

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media massa yang berfungsi sebagai saluran komunikasi seringkali merupakan perpanjangan tangan dari kepentingan pihak dalam media maupun di luar lingkup media. Pada dasarnya realitas media, dan realitas sosial berbeda, sehingga berita tersebut *headline*-nya tetap berbeda dari peristiwa yang sesungguhnya, sulit sekali bagi media untuk netral karena berbagai kepentingan di dalamnya. Masyarakat tidak begitu paham membedakan realitas yang terjadi, apa yang dimuat di televisi dan media massa lainnya sering sekali dianggap sebagai kejadian yang terjadi sesungguhnya (Debora, 2017).

Media berpotensi sebagai alat produksi yang benar-benar mencerminkan kepentingan kapitalisme untuk mencari keuntungan maupun untuk menanamkan politik hegemoninya. Berkaitan dengan itu, sesungguhnya media seperti televisi juga hanya menjadikan masyarakat sebagai pemuja para elit. Zainuddin Sardar (dalam Soyomukti, 2013: 156) dalam bukunya yang berjudul “Membongkar Kuasa Media” mengatakan bahwa media memang memiliki kekuatan riil untuk membentuk dan mengarahkan kita.

Media seringkali melakukan pembingkaiian terhadap pemuatan inti dari sebuah peristiwa hingga akhirnya membentuk sebuah citra yang diinginkan oleh media tersebut untuk ditampilkan kepada khalayak dan khalayak menerima pembingkaiian tersebut sehingga citra yang dibentuk media diterima oleh

masyarakat. Hal ini sering dilakukan oleh media terhadap satu aktor politik yang mana media tersebut menjadi sarana untuk merekonstruksi citra sang aktor politik. Pengemasan yang dilakukan pun pada akhirnya membentuk citra politik yang baik kepada masyarakat sesuai dengan suguhan media massa tersebut.

Perpaduan media dan politik dalam negara demokrasi adalah deskripsi dari dua bilah pisau yang saling bertolak namun menyatu. Media dalam kondisi ideologi moral sebagai alat untuk mengontrol kekuasaan dan penyeimbang demokrasi. Namun kondisi yang demikian kerap tidak dipenuhi oleh media manapun. Hasilnya, media lebih condong terhadap pemaknaan sebagai alat kekuasaan.

Dengan alasan tersebut, dan secara sadar maka media menjadi pilihan utama dalam menjalankan kepentingan politik melalui penciptaan realitas citra. Realitas politik yang terjadi saat ini menuntut para politisi perseorangan ataupun secara kelompok untuk memiliki akses yang seluas-luasnya terhadap mekanisme industri pencitraan. Hal itu merupakan akibat dari berkembangnya industri citra dan media massa yang kurang memahami perannya sebagai sarana informasi bagi khalayaknya (Putra, 2014: 167).

Media bukanlah saluran yang bebas, tempat semua kekuatan sosial saling berinteraksi dan berhubungan. Media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas sesuai dengan kepentingannya. Media bahkan menjadi sarana kelompok dominan tidak hanya memantapkan posisi mereka. Media juga dipandang sebagai instrument ideologi. Berita yang disajikan media, untuk lebih lanjutnya tidak hanya bermakna seperti realitas apa adanya tetapi

memiliki makna dan maksud tertentu yang disajikan oleh media. Sehingga realitas pun menjadi abstrak. Peristiwa dimaknai secara berbeda dengan pemilihan kata yang berbeda. Kenyataan ini menyadarkan kita tentang betapa subjektifnya media.

Ilustrasinya demikian, manusia dengan kemampuan berpikir sedemikian rupa dapat di *setting* melalui instrumen isi media massa. Sehingga kehadiran masyarakat konsumen merujuk pada mudahnya manusia itu terbawa realitas media. Hal senada tidak sulit untuk memutar analogi bahwasannya media juga mampu menguasai pola pikir masyarakat terkait politik. Popularitas, kemudian elektabilitas, bahkan hasil sebaik-baiknya yakni pencemaran nama baik sekalipun dapat dikerjakan oleh media yang sama dan waktu yang relatif singkat (Putra, 2014: 90).

Secara teoritik, media massa memang tidak terlepas dari pengaruh politik dalam menentukan arah berita. Perangkat yang dipakai sebagai prisma dalam menyeleksi realitas yang pertama adalah media yang kemudian dirumuskan dalam kebijakan redaksional di mana realitas yang sama dapat menghasilkan konstruksi berita yang berbeda. Kemudian respons terhadap tuntutan pasar yang disebut segmentasi pembaca akan mempengaruhi berita (Putra, 2014: 173).

