

ANALISIS SOSIOLOGI MEDIA PADA KONSTRUKSI BERITA BERNUANSA PORNOGRAFI

Tuti Widiastuti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie
 Jl. HR. Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan 12920,
 E-mail: tuti.widiastuti@bakrie.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang diangkat penulis dalam artikel ini adalah faktor-faktor apa saja yang memengaruhi atau mendorong penempatan berita-berita bernuansa pornografi sebagai berita utama di surat kabar Lampu Merah dan Pos Metro. Segala sesuatu yang termuat pada sejumlah berita utama bernuansa pornografi itu tidak terlepas dari peran komunikator massa, yaitu para pekerja media yang ada di kedua media surat kabar tersebut. Berita bukan hanya merupakan bagian atau obyek dalam realitas kehidupan sehari-hari individu, tetapi ia atau mereka juga bisa dipandang 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. 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. Faktor-faktor yang memengaruhi konstruksi berita bernuansa pornografi di media, yaitu keuntungan atau pertambahan modal (kapital), selera pasar atau peluang pada munculnya pembaca baru potensial (*new potensial reader*), ideologi/manajemen media yang diberlakukan, karakteristik SDM dan media rutin yang berjalan, dan tidak memadainya perangkat hukum dan aturan dari pemerintah dalam membatasi isi muatan dari suatu koran.

Katakunci: sosiologi media, konstruksi realitas sosial, pornografi.

Abstract

In this article, author raise the issue concerning what factors that will influence or encourage the publishing of pornographic news as headlines in Lampu Merah and Pos Metro newspaper. Everything that is contained in several pornographic headlines cannot be separated from the role of mass communicator, which in this case is media worker in those newspapers. News is not only a part of or an object in an individual's daily life, but it can also be considered as social reality itself. In this context, it means that an individual experience about others is a very important thing to be researched in terms of social reality construction. This research uses qualitative descriptive method and its procedures along with in-depth interview and observation of research sources, known as informant in qualitative research. Factors that influence pornographic news construction in media are profit or capital increase, market demand or the opportunity of new potential reader, applied ideology/media management, human resource characteristics and routine ongoing media, and insufficient law or regulation from the government for restricting the contents of a newspaper.

Keywords: media sociology, social construction of reality, pornography.

Pendahuluan

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 dengan disertai foto atau ilustrasi gambar pendukung setiap terbitannya. 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 tentu saja menimbulkan tanda tanya besar bagi penulis, bagaimana kehadiran media seperti itu memang merefleksikan kondisi dan perkembangan media massa di Indonesia yang sudah sangat bebas (liberal), atau memang masyarakat Indonesia yang sudah sangat permisif dengan hal-hal yang bernuansa pornografi. Dari sudut pandang pemilik modal, bagaimana berita-berita sarat pornografi itu merupakan suatu komoditas baru yang dapat mendatangkan keuntungan besar bagi para pengelolanya.

Di luar itu, kemunculan sejumlah media cetak dengan isi seperti itu, begitu bebas menyampaikan apapun dan dengan cara dan gaya apapun yang berhubungan dengan pornografi. Hal ini sesungguhnya sangat memprihatinkan dan dapat menimbulkan efek negatif di masyarakat, terutama jika dikonsumsi oleh anak-anak dan para remaja yang notabene

belum dewasa. Dari sejumlah kasus sosial yang muncul, tak sedikit para pelaku kejahatan susila adalah mereka yang masih belia dan 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 dikhawatirkan 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.

Maraknya berita-berita bernuansa pornografi di sejumlah media massa cetak saat ini menunjukkan bahwa keberadaan media massa layaknya pisau bermata dua. Di satu sisi, media massa bersifat fungsional atau berguna bagi konsumen penggunaannya. Namun di sisi lain, tak jarang menimbulkan efek atau pengaruh yang negatif di masyarakat (disfungsional). Dalam kondisi ini, Everett M. Rogers (1986: 192; Malik, 1997: 45) 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”*.

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 dipandang tabu dan dipandang sebagai wilayah pribadi seseorang. Namun kini, dengan penetrasi nilai-nilai baru yang begitu terbuka dan apa adanya (denotatif) di media massa 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 psikoanalisis, 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, perbuatan asusila seperti perkosaan dan pelecehan 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 khalayak pembacanya, sekaligus menjaring pemasukan yang besar dari iklan.

