

FENOMENA NETRALITAS INSAN MEDIA KOTA BANDUNG PADA MASA PEMILU 2024

THE NEUTRALITY PHENOMENON OF THE MEDIA PROFESSION IN BANDUNG CITY DURING THE 2024'S GENERAL ELECTION PERIOD

¹⁾Solihin, ²⁾Eryanti Nurmala Dewi, ³⁾Ilyas, ⁴⁾Moh. Jundi Nasrullah ⁵⁾Muhammad Salman Abidin

^{1,2,3,4,5)} Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Program Pascasarjana,
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung,

Jalan Cimencrang, Panyileukan, Cimencrang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292

E-mail: olinkpiuinbdg@gmail.com,¹ eryanti@uinsgd.ac.id,² ilyasmubarok02@gmail.com,³
jundy.tigasatu@gmail.com,⁴ muhsaldin@gmail.com,⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena netralitas insan media di Kota Bandung selama tahun politik 2024. Metode fenomenologi digunakan sebagai kerangka untuk mewawancarai tiga orang insan media melalui telepon pada tanggal 7 Maret 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecondongan insan media di tahun politik 2024 sesuai dengan teori preferensi politik, di mana mereka cenderung mendukung entitas politik yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat terjadi secara pasif melalui ideologi politik perusahaan tempat mereka bekerja, atau secara aktif dengan mencari sekutu. Kesimpulannya, penelitian ini menyoroti bahwa insan media memiliki tingkat keterikatan yang berbeda dalam mendukung entitas politik, baik secara pasif maupun aktif, untuk memenuhi kebutuhan ideologis dan kesejahteraan pribadi mereka.

Kata Kunci: Pemilihan Umum (Pemilu) 2024, Insan Media, Kota Bandung, Netralitas, Preferensi Politik

A. PENDAHULUAN

Netralitas merupakan elemen pokok dalam profesi media. Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik (KEJ) menyatakan bahwa, “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk” (Dewan Pers, 2013, hal. 291). Namun pada tingkatan pribadi, seseorang memiliki kecondongan preferensi terkait dengan pilihan hidupnya –terutama dalam hal pilihan politik. Hal ini karena kesejahteraan bersifat subjektif, dimana individu akan condong kepada entitas politik yang kiranya dapat memenuhi kebutuhan tersebut (Sunstein, 1991, hal. 7). Hal ini selaras dengan pernyataan Patterson dan Donsbogh (1996), yang menemukan bahwa terdapat korelasi signifikan antara kepercayaan politik seorang wartawan dan keputusan pemberitaan yang dibuatnya –meskipun terdapat suatu tradisi atau hukum yang mengikat terkait dengan netralitas politik wartawan.

Bercermin kepada Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2019, netralitas wartawan dan awak media perlu senantiasa dikaji. Dinyatakan bahwa Pemilu 2019 peristiwa yang memicu polaritas di masyarakat. Terkait dengan profesi media, momentum ini dinilai sebagai Pemilu yang paling menantang di ruang fisik maupun siber, karena banyaknya berita bohong yang tersebar di sosial media Indonesia (Hui, 2020). Arifianto (2019) menunjukkan bahwa polarisasi merupakan strategi yang paling menonjol antara kedua kubu yang terlibat dalam Pemilu 2019. Sebagai hasilnya terdapat jenjang yang sangat lebar di tengah masyarakat Indonesia.

Fenomena netralitas insan media senantiasa menjadi perhatian dalam kajian ilmu komunikasi dan jurnalistik/media. Ditemukan bahwa wartawan di Amerika Serikat, Inggris Raya, Jerman, Italia, dan Swedia memiliki kecondongan politik sangat kentara pada pemberitaan liputan

harian, baik pada media berbasis teks maupun siaran (Patterson & Donsbagh, 1996). Karya ilmiah lain yang relevan dengan penelitian ini ditulis oleh Silitonga dan Muqsith (2023), dimana setahun sebelum Pemilu 2024 dimulai telah memprediksi bahwa netralitas jurnalis akan sulit tercapai karena adanya konglomerasi perusahaan media nasional, dimana para petinggi perusahaan media tersebut terlibat dengan berbagai kegiatan politik. Netralitas media ini sudah dipertanyakan sejak Pemilu 2014. Temuan Djuyandi dkk. (2017) menunjukkan bahwa pada masa tersebut, media nasional memiliki kecondongan terhadap aktor politik –baik secara diam-diam maupun terang-terangan.