Sulit membedakan antara pemberitaan murni dan publisitas politik. Persoalan mendalam adalah realitas politik yang semakin sadar politik. Publisitas, dalam koridor kajian komunikasi politik merupakan bagian dari strategi marketing politik. Ada empat kategori publisitas. Pertama, *Pure Publicity*, atau pemanfaatan peristiwa biasa (*ordinary news*) yang memberi peluang untuk penciptaan

popularitas. Kedua, *Paid Publicity*, atau penciptaan berita yang disengaja dengan cara membeli ruang/jam tayang pada media massa. Ketiga, *Free Ride Publicity*, atau kegiatan publisitas yang terjadi tanpa campur tangan pihak yang berkepentingan, artinya ini merupakan popularitas yang dicapai oleh politisi berdasarkan pemberitaan murni. Keempat, *Tie in Publicity*, atau publisitas yang dibangun dengan menggunakan peristiwa besar atau hal-hal yang tengah populer dengan rakyat (Putra, 2014: 175).

Media massa akhirnya menjadi sesuatu yang sangat penting bagi napas politisi, terlebih dalam hal membangun citra dan popularitas. Dalam politik media massa, ada dua hal mudah yang harus dibedakan oleh khalayak, yakni berita murni (*news*) dan berita iklan (*advertorial news*). Kedua hal tersebut dikemas dalam konsep yang serupa, *advertorial* yang notabene merupakan iklan, tentu memiliki tujuan periklanan secara komersial.

Jokowi merupakan Presiden Republik Indonesia yang meraih citra politik paling populer saat ini. Jokowi adalah seorang pemimpin yang memiliki rekor atau pencitraan baik dengan mendapatkan penghargaan diantaranya adalah menjadi Walikota terbaik pada tahun 2009, mendapatkan penghargaan Bung Hatta Award atas kepemimpinannya membangun dan memimpin Solo, terpilih menjadi salah satu dari 10 tokoh 2008 oleh majalah Tempo, Universitas Sebelas Maret (UNS) Award (e.prints.ums.ac.id). Kiprah politik Presiden Joko Widodo terbilang cukup gemilang. Hal itu tentu saja semakin membuat citra Joko Widodo terbilang baik di mata publik. Adapun prestasi yang pernah diraih oleh Presiden Joko Widodo yaitu mendapat penghargaan internasional dari Kemitraan Pemerintah

Lokal Demokratis Asia Tenggara (DALGOSEA) atas keberhasilan Solo melakukan relokasi yang manusiawi dan pemberdayaan pedagang kaki lima. Pada tanggal 12 Agustus 2011, ia juga mendapat penghargaan Bintang Jasa Utama atas prestasinya sebagai Kepala Daerah mengabdikan diri kepada rakyat. Bintang Jasa Utama ini adalah penghargaan tertinggi yang diberikan kepada warga negara sipil.

Pada Januari 2013, Joko Widodo dinobatkan sebagai walikota terbaik ke-3 di dunia atas keberhasilannya dalam memimpin Surakarta sebagai kota seni dan budaya, kota paling bersih dari korupsi, serta kota yang paling baik penataannya. Oleh KPK ia diberi penghargaan atas keberaniannya melaporkan berbagai barang gratifikasi yang ia terima. Atas kemampuannya mensosialisasikan program-program pemerintah sehingga mendapat dukungan masyarakat banyak, ia dianugerahi sebagai *Marketer of the Year 2012* oleh *Markpluss Conference 2013, Marketing: Into Innovation and Technology* (e.prints.ums.ac.id).

Presiden Joko Widodo merupakan pemimpin yang terus menerus meraih prestasi dalam setiap kepemimpinannya. Banyak karya yang diaplikasikannya melalui kinerja dan prestasi kepemimpinannya tersebut. Sejak menjadi Walikota Solo, Jokowi sudah menunjukkan prestasinya. Kemudian, ketika Jokowi terpilih menjadi Gubernur DKI Jakarta masyarakat tetap merasakan berbagai perubahan berkat hasil kerjanya. Sampai akhirnya Ia menjabat sebagai Presiden Indonesia terpilih periode 2014-2019, Jokowi tetap menunjukkan hasil kerja nyata dan pengabdianya kepada masyarakat Indonesia (*Kompas.com*). Dan terhitung sejak bulan September Jokowi dinobatkan sebagai capres petahana.