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 mengenai seks yang benar akan membantu seseorang memiliki kehidupan jasmani yang sehat pula, termasuk gaya hidup di dalamnya (Pangkahila, 2001: 31). Kondisi inilah yang terkadang menimbulkan dilematis pada tataran normatif di masyarakat kita.

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 (Bungin, 1999: 63), 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.

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

Surat kabar sebagai salah satu dari bentuk media massa lainnya seperti televisi, majalah, radio, film dan juga internet saat ini merupakan media yang memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam memengaruhi perilaku dan kepercayaan masyarakat penggunaannya, termasuk yang berkaitan dengan masalah-masalah perilaku seksual. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Shoemaker dan Reese (1996: 41), surat kabar adalah salah satu media yang paling 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?

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.

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 yaitu para pekerja media yang ada di kedua media surat kabar tersebut, seperti sikap, nilai, dan kepercayaan, serta etika profesional. Begitu pun dengan sejumlah 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 artikel ini adalah faktor-faktor apa saja yang memengaruhi atau mendorong penempatan berita-berita bernuansa pornografi sebagai berita utama di surat kabar Lampu Merah dan Pos Metro. Pada sisi lainnya, secara khusus artikel ini diharapkan dapat dijadikan sebagai data awal (*primarily data*) bagi pihak-pihak 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 komersil semata, namun juga memiliki kesadaran yang cukup dalam mempertimbangkan norma-norma sosial yang berlaku dan tidak mengabaikan kepentingan masyarakat dalam memperoleh informasi yang tidak bernuansa pornografi.

Tinjauan Pustaka

Sosiologi Media

Shoemaker dan Reese berpendapat bahwa untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang pekerja media atau komunikator massa, juga harus dilihat bagaimana rutinitas yang

melingkupi kerja mereka. Hal ini pun disinggung oleh Mannheim seorang Sosiolog penting dari Jerman (Shoemaker & Reese, 1996: 105).

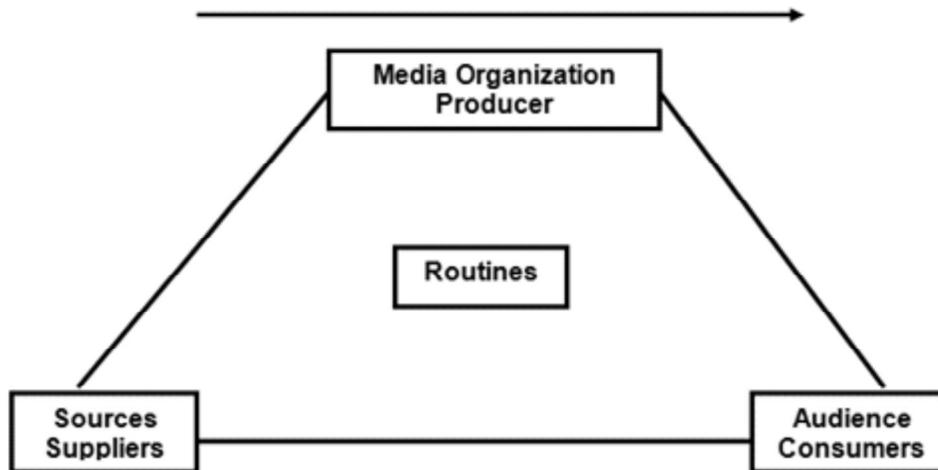
Pada dasarnya individu yang tergabung dalam sebuah media massa merupakan makhluk sosial yang berpartisipasi dalam pola-pola tertentu yang mereka sendiri tidak ikut menciptakannya. Cara berbicara dan berpikir pun dalam bahasa dan pola pikir kelompok di mana mereka berada. Sebagai bagian dari grup, individu mengembangkan gaya berpikir tertentu yang pada derajat tertentu merupakan respon dari situasi yang umum. Rutinitas media inilah yang menunjuk pada pola-pola tertentu, bentuk dan praktik 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 (Shoemaker & Reese, 1996: 106).

