau naik bis nomor sekian saya akan masuk dari gerbang jalan Pemuda, dan jika naik bis nomor sekian saya akan masuk dari gerbang jalan Rawamangun Muka).
4. Realitas kehidupan sehari-hari bervariasi bagi individu berdasarkan derajat kedekatannya dari 'here and now'-nya. Dalam hubungan ini realitas yang paling dekat dengan dirinya akan lebih mudah dimanipulasi ketimbang yang paling jauh. Mungkin untuk yang terjauh, memasukinya saja individu tidak bisa (reporter lebih mudah mengajukan usul pengunduran jadwal ujian, misalnya, ketimbang mengajukan usul perombakan kabinet pemerintahan yang merupakan

realitas kehidupan sehari-harinya namun jelas lebih jauh dari jangkauan 'here and now'-nya.

5. Walau realitas kehidupan sehari-hari di-*takes for granted*-kan oleh individu, tidak berarti hidup ini dijalannya sedemikian rutin dan mulus. Seseekali, ada masalah yang muncul. Dan bila hal ini terjadi, yang dilakukan individu adalah berusaha mengintegrasikan hal yang problematis yang sedang dihadapinya masuk ke sektor kehidupan sehari-hari yang non problematis. Seorang asing yang muncul di awal tahun ajaran dan menanyakan letak ruang dekan, akan dirasa sebagai masalah oleh reporter yang ditanyai. Namun, setelah menanyakan lebih jauh identitas orang asing itu, maka ia bukan merupakan masalah lagi: 'Oh ternyata Anda reporter baru'.

Sejauh ini dikesankan bahwa realitas kehidupan sehari-hari dialami individu secara perorangan. Kenyataannya tidaklah demikian. Realitas sosial dialami oleh individu bersama-sama dengan individu lainnya. Selain itu, individu lainnya itu pun sesungguhnya juga merupakan realitas sosial.

Dalam pengertian yang terakhir ini, berarti orang lain itu bukan hanya merupakan bagian atau obyek dalam realitas kehidupan sehari-hari individu, tetapi ia atau mereka juga bisa dipandang sebagai sebagai realitas sosial itu sendiri. Dalam hubungan ini, lebih lanjut berarti bahwa pengalaman individu tentang sesamanya merupakan hal penting untuk ditelaah dalam pembicaraan tentang konstruksi realitas sosial.

Pada pokoknya, orang lain yang dihadapi oleh individu bisa digolongkan menjadi dua kategori: mereka yang dialami atau dihadapi dalam suasana tatap muka, dan lainnya yang dialami atau dihadapi di luar suasana tatap muka. Dibandingkan dengan golongan yang kedua, golongan yang pertama lebih penting artinya. Bukan hanya karena pengalaman akan orang-orang non suasana tatap muka itu pada dasarnya muncul dari atau melalui

pengalaman akan orang-orang lain dalam suasana tatap muka, tetapi juga karena:

1. Subyektivitas orang-orang suasana tatap muka hadir bagi individu secara penuh. Begitu juga sebaliknya. Dan kepenuhan subyektivitas ini melebihi korespondensi yang dilakukan oleh individu dengan lawan sahabat penanya, misalnya. Dalam suasana tatap muka, individu tidak hanya mendengar lawannya berbicara, tetapi juga melihat mimik wajahnya, gerak geriknya, dan sebagainya. Begitu pula sebaliknya -- lawannya dapat mengalami subyektivitas individu secara penuh.
2. Sejalan dengan kepenuhan subyektivitas dalam suasana tatap muka, pertukaran subyektivitas antar individu dengan lawan interaksinya pun berlangsung secara terus menerus dan 'dekat'. Subyektivitas yang ditampilkan individu dapat segera ditanggapi lawan. Begitu seterusnya secara timbal balik. Hal ini jelas sulit ditemui dalam korespondensi dan hubungan non tatap muka pada umumnya: ada tenggang waktu antara 'aksi' dan 'reaksi'. Pertukaran subyektivitas secara terus menerus yang terjadi dalam suasana tatap muka ini bukannya tanpa konsekuensi: tidak ada suatu pola ketat apapun yang bisa diberlakukan dalam suasana tatap muka. Hubungan individu dengan lawan interaksinya bisa dikatakan sangat fleksibel; tafsir menafsir subyektivitas berlangsung terus.

Pemahaman individu akan orang lain yang sama-sama berada dalam suasana tatap muka dengannya sebenarnya dilandaskan pada skema tipifikasi yang sangat fleksibel sifatnya. Ketika baru pertama kali berinteraksi, tipe yang dibuat individu tentang lawannya masih sedikit dan tidak mendalam. Tetapi sejalan dengan peningkatan interaksi, tipifikasi yang dimilikinyapun kian meningkat. Sepanjang tidak terdapat yang problematis, skema tipifikasi timbal balik antara individu dan lawan interaksinya dapat dipertahankan. Tetapi, begitu muncul persoalan, skema itu akan mengalami perubahan. Dan

perubahan bukan hanya bisa melibatkan lawan interaksi, tetapi tipe jalur interaksi itu sendiri (dari tipe formal menjadi tipe persahabatan, misalnya).

Ringkasnya, realitas sosial kehidupan sehari-hari itu tidak lepas dari interaksi tatap muka yang dilakukan individu dengan sesamanya; dalam arti bersama orang lain tersebut individu mengalami/menghadapi realitas sosial kehidupan sehari-hari, dan orang lain dalam suasana tatap muka itu sendiri juga merupakan realitas sosial bagi individu.

Menurut Peter Berger *human expresivity is capable of objectivation*. Maksudnya, expresivitas manusia itu muncul dalam hasil aktivitas manusia. Dan ia tersedia baik bagi si pencetus atau penghasilnya maupun bagi orang-orang lain -- bersifat obyektif.

Obyektivitas semacam ini dapat dikatakan merupakan petunjuk proses subyektif si pencetusnya yang kurang lebih mantab. Dan karena itu ketersediannya dapat melampaui batas-batas situasi tatap muka waktu ia dicetuskan untuk pertama kali. Ambil contoh ketika bangun tidur anda menemukan pedang yang tertancap di kasur tempat anda tidur. Segera setelah menyadari kehadiran pedang ini, satu makna yang kemungkinan muncul dalam diri sendiri: pedang ini merupakan realitas yang memperlihatkan kemarahan orang terhadap anda.

Dalam contoh ini kelihatan bahwa pedang itu yang merupakan hasil karya manusia -- mampu menjadi petunjuk expresivitas manusia (yakni, kemarahannya). Dan dalam hubungan ini dapat dikatakan juga bahwa makna pedang tersebut bukan hanya dipahami oleh sipembuatnya, tetapi juga oleh orang lain (dalam contoh di atas, anda). Bisa pula dimengerti oleh orang ketiga yang kebetulan masuk ke kamar anda: semua orang tahu bahwa pedang yang tertancap di atas kasur biasanya mencerminkan amarah penancapnya; bukan rasa heran. Selanjutnya, makna yang sama ini tidak hanya bisa dipahami sesaat saja. Besok, lusa, dan minggu depan pun maknanya tetap saja. Jadi,

sekali lagi, expresivitas manusia bisa bersifat obyektif. Melalui obyektivasi, ia menjadi realitas obyektif.

Kini, mari kita dalami lebih jauh hubungan di antara obyektivasi dan realitas kehidupan sehari-hari. Sejauh ini, dapat kita katakan bahwa realitas kehidupan sehari-hari itu penuh dengan obyektivasi. Pisau, pedang, kasur, dan berbagai obyek fisik, sosial, dan kultural/abstrak, masing-masing menampilkan expresivitas manusia sesama kita (kecuali jika pisau itu tidak diciptakan manusia, misalnya).

Keeratan hubungan di antara obyektivitas dan realitas kehidupan sehari-hari juga tampak dari sudut lain: realitas kehidupan sehari-hari hanya dimungkinkan keberadaannya karena adanya obyektivasi. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: Seperti telah diketahui, hasil dari obyektivasi adalah obyek-obyek; di mana masing-masing obyek sebenarnya menampilkan maksud-maksud subyektif sesama manusia. Maksud-maksud subyektif ini sendiri penting artinya bagi individu agar dapat bertahan hidup. Ia merupakan realitas kehidupan sehari-hari yang dialami individu. Dengan demikian jelaslah bahwa tanpa obyektivasi, realitas kehidupan sehari-hari tidak mungkin ada.