Citra Presiden Jokowi terus saja melejit. Banyak media yang menyorot setiap pergerakan RI 1 tersebut. Ada-ada saja hal yang membuat perhatian masyarakat tertuju pada Presiden Jokowi entahkah itu melalui kebijakan yang dibuat olehnya atau penampilannya yang sederhana dan cukup menarik perhatian masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2018 lalu, Presiden Joko Widodo mendapat tanggapan positif dari masyarakat. Sebanyak 72 responden menilai positif pemerintahan yang dipimpin oleh Jokowi. Survei dalam rangka evaluasi lima belas bulan pemerintahan ini mencatat sebanyak 84,4 persen responden menyatakan citra Presiden Jokowi baik. Angka itu hampir selisih 11% dibandingkan Oktober 2015 (*Kompas.com*).

Presiden Joko Widodo juga sangat aktif dengan jejaring sosial. Presiden ke-7 RI ini tak jarang mengunggah kegiatannya dalam *Vlog* pribadinya yang diunggah dalam akun *Youtubed* dan koleksi foto hingga *short video* dalam Instagram pribadinya lalu mendapat tanggapan signifikan dari pengguna internet. Tak jarang juga Jokowi diberitakan sedang menonton konser musik. Pemberitaan itu membuat citranya positif di mata publik.

Reputasi positif yang diraih oleh Presiden Jokowi tentu saja tidak terlepas dari media massa yang mempublikasikannya. Baik itu media televisi, cetak, maupun media sosial. *Metro TV* misalnya. *Metro TV* merupakan salah satu stasiun televisi berita kenamaan Indonesia. PT. Media Televisi Indonesia merupakan anak perusahaan dari Media Group, suatu kelompok usaha media yang dipimpin oleh Surya Paloh yang sekarang menjadi ketua umum Partai Nasdem, dan juga

merupakan pemilik surat kabar Media Indonesia. PT. Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran atas nama “*Metro TV*” pada tanggal 25 Oktober 1999.

Stasiun TV ini memiliki konsep agak berbeda dengan stasiun TV lain, sebab selain mengudara selama 24 jam setiap hari, stasiun TV ini hanya memusatkan acaranya pada siaran warta berita dan program dokumenter saja. Tetapi dalam perkembangannya, stasiun ini kemudian memasukkan unsur hiburan dalam program-programnya, kendati tetap dalam koridor news. *Metro TV* merupakan stasiun televisi berita yang banyak memuat konten politik.

Hal ini bisa dilihat dari berbagai tayangan yang disuguhkan kepada khalayak dan pemberitaan yang dimuat. *Metro TV* juga merupakan stasiun televisi yang sampai saat ini masih dalam koridor pro pemerintah dan tergolong media partisan. Salah satu tayangan yang menunjukkan hal tersebut adalah program tayangan *President's Corner* yang memuat tentang aktivitas atau kegiatan Presiden Joko Widodo.

Bagaimana tayangan *President's Corner Metro TV* membentuk realitas politik Presiden Joko Widodo sehingga citranya baik di mata publik. Terlebih, pemimpin perusahaan PT. Media Televisi Indonesia merupakan ketua umum Partai Nasdem. Di mana partai ini merupakan salah satu partai pengusung Jokowi jelang politisasi pilpres 2019 mendatang. Oleh karenanya, hal tersebutlah yang melatarbelakangi penyusun untuk meneliti tentang “Presisi Media dan Reputasi Politik Joko Widodo dalam Program *Presidents Corner Metro TV*”.

Adapun nilai tambah yang sekaligus menjadi orientasi utama dalam penelitian ini adalah guna memfilter informasi baik dan buruk. Untuk produk berita yang bersumber dari realita sekalipun buruk harus tetap dipublikasi ke masyarakat, karena masyarakat pun berhak mengetahui. Terlebih jika produk berita itu bersumber dari realita yang baik untuk didengar maka harus juga disampaikan ke telinga masyarakat tanpa mengubah satupun unsur sehingga terkesan melebih-lebihkan dan ada keberpihakan kepada para elit politik.