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; Shoemaker & Reese, 1996: 108). menunjukkan bahwa reporter yang telah menguasai rutinitas mode-mode prosesing 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 bagaimana memahami rutinitas media yang berjalan: "*to understand what becomes news we must understand the routines that go into its construction,*" (Shoemaker & Reese, 1996: 108).

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 dan organisasi media yaitu produsen/pemilik atau pengelola media, namun tidak kepada sumber beritanya. Dinamika ini dapat dilihat pada bagan berikut ini:



Gambar 1
Process of Production of Symbolic Content

Untuk memprediksi produk media seperti apa yang dianggap menarik dan penting bagi khalayaknya, rutinitas media pun membentuk 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. 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 adalah sesuatu yang menyimpang dari kebiasaan atau sesuatu yang secara langsung berpengaruh pada kehidupan keseharian (Shoemaker & Reese, 1996: 111-112).

Tuchman (1973; Shoemaker & Reese, 1996: 120) 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 (Shoemaker & Reese, 1996: 120).

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, ilmu pengetahuan, agama, dan lainnya. Secara umum, sebagaimana yang diungkapkan Dennis Mc. Quail, beberapa segi media massa yang berbeda tersebut antara lain adalah (McQuail, 1987: 51):

- Media massa memiliki fungsi pengantar bagi segenap macam pengetahuan, media massa juga memainkan peran institusi lainnya.

- Media massa menyelenggarakan kegiatannya dalam lingkungan publik karena pada dasarnya media massa dapat dijangkau oleh segenap anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum, dan murah.
- Pada dasarnya hubungan antara pengirim dan penerima seimbang dan sama.
- Media massa menjangkau lebih banyak orang daripada institusi lainnya dan sudah sejak dulu dengan mengambil alih peranan sekolah, orang tua, agama, dan lain-lain.

Menurut asumsi tersebut, lingkungan simbolik di sekitar seperti 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 (McQuail, 1987: 51).

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 yaitu sebagai penengah atau 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 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, dan lain-lain di mana media massa dapat menyediakan saluran penghubung bagi pelbagai institusi

yang berbeda, media massa seringkali menyediakan bahan untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap kelompok dan intitusi lainnya serta peristiwa tertentu. Bahkan, pengetahuan tentang masyarakat pun banyak bersumber dari media massa.

Mediasi sebagaimana yang dimaksud sebelumnya, dapat berlangsung dalam berbagai 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 berbagai aspek cara media menghubungkan kita dengan "realitas", di mana peran mediasi tergambar sebagai berikut (McQuail, 1987: 52-53):

Media adalah jendela di mana pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap yang memihak. Media adalah juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.

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 dalam proses *gatekeeping* pada dasarnya telah diakui masyarakat, karena media massa seringkali melakukan seleksi dan penafsiran terhadap sesuatu masalah yang dipandang justru membingungkan. Tidakkah mengherankan jika para pelaku media 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, atau partisipatif.

Teori Konstruksi Realitas Sosial

Uraian dalam bagian terdahulu saya landaskan pada tulisan Berger yaitu *Invitation to Sociology*. Buku itu sendiri tidak hanya memuat prihal kesadaran sosiologis saja, tetapi juga pandangan Peter Berger tentang hubungan di antara individu dan masyarakat yang pada pokoknya berpangkal pada gagasan bahwa masyarakat merupakan penjara yang membatasi ruang gerak individu. Namun tidak selamanya ia dirasa mengekang oleh individu penghuninya atau sebaliknya 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 ini adalah sebagai berikut:

Untuk kepentingan penyusunan teorinya, Berger dan Luckmann amat mendasarkan diri pada dua gagasan Sosiologi pengetahuan, yaitu “*realitas*” dan “*pengetahuan*”. Realitas mereka merupakan fakta sosial 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 pengetahuan merupakan realitas yang hadir dalam kesadaran individu yakni 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 seseorang tidak bebas menentukan pilihannya sendiri.

Dalam menghadapi kebebasan, sosiologi 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 bagaimana kebebasan bervariasi menurut tatanan institusional, mengapa ada masyarakat yang menunjung tinggi kebebasan dan sebaliknya, ada masyarakat yang mengabaikan kebebasan individu warganya.

Perumusan Berger tentang hubungan timbal balik di antara realitas sosial yang bersifat obyektif dengan pengetahuan yang bersifat subyektif dilandaskannya pada tiga konsep. 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.

