

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Signifikansi Penelitian

Kebijakan redaksional merupakan salah satu komponen yang dimiliki oleh media massa, baik cetak maupun elektronik. Ia merupakan cerminan prinsip dan ideologi sebuah media yang kemudian menentukan isi dan *angle* pemberitaan. Sebuah peristiwa dalam dunia jurnalistik akan diberitakan sesuai dengan sikap media terhadap peristiwa tersebut atau sesuai dengan kebijakan redaksional yang mereka miliki. Hal ini yang menjadi pembeda pemberitaan dari suatu media massa dengan media massa lainnya. Sesuai dengan pendapat Tebba (2005) bahwa kebijakan redaksional merupakan dasar pertimbangan suatu media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita.

Kebijakan redaksional ibarat sebuah *gatekeeper* bagi media, karena keberadaannya seperti sebuah instrumen untuk menjaga agar output berita yang dihasilkan tidak melenceng dari ketentuan yang diberlakukan oleh media tersebut, sebab sebuah berita dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang kredibel mengenai kemaslahatan publik. Oleh sebab itu, sebagai *gatekeeper*, media pun harus beracuan kepada Kode Etik Jurnalistik sebagai kaidah umum bagi medianya dalam menentukan kebijakan redaksional. Selain itu, kebijakan redaksional pada masing-masing media pun belum tentu sama, karena hal itu didasarkan oleh ideologi maupun latar belakang pemilik masing-masing medianya, terutama pada latar belakang politik.

Dewasa ini, media cenderung memiliki kebijakan tertentu dalam pemberitaan politik. Hal ini bisa disebabkan karena media tersebut dimiliki oleh politisi pemilik partai politik, maupun medianya yang memiliki afiliasi terhadap partai politik tertentu. Jika demikian, maka kebijakan dalam pemberitaan politiknya pun akan cenderung mengunggulkan politisi atau partai tersebut. Contohnya seperti Hary Tanoesoedibjo (HT) selaku Ketua Umum Partai Persatuan Indonesia (Perindo) sekaligus pemilik dari MNC

Group. Hariyadi (2018:117-121) mengatakan bahwa media-media di bawah naungan *MNC Group* telah kehilangan independensi atas pemberitaannya mengenai politik, disebabkan oleh campur tangan pemilik media terhadap dapur redaksi. HT selaku pemilik media bukan hanya melakukan komodifikasi terhadap isi berita, tetapi juga terhadap wartawan yang bekerja di *MNC Group* dengan mengontrol mereka dalam menghasilkan berita terkait Partai Perindo. Ada tiga kebijakan khusus HT terhadap *MNC Group* dalam mempromosikan dirinya dan Partai Perindo, yaitu pertama HT menggunakan media-media di bawah naungan *MNC Group* untuk menayangkan lagu mars Partai Perindo secara masif dalam kurun waktu tahun 2015 hingga 2017. Kedua, Partai Perindo yang semenjak masa-masa pilpres 2014 masih menjadi organisasi massa (ormas), semula mendukung capres-cawapres Prabowo-Hatta ketika masih dalam masa-masa pemilihan presiden saat itu, tetapi kemudian media ini memilih untuk putar haluan mendukung Jokowi-JK ketika HT menjadi tersangka kasus ancaman melalui SMS. Terakhir, HT menggunakan medianya untuk mempromosikan dirinya dan Partai Perindo dalam program iTalk di iNews pada tanggal 23 September 2018 yang berjudul *HT: Bisnis dan Politik Untuk Indonesia* dengan tujuan agar HT dan Partai Perindo dapat lebih dikenal masyarakat.

Kemudian, ada juga Surya Paloh yang merupakan ketua umum partai politik Nasional Demokrat (Nasdem) sejak tahun 2011 hingga sekarang, sekaligus pemilik *Media Group*. Fahrudin (2013:82) menjelaskan bahwa *Media Group* digunakan untuk kepentingan politik Surya Paloh sebagai pemilik media, dibuktikan dalam siaran berita Metro TV yang sering kali menampilkan liputan mengenai Partai Nasdem. *Media Group* dijadikan sebagai alat politik oleh pemiliknya, karena sering digunakan untuk meliput dan memberitakan aktivitas politik pemilik media maupun aktivitas partainya, sekalipun berita-berita tersebut tidak memenuhi standar nilai berita.

Kedua nama tersebut merupakan pemilik dari beberapa media besar sekaligus pemimpin dari partai politik, sehingga kebijakan redaksional medianya mendapat pengaruh dari latar belakang politik pemiliknya