Menelisik lebih jauh, poinnya adalah disebabkan sejak Oktober 2018 lalu tengah memasuki masa kampanye para kandidat presiden. Ada kubu yang tetap pasang badan untuk tetap mempertahankan petahana, ada juga kubu yang balik badan untuk membelokkan pilihannya ke arah yang berbeda. Dari sanalah tanggung jawab pers dan kegiatan jurnalistik ditangguhkan kebenarannya, sejauh mana antara ideologi dan netralitasnya bisa tetap dikolaborasikan tanpa ada campur tangan kepentingan segelintir orang.

1.2 Fokus penelitian dan Rumusan masalah

1.2.1 Fokus penelitian

Dalam rancangan penelitian kualitatif, fokus kajian penelitian atau pokok soal yang hendak diteliti mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian serta yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas. Maka sesuai paparan yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian adalah: “Bagaimana presisi *Metro TV* dalam membentuk reputasi politik Joko Widodo yang difokuskan dalam program acara *President’s Corner*”.

1.2.2 Rumusan masalah

Sesuai dengan fokus penelitian yang dipaparkan di atas, selanjutnya diikuti pertanyaan penelitian yang akan dispesifikasi oleh peneliti di antaranya:

- 1) Bagaimana latar belakang mengudaranya program dokumenter “*Presidents Corner*” Metro TV?
- 2) Bagaimana strategi redaksi mempertahankan rating program “*Presidents Corner*” di tengah tahun politik 2019 yang notabene aktor dalam program ini merupakan calon presiden petahana?
- 3) Bagaimana konsistensi dan netralitas program “*Presidents Corner*” jika dalam hasil pemilu mendatang terjadi kepemimpinan pemerintahan dan bukan lagi Joko Widodo yang menjadi figur utama dalam tayangannya?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara tegas, jelas dan eksplisit terkait konstruksi realitas politik Joko Widodo. Selain daripada itu, peneliti bertujuan untuk mengetahui:

1. Latar belakang mengudaranya program “*Presidents Corner*” Metro TV
2. Strategi redaksi mempertahankan rating program “*Presidents Corner*” di tengah tahun politik 2019 yang notabene aktor dalam program ini merupakan calon presiden petahana
3. Konsistensi dan Netralitas program “*Presidents Corner*” jika kelak terjadi pergantian kepemimpinan pemerintahan.

1.4 Kegunaan penelitian

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memperluas pengetahuan peneliti dalam bidang jurnalistik. Selbihnya peneliti berharap data atau temuan yang terungkap dalam penelitian ini mampu memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan jurnalistik, media massa, khususnya televisi dalam upaya memahami studi analisis narasi kritis program dokumenter berita pada sebuah media televisi.
2. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya pengetahuan dalam penelitian bidang komunikasi, terutama berkaitan dengan Analisis Kritis di Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Selain itu, peneliti pun berharap data atau temuan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bacaan dan referensi dalam analisis kritis bagi yang akan berkaitan dalam penelitian ini di waktu yang akan datang.
3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi kegiatan jurnalistik sehingga insan jurnalis dan para awak media sebagai praktisi pers lebih objektif dalam mengkomunikasikan pesan yang diniatkan sebagai fakta bersifat objektif.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Tinjauan Penelitian Sejenis

Penelitian skripsi yang berjudul “Presisi Media Dalam Program Talkshow Politik” ini terinspirasi dari salah satu program acara yang disiarkan di kegiatan

dan keseharian presiden Joko Widodo yang meliputi kegiatan yang dilakukannya sehari-hari baik itu terkait dengan kegiatan pemerintahan maupun kegiatannya di luar pemerintahan. Selain itu, pemilihan tema ini dikarenakan program acara ini merupakan program acara pertama yang memberikan perhatian khusus kepada keseharian Presiden Joko Widodo dan belum pernah ada tayangan serupa di Era kepemimpinan presiden sebelumnya di stasiun televisi Indonesia.

Sebagai suatu kajian *Literatur Review* yang penulis gunakan untuk penelitian skripsi ini antara lain:

