



KEBERPIHAKAN TELEVISI PADA PEMILU PRESIDEN 2014

Handrini Ardiyanti*)

Abstrak

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mencatat stasiun televisi milik petinggi partai politik menunjukkan keberpihakan kepada pasangan calon-calon presiden tertentu. Televisi memiliki kekuatan konstruksi sosial yang lebih besar dari media lainnya. Karenanya jurnalistik televisi terkait berita pemilu presiden termasuk didalamnya memasukan regulasi terkait dengan pengawasan kegiatan jurnalistik televisi termasuk didalamnya pengaturan tentang pemberian peringatan dan saksi perlu diatur lebih ketat lagi baik dalam undang-undang yang mengatur tentang pelaksanaan pemilu maupun dalam UU Penyiaran. Selain itu Komisi I DPR RI perlu mengagag pentingnya mengembalikan peran media sebagai pengawas atau watchdog dalam proses kehidupan bernegara dalam pembahasan RUU Penyiaran.

Pendahuluan

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mencatat stasiun televisi milik petinggi partai politik menunjukkan keberpihakan kepada pasangan calon-calon presiden (capres) tertentu. Data KPI, sebagaimana dilansir Koran Tempo pada berita utamanya Senin, 26 Mei 2014 menyebutkan Metro TV menayangkan berita soal Jokowi sebanyak 62 kali pada 6-15 Mei. Pada periode yang sama iklan kampanye di Metro TV mencapai 96 kali. Bahkan usai deklarasi pemberitaan soal Jokowi di Metro TV bisa mencapai 15 kali tiap hari. Hal tersebut melanggar aturan maksimal 10 kali setiap hari dengan durasi masing-masing paling lama 30 detik. Sebaliknya, pemberitaan soal Prabowo di Metro TV hanya 22 kali dan penayangan iklan kampanye Prabowo di Metro TV nihil.

Di sisi lain, TV One juga memperlihatkan keberpihakannya dengan menyiarkan secara

langsung deklarasi duet Prabowo-Hatta Rajasa dari Taman Makan Pahlawan Kalibata pada Senin, 19 Mei lalu. Sementara pemberitaan Jokowi, TV One sebagaimana diungkap koordinator divisi penelitian Remotivi Muhammad Heychael Jokowi merupakan tokoh politik dengan berita negatif terbanyak di TV One, yaitu 30.7 persen.

Tabel 1. Dukungan Media Televisi pada Pemilu 2014

Pasangan	Dukungan Media Televisi
Jokowi-Jusuf Kalla	Metro TV
Prabowo-Hatta	MNC Group (MNV TV, RCTI, Global TV, Sindo TV)

Diolah dari berita Koran Tempo Senin, 26 Mei 2014

Keberpihakan televisi tersebut

*) Peneliti Muda Komunikasi/ Opini Publik pada Bidang Politik Dalam Negeri, Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Setjen DPR RI. E-mail: : handrini@gmail.com dan handrini.ardiyanti@dpr.go.id



disebabkan karena adanya kesadaran bahwa televisi memiliki kemampuan yang sangat besar sekali untuk membentuk opini publik, sehingga dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk membentuk citra positif pasangan capres dan cawapres guna mendapatkan suara para pemilih.

Keberpihakan di Jurnalistik Televisi

Jurnalistik televisi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita ataupun ulasan berita tentang berbagai peristiwa atau kejadian sehari-hari yang aktual dan faktual dalam waktu yang secepat-cepatnya terkait dengan capres dan cawapres pada pemilu 2014.

Dalam dunia penyiaran, jurnalistik televisi merupakan salah satu bagian dari suatu struktur besar manajemen penyiaran yang ada di stasiun televisi tersebut. Karena itu kerja jurnalistik televisi tidak bisa melepaskan diri dari sembilan kelompok yang saling berinteraksi, yaitu: investor/pemilik stasiun televisi, *holding company*, perusahaan televisi, departemen berita, budaya organisasi, jurnalis atau wartawan, khalayak umum, sumber berita, dan pemasang iklan