Dengan uraian ini tidak berarti bahwa maksud subyektif pencetus obyek itu harus sama persis dengan maksud subyektif sesamanya. Kesalah-tafsiran bisa saja terjadi. Hal ini terutama bila individu sama sekali tidak mengenal sesamanya yang menciptakan obyek yang bersangkutan, atau individu belum pernah berhubungan langsung dengannya dalam suasana tatap muka. Tetapi hal ini tidak berarti berkurangnya arti penting obyektivasi bagi realitas kehidupan sehari-hari.

Jadi ringkasnya, realitas kehidupan sehari-hari itu tidak bisa bertahan tanpa adanya obyek-obyek (hasil obyektivasi, proses peng-obyek-kan). Yang terpenting dari obyek-obyek itu bukan bentuk fisiknya, tetapi makna atau maksud subyektif yang ditampilkan orang atau sesama manusia. (sebaliknya,

harap dicatat juga bahwa makna subyektif orang lain hanya dapat dipahami jika ia ditampilkan dalam bentuk obyektif!).

Dari berbagai obyek yang ada (fisik, sosial dan abstrak/kultural), ada satu jenis obyek atau satu jenis kasus obyektivasi yang berkedudukan khusus - - signifikasi (*signification*); yaitu produksi berbagai isyarat oleh manusia. Dan dari signifikasi ini sendiri, ada satu jenisnya yang terpenting: yaitu bahasa (dapat didefinisikan sebagai sistem isyarat vokal yang bermakna).

Ada beberapa alasan yang melandasi arti penting bahasa dalam konteks perspektif Berger. Pertama, bahasa sebagai cara/alat. Sebagai sarana, jelas arti penting bahasa ini ada: tanpa bahasa makna subyektif yang terkandung dalam obyek-obyek yang membentuk realitas kehidupan sosial hanya dapat dipahami oleh pencetusnya saja; dan tidak dapat diwariskan kepada orang lain. Dan lebih jauh hal ini memungkinkan kita semua saling menyesuaikan diri satu sama lain. Arti penting bahasa bagi realitas kehidupan sehari-hari juga terlihat jika bahasa kita pandang sebagai tujuan atau sebagai hasil obyektivasi (dan bukan sebagai sarana obyektivasi seperti yang telah dilakukan di atas).

Satu ciri utama bahasa (sebagai hasil obyektivasi) adalah sifat *sui generis*nya. Ia tidak tergantung (*detachable*) pada suasana tatap muka tempatnya dilahirkan. Lebih dari itu malah ia memungkinkan individu untuk menghadirkan obyek apa saja ke dalam situasi tatap muka; baik obyek masa silam (misalnya, nenek moyang), masa sekarang (misalnya, presiden Amerika Serikat), maupun obyek masa depan (misalnya, rencana pembinaan karir) tanpa kehadiran obyek tersebut dalam wujud fisiknya.

Dari berbagai obyek yang bisa dihadirkan ini, ada satu obyek yang kehadirannya berarti sekali dalam situasi tatap muka; yaitu pengalaman-pengalaman saya yang kemudian dipertukarkan dengan pengalaman orang lain. Dan hanya saling pertukaran seperti ini saja yang memungkinkan

terjadinya akumulasi *stock of knowledge* yang bisa diwariskan ke generasi mendatang; memungkinkan bertahannya realitas kehidupan sehari-hari.

Di atas telah disinggung istilah '*stock of knowledge*'. Sebelum uraian tentang tiga konsep dasar perspektif Peter Berger ini ditutup, ada baiknya jika saya kemukakan sekilas makna konsep termaksud. '*Stock of knowledge*' merupakan istilah yang banyak digunakan oleh penganut fenomenologi. Secara sederhana ia bisa dibatasi sebagai pengetahuan yang kita miliki tentang kehidupan sehari-hari; yang bersifat praktis dan dapat digunakan untuk menanggulangi berbagai masalah rutin yang kita hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Jadi ia mencakup pengetahuan tentang cara membuka tutup botol coca-cola, mengurus KTP, dan menghadapi Kamtib, misalnya (jika individu pemilik *stock of knowledge* tersebut merupakan migran musiman yang bekerja sebagai tukang es di kali-lima di Jakarta).

Secara khusus, ada beberapa ciri *stock of knowledge* (atau lebih tepatnya, *social stock of knowledge*) yang perlu diperhatikan:

1. *Social stock of knowledge* (yang dimiliki individu) di-taken for granted-kan baik oleh individu yang bersangkutan maupun oleh orang-orang lain dalam masyarakat yang sama. Dan ciri ini akan tetap bertahan seperti itu sepanjang ia dapat diberlakukan atau individu penggunaanya tidak menemui persoalan yang tidak dapat dipecahkan berdasarkan *stock of knowledge* yang dimilikinya.
2. *Social stock of knowledge* berstruktur. Hal ini berarti bahwa keberlakuannya di suatu masyarakat tertentu tidak menjamin keberlakuannya pula di masyarakat lainnya. Misalnya saja perihal mengurus KTP di Jakarta yang merupakan *stock of knowledge* bagi orang-orang dewasa yang menetap atau ingin menetap di Jakarta, belum tentu sama dengan mengurus hal serupa di tempat lain.

3. *Social stock of knowledge* yang dimiliki individu sebagian memang merupakan hal yang khas miliknya sendiri. Tetapi lainnya, dimilikinya bersama dengan orang lain -- merupakan pengetahuan umum.

Sejauh ini telah kita bicarakan bahwa menurut Peter Berger, pokok pembahasan Sosiologi itu selayaknya menyangkut konstruksi realitas sosial berlandaskan pada pengetahuan subyektif. Telah kita lihat pula bahwa realitas sosial yang terpenting dalam analisis Berger adalah realitas kehidupan sehari-hari (termasuk orang lain yang dihadapi oleh individu) yang tidak bisa dilepaskan begitu saja dari interaksi sosial; khususnya bahasa.

Berdasarkan hal-hal ini, sekarang akan kita tinjau secara khusus isi pandangan Peter Berger tentang konstruksi realitas kehidupan sehari-hari. Dan diskusi ini akan dipecah ke dalam dua bagian besar -- masyarakat sebagai realitas obyektif dan masyarakat sebagai realitas subyektif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar belakang dan individu secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bahan dari suatu keutuhan.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Penelitian kualitatif dilakukan dalam situasi yang wajar (*natural setting*) dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasil penelitiannya.

Penelitian kualitatif memiliki sejumlah ciri yang membedakannya dengan jenis penelitian lainnya, yakni membangun realitas makna sosial budaya, meneliti interaksi peristiwa dan proses, melibatkan variabel-variabel yang kompleks dan sulit diukur, memiliki keterkaitan erat dengan konteks, dan melibatkan peneliti secara penuh.

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa

bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.

3.2 Tipe Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan penelitian deskriptif. Menurut Jallaludin Rakhmat, penelitian deskriptif adalah melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu dan mengumpulkan data secara univariat. Peneliti memakai tipe penelitian deskriptif ini untuk mengumpulkan informasi-informasi yang faktual dan akurat yang terjadi di dalam pokok permasalahan yang diteliti.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala fakta-fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya. Jadi, penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (*sintesis*). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetap juga mengorganisir data atau temuan. Menurut Mely G. Tan. Penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan

menggambarkan secara tepat sifat sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat. Oleh karena itu, pelaksanaan penelitian deskriptif lebih terstruktur, sistematis dan terkontrol karena peneliti memulaik subjek yang telah jelas dan mengadakan penelitian atas populasi atau sampel dari subjek tersebut untuk menggambarkannya secara akurat.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan prosedur-prosedurnya dengan menggunakan wawancara mendalam dan observasi yang selalu terkait dengan narasumber penelitian, atau dalam penelitian kualitatif disebut dengan informan. Data dalam penelitian kualitatif hampir dipastikan berbentuk kata-kata, meskipun data mentahnya bisa berbentuk benda-benda, foto, figur manusia. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data. Data yang dikumpulkan adalah data primer yang berupa data teks hasil wawancara dan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitiannya. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.

Beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan alat re-checking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan seorang peneliti saat mewawancarai responden adalah intonasi suara, kecepatan berbicara, sensitifitas pertanyaan, kontak mata, dan kepekaan nonverbal. Dalam mencari informasi, peneliti melakukan dua jenis wawancara, yaitu autoanamnesa (wawancara yang dilakukan dengan subjek atau responden) dan aloanamnesa (wawancara dengan keluarga responden).