Pertama, Skripsi karya Nurhasanah, dari jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2011) dengan judul *Analisis Produksi Siaran Berita Televisi (Proses Produksi Siaran Program Reportase Minggu di Trans Tv)* yang menggunakan metode penelitian Studi Kualitatif Deskriptif yang menghasilkan penelitian melalui beberapa tahapan sesuai teori Bass. Tahap pertama, penelusuran tema oleh produser, kemudian pencarian bahan berita oleh tim liputan yang ditugaskan oleh koordinator liputan. Selanjutnya, reporter menulis naskah dari bahan dari bahan berita yang diliput setelah naskah di edit oleh produser, maka dilakukan *dubbing*. Selanjutnya gambar liputan yang di *capture* ke computer dan hasil dari *dubbing* naskah telah di proses, maka seluruh nya siap di edit. Hasil akhir editingakan di tinjau oleh produser. Jika sudah disetujui, maka akan di cetak ke dalam bentuk kaset video atau data yang dikirim ke

server, diruang control room, video itu dioperasikan untuk sampai ke televisi permirsa. Itu dilakukan saat siaran *live* yang dikomando oleh seorang *Program Director*. Persamaannya terletak pada metode penelitiannya yang menggunakan studi kualitatif, sama-sama membahas proses produksi sebuah program berita televisi. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitian yang tidak sama.

Kedua, Skripsi karya Kelam Aqwam Maulana dari jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2016) dengan judul *Analisis Produksi Program Berita Indonesia Morning Show di News and Entertainment Television*. Metode yang digunakan Kualitatif, Deskriptif dengan hasil penelitian *Indonesia Morning Show* dalam memproduksi programnya melalui tiga tahap, yakni : pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dilihat dari teori Hierarki pengaruh level media riutin dalam proses produksi program berita Indonesia Morning Show dipengaruhi 3 unsur yaitu : Audiens, Organisasi Media dan Sumber Berita. Kemudian pengemasan berita yang biasanya menggunakan format 5W 1H tim redaksi *Indonesia Morning Show* merubahnya menjadi format S-P-O-K guna mendapatkan kesan berita yang mudah di terima oleh audiens di pagi hari. Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian kali ini adalah terletak pada pembahasan proses produksi sedangkan perbedaannya objek penelitian yang berbeda.

Ketiga, Skripsi Karya Siti Suaibatul Romdoni dari jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2014) dengan judul *Manajemen Reportase Dalam Produksi Berita di RRI Bandung* yang menggunakan metode Analisis Kualitatif. Penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan penting. Pertama, proses perencanaan peliputan berita ditentukan oleh RRI pusat di Jakarta. Kedua, pembagian tugas peliputan berita berdasarkan POS (reporter yang ditugaskan di satu kantor/lembaga tertentu) dan tugas peliputan berita berdasarkan daerah reporter RRI tersebut. Ketiga, menggerakkan reporter RRI Bandung dalam melakukan peliputan berdasarkan agenda *setting* nasional yang ditentukan oleh RRI pusat di Jakarta dan reporter dibekali agenda tersebut oleh redaktur. Keempat, mengevaluasi hasil liputan reporter oleh redaktur untuk mengolah, menyusun dan menyeleksi berita yang akan disiarkan, mengecek kualitas insert narasumber, mengecek keamanan dan kelengkapan berita. Persamaanya yaitu menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya yaitu objek penelitian yang berbeda karena penelitian ini mengambil objek radio bukan televisi seperti yang peneliti lakukan.

1.5.2 Landasan Teoritis

Satu hal yang termasuk dalam cara kerja ilmiah adalah penggunaan landasan teori, landasan konsep dan landasan operasional sebagai instrumen analisis. Kedudukan teori dalam penelitian, termasuk penelitian komunikasi dipandang

penting dalam rangka menjawab masalah yang hendak diteliti. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Elit dengan pendekatan perspektif sistem dan perspektif aktor. Pengaruh media yang ditimbulkan oleh pesan media menghasilkan perubahan sikap atau penguatan terhadap keyakinan khalayak. Pada dasarnya, analisis deskriptif kualitatif terlihat dari caranya mengumpulkan dan merekap data yang bukan dicatat dalam bentuk angka namun penjelasan sejelas-jelasnya dan sedalam-dalamnya.

Teori elite dalam kerangka teori ini berfungsi untuk menjelaskan bagaimana sekelompok individu yang berada dalam strata sosial yang lebih tinggi atau berada di puncak strata sosial yang ada dalam masyarakat. Robert D. Putnam (1976: 43) menyatakan bahwa secara umum ilmuwan sosial membagi posisi elite dalam tiga sudut pandang.