Realitas kehidupan sehari-hari merupakan suatu totalitas yang dialami individu sebagai totalitas yang teratur. Dan realitas ini hanya dialaminya selama ia berada dalam keadaan sadar jadi, individu tidak berada dalam keadaan tidur atau pingsan. 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.

Walau realitas kehidupan sehari-hari pada pokoknya hanya merupakan satu jenis realitas sosial, tetapi dibandingkan dengan realitas lain kehadirannya dalam kesadaran individu bersifat khas. 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. Atau dengan kata lain, realitas kehidupan sehari-hari membentuk *natural attitude* individu, misal umumnya mahasiswa atau bahkan mungkin belum pernah mempertanyakan mengapa pintu gerbang kampusnya ada dua, dan bukan tiga atau empat. Soal jumlah pintu gerbang ini sudah dianggapnya sebagai hal yang alamiah.

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, dibandingkan dengan mengajukan usul perombakan kabinet pemerintahan yang merupakan realitas kehidupan sehari-harinya namun jelas lebih jauh dari jangkauan *'here and now'*nya).

Realitas kehidupan sehari-hari *di-takes for granted*-kan oleh individu, tidak berarti hidup

ini dijalannya sedemikian rutin dan mulus tapi sesekali akan 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.

Sejauh ini dikesankan bahwa realitas kehidupan sehari-hari dialami individu secara perorangan. Kenyatannya 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 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, yaitu 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 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. 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.

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 akan terjadi secara terus menerus yang terjadi dalam suasana tatap muka ini bukannya tanpa konsekuensi, tetapi tidak ada suatu pola ketat apapun yang bisa diberlakukan dalam suasana tatap muka. Hubungan individu dengan lawan interaksinya bisa dikatakan sangat fleksibel di mana tafsir menafsir subyektivitas berlangsung terus selama proses konstruksi realitas terjadi.

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 dimilikipun semakin lengkap. Skema tipifikasi timbal balik antara individu dan lawan interaksinya dapat dipertahankan, tetapi begitu muncul persoalan maka 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. 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 realitas sosial kehidupan sehari-hari, dan orang lain dalam suasana tatap muka itu sendiri juga merupakan realitas sosial bagi individu.

Metode

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.

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 wawancara mendalam sebagai teknik pengumpulan data.

Hasil dan Pembahasan

Sejarah Berdirinya S.K. Harian Lampu Merah dan Pos Metro

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.

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

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. Komunikatif 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.

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 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.

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 dan keuntungan; (2) selera pasar/*new potensial reader*; (3) ideologi manajemen media (termasuk pemilik pemodal/*owner*); (4) karakteristik SDM dan Media Rutin yang berjalan; dan (5) pengaturan/*regulator* media serta pengawasan yang lemah di masyarakat.

Peluang Bisnis dan 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 dan keuntungan” 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. Berikut pernyataan dari Wakil Pimpinan Redaksi S.K. Harian Pos Metro:

“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 (berbau pornografi, red), dalam jangka waktu 6 (enam) sampai 8 (delapan) bulan oplah kita naik jadi 100.”

Secara khusus Wakil Pimpinan Redaksi S.K. Harian Pos Metro 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 prediksi dapat mencapai 80 ribuan lebih.”

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 menaikkan oplah surat kabar harian Lampu Merah hingga lebih dari 400% dalam kurun waktu hanya satu tahun. Berikut pernyataan dari *General Manager* merangkap Pimpinan Redaksi surat kabar harian Lampu Merah. Meski membantah bahwa isi medianya bernuansa pornografi, aspek bisnis memang berperan besar:

“Dalam kurun waktu satu tahun ini oplah Lampu Merah dari 21 ribu sudah mencapai 90 ribuan. Anda membuat asumsi bahwa kami menjual seks untuk kepentingan bisnis, itu benar. Tapi soal benar atau salah, adalah masalah persepsi masing-masing. Ya, akhirnya memang aspek bisnis yang muncul, tapi dalam kenyataan, orang (pembaca, red) membeli Lampu Merah dan esek-eseknya sebagai hiburan. Akhirnya, saya harus melakukan perumusan apa yang dimaksud (batasan) dengan pornografi.”