Kekuatan konstruksi sosial media televisi sebagaimana dipaparkan Burhan Bungin, Pornomedia, Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa terletak pada : (1) kekuatan media massa untuk menyuntik ‘ jarum pemberitaan’ ke dalam pikiran masyarakat, sehingga objek pemberitaan menjadi sesuatu yang selamanya ‘benar’ melalui proses pembenaran virtual yang dilakukan oleh media televisi; (2) sifat pemberitaan media televisi yang tiba-tiba (*suddenly*) dan diulang-ulang (*repetition*) merupakan metode yang cepat untuk mengkonstruksikan masyarakat sesuai dengan kekuatan media massa itu sendiri; (3) karakter masyarakat yang kurang kritis terhadap pemberitaan media televisi, menjadikan apa saja yang dikatakan media sebagai ikon pembenaran publik, (4) mitos media televisi sebagai ikon publik merefleksikan objek pemberitaan (terutama) objek pemberitaan positif atau semalain baik bahkan tak jarang mampu mengkonstruksikan objek pemberitaan menjadi ‘tokoh’ dalam waktu singkat, demikian juga sebaliknya.

Pengaturan dari pemberitaan di televisi terkait dengan aktivitas pemilu perlu mencakup sembilan elemen penting yang wajib diatur dalam jurnalisme sebagaimana dijelaskan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel pada bukunya *Sembilan Elemen Jurnalisme*, yaitu (1) kewajiban pertama jurnalisme

adalah pada kebenaran; (2) loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat; (3) intisari dari jurnalisme adalah disiplin verifikasi; (4) praktisi jurnalisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita; (5) jurnalisme harus menjadi pemantau kekuasaan; (6) jurnalisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat; (7) jurnalisme harus berupaya keras untuk membuat hal yang penting menarik dan relevan; (8) jurnalisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional; dan (9) praktisi jurnalisme harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Keberpihakan televisi dalam melakukan kegiatan jurnalistiknya terkait pemberitaan pemilu presiden 2014 belum beranjak dari keberpihakan yang dilakukan pada pemilu sebelumnya. Menurut Masduki dalam “Jurnalisme Politik: Keberpihakan Media dalam Pemilu 2004” menjelaskan, pelaksanaan pemilihan umum yang bertepatan dengan era komersialisasi media (*age of media commercialism*) memperlihatkan berlakunya teori ekonomi pasar dalam jurnalistik (*market theory of journalism*). Peristiwa atau isu sosial dan politik dapat atau layak diproduksi menjadi berita hanya apabila (1) tidak mengganggu calon investor atau sponsor yang memasang iklan di media, (2) memenuhi biaya peliputan minimal yang bisa dikeluarkannya, (3) memenuhi harapan mayoritas khalayak yang menjadi sasaran pemasang iklan ketika membayar iklan ke media (Macmanus, 1994). Karenanya dalam pembahasan RUU Penyiaran, Komisi I DPR RI perlu menekankan pentingnya mengembalikan peran media sebagai pengawas atau *watchdog* dalam proses kehidupan bernegara.

Regulasi Jurnalistik Televisi terkait Pemberitaan Pemilu Presiden

KPI telah menetapkan sejumlah regulasi untuk kegiatan jurnalistik televisi dalam melakukan aktivitas pemberitaannya terkait pelaksanaan pemilu presiden 2014. Regulasi tersebut sebagaimana diatur dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 Tentang Pedoman Perilaku Penyiaran pada Bab XXIX tentang Siaran Pemilihan Umum Dan Pemilihan Umum Kepala Daerah pasal 50 menyebutkan diantaranya bahwa lembaga penyiaran wajib menyediakan waktu yang cukup bagi peliputan Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah, lembaga penyiaran wajib bersikap adil dan proporsional terhadap para peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah, lembaga penyiaran

tidak boleh bersikap partisan terhadap salah satu peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah. Selain itu pada Bab yang mengatur tentang Prinsip-Prinsip Jurnalistik pada Pasal 22 dengan jelas ditegaskan bahwa:

- (1) Lembaga penyiaran wajib menjalankan dan menjunjung tinggi idealisme jurnalistik yang menyajikan informasi untuk kepentingan publik dan pemberdayaan masyarakat, membangun dan menegakkan demokrasi, mencari kebenaran, melakukan koreksi dan kontrol sosial, dan bersikap independen.
- (2) Lembaga penyiaran wajib menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik, antara lain: akurat, berimbang, adil, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistis, tidak mempertentangkan suku, agama, ras dan antargolongan, serta tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul.
- (3) Lembaga penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).
- (4) Lembaga penyiaran wajib menerapkan prinsip praduga tak bersalah dalam peliputan dan/atau menyiarkan program siaran jurnalistik.
- (5) Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dalam proses produksi program siaran jurnalistik untuk tidak dipengaruhi oleh pihak eksternal maupun internal termasuk pemodal atau pemilik lembaga penyiaran.