Sebelum memulai penelitian ini, peneliti terlebih dahulu memahami :

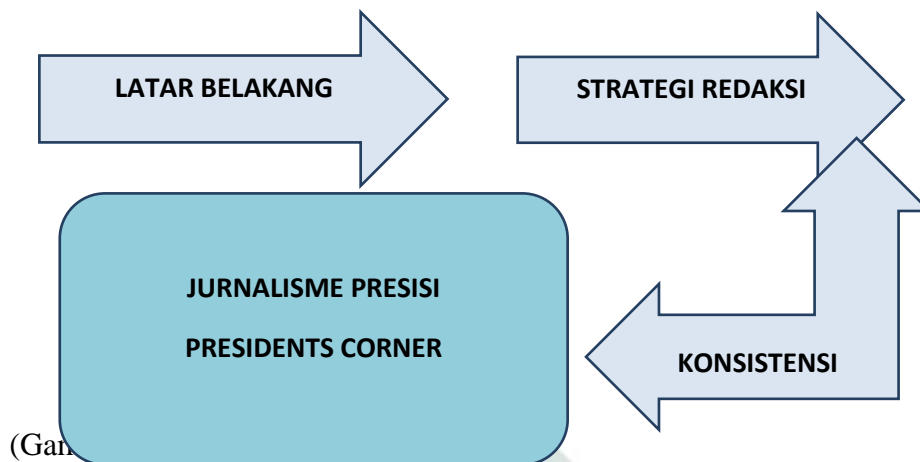
1. Sudut pandang struktur atau posisi. Pandangan ini lebih menekankan bahwa kedudukan elite yang berada pada lapisan atas struktur masyarakatlah yang menyebabkan mereka akan memegang peranan penting dalam aktivitas masyarakat. Kedudukan tersebut dapat dicapai melalui usaha yang tinggi atau kedudukan sosial yang melekat, misalnya keturunan atau kasta. Schrool menyatakan bahwa elite menjadi golongan utama dalam masyarakat yang didasarkan pada posisi mereka yang tinggi dalam struktur masyarakat.

2. Sudut pandang kelembagaan bahwa untuk bisa memiliki kemasyhuran, kekayaan, dan kekuasaan, orang harus bisa masuk ke dalam lembaga-lembaga besar, karena posisi kelembagaan yang didudukinya menentukan sebagian besar kesempatan-kesempatannya untuk memiliki dan menguasai pengalaman-pengalamannya yang bernilai itu.
3. Sudut pandang kekuasaan. Bila kekuasaan politik didefinisikan dalam arti pengaruh atas kegiatan pemerintah, bisa diketahui elite mana yang memiliki kekuasaan dengan mempelajari proses pembuatan keputusan tertentu, terutama dengan memperhatikan siapa yang berhasil mengajukan inisiatif atau menentang usul suatu keputusan.

1.5.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran atau kerangka konseptual ialah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berfikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dalam hasil penelitian yang relevan. Dalam penelitian ini, kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:

1) Latar belakang program <i>Presidents Corner</i>
2) Strategi redaksi mempertahankan rating program <i>Presidents Corner</i> di tengah tahun politik 2019 yang notabene aktor dalam program ini merupakan calon presiden petahana
3) Konsistensi program <i>Presidents Corner</i> jika kelak terjadi pergantian kepemimpinan pemerintahan.
4) Penerapan Jurnalisme Presisi Program <i>Presidents Corner</i>



(Gambar 1.5.3.1)

Kerangka Konseptual Penelitian

1.5.3.1 Presisi Media

Presisi media atau yang lebih akrab disebut jurnalisme presisi adalah kegiatan jurnalisme yang dibarengi kegiatan penelitian terhadap isu-isu yang diangkat dengan menggunakan metode penelitian sosial empiris sehingga hasil jurnalistik dapat dibuktikan secara ilmiah dan bukan penilaian subjektif semata (objektif). Fathiya (2014: 54) berpendapat bahwa dalam aspek jurnalisme harus memiliki karakteristik seorang ilmuwan, yaitu *skepticism*, *openness*, *an instinct of operationalization*, *a sense of the tentativeness of truth* dan *parsimony* yang dilakukan dalam penelitian.

Kegiatan jurnalistik tidak boleh lepas dari keahlian komunikasi informasi yang baik, menurut Fathiya (2014: 56), tiga keahlian tersebut adalah kemampuan mencari informasi, kemampuan menganalisa dan mengevaluasi, kemampuan mengomunikasikan informasi secara efektif. Dengan menggunakan jurnalisme presisi, yang mengandalkan penelitian untuk mengonfirmasi isu, kredibilitas data

menjadi alat interpretasi masyarakat atas apa yang mereka baca dalam berita berbentuk basis data yang akurat.