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 (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. Berikut pernyataan dari Wakil Pimpinan Redaksi S.K. Harian Pos Metro:

“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.”

Di sisi lain, lanjut Wakil Pimpinan Redaksi S.K. Harian Pos Metro, 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...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 Wakil Pimpinan Redaksi S.K. Harian Pos Metro, tidak berarti Pos Metro telah menyebarkan perilaku seks bebas di masyarakat. Sebab, jika memang bernuansa porno, Pos Metro tidak akan laku terjual seperti saat ini. Bahkan, di sisi lain, menurutnya, tak sedikit (umumnya kaum laki-laki) yang menggunakannya sebagai pengetahuan atau informasi untuk persiapan pernikahan mereka.

“Bila PM dianggap membingungkan masyarakat, PM tidak merasa, sebab PM laku keras. 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.”

Ketika ditanyakan kemungkinan kesuksesan peningkatan oplah (keuntungan) yang diperoleh Lampu Merah secara drastis karena dukungan berita-berita yang berorientasi 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.”

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 GM Lampu Merah, 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... 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.”

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

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 merugi, 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. Kita biasanya meneruskan kebijakan tersebut ke dalam praktek peliputan dan gaya penulisan di Pos Metro.”

Pernyataan Koordinator Liputan Pos Metro ini juga didukung oleh 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. Ya, asal tidak terlalu berlebihan dalam menyajikan berita. Sesuatu yang porno yaitu gambar wanita yang menampilkan buah dada secara terbuka, atau bugil.”

Kenyataan yang sama ditemukan pula pada Lampu Merah. Menurut 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 GM Lampu Merah 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.”

Karakteristik SDM dan Media Rutin yang Berjalan

Berdasarkan penelusuran lebih detail, 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.

“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.”

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 idealisme 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.”

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.”

Hal yang lebih keras bahkan dilontarkan GM Lampu Merah 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.”

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.

“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. Berikut pernyataan Redaktur Pos Metro:

“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).”

Kriteria bahan berita yang menjadi fokus pengamatan reporter di Pos Metro, 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.”

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 mengurangnya 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.

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.”

Tak mau kalah Pos Metro pun melirik kebebasan pers ini untuk meningkatkan ompol penjualan koran mereka. Sebagai penyeimbang Pos Metro 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.”

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 berkirim surat pun dalam hitungan satu atau dua orang.

Seperti diutarakan oleh Wapemred Pos Metro:

“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 romansa 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...Lampu Merah memang dari awalnya proses coba-coba, kita masih mencari format yang disukai oleh pembaca dan sesuai dengan peraturan pemerintah juga.”

Simpulan

Faktor peluang bisnis (kapital) adalah faktor yang paling besar pengaruhnya pada isi dan tampilan kedua media tersebut dibanding dengan sejumlah faktor lainnya. 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 lahirnya 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 pornografi.

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 atau *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.

Di samping aspek bisnis dan selera pasar, berdasarkan temuan dan hasil wawancara yang dilakukan oleh kelompok peneliti ini, faktor ideologi atau manajemen media yang diberlakukan termasuk arahan, keinginan (tekanan) dari pemilik modal atau *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.

Isi dan tampilan sebuah media yang bernuansa pornografi seperti itu memang dekat dengan karakteristik SDM yang ada pada kedua media tersebut, 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.

Hal-hal tersebut di atas didukung dengan tidak memadainya perangkat hukum dan aturan dari pemerintah dalam membatasi isi muatan dari suatu koran, sehingga marak koran-koran yang bernuansa kriminalitas dan pornografi pada berita utamanya, bukan semata-mata didukung oleh faktor tunggal pangsa pasar.

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. 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.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 1999. *Imaji Media Massa Konstruksi dan Realitas Sosial: Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Jendela.
- Malik, Dedy Djamiludin. 1997. *Sketsa Pertumbuhan Industri Televisi: Antara Peluang Bisnis dan Tantangan Masyarakat*, dalam *Bercinta dengan Televisi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- 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.
- Pangkahila, Wimpie. 2001. *Kehidupan Seksual pada Usia TU*. Kompas Edisi 19 Juni.
- Shomaker, Pamela J., and Stephen D. Reese. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content, Second Edition*. USA: Longman Publisher.