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Wawancara adalah proses percakapan yang berbentuk tanya jawab dengan tatap muka. Selain itu, wawancara adalah suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian. Informasi atau data yang diperoleh dari wawancara sering bias. Bias adalah menyimpang dari yang seharusnya, sehingga dapat dinyatakan data tersebut subyektif dan tidak akurat. Kebiasaan data ini akan tergantung pada pewawancara (*interviewer*), yang diwawancarai (*interview*), situasi dan kondisi pada saat wawancara. Pewawancara yang tidak dalam posisi netral, misalnya ada maksud tertentu. Informan akan memberikan data yang biasa bila informan tersebut tidak menangkap dengan jelas apa yang ditanyakan pewawancara. Selanjutnya situasi dan kondisi seperti yang juga telah dikemukakan sangat mempengaruhi proses wawancara, yang pada akhirnya juga akan mempengaruhi validitas data.

2.Observasi

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap

pengukuran tersebut.

Menurut pendapat Bungin mengemukakan beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, dan observasi kelompok tidak terstruktur antara lain :

Observasi partisipasi (*participant observation*) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan dimana observer atau peneliti benar-benar terlibat dalam keseharian responden.

Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek. Selain itu penelitian ini juga menggunakan data primer dan data sekunder :

a. Data Primer

Data Primer yaitu data utama yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya, diamati, dicatat untuk pertama kalinya tanpa ada perantara dan dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini yang dijadikan data primer adalah informan dan key informan yang memberikan informasi tentang isi penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah berupa data-data yang sudah tersedia atau dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan data ini yang berasal dari data primer, yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya, termasuk dalam kategori teks, gambar, dokumen, foto dan lain-lain. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti data tertulis di tempat penelitian atau data-data yang diperoleh dari internet.

3.4 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data menurut Patton yaitu, proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar atau kesimpulan. Dalam menganalisa penelitian kualitatif terdapat beberapa tahapan-tahapan yang perlu dilakukan diantaranya :

a. Mengorganisasikan Data

Peneliti mendapatkan data langsung dari subjek melalui wawancara mendalam (indepth interview) dan observasi, dimana data tersebut direkam dengan tape recorder dibantu alat tulis lainnya. Kemudian dibuatkan transkripnya dengan mengubah hasil wawancara dari bentuk rekaman menjadi bentuk tertulis. Data yang telah didapat dibaca berulang-ulang agar penulis mengerti benar data atau hasil yang telah didapatkan.

b. Pengelompokan Berdasarkan Kategori, Tema dan Pola Jawaban.

Pada tahap ini dibutuhkan pengertian yang mendalam terhadap data, perhatian yang penuh dan keterbukaan terhadap hal-hal yang muncul di luar apa yang ingin digali. Berdasarkan kerangka teori dan pedoman wawancara, peneliti menyusun sebuah kerangka awal analisis sebagai acuan dan pedoman dalam melakukan coding. Dengan pedoman ini, peneliti kemudian kembali membaca transkrip wawancara dan melakukan coding, melakukan pemilihan data yang relevan dengan pokok pembicaraan. Data yang relevan diberi kode dan penjelasan singkat, kemudian dikelompokan atau dikategorikan berdasarkan kerangka analisis yang telah dibuat.

Pada penelitian ini, analisis dilakukan terhadap sebuah klinik yang diteliti. Peneliti menganalisis hasil wawancara berdasarkan pemahaman terhadap hal-hal diungkapkan oleh responden. Data yang telah dikelompokan tersebut oleh peneliti dicoba untuk dipahami secara utuh dan ditemukan tema-tema penting

serta kata kuncinya. Sehingga peneliti dapat menangkap pengalaman, permasalahan, dan dinamika yang terjadi pada subjek.

c. Menguji Asumsi atau Permasalahan Yang Ada Terhadap Data.

Setelah kategori pola data tergambar dengan jelas, peneliti menguji data tersebut terhadap asumsi yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pada tahap ini kategori yang telah didapat melalui analisis ditinjau kembali berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan dalam bab II, sehingga dapat dicocokkan apakah ada kesamaan antara landasan teoritis dengan hasil yang dicapai. Walaupun penelitian ini tidak memiliki hipotesis tertentu, namun dari landasan teori dapat dibuat asumsi-asumsi mengenai hubungan antara konsep-konsep dan faktor-faktor yang ada.

d. Mencari Alternatif Penjelasan Bagi Data

Setelah kaitan antara kategori dan pola data dengan asumsi terwujud, peneliti masuk ke dalam tahap penjelasan. Dan berdasarkan kesimpulan yang telah didapat dari kaitannya tersebut, penulis merasa perlu mencari suatu alternative penjelasan lain tentang kesimpulan yang telah didapat. Sebab dalam penelitian kualitatif memang selalu ada alternative penjelasan yang lain. Dari hasil analisis, ada kemungkinan terdapat hal-hal yang menyimpang dari asumsi atau tidak terfikir sebelumnya. Pada tahap ini akan dijelaskan dengan alternative lain melalui referensi atau teori-teori lain. Alternatif ini akan sangat berguna pada bagian pembahasan, kesimpulan dan saran.

e. Menulis Hasil Penelitian

Penulisan data subjek yang telah berhasil dikumpulkan merupakan suatu hal yang membantu penulis untuk memeriksa kembali apakah kesimpulan yang dibuat telah selesai. Dalam penelitian ini, penulisan yang dipakai adalah presentase data yang didapat yaitu, penulisan data-data hasil penelitian

berdasarkan wawancara mendalam dan observasi dengan subjek dan significant other. Proses dimulai dari data-data yang diperoleh dari subjek dan significant other, dibaca berulang kali sehingga penulis mengerti benar permasalahannya, kemudian dianalisis, sehingga didapat gambaran mengenai penghayatan pengalaman dari subjek. Selanjutnya dilakukan interpretasi secara keseluruhan, dimana di dalamnya mencakup keseluruhan kesimpulan dari hasil penelitian.

3.5 Keabsahan Penelitian

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduh kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Dengan kata lain, apabila peneliti melaksanakan pemeriksaan terhadap keabsahan data secara cermat sesuai dengan teknik yang diuraikan dalam bab ini, maka jelas bahwa hasil upaya penelitiannya benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi.

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep keaslian (validitas) dan kehandalan (realibilitas) menurut versi positivisme dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri. Keabsahan data dibagi menjadi 2 yaitu :

Keabsahan Internal (Internal validity)

Keabsahan internal merupakan konsep yang mengacu pada seberapa jauh kesimpulan hasil penelitian menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Keabsahan ini dapat dicapai melalui proses analisis dan interpretasi yang tepat. Aktivitas dalam melakukan penelitian kualitatif akan selalu berubah dan tentunya akan mempengaruhi hasil dari penelitian tersebut. Walaupun telah dilakukan uji keabsahan internal, tetap ada kemungkinan munculnya

kesimpulan lain yang berbeda.

Keabsahan Eksternal (*Eksternal validity*)

Keabsahan eksternal mengacu pada seberapa jauh hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada kasus lain. Walaupun dalam penelitian kualitatif memiliki sifat tidak ada kesimpulan yang pasti, penelitian kualitatif tetapi dapat dikatakan memiliki keabsahan eksternal selama memiliki konteks yang sama.

Guba dan Lincoln mengajukan kriteria untuk menilai keabsahan penelitian kualitatif dan menawarkan ini menjadi salah satu alternatif. Mereka berpendapat kriteria ini mampu merefleksikan asumsi dari penelitian kualitatif yang ada. Kriteria tersebut yaitu:

Kepercayaan (*Credibility*)

Kriteria credibility meliputi pembangunan bahwa hasil penelitian kualitatif adalah dapat dipercaya atau benar dari cara pandang partisipan dalam penelitian. Dengan cara pandang ini, tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk menggambarkan atau memahami fenomena yang menjadi ketertarikan dari kacamata partisipan. Cara memperoleh tingkat kepercayaan hasil penelitian, yaitu:

- a. Memperpanjang masa pengamatan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan, bisa mempelajari kebudayaan dan dapat menguji informasi dari responden, dan untuk membangun kepercayaan para responden terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri.
- b. Pengamatan yang terus menerus, untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang diteliti, serta memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
- c. Triangulasi, pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. ada 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan

untuk mencapai keabsahan, yaitu :

1. Triangulasi data

Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi Pengamat

Adanya pengamat diluar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, dosen pembimbing bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

3. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlawanan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memasuki syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori telah dijelaskan pada bab II untuk dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.