Dalam konteks jurnalisme presisi, pencarian basis data sendiri adalah kegiatan jurnalistik yang melihat data sebagai sumber fakta yang kemudian digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan yang nantinya diangkat dalam bentuk berita (Fathiya, 2014: 57).

1.5.3.2 Komunikasi politik dalam televisi

Pada satu pihak, televisi mencerminkan realitas sosial. Pada lain pihak, televisi mampu membentuk realitas sosial melalui pemilihan. Selektivitas untuk mengangkat suatu permasalahan. Oleh karena itu, televisi memiliki kekuasaan untuk mengembangkan dan mengarahkan pemikiran yang saling bertentangan yang ada dalam masyarakat. Jadi, khalayak yang heterogen, terutama dalam sikap dan pemikiran, lebih banyak dikendalikan oleh media (Tan, 1981: 253).

Namun demikian, seperti dikatakan Rakhmat (1998: 224), “Realitas yang ditampilkan media massa adalah realitas yang sudah diseleksi realitas tangan kedua (*Second hand reality*).” Misalnya, televisi memilih tokoh-tokoh politik tertentu yang ditampilkan dan mengesampingkan tokoh-tokoh lain. Karena tidak sempat mengecek peristiwa-peristiwa yang disajikan media, khalayak cenderung menerima informasi yang disajikan apa adanya.

1.5.3.3 Televisi sebagai sumber pengaruh politik

Dengan demikian, khalayak membentuk citra realitas sosial berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media. Televisi juga berfungsi memberikan

status, misalnya orang yang tidak dikenal mendadak terkenal karena diungkap besar-besaran dalam televisi. Televisi juga mampu menciptakan stereotip, misalnya wanita sering ditampilkan cengeng, seksi, lemah, dan bodoh. Penampilan seperti itu jika ditampilkan terus menerus akan menciptakan stereotip tentang wanita pada khalayak komunikasi massa (Rakhmat, 1998: 225).

Berkaitan dengan pandangan mengenai media massa sebagai sumber pengaruh politik, Astrid (1981: 1) menyatakan, semua media yang dimiliki swasta ataupun pemerintah, sebenarnya merupakan aparatur ideologi. Media massa, terutama pers karena kemampuannya untuk menyebarkan pendapat, dinilai sebagai sumber kekuasaan. Dengan sendirinya, semua alat komunikasi, baik yang dimiliki negara maupun tidak, akan berusaha mengemukakan yang terbaik menurutnya.

Selain itu, menurut Astrid, melalui kepemilikan media oleh berbagai kalangan, terjadilah penguasa media atas sumber-sumber kekuasaan tertentu. Dari situlah secara formal dapat dilihat struktur politik dalam masyarakat. Melalui struktur kepemilikan kekuasaan media massa inilah terbentuk apa yang dikenal sebagai bentuk sistem informasi bagi setiap media dan antarmedia (*information ideologycal apparatus*).

1.5.3.4 Konstruksi Realitas dalam *Talkshow*

Menurut Eriyanto (2002: 52), media dikategorikan objektif setidaknya mengandung faktualitas dan imparialitas. Faktualitas berarti kebenaran yang di dalamnya memuat akurasi (tepat dan cermat) dan mengaitkan sesuatu yang

relevan untuk diberitakan (relevansi), sedangkan imparsialitas mensyaratkan adanya keseimbangan dan kenetralan dalam mengungkapkan sesuatu.

Sebagai sebuah berita seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, *talkshow* memiliki konstruksi atas realitasnya. Grossberg (1998:178) berpendapat bahwa ideologi media memungkinkan media tersebut untuk membentuk realitas dalam berbagai cara. Berdasarkan pendapat tersebut maka konstruksi realitas sangat mungkin terjadi dalam program apapun termasuk dalam program *talkshow* yang dalam penelitian ini adalah program *talkshow Presidents Corner*.

Realitas dalam sebuah berita merupakan hasil dari rekonstruksi oleh jurnalis mulai dari proses pencarian berita hingga berita tersebut dipublikasikan. Eriyanto (2002: 48) menjelaskan bagaimana kaum konstruksionis memandang proses tersebut. Kaum konstruksionis berpandangan bahwa pembuatan berita selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Sebuah realitas dapat dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Berdasarkan pandangan kaum konstruksionis tersebut dapat disimpulkan bahwa realitas yang hadir dalam media massa seperti televisi merupakan hasil rekayasa wartawan yang bertugas demi beberapa tujuan tertentu, antara lain untuk kepentingan ekonomi, tuntutan kebijakan redaksional, dan memenuhi kepentingan politik golongan tertentu.

