

Pemberitaan Media Pers Indonesia: Paradigma, Epistemologi, Ruang Publik dan Pendekatan Multikultural

*Ashadi Siregar*¹

Abstract

New freedom and democratic atmosphere existing in Indonesia allow the Indonesian press enjoys its new significant position. This can expand the Indonesian press goals, particularly in enriching the industrial aspiration of the institution. However, bearing in mind that Indonesia is a multicultural country, the Indonesian press can also strengthen the various demographic backgrounds of the state leading to the unity of Indonesia. This article discusses four points of the Indonesian press that need to be considered by the mass media professionals.

Kata-kata kunci:

*jurnalisme, paradigma, epistemologi, multikultural,
pers Indonesia*

¹ *Ashadi Siregar* adalah Staf pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi, Fisipol UGM. Penulis bisa dihubungi melalui e-mail: ashadi@idola.net.id

Pengantar

Empat sudut tinjauan perlu diterapkan dalam menilai pemberitaan pers Indonesia. Keempat bentuk tinjauan itu mencakup paradigma dan epistemologi jurnalisisme serta ruang publik dan perspektif multikultural jurnalisisme. Tinjauan-tinjauan tentang hal ini diperlukan untuk menilai posisi pemberitaan media pers Indonesia saat kebebasan dan ruang demokrasi baru telah dimilikinya. Tulisan di bawah ini mengupas pemberitaan pers Indonesia dari keempat sudut tinjauan itu.

Masalah paradigma dalam jurnalisisme

Keberadaan media massa biasa disikapi dengan dua cara. Pertama, dipandang sebagai pembentuk (*moulder*) masyarakat dan, kedua, sebagai cermin (*mirror*) yang memantulkan keadaan masyarakat. Cara pandang pertama bertolak dari paradigma yang menempatkan media sebagai suatu instrumen yang memiliki daya yang kuat dalam mempengaruhi alam pikiran warga masyarakat. Posisi media semacam ini melihat keberadaan media massa sebagai faktor tunggal yang memiliki daya mempengaruhi sarannya. Sejumlah ahli bahkan merumuskan bahwa setiap komunikasi dengan media massa pada dasarnya berpretensi untuk mengubah sasaran agar sesuai dengan kehendak komunikator.

Paradigma ini menempatkan komunikasi sebagai obyek yang pasif, yang dapat diubah dan dibentuk oleh pihak komunikator. Media massa dimaksudkan untuk mewujudkan kepentingan komunikator secara luas, mulai dari misi keagamaan dan ideologi sampai pragmatis sosial. Tradisi media massa di negara komunis dengan jelas dapat dilihat sebagai contoh soal media massa berdasarkan paradigma ini (Siebert, Peterson, Schramm, 1956). Begitu pula pola komunikasi pembangunan yang bertolak dari paradigma ini di negara berkembang, akan menempatkan gagasan-gagasan yang berasal dari atas sebagai pesan yang perlu dimasukkan ke dalam alam pikiran dan mengubah perilaku sasaran (Oepen, 1988). Kalau daya media massa dianggap lemah, dapat diintegrasikan oleh kader partai atau agen pembangunan yang menyebarkan gagasan yang sama.

Sikap dasar berkomunikasi semacam ini dapat mewujudkan lebih luas dari sekadar yang dijalankan di negara komunis sebagai kegiatan propaganda ataupun komunikasi pembangunan di negara berkembang. Paradigma ini juga menjadi dasar dalam proses komunikasi yang berorientasi kepada produk. Rancangan media dan pesan komunikasi semata-mata bertolak dari kriteria komunikator. Pola ini analog dengan kesombongan pabrikan pada awal masa industri, yang semata-mata berorientasi kepada produk. Setelah barang diproduksi massal, dilancarkan iklan segencar-gencarnya sampai konsumen terbentuk. Produk dan konsumen menjadi dua kutub yang dihubungkan oleh komunikasi yang mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku.

Paradigma komunikasi yang berorientasi kepada kepentingan komunikator, sulit dipertahankan jika sudah berhadapan dengan masyarakat yang terbuka bagi segala media. Jika masyarakat dapat memilih media dan pesan, artinya suplai media dan pesan juga tidak tunggal, dengan sendirinya orientasi komunikasi juga harus disesuaikan. Komunikator tidak dapat mendikte masyarakat agar hanya menerima media dan pesan yang disampaikannya. Pada satu sisi media massa memang dapat dieksposkan kepada masyarakat, tetapi pada sisi lain seseorang dapat menentukan apakah akan membiarkan dirinya terekspos oleh suatu media.