4. Triangulasi metode

Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

Keteralihan (*Transferability*)

Transferability merujuk pada tingkatan dimana hasil dari penelitian kualitatif mampu digeneralisasikan atau ditransfer ke suatu konteks lainnya atau lingkungan. Dari perspektif kualitatif, *transferability* adalah keharusan bila ingin melakukan penggeneralisasian. Peneliti kualitatif dapat melakukan *transferability* dengan melakukan penelitian menyeluruh dan hati-hati dalam menggambarkan konteks penelitian dan asumsi yang menjadi pusat penelitian.

Kepastian (*Confirmability*).

Penelitian kualitatif mengasumsikan setiap peneliti membawa cara pandang yang unik dalam ilmu pengetahuan. *Confirmability* merujuk pada level dimana hasilnya dapat dikonfirmasi atau mengecek kebenaran dari hasil penelitian oleh peneliti lain.

Ada sejumlah strategi untuk mengembangkan faktor *confirmability*. Peneliti dapat membuat prosedur dalam bentuk dokumen untuk mempermudah kegiatan cek dan ricek. Peneliti juga secara aktif mencari, menggambarkan, dan memberikan contoh negatif yang kontradiktif terhadap penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, *confirmability* di dapat dengan mengutip hasil wawancara dan menyajikan kutipan tersebut untuk memperkuat analisa dan interpretasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan ketiga kriteria diatas, karena dalam kriteria yang pertama yaitu kepercayaan yang menggambarkan atau memahami fenomena yang menjadi ketertarikan dari kacamata partisipan. Dengan cara mengumpulkan data yang dapat dipercaya, pengamatan yang dilakukan secara terus-menerus, memeriksa keabsahan data dengan menggunakan data yang didapat, adanya pengamat, menggunakan teori-teori yang ada, dan menggunakan beberapa metode. Kemudian kriteria yang kedua yaitu keteralihan dengan melakukan penelitian secara menyeluruh dan teliti agar dalam penyampaian dari tujuan atau hasil penelitian bisa lebih akurat tanpa adanya kesalahan yang berarti. Dan kriteria yang terakhir yaitu kepastian dimana kepastian dari penelitian ini dapat dibuktikan dengan data yang diperoleh selama penelitian dan wawancara serta observasi yang dilakukan di media massa.

3.6 Kelemahan dan Keterbatasan

Setiap peneliti pemula memiliki beberapa kelemahan dan keterbatasan yang bisa membuat penelitian ini tidak sesuai dengan yang diinginkan. Kelemahan dan keterbatasan peneliti dalam penelitian ini diantaranya:

- Dalam penelitian kualitatif tidak ada standar teknik yang diakui bersama, sehingga dapat mengakibatkan peneliti kesulitan dalam menyusun kesimpulan penelitian. Adanya kesulitan dalam analisa, karena data yang ada sangat beragam sehingga peneliti kadang bersifat subyektif dalam menginterpretasikan dan mengintegrasikan data yang ada.
- Narasumber yang menjadi informan dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang menempati posisi penting pada bidangnya masing-masing dan mengetahui topic atau penelitian yang penulis teliti.

BAB IV

PROFIL PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Berdirinya S.K. Harian Lampu Merah¹⁸

4.1.1. Gagasan

Ada tiga tonggak dasar yang sering menjadi pijakan oleh media massa, yaitu kriminal, seks, dan orang terkenal. Ketiga unsur tersebut dianggap sudah menjadi kebutuhan masyarakat luas tanpa tergantung pada musim atau trend. Media massa yang ada, dianggap oleh para pendiri Lampu Merah, belum cukup memadai untuk mengisi kebutuhan masyarakat luas yang terus meningkat akan berita-berita kriminal. Lampu Merah merupakan perwujudan dari ketiga unsur tersebut.

4.1.2. Konsep

Dari sekian harian yang bernuansakan kriminal di Indonesia, S.K. Harian Lampu Merah mengklaim sebagai perintis terobosan baru era koran kriminal di Indonesia. Dari segi isi, dikemas dengan bahasa yang santun, akurat, faktual, dan aktual. Dari segi tata letak, dibuat trendy dan futuristik. Sejarah penamaan menjadi Harian Lampu Merah dikaitkan dengan lampu lalu lintas yang sangat akrab dengan masyarakat perkotaan, yang dimanfaatkan sebagai panduan untuk berlalu-lintas. Lebih spesifik lagi, lampu lalu-lintas walaupun terdiri dari tiga macam warna, namun lebih sering disebut dengan ‘lampu merah’. Penanganan manajemen Lampu Merah dikelola secara bersamaan dengan Rakyat Merdeka dan berada dalam grup Jawa Pos. Lampu Merah diterbitkan pertama kali pada tanggal 6 Nopember 2001.

¹⁸ Profil S.K. Harian Lampu Merah diresume dari *Media Kit Lampu Merah “Love, Friends and Peace”*, tahun 2002.

Pada distribusi pertama kali, Lampu Merah telah mempunyai oplah sebanyak 125.000 eksemplar tiap harinya.

4.1.3. Struktur Organisasi S.K. Harian Lampu Merah

Pendiri	:	H. Margiono, Karim Papatungan
General Manager	:	Imam M. Sumarsono
Redaktur Eksekutif	:	Irwan Hadisuwarno
Asisten	:	Gatot Wahyu
Koordinator Liputan	:	Irfan Fadli R.
Redaktur Madjid,	:	Idham Kurniawan, Inge OB. Mangkoe Herik Kurniawan, Andru Juara
Asisten Redaktur	:	Nuryaman Hariyanto, Arif Jalalludin, Rarasworo Tejo A., Ricky Dastu A., Dadan Hardian
Reporter	:	Abdi Kurniawan, Arif Reza F., Adi Ashadi Noor, Arfan Maulana, Dwi Prihantara, Febby Budy, Gunawan Abdillah, Sutrisno, Takdir Siregar, Wuryani, Delly Widie, Endon Swandana, Iwan Setiawan, Joko Budi S., Yan Sonny, Adhar Al- Musthadafin, Otang Kudil, Siti Aisyah, Asep Didi, Dewi Setiawati, Sugiarto, Sri Nurganingsih, Agus B. Rahman, John Hendra, Handoyo Aji, Sopyan Munawar.
Fotografer	:	Wahyu Nugroho
Sekretaris Redaksi	:	Yulia Prihartini

Grafis	:	Cak Manan, Qomar Sosa, Edi Suseno Wiyono.
Pracetak	:	Eri Imron S., Abdul Mujib, Gembong Heri S., Hartoyo, Thoyib Soyana, Iponk.
Keuangan	:	Eko Budi N.
Marketing	:	Siswo Hadi
Iklan	:	Karyono
Sirkulasi	:	Herwandi

4.2 Sejarah Berdirinya S.K. Harian Pos Metro¹⁹

4.2.1. Gagasan

Latar belakang penerbitan S.K. Harian Pos Metro adalah adanya peluang bisnis koran yang menggiurkan. Harian Pagi Pos Metro memposisikan diri sebagai bayang-bayang dari Harian Pos Kota, untuk mengisi ceruk pasar yang tidak terlayani oleh Harian Pos Kota. Komunikan yang dituju Harian Pos Metro adalah pengguna jasa transportasi, serta sopir kendaraan. Harian Pagi Pos Metro pada awalnya berkantor di Jl. Prapanca II/9, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Pada tanggal 1 Desember 2000, diputuskan untuk berpindah ke Jl. Kebayoran Lama Raya No. 17, Jakarta Selatan.

4.2.2. Konsep

Harian Pagi Pos Metro diterbitkan oleh PT. Pos Metro Mediatama pada tanggal 21 April 1999. Harian Pagi Pos Metro merupakan salah satu grup usaha Jawa Pos yang berkantor pusat di Surabaya. Konsep awal Harian Pagi Pos Metro adalah merupakan adopsi dari surat kabar di Amerika, yaitu *USA Today*. Harian Pagi Pos Metro adalah termasuk generasi terakhir yang masih harus memperoleh Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) dari Departemen Penerangan Republik Indonesia. PT. Pos Metro Mediatama memperoleh

¹⁹ Profil surat kabar Pos Metro diresume dari *Laporan Magang Mahasiswa IISIP Jakarta, tahun 2002*.

SIUPP berdasarkan Keputusan Menteri Penerangan RI No. 1199/SK/Menpen/SIUPP/1999. Mulai terbit pada tanggal 21 April 1999 dengan 12 halaman, dan oplah sebesar 18.000 eksemplar per hari, yang dicetak oleh PT. Pentagram (Jawa Pos Grup). Modal awal yang dimiliki Harian Pagi Pos Metro berjumlah 3 miliar rupiah.