Kebaruan dalam penelitian ini ialah partisipan penelitian yang berupa insan media dari berbagai latar belakang, selain insan media yang terlibat dalam konglomerasi media nasional. Pertama-tama, salah satu narasumber kami memiliki latar belakang sebagai wartawan lokal. Heider dkk. (2005) menemukan bahwa masyarakat menilai wartawan lokal sebagai tetangga yang baik, dan *watchdog* (anjing penjaga), serta cepat, akurat, dan tidak bias dalam pemberitaannya. Selain itu, salah satu narasumber dalam penelitian ini memiliki latar belakang sebagai pers mahasiswa di Kota Bandung. Secara historis, Suwirta (2018) menyimpulkan bahwa pers mahasiswa di Kota Bandung senantiasa dapat menyajikan berita dan pandangan yang dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat. Sehingga, penelitian terhadap insan media Kota Bandung diharapkan memberikan sumbangsih yang signifikan dalam menjelaskan relasi antara pers dan politik.

B. LANDASAN TEORI

Fenomena netralitas insan media senantiasa menjadi perhatian dalam kajian ilmu komunikasi dan jurnalistik/media. Ditemukan bahwa wartawan di Amerika Serikat, Inggris Raya, Jerman, Italia, dan Swedia memiliki kecondongan politik sangat kentara pada pemberitaan liputan harian, baik pada media berbasis teks maupun siaran (Patterson & Donsbagh, 1996). Karya ilmiah lain yang relevan dengan penelitian ini ditulis oleh Silitonga dan Muqsith (2023), dimana setahun sebelum Pemilu 2024 dimulai telah memprediksi bahwa netralitas jurnalis akan sulit tercapai karena adanya konglomerasi perusahaan media nasional, dimana para petinggi perusahaan media tersebut terlibat dengan berbagai kegiatan politik. Netralitas media ini sudah dipertanyakan sejak Pemilu 2014. Temuan Djuyandi dkk. (2017) menunjukkan bahwa pada masa tersebut, media nasional memiliki kecondongan terhadap aktor politik –baik secara diam-diam maupun terang-terangan.

Menanggapi fenomena netralitas wartawan, penelitian ini menggunakan teori preferensi politik yang membahas tentang bagaimana preferensi atau keinginan pribadi seseorang dalam konteks politik tidak selalu tetap dan stabil, tetapi dapat berubah-ubah tergantung pada berbagai faktor. Faktor-faktor ini bisa termasuk konteks saat preferensi itu diungkapkan, aturan hukum yang ada, pilihan konsumsi sebelumnya, serta budaya secara umum.

Sunstein (1991, hal. 5) menekankan bahwa karena preferensi ini bersifat endogen, artinya bisa berubah-ubah dan dipengaruhi oleh lingkungan, maka pemerintah demokratis tidak selalu harus memperhitungkan keinginan dan keyakinan pribadi dalam semua konteks. Ini berarti bahwa keputusan politik tidak harus selalu didasarkan pada preferensi pribadi warga negara, karena preferensi tersebut bisa saja tidak sepenuhnya murni atau independen.

Preferensi dapat dianggap tidak otonom sejauh mereka secara refleksif menyesuaikan diri dengan kondisi latar belakang yang tidak adil. Artinya, preferensi ini tidak sepenuhnya bebas atau independen karena terbentuk sebagai respons terhadap lingkungan yang tidak adil. Dalam konteks ini, tanggapan kolektif terhadap preferensi yang terbentuk dari kondisi yang tidak adil tersebut dapat menghasilkan kecondongan pemikiran untuk peningkatan kesejahteraan (Sunstein, 1991, hal. 21).