1.6 Langkah-langkah penelitian

1.6.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian terletak di Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya-Kebon Jeruk, Jakarta 11520. Penentuan lokasi penelitian ini dikarenakan Metro TV merupakan salah satu stasiun televisi yang masih pro-pemerintah dan termasuk media partisan.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memiliki posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan berita yang dihasilkannya (Eriyanto, 2007: 13). Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi analisis gambaran tentang peristiwa yang terjadi. Selain itu mencoba untuk menangkap perspektif pemberitaan dalam kaitannya bagaimana pemberitaan itu memperlihatkan unsur orisinalitas dan orientasi sebuah media dengan cara tertentu dalam memperlakukan suatu realitas atau fakta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Sedangkan dalam model penganalisisan data penelitian, peneliti menggunakan Pendekatan berbasis perspektif sistem dan pendekatan berbasis perspektif aktor. Pendekatan berbasis sistem merupakan pendekatan yang tertarik mengurai fenomena sosial dengan memetakan elemen-elemen dalam sistem, memetakan relasi satu elemen dengan elemen lainnya, dan mengukur keberhasilan satu sistem tertentu berdasarkan tujuan akhir (*end-goal*) sebuah sistem yang dirumuskan sejak awal. Adapun pendekatan berbasis aktor menekankan mengenai aktor, perannya dan berbagai motivasi diri dalam pengambilan keputusan-keputusan tertentu.

Bagaimana peran sistem mempengaruhi aktor dalam berbagai keputusan yang dipilihnya bukanlah merupakan isu penting dalam pendekatan ini.

1.6.3 Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan deskripsi analisis kualitatif. Penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif model teori media elite dalam proses komunikasi politik di media massa. Teori Robert N. Putnam di break down menjadi tiga model analisis, di antaranya: analisis posisional, analisis reputasional, dan analisis keputusan. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

1.6.4 Sumber Data dan Jenis data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diklasifikasi menjadi dua, yaitu:

- Sumber data primer : data primer merupakan data pokok yang berupa wawancara produser program *Presidents Corner Metro TV* - Jakarta.
- Sumber data sekunder : data sekunder merupakan data penunjang yang dapat membantu melengkapi hasil penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengambil data dari hasil analisis lapangan setelah melakukan observasi dan wawancara dengan produser program *Presidents Corner Metro TV* – Jakarta.

Peneliti sebagai instrumen penelitian dapat menyesuaikan cara pengumpulan data dengan masalah dan lingkungan penelitian serta dapat mengumpulkan data yang

berbeda secara serentak, serta memilih bentuk-bentuk data yang akan dicari dan dikumpulkan. Data dan bentuk data yang dibutuhkan untuk mengembangkan isu di dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan karakteristik kasus yang diteliti. Maka data yang digunakan adalah:

- Data Primer merupakan data yang didapat dari wawancara produser *program Presidents Corner Metro TV – Jakarta*.
- Data sekunder merupakan data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain, misalnya dalam bentuk tabel dan diagram. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang diperoleh baik dari dokumen, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Data sekunder tersebut seperti halnya kebijakan redaksional program acara *President's Corner Metro TV* yang dirangkum dalam profil program.

1.6.5 Penentuan informan atau Unit penelitian

Informan adalah orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui dan menguasai serta terlibat langsung dengan minat atau fokus penelitian. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian didasarkan pada penguasaan permasalahan, memiliki data, dan bersedia memberikan informasi secara lengkap dan akurat. Maka dalam hal ini, peneliti akan wawancara dengan produser *Presidents Corner*

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi sekaligus analisis hasil wawancara program *Presidents's Corner Metro TV* – Jakarta.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Untuk mengolah data dalam penelitian ini, langkah-langkah yang dilakukan peneliti adalah dengan mengunjungi kantor pusat Metro TV kemudian melakukan observasi (wawancara) mendalam dengan produser program *Presidents CornerMetro TV – Jakarta*.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif “Presisi Media dan Reputasi Politik Joko Widodo dalam Program *Presidents Corner Metro TV*” ini menggunakan beberapa teknik dalam menganalisis keabsahan data. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, pengecekan melalui diskusi dan triangulasi.

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Peneliti berencana melakukan penelitian pada April 2019 dengan mendatangi kantor pusat Metro TV di Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya-Kebon Jeruk, Jakarta 11520.