Terkait dengan regulasi kegiatan jurnalistik televisi dalam pemberitaan pemilu presiden 2014, lebih lanjut pada Keputusan KPI No.45 Tahun 2014 tentang Petunjuk Pelaksanaan Terkait dengan Perlindungan Kepentingan Publik, Siaran Jurnalistik, Iklan dan Pemilihan Umum, pada pasal 5 ayat (2) menyebutkan bahwa program siaran jurnalistik yang melibatkan pemilik dan/atau kelompoknya harus memperhatikan prinsip adil, berimbang, tidak berpihak, tidak beritikad buruk dan berpedoman pada kode etik jurnalistik.

Dalam hal pengaturan tentang netralitas isi program siaran jurnalistik, pada pasal 6 ditegaskan bahwa isi siaran jurnalistik dinilai berlaku adil antara lain apabila memberikan kesempatan yang sama secara proporsional kepada semua pihak yang menjadi obyek pemberitaan, memberikan ruang atau waktu

pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.

Pada Pasal 47 UU No. 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden ditegaskan pemberitaan, penyiaran, dan iklan Kampanye dapat dilakukan melalui media massa cetak dan lembaga penyiaran sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Lebih lanjut dalam pasal 49 ditegaskan bahwa media massa cetak dan lembaga penyiaran yang menyediakan rubrik khusus untuk pemberitaan Kampanye harus berlaku adil dan berimbang kepada seluruh Pasangan Calon.

Melihat berbagai regulasi terkait dengan pemberitaan pemilu dapat disimpulkan bahwa di atas kertas, regulasi yang diatur sudah sangat memadai. Namun dalam prakteknya, regulasi yang telah diatur ideal tersebut tidak mampu memberikan efek perlindungan apapun kepada masyarakat dari terpaan pemberitaan yang tidak berkesesuaian dengan kaidah-kaidah yang telah diatur oleh peraturan perundangan.

Namun kenyataannya, menjaga objektivitas dan netralitas dalam melakukan pemberitaan bagi televisi tidaklah mudah. Hal tersebut antara lain disebabkan karena kurang kuatnya posisi tawar yang dimiliki KPI sehingga peringatan dan sanksi yang diberikan KPI seolah hanya sebagai gigitan semut kecil bagi industri televisi yang jauh lebih memiliki kekuatan politis bila dibanding dengan KPI sebagai *regulator body*.

Penyebab lainnya adalah posisi Dewan Pers dalam memberikan peringatan maupun sanksi terhadap kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh stasiun televisi seolah masih diperdebatkan kewenangannya dalam mengawasi kegiatan pemberitaan yang dilakukan dalam dunia penyiaran. Padahal salah satu organisasi yang berhimpun dalam Dewan Pers, yaitu Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), telah mewakili dari keberadaan insan pers dari stasiun televisi. Jika memang terjadi pelanggaran prinsip-prinsip jurnalistik yang dilakukan televisi maka KPI atukah Dewan Pers yang berwenang untuk memberikan peringatan dan sanksi masih diperdebatkan sejumlah kalangan.

Hal tersebut disebabkan karena kurang jelasnya pengaturan terkait dengan pengawasan kegiatan jurnalistik dalam penyiaran termasuk didalamnya regulasi pemberian peringatan dan sanksi dalam UU Penyiaran. Karenanya perlu diatur secara khusus terkait pelaksanaan, pengawasan, pemberian peringatan dan sanksi terkait pelaksanaan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh industri penyiaran.

Pada hal sebagai sebuah instrumen, televisi bukanlah sebuah instrumen yang netral

dimana berbagai kepentingan dan pemaknaan dari berbagai kelompok akan mendapatkan perlakuan yang sama dan seimbang. Televisi justru dapat konstruksikan realitas berdasarkan penafsiran dan definisinya sendiri untuk disebarkan kepada masyarakat.