Visi Harian Pagi Pos Metro adalah sebagai media acuan bagi para penegak hukum dan pemerhati masalah hukum dan kriminalitas. Isu terbanyak yang disajikan adalah hukum dan kriminal, yaitu sebanyak 40%. Isu-isu lain yang juga disajikan adalah politik dan keamanan, sebanyak 15%. Olahraga sebanyak 10%, hiburan 10%, supranatural 10%, ekonomi dan bisnis 5%, dan iklan 10%. Setelah lebih kurang 9 bulan, jumlah oplah per hari menjadi 65.000 eksemplar dengan harga eceran Rp. 1.400,00 yang tersebar hingga ke Batam dan Kalimantan.

4.2.3. Struktur Organisasi S.K. Harian Pos Metro

Pemimpin Umum / Pemimpin Redaksi	:	Aminul Huda
Wakil Pemimpin Redaksi	:	Maruli Ardi Siregar
Redaktur Pelaksana	:	Syamsul Mahmuddin
Redaktur	:	Hanafie, Margaretha, Purwati
Sekretaris Redaksi	:	Susanti
Reporter	:	Ahmad Zarkasih, Irsa Fitri, Marhadi, Dahlan Siregar, Muhammad Rivai, Nurul, Wahyu Sanjaya, Penerus Bonar, Syarif Wibowo, Sigit Suhardi, Wahyu Condro P., Rohman, Yaumil Akmal,

Indri Yuana Saputri, Iwan
Setiawan, Sriyono.

BAB V

TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Secara umum hasil temuan di lapangan menunjukkan, baik S.K. Harian Lampu Merah maupun Pos Metro, pada dasarnya memiliki sejumlah faktor atau alasan mengapa berita-berita bernuansa pornografi dijadikan topik atau berita utama pada media yang diterbitkan setiap harinya. Namun, secara spesifik sejumlah faktor yang mendorong atau mempengaruhi mengapa jenis berita seperti itu dijadikan berita utama pada kedua media tersebut, dapat dikategorikan ke dalam 5 (lima) faktor umum yakni: (1) *peluang bisnis/keuntungan*; (2) *selera pasar/new potensial reader*; (3) *ideologi/manajemen media (termasuk pemilik modal/owner)*; (4) *karakteristik SDM dan Media Rutin yang berjalan*; dan (5) *pengaturan/regulator media serta pengawasan yang lemah di masyarakat*.

5.1. Peluang Bisnis/Keuntungan

Sebagaimana bisnis media massa umumnya, faktor keuntungan atau penambahan modal (kapital) adalah salah satu faktor yang sangat diperhitungkan demi keberlangsungan media yang dikelola. Tanpa modal yang *liquid* tak jarang sebuah media berjalan dengan tidak optimal, bahkan berakhir dengan “kematian”. Begitupun dengan surat kabar harian Lampu Merah dan Pos Metro yang diteliti dalam penelitian ini.

Hasil wawancara yang dilakukan pada kedua media tersebut yang melibatkan pimpinan redaksi dan reporter yang dipandang banyak mengetahui tentang sejarah dan proses perkembangannya, ditemukan bahwa faktor *peluang bisnis/kapital* adalah faktor yang paling besar pengaruhnya pada isi dan tampilan kedua media tersebut dibanding dengan sejumlah faktor lainnya. Adanya pandangan atau asumsi bahwa masyarakat dalam kurun waktu yang

sangat lama diarahkan pada problematika ekonomi, politik serta keamanan dalam negeri telah mengalami tingkat kejenuhan yang berat. Sehingga lahirlah keyakinan pada sebagian pengelola media bahwa jika ada sebuah media yang isi dan tampilannya berbeda dari kelaziman sebelumnya, memiliki potensi bisnis yang cukup baik, terutama yang bersentuhan dengan berbagai persoalan di masyarakat yang terkait dengan seksualitas.

“Ketika kami menyajikan berita atau tulisan tentang masak memasak dan cara mendidik anak dalam keluarga, ternyata Pos Metro malah tidak laku, tapi kalau yang jorok (“ngesek”, red), dalam jangka waktu 6 (enam) sampai 8 (delapan) bulan oplah kita naik jadi 100%,” ujar Maruli Ardi Siregar, Wakil Pimpinan Redaksi S.K. Harian Pos Metro yang diwawancari di kantornya.¹⁹

Secara khusus Maruli kemudian mencontohkan kasus vcd porno *casting* iklan sabun mandi yang melibatkan sejumlah model ibukota yang memberikan kontribusi besar pada kenaikan oplah dan keuntungan pada harian tersebut.

“Dahulu oplah kita sempat meledak, ketika ada vcd casting iklan sabun, ditampilkan beberapa slide foto, ternyata langsung naik, hal ini direspon oleh manajemen dengan mengangkat vcd Bandung Lautan Asmara, masyarakat ternyata banyak yang minta berita tentang perkembangan kasus itu..., sekarang oplah kita yang tadinya 11 ribu sudah mencapai 40 ribuan. Tahun depan kita prediksikan dapat mencapai 80 ribuan lebih,” paparnya panjang lebar.

Hal senada juga ditemukan pada surat kabar harian Lampu Merah yang menekankan faktor *peluang bisnis/keuntungan* sebagai hal yang relatif sangat diperhitungkan. Dengan mengemas berita-berita kriminal dengan sejumlah peristiwa yang ada hubungan langsung dengan persoalan seksual (perkosaan, pelecehan dan perilaku seksual menyimpang lainnya), ternyata telah

¹⁹ Wawancara dilakukan di kantor redaksi surat kabar harian Pos Metro di Jl. Kebayoran Lama 17 Jakarta Selatan, Senin, 2 Desember 2002.

menaikkan oplah surat kabar harian Lampu Merah hingga lebih dari 400% dalam kurun waktu hanya satu tahun.

“Dalam kurun waktu satu tahun ini (2002,red) oplah Lampu Merah dari 21 ribu sudah mencapai 90 ribuan,” ucap Imam M. Soemarsono, *General manager* merangkap Pimpinan Redaksi surat kabar harian Lampu Merah. Meski membantah bahwa isi medianya bernuansa pornografi, aspek bisnis memang berperan besar.

“Anda membuat asumsi bahwa kami menjual seks untuk kepentingan bisnis, itu benar, tapi soal benar atau salah, adalah maalah persepsi masing-masing.”

“Ya, akhirnya memang aspek bisnis yang muncul, tapi dalam kenyataan, orang (pembaca, red) membeli Lampu Merah dan esek-eseknya sebagai hiburan merah. Akhirnya saya harus melakukan perumusan apa yang dimaksud (batasan) dengan pornografi.” tegas Imam yang biasa dipanggil Ipung oleh rekan-rekan kerjanya.²⁰

5.2 Selera Pasar/*New Potensial Reader*

Aspek atau faktor berikutnya yang memiliki pengaruh yang cukup besar pada isi dan tampilan berita utama bernuansa pornografi di kedua media surat kabar tersebut adalah terkait dengan *selera pasar* atau peluang pada munculnya pembaca baru potensial (*new potensial reader*) yang menyukai kehadiran media yang menyajikan sejumlah informasi di luar persoalan politik, ekonomi dan konflik di tanah air atau masalah ketahanan nasional seputar isu disintegrasi bangsa yang berkembang saat ini. Dengan dalil bahwa ketika kedua media tersebut diluncurkan ke pasar mendapat reaksi yang positif

²⁰ Wawancara dilakukan di kantor redaksi surat kabar harian Lampu Merah di Jl. Kebayoran Lama 17 Jakarta Selatan, Senin, 2 Desember 2002.

(dibeli, dibaca dan ditunggu-tunggu edisi hari berikutnya), maka pihak manajemen dan redaktur baik di Lampu Merah dan Pos Metro berpendapat bahwa masyarakat (pembaca) memang menyukai media alternatif tersebut. Artinya, pasar menurut pandangan mereka, memang menyukai kehadiran kedua media tersebut.

“Realistis saja, terlepas ada yang suka atau tidak (pro dan kontra, red), berita-berita yang muncul di Pos Metro ternyata sering disukai pembaca kita, dan relatif tidak ada pihak yang protes,” tegas Maruli dengan penuh keyakinan.

Di sisi lain, lanjut Maruli, sentuhan gaya penulisan yang tidak lazim secara kaidah jurnalistik yang berlaku selama ini, yakni dengan cara bertutur dalam bahasa yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari, telah membentuk satu komunitas pembaca Pos Metro di Jabotabek. Apalagi penggunaan istilah atau kata yang berdenotatif pun saat ini dipandang sebagai hal yang lumrah di masyarakat.