Dengan cara melihat ini ada paradigma yang cukup penting, yaitu yang lebih melihat motivasi khalayak yang akan menentukan fungsional tidaknya suatu media dan pesan (Blumler dan Katz, 1974). Dengan begitu kecenderungan khalayak perlu menjadi perhatian dalam merancang setiap pesan. Implementasi dalam pola media massa adalah orientasi dalam proses komunikasi yang menempatkan khalayak sasaran sebagai ukuran dalam media. Ini analog dengan pola dalam dunia industrial yang berorientasi kepada pasar (*market*). Kriteria dalam rancangan produk adalah kesesuaian dengan pangsa pasar (*market share*) yang diantisipasi akan menerima produk. Produk hanya akan dibuat jika dapat diantisipasi pasar dan konsumen yang akan menerimanya.

Dalam memasarkan media, sebutan inilah yang menjadi dasar bertindak. Hanya saja bagi pengelola pesan, tidak disebut pangsa pasar, melainkan khalayak sasaran (*target audience*). Jika dalam pangsa pasar

kriteria yang digunakan adalah motivasi dan kemampuan membeli, maka dalam analisis khalayak sasaran kriterianya bersifat geografis, sosiografis dan psikografis. Ketiga hal ini bertemu dalam tujuan yang sama.

Aspek geografis merupakan ruang tempat khayalak, sebagai dasar identifikasi fisik keberadaannya. Sedang aspek sosiografis adalah variabel yang berkaitan dengan karakteristik individual dan posisi sosial khalayak, dan aspek psikografis merupakan kecenderungan subyektif (motivasi) dari khalayak sasaran. Identifikasi pangsa pasar dilakukan melalui data sosiografis dan psikografis dalam konteks geografis tertentu.

Motivasi yang pokok dari khalayak adalah untuk memenuhi keperluan informasional dan hiburan. Motivasi informasional ini membuatnya terbawa ke dunia empiris, sedang hiburan membawanya ke dunia subyektif. Pengelola media massa memenuhi kedua motivasi ini dengan mensuplai informasi faktual dan fiktional. Informasi faktual ada yang dapat fungsional bagi motivasi informasional dan hiburan, sedang informasi fiktional semata-mata memenuhi motivasi hiburan. Karakteristik khalayak dapat diidentifikasi dari kecenderungan motivasi di atas. Dari sini kemudian karakteristik sosiografis ini diberi makna yang lebih operasional. Jika variabel sosiografis dapat dijelaskan maknanya dalam kaitan psikografis, kemudian diidentifikasi dalam posisi geografisnya, maka akan jelas pangsa pasar media.

Meninjau epistemologi jurnalisme

Dari kerangka pemikiran hubungan media massa dengan masyarakat di atas maka keberadaan media jurnalisme dilihat dalam konteks epistemologisnya. Secara spesifik sebutan media jurnalisme untuk membedakan dengan *genre* media massa lainnya. Media jurnalisme mengutamakan informasi faktual berkonteks kehidupan publik, untuk dibedakan dengan media massa hiburan yang mengutamakan informasi fiktional berkonteks kehidupan privat.

Media jurnalisme ditandai dengan fungsinya sebagai institusi sosial yang mengangkat fakta-fakta sosial sebagai informasi jurnalisme. Dengan begitu fungsi utamanya adalah untuk menyampaikan berita. Berita (*news-story*) dapat dibicarakan dalam berbagai definisi, mulai

dengan cara mengambil salah satu unsur kelayakan berita (*newsworthy*) seperti kebaruan (*newness*), atau penting (*significance*), atau dengan formula simpel "K" seperti konflik, kantong (uang) dan kelamin (seks). Semua ornamen teknis untuk memproduksi berita itu bisa ditinggalkan, untuk masuk ke substansi jurnalisme, bahwa berita adalah fakta sosial yang direkonstruksikan untuk kemudian diceritakan. Cerita tentang fakta sosial inilah kemudian ditampilkan di media massa. Motif khalayak dalam menghadapi media massa khususnya media jurnalisme pada dasarnya adalah untuk mendapatkan fakta sosial.

Orientasi jurnalisme pada dasarnya bertolak dan dua sisi, pertama bersifat teknis berkaitan dengan standar kelayakan berita (*newsworthy*), dan kedua bersifat etis dengan standar normatif dalam menghadapi fakta-fakta. Hal pertama merupakan resultan dari dorongan kepentingan pragmatis khalayak dan pengelola media. Kepentingan pragmatis khalayak dapat bersifat sosial ataupun psikhis. Sementara kepentingan pragmatis pengelola media dapat mewujudkan dalam kaitan politis dan ekonomis.