Sementara di sisi lain, dalam proses memproduksi isi, televisi tak pernah terlepas dari tekanan beragam kepentingan mulai dari kepentingan dari jurnalis, kepentingan pengiklan hingga kepentingan pemilik modal. Berita yang keluar dari redaksi merupakan "titik keseimbangan" dari berbagai kepentingan yang terakomodir dalam ruang redaksi. Akibatnya bias dalam pemberitaan dapat terjadi. Bias berita kerap terjadi pada masa kampanye. Mulai dari tataran yang terendah, distorsi informasi hingga dramatisasi fakta. Mulai dari framing berita hingga pada propaganda politik. Sayangnya dengan berafiliasinya para pemilik televisi kepada partai politik tertentu telah menjadikan televisi yang diharapkan mampu menjadi *wacthdog* dalam pertarungan pilpres justru terjebak menjadi bagian dari politik kekuatan tertentu.

Penutup

Di negara demokratis manapun, televisi senantiasa diatur oleh hukum lebih ketat daripada media lainnya karena televisi memiliki kekuatan konstruksi sosial yang lebih besar dari media lainnya. Karenanya kegiatan jurnalistik atau pemberitaan di televisi perlu diatur lebih ketat lagi baik dalam undang-undang yang mengatur tentang pelaksanaan pemilu maupun dalam undang-undang yang mengatur tentang televisi sebagai salah satu kegiatan penyiaran.

Proses kerja profesional juga memiliki landasan ideologis dan etis. Karena itu dalam melakukan kegiatan jurnalistiknya, stasiun televisi tetap harus berdasarkan landasan nilai-nilai tersendiri yang menyenangkan bagaimana berita itu diliput dan ditayangkan. Jurnalistik televisi juga memiliki prinsip profesionalisme dan aturan kerja tersendiri khususnya tentang apa tidak boleh, apa yang dilarang dan apa yang tidak boleh dilakukan dalam kegiatan jurnalistiknya. Kebebasan wartawan dalam meliput dan menayangkan sebuah peristiwa sesungguhnya dibatasi oleh berbagai aturan dan konsep tentang profesionalisme dan prinsip-prinsip etis dari jurnalistik diantara kode etik jurnalistik. Untuk itu perlu diberikan sanksi yang lebih tegas dari pelanggaran berupa keberpihakan jurnalistik yang dilakukan stasiun televisi.

Kekuatan televisi dalam melakukan

kontruksi sosial telah mendorong para pasangan calon, khususnya tim sukses selalu berusaha memanfaatkan televisi semaksimal mungkin untuk mendapatkan suara pemilih. Kondisi tersebut telah mengeser eksistensi media sebagai *watchdog* atau pengawas dalam pelaksanaan pemilu. Untuk itu Komisi I DPR RI perlu memberikan dorongan kepada KPI agar bertindak lebih tegas dalam memberikan peringatan maupun sanksi kepada stasiun televisi yang melanggar berbagai regulasi yang telah ditetapkan KPI.

Selain itu Komisi I DPR RI perlu terus mendorong arti penting penguatan KPI sebagai *regulator body* penyiaran dalam RUU Penyiaran yang sedang dibahas di DPR, mengatur secara khusus terkait pelaksanaan, pengawasan, pemberian peringatan dan sanksi terkait pelaksanaan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh industri penyiaran serta mengagagas pentingnya mengembalikan peran media sebagai pengawas atau *watchdog* dalam proses kehidupan bernegara.

Referensi

1. Bill Kovach & Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, New York : Crown Publisher, 2001.
2. Burhan Bungin, *Pornomedia, Sosiologi Media, Kontsruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*, Jakarta : Prenada Media, 2005
3. "Prabowo-Jokowi, 'Perang' Lewat Televisi, *Koran Tempo*, 26 Mei 2014.
4. Masduki, "Jurnalisme Politik: Keberpihakan Media dalam Pemilu 2004", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Indonesia Yogyakarta* Volume 8, Nomor 1, Juli 2004
5. "Aburizal Bakrie Banyak Diberitakan Positif di TV One", republika.co.id/berita/nasional/politik/14/04/07/n3maer-aburizal-bakrie-banyak-diberitakan-positif-di-tv-one, diakses tanggal 26 Mei 2014.
6. "KPI, Dewan Pers, dan Penyelamatan Jurnalisme", <http://www.tempo.co/read/kolom/2010/08/05/219/KPI-Dewan-Pers-dan-Penyelamatan-Jurnalisme> , diakses tanggal 26 Mei 2014.