

BUDAYA ORGANISASI DAN DINAMIKA RUANG REDAKSI (Proses *Gatekeeping* di Kompas dan Koran Tempo)

Inge Hutagalung

Dosen Tetap Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana, Jakarta

Email: inge_hutagalung@yahoo.com

ABSTRACT

This research is a qualitative study with interpretative paradigm, and it aims to describe and explain about how the organization culture can be also take a part in the process of gatekeeping due to the publication process.

The research results indicate that domination value of collectivism culture in media organization tend to lead the policy as well as the gatekeeping process for avoiding confrontation style in seeking and processing the news. In another side, the research results also indicate that domination value of individualism culture tend to lead the gatekeeping process more flexible depend on intuition and feeling of the journalist. Sometimes the journalist using a confrontation style in seeking and processing the news.

However, even the media organization tend to have domination value of collectivism or individualism culture, both of them are conduct the process of gatekeeping based on the code of ethic and having an orientation to public sphere as well as their goals that are not only about making money, but also the pursuit of a certain ideal values.

Keywords: *value of collectivism, value of individualism, public sphere*

PENDAHULUAN

Perubahan media massa yang signifikan saat ini terjadi pada berbagai bidang kehidupan manusia, seperti politik, budaya, sosial, dan ekonomi. Pada bidang politik, media massa banyak memberikan peluang untuk acara-acara debat kandidat, pembuatan kebijakan pemerintah, dan sebagai agen pemerintah untuk publikasi dan memberikan pengaruh. Pada bidang budaya, media massa berperan dalam mengekspresikan representasi budaya, serta membentuk dan mempertahankan identitas sosial suatu bangsa. Kehidupan masyarakat juga banyak dikendalikan atau dipengaruhi oleh berbagai sajian media massa mengenai gaya hidup. Secara bertahap, media massa telah tumbuh dan memiliki nilai ekonomis, dengan didominasi oleh perusahaan media kelas internasional.

Berbicara mengenai pemikiran media massa sebagai sumber kekuatan dan alat kontrol

dalam masyarakat dapat diawali dari tahun 1910, dimana saat itu sirkulasi surat kabar di Amerika Serikat mengalami puncak dengan pemasukan terbesar dari pemasangan iklan, adapun kategori isi berita saat itu dapat dikategorikan sebagai surat kabar 'kuning' yang banyak berbicara mengenai gossip.

Kekuatan media ini berlanjut pada Perang Dunia I dimana pers dan film digunakan oleh negara Eropa dan Amerika untuk memobilisasi semangat juang masyarakat saat itu. Pada Perang Dunia II, media juga digunakan oleh negara Uni Soviet dan Jerman sebagai alat propaganda perang maupun ideologi. Dan pada tahun 1992 dalam Perang Teluk (Amerika Serikat melawan Iran mengenai masalah Kuwait), media massa kembali memainkan kekuatannya sebagai alat penyebar informasi. Karena begitu besarnya andil media massa dalam Perang Teluk, beberapa ahli komunikasi mengatakan bahwa Perang

Teluk juga merupakan Perang media massa. Kenyataan-kenyataan ini membuktikan bahwa publikasi massa efektif untuk memengaruhi tingkah laku dan opini publik, serta dapat juga berperan memperlancar jalinan hubungan antar bangsa. Hal mana semua itu dimungkinkan karena media massa mempunyai sifat daya jangkau khalayak yang luas, bahkan mungkin tidak terbatas secara geografis maupun kultural.