tersebut. Namun ada pula pemilik media yang tidak memiliki afiliasi terhadap partai politik, bahkan tidak menjadi politisi atau pemimpin dari sebuah partai politik, contohnya adalah Erick Thohir (ET). ET bukanlah seorang politisi ataupun pemimpin dari partai politik, namun ia hanya seorang pebisnis yang memiliki berbagai unit usaha yang fokus pada bidang media dan hiburan. Pada tahun 2003, di bawah naungan perusahaan induk PT Mahaka Media, Tbk., terdapat beberapa anak perusahaan lain miliknya, yaitu beberapa perusahaan yang bergerak di bidang media dan penerbitan, seperti Harian Republika, Harian Indonesia, Golf Digest, Parents Indonesia, Majalah A+, dan Republika Penerbit. Kemudian di bidang media luar ruang, ada Mahaka Advertising, Alive! Indonesia, dan Inspire Indonesia. Kemudian di bidang penyiaran televisi, ada Jak TV, Alif TV, dan Mahaka Radio Integra sebagai perusahaan induk penyiaran radio yang membawahi beberapa perusahaan penyiaran radio lainnya, seperti Gen FM, Jak FM, Hot FM, Most FM, Mustang FM, dan Kis FM. Kemudian di bidang *new media*, ada Republika Online, Sportku.com, Rajakarcis.com, CardPlus, dan Deezer. Kemudian di bidang rumah produksi dan animasi, ada Mahaka Pictures dan Mahaka Attraction, dan bidang-bidang lainnya. Harian Republika merupakan salah satu perusahaan media yang berada di bawah naungan perusahaan induk PT Mahaka Media, Tbk. di bidang penerbitan.

Kemudian, dengan semua latar belakang tersebut, Erick Thohir tidak memiliki kepentingan untuk mencampuri dapur redaksi, sehingga ada kemungkinan pemberitaan pilpres di dalam Harian Republika dapat bersifat objektif. Sebagai buktinya, Romadhonita (2014:286) menjelaskan bahwa dalam pemberitaannya mengenai pilpres 2014, Republika berusaha tetap objektif dalam memberitakan kedua pasang calon presiden dan calon wakil presiden dengan memberitakan peristiwa dari berbagai sudut pandang.

Namun, dapat diketahui bahwa kini, ET sebagai pemilik dari Harian Republika tengah memiliki afiliasi politik dengan salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden. ET merupakan Ketua Tim Kemenangan Nasional pasangan calon nomor urut 01 Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin. Sudah menjadi tugas ET sebagai seorang ketua tim mengupayakan

kemenangan bagi pasangan calon presiden dan wakil presiden yang didukungnya, salah satunya adalah dengan berkampanye melalui media massanya. Ditambah, media massa dianggap sebagai sarana paling efektif dan masif dalam mengkampanyekan seorang kandidat politik. Harian Republika di sini memiliki peran penting untuk menjaga objektivitas pemberitaannya sesuai dengan kaidah umum yang termuat dalam kebijakan redaksional media tersebut. Kemudian, bagaimanakah kebijakan redaksional Harian Republika dalam memberitakan peristiwa mengenai pilpres tahun 2019 ini? Maka dengan ini peneliti ingin menggali informasi tersebut dengan membuat penelitian yang berjudul “*KEBIJAKAN REDAKSIONAL SURAT KABAR HARIAN REPUBLIKA TERHADAP PEMBERITAAN PILPRES 2019*”.

I.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah membahas tentang kebijakan redaksional Harian Republika terhadap pemberitaan pilpres 2019.

I.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian signifikansi di atas, maka rumusan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

I.3.1 Pertanyaan Umum

Hal yang menjadi pertanyaan umum bagi peneliti dalam penelitian ini adalah: *Bagaimana kebijakan redaksional Harian Republika terhadap pemberitaan pilpres 2019?*

I.3.2 Pertanyaan Spesifik

Pertanyaan khusus bagi peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Hal-hal apa saja yang dapat menentukan kebijakan redaksional Harian Republika terhadap pemberitaan pilpres tahun 2019?
2. Bagaimana kebijakan redaksional surat kabar Harian Republika terhadap pemberitaan pilpres tahun 2019?

3. Mengapa kebijakan tersebut dipilih untuk memberitakan peristiwa pilres 2019 ini?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pertanyaan penelitian, maka diperoleh tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui tentang hal-hal yang dapat menentukan kebijakan redaksional Harian Republika terhadap pemberitaan pilpres tahun 2019.
2. Mengetahui kebijakan redaksional surat kabar Harian Republika terhadap pemberitaan pilpres tahun 2019.
3. Mengetahui alasan kebijakan tersebut dipilih untuk memberitakan peristiwa pilres 2019 ini.

I.5 Manfaat Penelitian

Peneliti tentu berharap dari penelitian ini akan diperoleh berbagai manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat yang diharapkan adalah:

a. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan bermanfaat sebagai pedoman untuk penelitian berikutnya yang sejenis, serta memberi sumbangan ilmiah untuk ilmu komunikasi bidang jurnalistik khususnya pada topik kebijakan redaksional.

b. Manfaat Praktis

Secara langsung dapat menambah pengalaman penulis terhadap bidang penelitian kebijakan redaksional, khususnya terhadap media Harian Republika. Sedangkan bagi pembaca, dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi terkait bidang jurnalistik dan bentuk kebijakan redaksional yang dimiliki Harian Republika.

I.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian ini, sistematika penulisan dalam penelitian ini diuraikan menjadi sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang akan menjadi pertimbangan bagi peneliti dalam menentukan topik, judul, pokok permasalahan, dan media yang akan diambil sebagai contoh permasalahan untuk kemudian diteliti lebih dalam.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian, metode pengumpulan data, penentuan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, dan keterangan waktu serta lokasi penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Terdiri dari kumpulan referensi buku, situs web, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang digarap.

LAMPIRAN

Terdiri dari data-data yang dibutuhkan dan berhasil dikumpulkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.