Dalam kondisi ini, dinamika media jurnalisme tidak untuk menjalankan fungsi imperatif untuk publiknya, melainkan bertolak dari kecenderungan subyektifnya sendiri maupun kepentingan subyektif pihak lain yang bukan khalayaknya. Dengan kata lain, media tidak menjalankan fungsi imperatif sosial, tetapi menjalankan fungsi organik dari institusi lainnya, dapat berupa institusi politik dan bisnis. Kepentingan media dilihat melalui orientasinya, untuk itu dapat dihipotesiskan, yaitu dengan menjalankan orientasi sosial maka fungsi imperatif media jurnalisme akan tinggi, sebaliknya fungsi imperatif ini menjadi rendah jika media menjalankan orientasi ekonomi-politik. Hal ini juga akan bertalian dengan landasan otonomi dan independensi dengan orientasi sosial yang akan menggerakkan fungsinya dalam kebijakan pemberitaan. Kebijakan dengan orientasi sosial akan melahirkan kecenderungan obyektifikasi untuk mencapai obyektifitas informasi, sedang dalam orientasi ekonomi-politik dalam proses komodifikasi yang menghasilkan komoditas ekonomi (bisnis) ataupun politik (Mosco, 1996).

Sisi kedua adalah orientasi bersifat etis yang berada dalam tataran ideal normatif, yaitu cita-cita sosial yang ingin diwujudkan oleh pengelola media dalam kaidah profesionalisme. Dalam lingkup

masyarakat demokratis, media massa khususnya media jurnalisme menjalankan fungsi imperatif secara obyektif dalam proses yang menghubungkan warga dengan kehidupan politik, ekonomi dan kultural, sehingga warga dapat terlindungi dan penetrasi kekuasaan negara, modal dan kultural (komunalisme ataupun agama). Dari sini keberadaan kerja jurnalisme sebagai suatu profesi dilihat perannya dalam konteks struktur sosial. Sebab suatu profesi tidak sekadar komponen dalam proses manajemen korporasi, tetapi juga bekerja dengan kekuasaan. Inilah yang mendasari perlunya kesadaran etis bagi pelaku profesi untuk berpegangan pada kaidah kebenaran (lihat: Johnson, 1972).

Sebagai pelaku profesi yang memproses wacana untuk bertanding di ruang publik (*public-sphere*), maka jurnalis adalah seorang intelektual yang memiliki ruang otonomi dan independensi yang mempribadi. Dia mungkin saja menjadi bagian dari manajemen sebagai pekerja, buruh atau *koeli* (tinta), tetapi tidak harus kehilangan otonomi dan independensinya sebagai pekerja kultural, sebagaimana seorang dokter medis yang menjadi karyawan rumah sakit sebagai institusi bisnis, tetapi dia tidak boleh kehilangan otonomi dan independensinya sebagai pengabdian kemanusiaan.

Seorang jurnalis pada hakekatnya adalah pekerja kultural karena berurusan dengan wacana. Dia dapat saja menjadi semacam pedagang jika media yang diurusnya sebagai komoditas ekonomi, atau broker kekuasaan jika mengurus informasi sebagai komoditas politik. Sebagai pekerja dia tentu saja harus bertanggung-jawab secara teknis kepada manajemen tempatnya bekerja. Tetapi dia terikat secara moral (*moral obligation*) dalam akuntabilitas sosial kepada publik. Tanggungjawab moral inilah yang membedakan pekerja profesional dengan seorang pekerja. Pandangan yang menempatkan jurnalis sebagai pekerja dalam manajemen, telah mereduksi makna kultural profesi ini sebagai pertukangan. Agaknya ini pula yang menyebabkan kemudian pekerja jurnalisme dalam kerjanya merasa sudah cukup dengan memahami dan menjalankan jurnalisme pada tataran teknis, tidak berkehendak untuk menempatkannya pada tataran epistemologi.

Pada tataran teknis proses kerja seorang jurnalis dalam mengolah fakta publik ke informasi jurnalisme digerakkan oleh politik pemberitaan (*newsroom policy*) dari organisasi keredaksiannya. Politik

pemberitaan ini dapat berbeda antara satu media dengan media lainnya, tetapi semuanya dapat dikembalikan pada kaidah universal, yaitu sejauh mana proses pemberitaan dapat mentransformasikan wacana fakta sosial secara identik sebagai wacana fakta media. Untuk itu, prinsip pertama dalam jurnalisme adalah obyektivitas, dengan mengasumsikan bahwa khalayak media menuntut agar wacana yang tertangkap dari suatu berita (fakta media) adalah identik dengan wacana fakta sosial. Kecermatan (*accuracy*) sebagai landasan kerja jurnalisme dimaksudkan untuk menjaga agar wacana fakta media, persis alias identik dengan fakta sosial.

Prinsip berikutnya dalam jurnalisme adalah keseimbangan dan ketidak-berpihakan. Ini dua sisi mata koin dari kerja jurnalisme, yang satu menjadi penyebab lainnya. Keseimbangan menjaga ketidak-berpihakan, ketidak-seimbangan menjadikan keberpihakan, begitu bertimbal-balik. Mana yang lebih dulu, rasanya tidak perlu dicari jawabannya. Yang penting keduanya perlu diperhadapkan dengan dua dimensi dalam kerja jurnalisme yaitu fakta sosial dan fakta media.