“Setelah media massa (termasuk tidak ada larangan pemerintah dan protes dari masyarakat umum) mengekspose opera Vagina Monolog, mengapa harus canggung untuk menggunakan kata vagina dalam tulisan yang kita munculkan. Walaupun ada yang tidak suka pada dasarnya pun hanya sebagian kecil saja, yang sebagian besar ternyata menyukai gaya seperti itu,” tutur Maruli lagi. *“...bahasa yang kita pakai adalah bahasa yang mudah dicerna dan tidak bertele-tele, sehingga mengundang keinginan masyarakat untuk membacanya.”*

Selera pasar yang terbentuk seperti itu, timpal Maruli, tidak berarti Pos Metro telah menyebar-luaskan perilaku seks bebas di masyarakat. Sebab, jika memang bernuansa porno, Pos Metro tidak akan laku terjual seperti saat ini. *“Bila PM dianggap membingungkan masyarakat, PM tidak merasa, sebab PM laku keras.”* Bahkan, di sisi lain, menurut Maruli, tak sedikit (umumnya kaum laki-laki) yang menggunakannya sebagai pengetahuan atau informasi untuk

persiapan pernikahan mereka. *“Pembaca kami umumnya memang kaum laki-laki dan dari status sosial ekonomi menengah ke bawah. Dan dari informasi yang kami peroleh, ada sejumlah Pos Metro yang menggunakannya sebagai persiapan untuk menikah.”*

Lebih lanjut dengan cara pandang yang sangat sederhana Maruli berpendapat bahwa jika memang ada masyarakat yang menganggap isi media Pos Metro bernuansa pornografi dan akan mempengaruhi perilaku mereka (efek negatif), silahkan saja untuk tidak membacanya (membeli, red). *“...ya, kalau memang ada orang (masyarakat) yang tidak suka dengan isi Pos Metro, ya jangan dibaca,”* ujarnya sederhana.

Hal senada pun terjadi pada surat kabar harian Lampu Merah. Isi dan tampilan media yang ada saat ini pada dasarnya merupakan refleksi dari kebutuhan pasar (pembaca, red) yang ada. *“Apa yang ada saat ini merupakan refleksi pasar kita dan harus dijaga..”* dan *“...setiap koran itu punya karakter, kami pun harus punya karakter. Hukum pasar adalah yang berlaku, ketika produk ini sudah tidak disukai, maka akan ditinggalkan ...,”* ucap Imam beralasan.

Ketika ditanyakan kemungkinan kesuksesan peningkatan oplah (keuntungan) yang diperoleh Lampu Merah secara drastis karena dukungan berita-berita yang berorientasi seputar persoalan seksual semata (pornografi), Imam mencoba membantahnya. Menurutnya, kesuksesan oplah Lampu Merah memang banyak didukung karena jenis berita seperti itu, tapi tidak semata-mata karena faktor tersebut. Selain cara mengemas beritanya dengan gaya bahasa yang dekat dengan kehidupan masyarakat, Imam berdalil bahwa kesuksesan tersebut juga karena ada unsur moral di dalamnya, yang membedakan Lampu Merah dengan media sejenis lainnya.

“Kalau orientasinya “jualan seks” semata, rasanya tidak akan terus-terusan booming oplahnya, dan publik pembaca kita suatu saat akan bosan dengan trend yang seperti itu. Karena itu kami akan terus berbenah diri

termasuk mengedepankan pesan-pesan moral di dalam setiap berita yang muncul di Lampu Merah..” kilahnya.

Dengan kenyataan seperti itu, lanjut Imam, harusnya para pelaku media pun berbenah diri dalam mengemas beritanya. Bila saat ini Lampu Merah ataupun Pos Metro sedang disukai dan *booming*, tidak berusaha melakukan pembenahan dan memenuhi selera pasar yang lebih riil, tidak tertutup kemungkinan suatu saat akan mengalami titik jenuh atau penurunan pada jumlah pembacanya yang beralih ke media lainnya. Hanya saja, lanjut Imam, untuk selera pasar di Indonesia pada dasarnya lebih banyak dipengaruhi oleh upaya media itu sendiri menjaga perkembangan selera yang ada. Di sinilah dibutuhkan kejelihan dalam melihat apa yang sesungguhnya sedang menjadi selera atau kebutuhan pasar.

“Saya yakin walaupun media yang ada saat ini merupakan refleksi dari selera pasar, tapi peran media masih tetap besar. Artinya, jika kita tidak handal mempengaruhi dan menjaga selera pasar yang ada, bukan tidak mungkin pembaca kita akan beralih ke media lainnya...” ujarnya panjang lebar. *“...pengelola media harus pintar-pintar membaca selera yang berkembang di masyarakat. Dengan menjaga ritme dan perbaikan-perbaikan dalam pengemasannya, media yang ada bisa berumur lama....”*

5.3. Ideologi/Manajemen Media

Di samping aspek bisnis dan selera pasar, berdasarkan temuan dan hasil wawancara yang dilakukan oleh kelompok peneliti ini, faktor *ideologi/manajemen media yang diberlakukan*---termasuk arahan, keinginan atau “tekanan” dari *pemilik modal/owner*---adalah faktor berikutnya yang dipandang memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam menempatkan peristiwa atau berita yang bernuansa pornografi sebagai berita utama pada kedua media tersebut

Wahyu Sanjaya, Koordinator Liputan Pos Metro misalnya, berpendapat bahwa pada dasarnya pihak manajemen lebih menitikberatkan keuntungan bisnis sebagai ideologi yang ditanamkan kepada seluruh pelaku media yang ada. Selama memiliki aspek menguntungkan dan tidak merugikan, maka berita-berita seperti itu akan terus dipertahankan.

“Sepanjang menguntungkan, rasanya pihak manajemen (termasuk pemilik modal) itu oke-oke saja. Apalagi dengan pendekatan itu masyarakat juga bisa menerimanya,” ucapnya. “Kita biasanya meneruskan kebijakan tersebut ke dalam praktek peliputan dan gaya penulisan di Pos Metro...”

Pernyataan Wahyu ini juga didukung oleh Maruli (Wapemred Pos Metro) yang menegaskan bahwa ideologi Pos Metro yang dibangun memang murni pada kepentingan bisnis semata. *“Kita memang murni bisnis. Faktor ekonomi sangat kita perhitungkan dalam isi media Pos Metro ini,” tegasnya. “Ya, asal tidak terlalu berlebihan dalam menyajikan berita. Menurut PM, sesuatu yang porno yaitu gambar wanita yang menampilkan buah dada secara terbuka, atau bugil.”*

Kenyataan yang sama ditemukan pula pada Lampu Merah. Menurut Idham yang merupakan koordinator reporter daerah di Lampu Merah menjelaskan bahwa kebijakan manajemen yang dijadikan ideologi media pada dasarnya merupakan refleksi dari kepentingan bisnis (keuntungan) yang diharapkan oleh pemilik modal (dalam hal ini termasuk pula *holding company* Lampu Merah yakni Jawa Pos dan Rakyat Merdeka). Pemilik hanya dari permodalan saja, yang terlibat hanya redaktornya. Hal yang sama terjadi pada Rakyat Merdeka, LM adalah bagian dari Rakyat Merdeka secara manajemen, karyawan LM mempunyai 30% saham. Jumlah keseluruhan karyawan ada 112 karyawan, 74 orang redaktur, wartawan tetap 80%, wartawan perempuan ada 20%. Wartawan perempuan lebih melihat pada sisi pesan moralnya, mereka pun lebih menekankan bahwa kejadian-kejadian yang diturunkan adalah kejadian di kampung seperti pedofilia dan incest.

“... sesuai dengan idealisme Lampu Merah, berita-berita yang diturunkan di Lampu Merah memang bernuansa seks, atau kriminal seksual, yang pada akhirnya mengarah atau berorientasi pada aspek bisnis... yang penting beda dan laku di pasaran.”

Secara jujur Imam M. Soemarsono ini mengakui bahwa media Lampu Merah, mulai dari nama, visi dan misinya, hingga isi berita yang akan dimuat pada dasarnya telah disiapkan atau ditentukan terlebih dulu oleh pihak manajemen (termasuk pemodal) ketika dia diminta untuk menjalankan roda operasional media tersebut. Artinya, pihak manajemen media Lampu Merah telah menetapkan aspek bisnis tersebut sebagai ideologi media yang akan dijalankan kelak.