Sepanjang awal abad 20 muncul semangat bahwa media massa dapat memberikan pencerahan publik. Media massa memandang dirinya sebagai penyeimbang, memberikan kontribusi demi kemajuan dengan cara menyebarkan informasi dan ide-ide, mengungkap korupsi politik, dan menyediakan hiburan yang sehat. Institusi penyiaran radio tahun 1920-an dan 1930-an di Eropa misalnya sering melaksanakan misi pendidikan, informasi dan budaya serta memberikan kontribusi dalam pembentukan identitas dan persatuan nasional. Potensi teknologi komunikasi untuk mendorong pencerahan kembali terangkat dengan munculnya teknologi komunikasi terbaru yang berlandaskan pada komputer dan telekomunikasi (Neuman, 1991). Namun saat ini kekhawatiran terhadap media massa jauh lebih besar karena iklim pasar yang semakin kompetitif membuat institusi media cenderung mengutamakan keuntungan. Tampaknya aspek hiburan lebih mengandung nilai pasar dibandingkan dengan pendidikan dan seni.

Media massa umumnya tunduk pada sistem pers yang berlaku dimana sistem itu hidup, sementara sistem pers itu sendiri tunduk pada sistem politik pemerintahan yang ada. Bersama dengan lembaga kemasyarakatan lainnya, media massa berada dalam keterikatan organisasi yang bernama negara, oleh karenanya media dipengaruhi bahkan ditentukan oleh falsafah dan sistem politik negara dimana pers itu berada. Singkat kata, perkembangan dan pertumbuhan media massa tidaklah dapat dipisahkan dari perkembangan dan pertumbuhan sistem politik dimana media massa itu berada, dan merupakan subsistem sistem politik yang ada (Suwardi, 1993:23).

Di Indonesia, sejak sistem politik Indonesia mengumandangkan UU No. 40 Tahun 1999, secara normatif, media massa Indonesia telah menganut model tanggungjawab sosial (kebebasan media yang bertanggung jawab pada masyarakat/kepentingan umum). Singkat kata, media massa harus berperan positif dan memiliki kewajiban terhadap masyarakat untuk menyajikan suatu informasi yang berkualitas dan sekaligus bertanggung jawab atas akibat-akibat yang ditimbulkan oleh informasi yang dipublikasikannya (McQuail, 2005:207).

Peran media massa sebagaimana uraian diatas hanya akan tercapai jika ada kebebasan media. Media bukan organ penguasa, kekuatan politik ataupun ekonomi tertentu. Manakala media tidak bebas, yaitu terdapat campur tangan dari 'penguasa' maka media akan potensial menjadi alat kepentingan kelompok politik ataupun ekonomi tertentu. Gejala konglomerasi, privatisasi dan pemusatan kepemilikan media di tangan beberapa pemilik yang marak saat ini bisa menghalangi media massa menjalankan fungsi sosialnya. Yaitu, bahwa selain memberikan informasi, menghibur serta mencari keuntungan, media massa juga menjadi tempat masyarakat untuk dapat saling bertukar pikiran terkait suatu isu, menyuarakan pendapat maupun memberikan umpan balik secara bebas. Media massa juga dapat mengkritisi sebuah isu/masalah, melakukan dan membuat liputan tanpa perlu 'terpagari' oleh keberpihakan dan kepentingan pemilik modal.

Kenyataan bahwa media massa tidak memiliki kebebasan akibat maraknya konsentrasi kepemilikan media memiliki imbas pada pembangunan bangsa. Pada konteks ini, khalayak cenderung mengalami kesulitan untuk mendapatkan berita pembangunan bangsa secara transparan, karena fakta atau peristiwa yang diberitakan memiliki kecenderungan merupakan hasil 'rekayasa' konstruksi institusi media. Dapatlah dibayangkan, apa jadinya jika media massa penuh dengan berita menyesatkan dan membingungkan, tidak menyampaikan informasi yang sesungguhnya kepada khalayak, mengabaikan hak publik mendapatkan

informasi, dan menyajikan hiburan yang tak sehat bagi khalayak ketimbang menyampaikan informasi yang mengandung pendidikan atau informasi berguna lainnya. Ketika kondisi ini terjadi, maka media massa berpotensi menjadi alat disintegrasi sosial dan bukan alat pemersatu bangsa.

Di sisi lain, kepemilikan media akan memengaruhi budaya organisasi yang terbentuk. Ada organisasi media yang cenderung menganut nilai-nilai budaya kolektivistik, dan sebaliknya, ada pula organisasi media yang mengembangkan nilai-nilai individualistik.