Dari sini epistemologi dalam proses jurnalisme dijalankan untuk mendapatkan fakta yang benar dan obyektif. Epistemologi ini mengandung landasan konseptual dan metode kerja untuk memenuhi prinsip faktualitas dan obyektivitas. Proses jurnalisme pada satu sisi diwujudkan dalam fungsi penjaga gerbang (*gate-keeper*) melalui pilihan-pilihan teknis yang dilakukan oleh pengelola media dalam menghadapi fakta-fakta saat menyiapkan dan menyajikan berita, dan pada sisi selanjutnya sejauh mana obyektivitas dapat dijalankan dalam memproses fakta-fakta tersebut. Dalam kerja sehari-hari, biasanya perhatian lebih banyak diberikan terhadap kecenderungan dalam melakukan pilihan teknis atas fakta. Pilihan teknis diasumsikan untuk memenuhi kepentingan khalayak. Karenanya dalam orientasi pemberitaan, standar teknis yang berkaitan dengan berita menjadi perhatian utama.

Ada yang terlupakan dari masalah epistemologi dalam jurnalisme, setiap kali bicara soal obyektivitas, yaitu setting dimana jurnalisme dijalankan. Kesadaran epistemologis bagi pelaku profesi jurnalisme diharapkan akan menumbuhkan sikap kritis dalam menghadapi kaidah-kaidah kelayakan berita yang menjadi acuan kerja. Umumnya kaidah-kaidah itu dikutip dari buku teks bertolak dari asumsi mengenai

ruang publik yang normal. Karena itulah insiden misalnya, dianggap bermakna jika proses sosial sebelumnya tertata dalam tertib sosial (*social order*). Fakta pelanggaran hukum menjadi signifikan jika tertib sosial dominan dalam kehidupan sosial suatu masyarakat. Dengan begitu perlu dipertanyakan, pemaknaan atas suatu fakta jika ruang publik yang menjadi tempatnya bersifat anomali.

Fakta yang terlansung tidak berada di ruang hampa, tetapi dalam ruang sosial yang memiliki kondisi struktural yang khas. Buku teks jurnalisme lazimnya bertolak dari asumsi dasar mengenai masyarakat yang bersifat ekual (azas kesamaan) dan demokratis. Artinya setiap person dapat dan terjamin untuk mewujudkan hak-haknya yang bersifat azasi. Karenanya pertanyaan krusial dalam epistemologi ini adalah, dapatkah bersikap seimbang dalam menghadapi fakta sosial yang mengandung ketidak-seimbangan? Dalam masyarakat yang masih bersifat tidak ekual, setiap fakta perlu dilihat dengan sudut pandang yang khas, untuk menilai sejauh mana person dapat dan terjamin atas hak-haknya.

Asumsi dasar dalam melihat masyarakat dengan kondisi struktural yang tidak ekual yaitu adanya hambatan bagi person dalam mewujudkan hak-haknya. Hambatan ini berada pada tiga level: pertama fisik, kedua akses/interaksi personal, dan ketiga struktural. Setiap level menghadapi kendala yang khas. Dengan sudut pandang ini person ditempatkan dalam posisinya yang berhadapan dengan kendala-kendala atas hak-haknya. Sehingga dalam perspektif yang bertolak dari asumsi dasar ini, jurnalis dituntut membangun sudut pandang dengan memberi perhatian terhadap person yang berada dalam situasi ketidak-seimbangan dan ketidak-samaan (*inequality*).

Keseimbangan dan ketidak-berpihakan dapat dilihat dari kandungan dan konteks dari fakta sosial. Anatomi fakta sosial pada dasarnya menyangkut person-person yang berinteraksi. Setiap interaksi melibatkan pihak-pihak (dua atau lebih) di dalam struktur sosial. Posisi setiap person dapat seimbang jika kedua pihak berada pada dataran yang sama tingkat kekuasaannya. Sedang ketidak-seimbangan manakala salah satu pihak memiliki tingkat kekuasaan yang lebih besar dibanding pihak lainnya. Kekuasaan ini dapat berupa kekuatan fisik, kekuasaan negara, kekuasaan modal/ekonomi, atau pun kekuasaan kultural/komunalisme. Perspektif struktural menjadikan setiap fakta

sosial diasumsikan mengandung potensi adanya ketidak-seimbangan, dengan adanya pihak dengan kekuasaannya selaku pusat (*center*) yang melakukan hegemoni, sehingga pihak lainnya sebagai periferal yang mengalami marginalisasi. Marginalisasi dapat diartikan sebagai proses interaksi sosial yang menyebabkan person tidak dapat mewujudkan hak-haknya.