“Terus terang ketika saya baru pulang dari peliputan perang di Afghanistan, tahu-tahu sudah disiapkan Surat kabar Harian Lampu Merah ini. Segala sesuatunya sudah diatur sedemikian rupa dan saya tinggal menjalankannya saja...” dan “...karena surat kabar kita banyak berkaitan dengan masalah perilaku atau kejahatan seksual, maka iklan-iklan yang masuk ke kita pun relatif yang dekat hubungannya, seperti iklan obat-obatan yang terkait dengan fungsi seksual...”

5.4 Karakteristik SDM dan Media Rutin yang Berjalan

Berdasarkan penelusuran lebih detil, peneliti kemudian memperoleh gambaran bahwa ternyata isi dan tampilan sebuah media yang bernuansa pornografi seperti itu memang dekat dengan karakteristik SDM yang ada pada kedua media tersebut. Meski sudah mensyaratkan tingkat pendidikan minimal S1 pada proses perekrutan pada setiap level yang dibutuhkan, syarat tamatan dari sarjana jurnalistik bukanlah yang menjadi pertimbangan utama. Yang terpenting, si reporter atau tim redaktur yang direkrut adalah mereka-mereka yang memiliki kemampuan untuk menulis dan siap secara mental bekerja dalam wilayah yang dekat dengan persoalan kejahatan seksual atau

kriminal. Secara umum jika ada tamatan sarjana jurnalistik (komunikasi massa) yang direkrutnya umumnya berasal dari perguruan tinggi swasta, seperti IISIP atau Mustopo misalnya.

“Reporter kami yang ada Pos Metro sekitar 11 orang umumnya berasal dari IISIP atau Mustopo. Namun ada juga yang bukan dari jurnalistik, yang penting mereka bisa menulis dan siap terjun dalam wilayah seperti itu,” ucap Maruli.

“Buat Lampu Merah sendiri jenjang pendidikan S1 memang penting. Tapi pada dasarnya yang dibutuhkan adalah kemampuan menulisnya untuk menggambarkan apa yang terjadi di masyarakat dengan bahasa yang sederhana dan bisa dimengerti oleh pembaca kita. Yang penting, mereka merasa cocok dengan bidang liputannya.,” jelas Imam menjawab pertanyaan seputar SDM di Lampu Merah.

Namun demikian adakalanya terjadi pula SDM yang keluar dari harian Pos Metro atau pun Lampu Merah dengan berbagai alasan. Ada yang memang merasakan bahwa secara idelisme dan secara moralitas tidak sesuai dengan rutinitas media, ada yang beralasan ingin meningkatkan penghasilan, dan bahkan ada pula yang beralasan bahwa ilmu yang mereka dapati di bangku kuliah tidak banyak digunakan dalam menyajikan sebuah berita. LM tidak punya data dan tidak tahu penyebab kepindahan wartawannya ke koran sejenis atau lain-lain.

Seperti halnya kondisi yang ada di Pos Metro : *“Memang, namun ada teman-teman yang memang bukan habitatnya berada di dalam lingkungan jurnalistik. Juga banyak yang setelah 3 bulan pindah ke media lain, dan menjadikan PM sebagai batu loncatan saja.”* *“Pada mulanya kawan-kawan pun merasa risih, namun karena murni urusan bisnis, seperti perusahaan yang ingin maju, maka pada akhirnya suka atau tidak suka mereka menerima dengan alasan untuk ekonomi.”* jelas Maruli. Namun demikian orang yang

dasar agamanya kuat, namun akan kembali terbentur masalah mencari nafkah atau untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Ketika dikonfirmasi mengapa gaya penulisan jurnalistik yang diterapkan pada kedua media tersebut tidak berdasarkan kaidah-kaidah yang baku, baik Pos Metro ataupun Lampu Merah berpendapat bahwa yang terpenting masyarakat pembacanya secara sederhana mudah mengerti atau paham pada apa yang dilaporkan dalam beritanya.

“Kebetulan masyarakat kita ini tidak menganggap penting hal-hal tersebut. walaupun disajikan seperti itu, namun mereka mengerti dan menerima. Pernah dahulu kita mencoba memakai kaidah-kaidah jurnalistik ini, ternyata begitu diterapkan kurang dapat diterima oleh masyarakat. Akhirnya kita (Pos Metro, red) memutuskan untuk menampilkan gaya bahasa jurnalistik sendiri yang mudah dimengerti dan sederhana....” tegas Maruli lebih jauh.

Hal yang lebih keras bahkan dilontarkan Imam M. Soemarsono menjawab persoalan kaidah penulisan jurnalistik yang ada. Menurutnya, dalam media massa harusnya tidak perlu ada pengaturan kaidah yang baku. Yang terpenting apakah bahasa atau gaya jurnalistik yang diterapkan merupakan refleksi dari masyarakat pembaca media itu sendiri. Kaidah jurnalistik yang ada saat inipun, lanjut Imam, merupakan alat propaganda status quo dari rezim Orde Baru.

“Orang-orang yang dipercaya seperti saya oleh LM, adalah anti kaidah. Pers pada masa Orde Baru merupakan alat propadanda status quo. Pers juga merupakan refleksi masyarakatnya, jika persnya cerdas pasti masyarakatnya pun cerdas. Berita pada dasarnya bisa ditulis dengan cara atau gaya apapun” Ucapnya.

Karakter penulisan LM ‘tidak lazim’, namun tidak menghakimi pelaku kriminal dengan opini subjektif seperti Pos Kota, mungkin hal ini pula yang menyebabkan LM Jarang di-komplain. Hal ini mereka anggap adalah bukan

strategi, tapi temuan produk sistem yang mencari hidup di jurnalistik. Ipung adalah orang LSM yang sering menulis tentang pelecehan anak yang dituntut harus detil, namun tidak pernah bisa masuk BAP, agar tulisan-tulisan ini bisa jadi alat bukti bagi polisi. LM ini masih dalam penekan soal moral, belum melangkah pada bukti material, mereka pun menghindari agar tidak terjebak pada pelanggaran bukti-bukti material seperti fitnah, berita bohong, hal ini membuktikan kita bersalah. Bila dalam kenyataan pesan moral itu ternyata belum sampai, itu adalah kenyataan.

“Saya harus mengakui, bahwa di Lampu Merah pada dasarnya tidak mempunyai kaidah yang baku. Itu pun tidak berdiri dengan basis teoritis, saya pun bukan seorang berlatar belakang jurnalistik. Basis yang kita akui adalah ‘koran harus hidup’, bagaimana koran bisa diterima publik, yang dapat dilihat dari apakah ada peningkatan dari segi penjualan?”

Konsep *love story* dalam LM adalah *sex education*, tapi yang ditekankan adalah tidak memuculkan *free sex*, selalu antara suami istri. Batasan pornografi pun menjadi buram karena mereka sendiri tidak memiliki definisi yang baku mengenai apa hal itu disebut pornografi. Menurut mereka hal itu adalah proses untuk dilakukan pada pasangan saja, dan juga disertai pesan-pesan moral dan ironi-ironi yang dikombinasikan dengan isi berita. Namun nilai positifnya yang akan didapat adalah orang harus tahu bahwa kejahatan seksual adalah berbahaya dan masyarakat harus mewaspadainya.

Sedangkan sumber berita di dapat dari Polres-Polres, dan terutama LM mempunyai jaringan sendiri, justru yang jadi menarik adalah ada korban yang tidak mau melapor dan akhirnya wartawan LM yang membawa melapor ke polisi, dan akan memudahkan LM untuk meliput beritanya, kecuali masalah itu memang gawat, LM harus melakukan investigasi sendiri. LM adalah koran kriminal murni, walaupun ada kasus Imam Samudra, dan bom Bali, LM tidak menampilkannya.

Mengenai pembekalan reporter sebelum mereka ke lapangan dilakukan oleh koordinator reporter atau koordinator liputan dengan berlandaskan pada kebijakan pimpinan. Reporter yang dipilih adalah yang mempunyai keberanian. *“Ketika awal berdiri, PM memang sudah berideologikan sperma dan darah. Sehingga setiap reporter yang turun ke lapangan akan mencari berita dengan nuansa sperma atau darah (pembunuhan dan seks),”* ujar Maruli.