Secara teoritis, pengutamaan nilai-nilai budaya organisasi yang berbeda akan memiliki dampak yang berbeda pula pada proses *gatekeeping*. Pada media yang cenderung mengutamakan nilai-nilai budaya organisasi kolektivistik maka proses *gatekeeping* kemungkinan akan mengikuti prosedur dan tata aturan yang ada. Sebaliknya, pada media yang memiliki kecenderungan pengutamaan pada nilai-nilai budaya organisasi yang bersifat individualistik maka kemungkinan pada proses *gatekeeping* akan terdapat dinamika yang lebih kompleks. Perlawanan terhadap pengaruh eksternal cenderung akan lebih kuat dapat ditemukan pada media yang mengutamakan nilai budaya individualistik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan perspektif interpretif karena menitik beratkan pada bagaimana media melakukan konstruksi melalui proses *gatekeeping* pada proses pemberitaan.

Perspektif konstruktivis atau interpretif merupakan analisis yang sistematis atas tindakan sosial yang bermakna melalui observasi langsung yang terinci terhadap orang-orang dalam kondisi alami untuk mencapai pemahaman dan interpretasi tentang bagaimana orang-orang menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka (Neuman, 2006: 88).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data dalam riset

kualitatif dapat dilakukan melalui observasi, partisipasi, wawancara, dan etnografi (Neuman, 2006:34). Selain itu, dilakukan studi dokumen berupa materi publikasi seperti laporan tahunan, rekaman audio-visual, maupun materi lain terkait profil yang akan diteliti.

Metode kualitatif adalah metode yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dengan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada perilaku latar belakang dari individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandang sebagai bagian dari sesuatu kebutuhan.

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan melalui studi dokumen dan wawancara mendalam secara terstruktur terhadap narasumber dari media Koran Tempo dan Kompas, yakni para reporter.

Lebih lanjut, analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis induktif, yaitu (1) setelah pengumpulan data berupa data-data mentah dari hasil penelitian, seperti hasil wawancara, dokumentasi, catatan lapangan dan sebagainya maka data di reduksi, melalui proses editing, pengelompokan dan meringkas data, menyusun kode dan catatan tentang berbagai hal yang ditemukan, sehingga didapat tema-tema, kelompok-kelompok dan pola-pola data. (2) Penyajian data, yaitu pengorganisasian data atau menjalin kelompok data yang satu dengan data lainnya sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan proses penelitian. (3) Penarikan dan pengujian kesimpulan: penyimpulan berlangsung secara prosessual. Kesimpulan terakhir berupa proporsi-proporsi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti, melalui pengkonsultasian temuan empiris dengan melihat konsep atau teori yang dikemukakan sebelumnya (Miles & Huberman, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbandingan nilai-nilai inti Kompas dan Koran Tempo memperlihatkan penempatan kecenderungan arah nilai individualistik ataupun kolektivistik, sesuai dengan konsep keragaman budaya (*cultural diversity*) dari Ting Toomey (1999). Yaitu, nilai-nilai budaya individualistik yang orientasi antar individu, manajemen individual, serta karakteristik budaya kolektivistik yang menekankan tujuan kelompok, orientasi intrakelompok, dan manajemen kelompok.

Empat dari nilai-nilai dasar Kompas cenderung kepada nilai budaya kolektivistik. Yaitu, menghargai manusia dan nilai-nilai kemanusiaan, mengutamakan watak baik, semangat kerja tim, dan tanggung jawab sosial. Sementara dua nilai dasar yang lain, yaitu profesionalisme dan orientasi pada kepuasan konsumen memiliki kecenderungan mencerminkan nilai budaya individualistik.

Nilai budaya kolektivistik Kompas dari nilai dasar: menghargai manusia dan nilai-nilai kemanusiaan juga tercermin dalam prinsip jurnalistik humanisme transendental, yang mengutamakan nilai berita sisi kemanusiaan (*human interest*). Nilai-nilai kolektivistik yang lain tercermin pada tanggung jawab sosial antara lain diwujudkan dalam penggalangan bantuan sosial, seperti Dompot Bencana serta pelestarian budaya.