Sesuai dengan kaidah universal, media dituntut untuk tidak berpihak (*impartiality*) dalam melakukan pemberitaan. Prinsip ini bertolak dari asumsi mengenai fakta yang menjadi materi jurnalisme, bahwa setiap fakta sosial selamanya mengandung pihak-pihak yang berinteraksi. Sementara pada sisi lain, fakta dilihat secara bersifat mikro, karenanya dipandang terlepas dari konteks struktural. Karenanya sering jurnalis hanya berkepentingan untuk menangkap fakta interaksi ini tanpa perlu mempersoalkan kualitas dari interaksi tersebut. Dari sinilah kemudian muncul dorongan untuk mengajak jurnalis menumbuhkan penghayatan atas posisi person yang akan diberitakan.

Di lingkungan surat kabar *Kompas* misalnya sepanjang perjalanannya sebagai pemimpin redaksi, Jakob Oetama berusaha menumbuhkan jurnalisme "*compassion*". Keterharuan, berbelas kasih, *compassion*, menuntut kepekaan personal untuk mampu terharu dalam menghadapi kehidupan pihak lain. Bagaimana menumbuhkan kepekaan, bagaimana mengatasi kebebalan perasaan, tentulah tidak mudah dibayangkan dalam proses pengembangan epistemologi jurnalisme.

Dalam pengalaman lain melalui orientasi peliputan fenomena HIV/AIDS, diperkembangkan pula jurnalisme empati. Jurnalisme empati tidak berpretensi memberi metode yang dapat mengasah keterharuan atas kehidupan manusia. Tetapi membawa konsekuensi dalam mengkerangka (*framing*) suatu kenyataan sosial, bahwa di dalam setiap kenyataan selamanya berlangsung interaksi antar manusia, dan dalam setiap interaksi secara potensial dapat diketemukan korban (Siregar, 2002).

Korban adalah person yang kalah atau tidak berdaya manakala berhadapan dengan pihak (individual ataupun kolektivitas) lainnya dalam suatu interaksi sosial. Sekadar memiliki kepekaan agar dapat melihat siapa yang kalah atau tidak berdaya, tentunya lebih sederhana

dibanding menumbuhkan belas kasih. Ini dapat dilakukan dengan menempatkan suatu *framing* dengan analisis sosial mengenai kekuasaan yang menjadi sumber dari kondisi ketidak-seimbangan dalam kehidupan sosial. Kekuasaan dapat bersifat fisik maupun psikologis, mungkin terjadi dalam lingkup politik, ekonomi ataupun komunalisme, bahkan dalam lingkup domestik (rumah tangga). Posisi seseorang dalam kehidupan publik dan domestik pada hakekatnya dapat dibedakan dan penguasaan dan akses terhadap kekuasaan. Makin jauh dari perlindungan hukum dan sosial, semakin besar kemungkinan untuk menjadi korban kekuasaan.

Jurnalisme empati pada dasarnya tidak berdiri sendiri, ini berjalan seiring dengan penghayatan yang berkembang dalam masyarakat dalam menghadapi fakta-fakta yang di dalamnya terdapat korban. Karenanya jurnalisme empati biasanya berdampingan dengan orientasi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang bergerak dalam melakukan advokasi terhadap korban dalam struktur hubungan yang tidak seimbang.

Pemberitaan dari ruang publik

Berita (*news-story*) dapat dibicarakan dalam berbagai definisi bertolak dari nilai suatu fakta. Rumusan inilah yang menjadi konsep dalam melakukan pilihan fakta-fakta, secara populer disebut sebagai standar kelayakan berita (*news-worthy*). Dalam pengertian ini nilai suatu berita bersifat intrinsik, terkandung dalam fakta itu sendiri, dan bersifat ekstrinsik sesuai dengan pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak (Brooks, et al., 1988; Mencher, 1987). Selain itu fakta yang layak menjadi berita pada dasarnya merupakan penggalan dan suatu proses sosial. Dengan kata lain suatu fakta terikat dalam ruang dan waktu spesifik yang dianggap memiliki nilai lebih dari proses sosial yang berlangsung. Nilai atau pemaknaan ini dapat dilihat dalam dua aspek, yaitu penting dan menarik. Fakta dianggap penting sebagai informasi karena memenuhi kepentingan pragmatis sosial khalayak, membawa implikasi dalam peran dan keberadaan sosial dari khalayak. Dengan begitu relevansi fakta yang penting adalah dengan posisi dan peran sosial penggunanya.

Pendefinisian penting dan menarik atas suatu fakta, bersifat teknis pragmatis. Di luar itu konteks suatu informasi secara politis, ekonomi dan kultural yang dikaitkan dengan orientasi kepentingan bersifat internal produsen media atau kekuasaan eksternal. Informasi sebagai komoditi bertolak dari konteks ekonomi atau kepentingan modal produsen media. Jurnalisme pembangunan mendefinisikan informasi dalam konteks kepentingan politik kekuasaan negara. Sementara konteks kultural akan mendefinisikan nilai informasi dalam kaitan dengan kehidupan yang bermakna.