Kriteria bahan berita yang menjadi fokus pengamatan reporter di PM, antara lain : *“..... reporter cuma cari bahan saja, dengan diberikan hasil atau guidelines yang berupa hasil rapat redaktur dengan pimpinan. Kalau foto, selama tidak memperlihatkan payudara dan gambar yang terlalu seksi. Kalau bahasa, bila tidak vulgar atau jorok. Kalau cuma satu berita, tidak dipertimbangkan lagi, tapi kalau 3 atau 5 berita itu yang repot, pokoknya yang: 1. Perlakuan seks yang sadis, dan 2. Menyentuh (deskriptif). Hal-hal yang masuk berita, adalah kejadian-kejadian yang memang sudah dilaporkan ke polisi, berupa BAP. Beritanya pun tidak fiktif, berdasarkan laporan polisi,”* ujar Hanafie salah seorang redaktur PM.

Sedangkan untuk Lampu Merah salah satu pertimbangan bahwa penerbitannya adalah ingin melakukan pesan moral, namun publik menanggapinya berbeda, namun mereka selalu melakukan kontrol bila terlalu banyak berita seks, maka mereka akan menguranginya dalam penerbitan selanjutnya, dan setiap ada modus yang baru, pasti mereka akan munculkan, seperti incest dengan paksaan, atau suka sama suka, dan juga tragedi kemanusiaannya. Mereka melihat semuanya fenomena kekerasan yang ada dalam masyarakat sesuai *‘nawaitu’* (= niat) mereka pertama kali. LM memandang penting untuk menuliskan bahan bagaimana hal itu dapat terjadi, dengan harapan orang yang membaca menjadi waspada, namun yang tertangkap adalah pornografi-nya. Kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), berita ini bukan judulnya yang hebat, tapi peristiwanya yang hebat. LM tidak

terinspirasi pada bentuk media cetak yang lain, bukan karena PM, bahwa memang pangsa pasar untuk koran adalah tersegmentasi menjadi hiburan, kriminal, umum, olahraga.

5.5. Regulator serta Pengawasan Media yang Lemah

Maraknya koran-koran yang bernuansa kriminalitas dan seksualitas pada berita utamanya, bukan semata-mata didukung oleh faktor tunggal pangsa pasar. Hal ini juga dimungkinkan karena tidak memadainya perangkat hukum dan aturan dari pemerintah dalam membatasi isi muatan dari suatu koran.

Besarnya regulator serta pengawasan kepada media massa pada Rezim Orde Baru dirasakan sebagai hal yang mengkebiri para pekerja jurnalistik. Mereka tidak mendapatkan cukup ruang untuk berekspresi dan menginformasikan berita apa adanya kepada pembaca. Pasca kerusuhan Mei 1998 turut membawa angin segar kepada pers di Indonesia. Awalnya terlihat peningkatan jumlah dan variasi dari media cetak di tanah air. Masyarakat pun dimanjakan dengan berbagai berita yang dahulu tabu untuk dipublikasikan.

Namun demikian dampak dari kebebasan pers yang kian hari dirasakan kian kebablasan, tidak ditunjang oleh tanggung jawab moral para pekerja media dalam mengemas berita. Kian hari koran kuning kian bertambah jumlahnya. Salah satu media yang dianggap fenomenal adalah Lampu Merah. LM dengan berani dan cenderung nekat menciptakan sebuah produk koran yang lain dari yang lain dan ternyata dapat diterima oleh masyarakat di Jabotabek khususnya.

LM melihat kebebasan pers sebagai suatu peluang untuk menciptakan produk media cetak yang lain dari yang lain. Aturan dan hukum yang mengatur perijinan surat kabar pun tak mampu membendung naluri bisnis mereka. Kontrol dilakukan oleh para pekerja media masing-masing, karena

bila ada pelanggaran maka sanksi akan langsung mengena kepada orang yang bersangkutan.

“Tidak, karena UU Pers akan langsung mengena ke orangnya, maka dari itu, kita harus melakukan kontrol terus-menerus” ujar Imam.

Tak mau kalah PM pun melirik kebebasan pers ini untuk meningkatkan oplah penjualan koran mereka. Sebagai penyeimbang PM menyertakan berita-berita bernuansa rohani untuk mengontrol kebebasan pers agar tidak kebablasan.

“Selama pemerintah tidak turut campur, hal ini kami anggap sah-sah saja, kita juga menyertakan berita-berita bernuansa rohani, untuk memperlihatkan bahwa PM tidak kebablasan,” kata Hanafie.

Pengawasan pada media massa cetak nasional diharapkan tidak hanya datang dari pemerintah, tapi masyarakat luas juga diharapkan peran sertanya dalam mengontrol muatan dari media tersebut. Ruang surat pembaca kerap digunakan oleh media sebagai salah satu alat pengontrol mereka, namun demikian sering kali media tersebut tidak dipergunakan dengan baik oleh masyarakat yang ber kirim surat pun dalam hitungan satu atau dua orang.

Seperti diutarakan oleh Maruli dari PM : *“Dahulu ada, namun karena tidak ada yang kritik, maka kami hapuskan. Ketika menyajikan berita yang terlalu melecehkan kaum perempuan, kritik yang disampaikan akan diterima dan berjanji untuk disampaikan pada redaktur. Ada, dan dulu pernah dilaporkan, berbagai kasus termasuk korban perkosaan, kami diajukan sebagai saksi oleh polisi, benar atau tidak, dan apakah hal ini sudah dilaporkan atau belum pada polisi. Liputan vcd casting iklan sabun kami yang ditampilkan dengan detil, dilaporkan ke polisi dengan tuduhan dianggap turut menyebarkan pornografi. Realistis saja, ini hal suka atau tidak suka, namun berita-berita PM sering disukai pembaca dan tidak ada pihak yang protes.”*

Lain halnya dengan LM. Mereka malah mendapat cerita-cerita tentang romasa dari teman di LSM. Banyak juga LSM yang bergerak di bidang

kekerasan perempuan dan anak yang turut memberikan masukan dan informasi mengenai berita yang dapat dimuat di LM. Selain itu LM melihat regulasi dari pemerintah demikian lemahnya dapat memicu tumbuh suburnya koran-koran bernuansa kriminalitas dan seksualitas ini.

“Mungkin sudah tidak ada lagi kewajiban untuk memperoleh SIUPP, teguran langsung, dan lain-lain. Ya, mungkin itu punya kontribusi, tapi apakah keberhasilan koran diukur dari situ, tidak juga, kalau ada SIUPP pasti akan kita lalui juga,” ujar Imam, dan ditambahkan oleh Amru : *“Lampu Merah memang dari awalnya proses coba-coba, kita masih mencari format yang disukai oleh pembaca dan sesuai dengan peraturan pemerintah juga.”*

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pada dasarnya kesimpulan yang kelak diperoleh dalam penelitian ini nantinya adalah apakah menjawab masalah pokok penelitian yang dijabarkan pada tujuan penelitian yang 3 butir itu, yakni:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi (mendorong) penempatan berita-berita bernuansa pornografi sebagai berita utama di surat kabar harian Lampung Merah dan Pos Metro.
2. Mengetahui dasar kebijakan media menjadikan berita-berita bernuansa pornografi sebagai berita utamanya. Dalam hal ini apakah para pengelola media tersebut semata-mata menjadinya sebagai komoditas (kepentingan kapitalis semata/industrial), dan bagaimana penempatan (pertimbangan) norma sosial dan etika profesional dalam penyajian berita-berita bernuansa pornografi tersebut.
3. Mengetahui karakteristik (demografis dan psikografis) para pengelola kedua media tersebut, sehingga diperoleh gambaran seperti apa peran para para komunikator massa dalam menampilkan berita-berita bernuansa pornografi tersebut.

6.2. Saran

Berisikan refleksi temuan yang menurut peneliti realistis untuk dilakukan, khususnya secara praktis pada objek penelitian ini, yakni pelaku pada kedua media yang diteliti ditambah pada orientasi substansi isi yang memiliki pengaruh pada masyarakat umum, serta dihubungkan pada sejumlah instansi atau pihak-pihak terkait, seperti pemerintah, DPR, masyarakat umum, pengamat media, lembaga konsumen (seperti YLKI) dan seterusnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bungin, Burhan, 1999, *Imaji Media Massa Konstruksi dan Realitas Sosial : Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*, Yogyakarta: Jendela.

Mc. Quail, Dennis, 1987, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga.

Mulyana, Dedi dan Idi Subandi Ibrahim, 1997, *Bercinta dengan Televisi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Shomaker, Pamela J. and Stephen D. Reese, 1996, *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, Second Edition, USA: Longman Publisher.

Non-Buku:

Pangkahila, Wimpie, 2001, *Kehidupan Seksual pada Usia Tua*, Kompas: Edisi 19 Juni.