Sementara pada Koran Tempo, nilai individualistik tercermin pada penghargaan akan perbedaan pendapat dan ide-ide yang inovatif, serta kemandirian. Adapun nilai-nilai kolektivistik tercermin pada visi untuk membangun masyarakat yang menghargai kebebasan yang menghargai perbedaan, dan penghormatan pada pemberitaan yang dilandasi kode etik.

Gaya penulisan Koran Tempo yang bersifat investigasi menunjukkan bahwa nilai budaya individualistik mendominasi pada manajemen produksi pemberitaan Koran Tempo. Namun, dikarenakan Koran Tempo berada pada lingkungan budaya Indonesia yang cenderung

bersifat kolektivistik maka unsur nilai-nilai kolektivistik masih tetap melengkapi nilai-nilai individualistik yang ada.

Adanya nilai-nilai budaya yang mewarnai budaya organisasi baik di Kompas maupun Koran Tempo, secara langsung maupun tidak langsung telah mewarnai kebijakan redaksional dan proses *gatekeeping*.

Kebijakan redaksional Kompas mengacu pada prinsip jurnalisme “teguh dalam persoalan, lentur dalam cara”. Kelenturan, dapat dilihat pada pemberitaan yang menghindari konfrontasi, selalu mengutamakan tenggang rasa sebagai cerminan budaya Indonesia yang cenderung menjunjung nilai-nilai kolektivistik. Sikap pemberitaan Kompas yang sangat berhati-hati ini menyebabkan Kompas mendapatkan julukan penerapan “jurnalisme keping” oleh tokoh pers Rosihan Anwar.

Di sisi lain, kebijakan redaksional Kompas dengan prinsip non konfrontasi juga memengaruhi proses *gatekeeping* Kompas yang mengacu pada prinsip jurnalisme humanisme transendental. Yaitu, pencarian hingga pengolahan berita diupayakan diwarnai dengan sikap tenggang rasa dan penuh pengertian, berusaha menjauhi cara-cara kritik yang menyakiti hati orang, sebaliknya membiarkan orang memperbaiki sendiri.

Jika kebijakan redaksional dan proses *gatekeeping* di Kompas bersifat non-konfrontasi, maka kebijakan redaksional Tempo memegang prinsip konfrontasi dengan mengacu pada prinsip jurnalisme investigasi. Sesuai dengan makna kata investigasi maka proses *gatekeeping* pada Koran Tempo mengacu pada konfrontasi hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa sumber terkait satu hal yang diamati. Karena sifatnya yang investigasi, kadang kala banyak sumber berita yang merasa kurang nyaman dan terpojokkan.

Dari uraian perbandingan diatas, tampak perbedaan proses *gatekeeping* di antara kedua media, yakni Kompas memiliki proses pemberitaan yang “merangkul” semua pihak, sementara Koran Tempo memiliki proses

pemberitaan yang cenderung bersifat “mengadu” pendapat di antara sumber berita.

Meski berbeda secara signifikan, ada persamaan proses *gatekeeping* diantara Kompas dan Koran Tempo yaitu berorientasi pada publik (*public sphere model*). Yaitu, bercita-cita membangun masyarakat Indonesia yang bebas dari tirani politik maupun kekuasaan, dan menghargai perbedaan pendapat yang ada.

KESIMPULAN

Penelitian ini didasarkan pada titik tolak bahwa budaya organisasi akan memengaruhi kebijakan proses *gatekeeping* suatu organisasi media. Titik tolak pemikiran ini didasari pada pemikiran bahwa individu adalah makhluk yang selalu berpikir (*homo sapiens*), dan bukan makhluk yang bereaksi pasif terhadap lingkungan. Pandangan ini, menurut Frege (1977:38) didasarkan pada pengaruh pandangan rasionalisme. Pikiran menafsirkan pengalaman inderawi secara aktif, menciptakan, mengorganisasikan, menafsirkan, mendistorsi dan mencari makna.