Dalam kaitan pendefinisian, berbagai buku teks jurnalisme umumnya memiliki kesamaan dalam merumuskan nilai berita secara teknis, yaitu mencantumkan konflik sebagai unsur dalam kelayakan berita. Sementara para jurnalis terpaku pada unsur-unsur kelayakan berita yang menjadi acuan kerja teknisnya. Dengan begitu, konflik dipandang sebagai penggalan dari proses sosial yang dianggap penting dan menarik bagi khalayak. Konteks proses sosial yang menjadi "ruang" bagi fakta jurnalisme ini sering dilupakan. Perlu diingatkan bahwa konflik menjadi bernilai jika berada dalam ruang publik yang damai. Sebaliknya dalam ruang publik dengan kondisi konflik, maka yang signifikan adalah fakta mengandung perdamaian.

Dengan kata lain, suatu fakta hanya dapat dipandang bernilai jika ditempatkan dalam proses sosial yang menjadi "ruang"-nya. Di jalan yang lalu-lintasnya sehari-hari lancar dan tenang misalnya, sekali terjadi kemacetan dan kehirukan maka fakta itu akan memiliki nilai yang tinggi. Sebaliknya, jalan raya yang sehari-hari macet di Jakarta, di saat ditinggal pemudik maka kelengangan akan menjadi suatu fakta bernilai. Ruang publik yang didominasi kemelaratan misalnya, akan menempatkan wacana kemewahan memiliki nilai tinggi. Sementara dalam ruang sosial yang didominasi kemewahan, kemiskinan menjadi tontonan yang eksotis.

Demikianlah semua nilai selalu memiliki pasangan yang bertentangan (*binary opposition*), yang menjadikannya signifikan (lihat: Piliang, 2000; Berger, 1998). Standar kelayakan informasi yang dijadikan acuan dalam menilai suatu fakta kiranya perlu dikembangkan dalam konteks ruang publik tempatnya berlangsung. Artinya fakta bukanlah suatu ranah yang steril. Secara konvensional konteks suatu fakta hanya dilihat pertaliannya dengan fakta lain, baik bersifat sebab-

akibat maupun pertalian kategoris sejajar. Sementara konteks lainnya yang tidak kalah pentingnya adalah yang bersifat paradigmatis, yaitu asumsi tentang ruang publik yang menjadi "tempat" bagi suatu fakta.

Inilah yang mendorong dikembangkannya konsep jurnalisme damai (*peace journalism*) oleh sementara jurnalis yang meliput di Kosovo. Kebanggaan jurnalis perang (*war journalist*) yang semula merasa memenangkan persaingan profesi dengan menyampaikan fakta-fakta manusia saling bunuh, mulai berubah. Standar kelayakan berita melalui unsur besaran (*magnitude*) sebagai nilai fakta dalam jurnalisme konvensional misalnya, menjadi dramatisasi kekejaman manakala menceritakan jumlah amunisi yang digunakan atau korban yang mati (Lynch, et.al., 2000).

Dengan konsep jurnalisme damai, jurnalis tidak lagi mencari fakta konflik, tetapi menumpukan perhatian terhadap tindakan dari satu pihak yang bersifat kemanusiaan terhadap pihak lainnya. Kesadaran ini lahir karena memandang ruang publik telah menjadi ajang konflik yang tidak kunjung reda. Jurnalisme damai tetap bertumpu pada fakta. Tetapi konsep kelayakan informasi ditempatkan dalam dataran ruang publik yang didominasi anomali, dan lebih jauh perhatian ditujukan kepada fakta-fakta yang mengandung nilai humanitarian dan kultural.

Untuk itu perlu diperhatikan kecenderungan media dalam memilih narasumber, sebagai titik tolak proses merekonstruksi fakta. Setiap narasumber perlu dinilai dari preferensi dan tingkat obyektifitas atau subyektifitasnya. Preferensi narasumber dapat diidentifikasi dari orientasi kepada salah satu oposisi binari darfi nilai. Sementara obyektifitas narasumber merupakan faktor yang penting, tetapi sering diabaikan oleh media. Karena obyektifitas umumnya dilihat hanya dari preferensi media, padahal obyektifitas media beroperasi pada level teknis dengan azas keseimbangan, sementara obyektifitas suatu wacana akan lahir dari obyektifitas narasumber. Obyektifitas secara sederhana diartikan kemampuan melepaskan diri dari kepentingan dan orientasi subyektif. Lebih jauh adalah kemampuan untuk memasuki ranah pihak lain dengan memahami posisi subyektif pihak lain tersebut. Tipe narasumber atau subyek pemberitaan semacam ini menjadi faktor untuk terwujudnya jurnalisme damai. Baru berikutnya melihat fakta dalam konteks ruang publik.

Jurnalisme dan pendekatan multi-kultural

Bagaimana pengelola media menyikapi ruang publik? Memasuki era reformasi, ruang publik di Indonesia dipandang telah menyediakan kebebasan pers. Kebebasan pers (*freedom of the press*) pada dasarnya berlandaskan prinsip demokrasi yang menjadi acuan nilai bersama (*shared value*) di ruang publik. Dalam konteks ekonomi, ruang publik merupakan pasar bebas. Inilah yang dimanfaatkan oleh investor yang meramaikan dunia penerbitan saat ini, dengan bermacam format produk, mulai dari media yang mengutamakan informasi sosial, sampai gosip tentang artis dan politisi, serta cerita-cerita jin dan hantu. Karenanya saat ini yang berlangsung hanya berupa pers bebas (*free press*), belum kebebasan pers.

Basis bagi kebebasan pers adalah kualitas ruang publik. Tetapi kualitas ruang publik bukan hanya dilihat dari sifatnya sebagai pasar. Ruang publik merupakan ajang bagi aktivitas manusia dalam konteks politik, hukum, dan budaya. Ruang ini menyediakan fakta yang menjadi bahan informasi pers, sekaligus yang akan menerima informasi tersebut. Dinamika ruang publik bergerak atas acuan nilai bersama, sebagai proses sosial yang normal. Sebaliknya dapat pula ruang publik didominasi oleh proses yang bersifat anomali, tidak dapat dicari pertalian dengan suatu nilai sosial dan makna kultural.

Dengan demikian landasan konseptual untuk kerja profesional jurnalisme perlu dikembangkan dalam dua level, yaitu yang bersifat teknis dengan mengembangkan proses jurnalisme untuk tujuan obyektifitas dan faktualitas. Ini mencakup konsep nilai informasi, dan metode kerja jurnalisme. Pada level lainnya, konsep jurnalisme perlu lebih jauh merambah ke dalam wilayah Ilmu Sosial dan Kultural, dengan pemahaman terhadap ruang publik. Analisis sosial dan kultural dengan sendirinya perlu sebagai landasan dalam melihat fakta yang menjadi informasi jurnalisme.

Pentingnya kesadaran dan apresiasi kaum jurnalis khususnya dan pengelola media massa umumnya terhadap kondisi ruang publik di Indonesia pada dasarnya guna menempatkan media massa sebagai institusi sosial yang bertolak dari kondisi masyarakat sebagai habitatnya. Dengan begitu habitat bagi media massa tidak dilihat dalam konteks pasar yang akan menghidupi dan memperbesar modal bisnis.

Media massa berinteraksi dengan ruang sosial yang menjadi habitatnya, dalam keberadaannya sebagai cermin atau pembentuk masyarakat. Sebagai cermin merefleksikan fakta-fakta dalam perspektif bertolak dari kondisi ruang publik, sementara sebagai pembentuk maka media massa berorientasi esis dalam memproyeksikan masyarakat yang ideal.

Masalah mendasar yang perlu dihayati oleh pengelola media massa di Indonesia adalah kondisi multikultural dalam ruang sosialnya. Kondisi multi-kultural merupakan fokus penting di berbagai negara, sehingga pemerintahnya masing-masing memiliki kebijakan yang serius dalam strategi kultural. Untuk itu dikenal negara multi-bangsa (*multination states*) atau negara banyak-suku (*polyethnic states*) mengingat varian komposisi warga masyarakatnya (Kymlicka, 1995).

Sudah barang tentu kesadaran tentang kondisi multi-kultural ini tidak semata-mata bagi orang media saja. Media massa berurusan dengan informasi yang ditarik dari dan ditujukan ke ruang sosial. Sementara dalam skala makro diperlukan strategi yang diwujudkan sebagai kebijakan negara dengan pendekatan multi-kultural. Lebih jauh pendekatan multi-kultural menjadi dasar orientasi bagi institusi-institusi sosial, seperti institusi pendidikan, bisnis, partai politik, dan lainnya.

Kondisi multikultural ini menjadikan suatu komunitas negara menjadi rentan (*vulnerable*) karena mengandung potensi konflik. Konflik muncul dan mendominasi ruang publik manakala berlangsung anomali, yaitu tidak adanya acuan nilai bersama dalam masyarakat multi-kultur. Ruang publik yang didominasi oleh sektarianisme agama mayoritas di Indonesia misalnya, merupakan anomali yang sulit dipahami. Lazimnya, sektarianisme lahir dari suatu komunitas agama, yaitu kelompok kecil yang menyempal dari induknya, sementara komunitas mayoritas akan berkecenderungan inklusif. Dengan kata lain, basis suatu sektarian adalah eksklusifitas komunitas lebih kecil yang berhadapan dengan komunitas lebih besar. Sering terjadi sektarian agama muncul di Indonesia dengan membangun jamaah sendiri melalui tempat ibadah yang terpisah dari komunitas lainnya dengan menganggap komunitas lainnya tidak syah peribadatnya. Secara sosiologis fenomena ini merupakan hal yang normal. Berbeda halnya jika suatu agama mayoritas menciptakan jurang sosial dengan komunitas agama lainnya, maka telah menjadi sektarian dalam basis negara multi-bangsa.