Budaya organisasi adalah sebuah kesepakatan terhadap nilai-nilai yang menjadi acuan berperilaku pada sebuah organisasi. Secara singkat, budaya organisasi dapat dibedakan atas kecenderungan pada nilai-nilai budaya yang bersifat kolektivistik, dan nilai-nilai budaya yang berorientasi pada sifat individualistik.

Adpun proses *gatekeeping* adalah proses yang terjadi dalam ruang redaksi (*newsroom*) media dengan memusatkan perhatian pada proses dan tahapan yang terjadi dari pencarian bahan berita hingga pengolahan berita yang dikonsumsi oleh khalayak. Secara sederhana *gatekeeping* bisa digambarkan sebagai sebuah proses dari bahan dan sumber berita disaring oleh pencari berita (misalnya reporter lapangan), kemudian bahan berita ditulis (misalnya oleh penulis dan redaktur). Tulisan kemudian disunting sebelum akhirnya diterbitkan ke dalam media. Di semua tahapan tersebut, terdapat proses seleksi berdasarkan kebijakan organisasi, sehingga

terjadi perbedaan antara bahan mentah dengan berita yang akhirnya tersaji di media (McQuail and Windahl, 1996:161).

Pada penelitian ini dengan mengambil dua unit analisis terlihat bahwa pada media yang nilai budaya kolektivistiknya lebih dominan maka proses *gatekeeping* akan diarahkan pada hal-hal yang senantiasa memerhatikan perasaan orang/sumber berita, dengan menghindari pemberitaan yang konfrontatif. Sementara itu, pada media yang memiliki kecenderungan nilai budaya individualistik lebih dominan terlihat bahwa proses *gatekeeping* justru lebih diarahkan pada pemberitaan yang bersifat konfrontatif.

Walaupun kedua media memiliki kecenderungan proses *gatekeeping* yang berbeda, namun sebagaimana ditegaskan oleh Jiafei Yin dalam *Beyond The Four Theories of The Press : A New Model for The Asian & The World Press* (2008), kedua media seperti sebagian besar media lain di Indonesia memiliki kecenderungan proses *gatekeeping* yang menganut kebebasan pers dan bertanggung jawab atas pemberitaan yang disampaikan.

REFERENSI

- Jablin, Frederick. 1982. *Organizational Communication: An Assimilation Approach*. M.E. Roloff & C.R. Berger (Eds.), *Social Cognition and Communication*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Jiafei Yin, 2008. *Beyond The Four Theories Of The Press : A New Model For The Asian & The World Press*.
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. (Edisi Ketiga), Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Larry. A. Samovar, Richard. E. Porter, Edwin. R. McDaniel. 2010. *Communication Between Cultures*, Canada: Thomson Wadsworth.

- McQuail, Dennis. 2005. *Media Performance: Mass Communication and Public Interest*. London & Newbury Park: Sage Publications.
- McQuail, Denis & Steven Windahl. 1996. *Communication Models for The Study of Mass Communication*, second edition. New York: Addison Wesley Longman Publishing.
- Miles, Matthew., Huberman, Michael. 1994. *Analisis Data Kualitatif, Penterjemah Tjejep Rohendi Rohidi*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Neuman, W. R. 1991. *The Future of The Mass Audience*. New York: Cambridge University Press.
- Neuman, W. Lawrence. 2006. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, sixth edition. Boston: Pearson Education, Inc.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1999. *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Shoemaker, Pamela J. 1991. *Communication Concept 3: Gatekeeping*. Newbury Park, CA: sage Publications.
- Shoemaker, Pamela J. & Stephen Reese. 2004. *Mediating The Message: Theories of Influences of Mass Media Content*. New York: Longman Publishers.
- Ting Toomey, Stella. 1999. *Communicating Across Cultures*. New York: The Guildford Press