Sektarian lainnya bersifat sekuler mewujudkan melalui eksklusifisme komunitas suku yang menyempal dari negara banyak suku. Sektarian semacam ini dapat dipahami karena negara bangsa (*nation state*) Indonesia terbentuk melalui imajinasi kolektif atas dasar geo-politik dan kesadaran senasib dalam konteks kesejarahan yang diperoleh secara empiris. Kesadaran senasib ini mungkin tidak menjadi inspirasi lagi bagi generasi berikutnya karena tidak memiliki pengalaman empiris yang sama. Sementara internalisasi makna kesejarahan telah gagal akibat pola sosialisasi yang keliru, antara lain dengan mengagungkan militerisme dalam penegakan dan pembangunan negara bangsa. Dalam pada itu berbagai komunitas suku bangsa sebagai basis kultural warga mengalami marginalisasi dalam dominasi komunitas yang lebih besar yang identik dengan negara bangsa. Karenanya perekat bagi berbagai komunitas banyak-suku dalam negara hanyalah birokrasi negara yang menjalankan militerisme, bukan kesadaran senasib dan kesejarahan.

Di dalam kehidupan masyarakat Indonesia, kekerasan yang dominan di ruang publik dapat dilihat sebagai anomali sosial. Sebab dalam kehidupan sosial yang normal, tertib sosial pada dasarnya diwujudkan melalui rasionalitas dan hukum yang adil. Jika kedua hal ini tidak menjadi basis dalam kehidupan warga, dengan sendirinya ruang publik menjadi ajang bagi kekuatan fisik. Semula ruang publik sepenuhnya dalam kendali kekuatan fisik negara dengan peran militer yang merasuk ke seluruh aspek kehidupan publik di antero wilayah negara. Kini ruang publik menjadi perebutan dominasi oleh berbagai kekuatan sosial berupa komunalisme, baik atas dasar kelompok massa spontan (*mob*), maupun berbasis agama dan suku. Pada kesempatan lain basis komunalisme massa ini adalah organisasi politik.

Media massa sebagai institusi sosial berada di tengah kancah perebutan dominasi ini. Orientasi kebijakan pemberitaan akan tercermin dari pemilihan sudut pandang konflik atau damai dengan menempatkannya dalam perspektif multi-kultural. Dari sini keberadaan media massa dapat dilihat dalam konteks kerangka keutuhan negara multi-bangsa atau banyak-suku, ataukah hanya akan menjadi agensi bisnis yang memanfaatkan situasi anomali di ruang publik tanpa memperdulikan kehancuran suatu komunitas negara. Untuk itu kaum profesional media massa perlu menjawabnya melalui pemberitaannya. *****

Daftar Pustaka

- Berger, Arthur Asa. (1998). *Media Analysis Techniques*, second edition, Beverly Hills: Sage Publication.
- Blumler, Jay G. dan Elihu Katz. (1974). *The Uses of Mass Communications*, Beverly Hill: Sage Publication.
- Brooks, Brian S., et al. (1988). *News Reporting and Writing*, third edition, New York: St. Martin Press.
- Johnson, Terence J. (1972). *Profession and Power*, terjemahan Supardan (1991) *Profesi dan Kekuasaan, Merosotnya Peran Kaum Profesional dalam Masyarakat*, Jakarta: Penerbit PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kymlicka, Will. (1995). *Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights*, Oxford: Oxford University Press.
- Lynch, Jake, et al. (2000), "'Peace journalism & the Kosovo crisis': the UK's first analysis of the Kosovo conflict from a peace journalism perspective", Tersip di www.mediachannel.org.
- McQuail, Denis. (1987). *Mass Communication An Introduction*, second edition, London: Sage Publications.
- Mencher, Melvin. (1987). *News Reporting and Writing*, fourth edition, Dubuque: Wm. C. Brown Publishers.
- Mosco, Vincent. (1996). *The Political Economy of Communication*, London: Sage Publication.
- Piliang, Yasraf Amir. (2000). 'Hegemoni, Kekerasan Simbolik Media, Sebuah Analisis tentang Ideologi Media,' makalah pada Seminar *Keberpihakan Media Cetak dalam Pemberitaan*, Lembaga Studi Perubahan Sosial, Surabaya 22 Mei 2000.
- Oepen, Manfred, ed. (1988). *Media Rakyat*, Jakarta: Perhimpunan Pengembangan Pesantren dan Masyarakat.
- Siebert, Fred S., Peterson, Theodore dan Wilbur Schramm. (1956). *Four Theories of the Press*, Urbana: University of Illinois Press.
- Siregar, Ashadi. (2002). *AIDS, Gender dan Kesehatan Reproduksi: Pintu Menghargai Manusia Bagi Media*, Yogyakarta: LP3Y - Ford Foundation.