Gagasan-gagasan inilah yang menjadikan landasan dalam memandang netralitas wartawan di medan politik. Walaupun idealnya wartawan ialah profesi yang netral, secara teoretis terdapat kemungkinan bahwa seseorang dapat condong secara politik kepada pihak-pihak yang dapat memberikan mereka kesejahteraan.

C. METODE

Secara garis besar, penelitian ini mengikuti alur metode fenomenologi. Penelitian fenomenologi memiliki latar belakang filsafat dan psikologi dalam membantu peneliti memaparkan pengalaman yang dihayati partisipan dalam menanggapi suatu fenomena (Creswell & Creswell,

2022, hal. 15). Metode dalam pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mengekstrak saripati dari pengalaman partisipan penelitian (Creswell & Creswell, 2022, hal. 64). Saripati (*essence*) ialah objek yang tidak harus ada dalam kaidah ruang dan waktu seperti halnya fakta, melainkan dapat diketahui dari intuisi esensial atau imajinatif yang melibatkan interaksi antar peneliti dan responden (Grbich, 2013, hal. 92).

Dalam konteks penelitian ini, fokus ditempatkan pada insan media Kota Bandung yang dianggap memiliki pengalaman bersama terkait suatu fenomena tertentu. Penelitian fenomenologi menjadi bagian integral dari strategi penelitian kualitatif, di mana peneliti mengambil peran sebagai penafsir untuk merangkum dan mengeksplorasi makna dari cerita dan pengalaman yang diceritakan oleh partisipan. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk mengidentifikasi dan menggambarkan esensi atau inti dari pengalaman manusia terhadap fenomena yang menjadi fokus studi (Creswell & Creswell, 2018). Sehingga, tujuan dalam penelitian ini ialah untuk memahami fenomena netralitas insan media Kota Bandung di tahun politik tahun 2024.

Pengumpulan data dalam studi fenomenologi melibatkan proses wawancara, observasi, membaca literatur, dan mengidentifikasi serta mendekonstruksi wacana (Grbich, 2013, hal. 95–96). Data yang akan dikumpulkan berupa wawancara kualitatif. Penelitian ini melakukan wawancara tatap muka dengan partisipan, wawancara telepon, atau terlibat langsung dalam diskusi *focus group* dengan 6-8 narasumber (Creswell & Creswell, 2018). Adapun, pada penelitian fenomenologi Creswell dan Creswell (2018), menyarankan jumlah partisipan penelitian berkisar pada jumlah 3-10 orang. Tabel 1 memaparkan subjek yang dijaga anonimitasnya dalam penelitian ini.

Tabel 1, profil dan latar belakang partisipan penelitian

Subjek Penelitian	Latar belakang
Inisial "T"	Telah menjadi wartawan di sebuah anak perusahaan media nasional yang membuka surat kabar regional di Kota Bandung sejak tahun 2010. Saat ini, kariernya terus berlanjut di media nasional dengan pusat operasi di Kota Bandung.
Inisial "P"	Memiliki pengalaman yang beragam dalam dunia jurnalistik. Mulai dari tahun 1999 hingga 2005, ia menjadi wartawan tulis di sebuah surat kabar lokal di Kota Bandung. Setelah itu, ia bergabung sebagai kamerawan di sebuah stasiun televisi nasional di Jakarta dari tahun 2005 hingga 2015. Kemudian, ia dipercaya sebagai kepala biro Jawa Barat oleh sebuah media internasional dari tahun 2015 hingga 2018. Setelah itu, ia menjabat sebagai pimpinan redaksi di sebuah televisi nasional berbasis di Kota Bandung dari tahun 2018 hingga 2020. Selain itu, sejak tahun 2013 hingga sekarang, ia juga menjadi dosen praktisi di jurusan hubungan masyarakat di sebuah universitas swasta di Kota Bandung.
Inisial "D"	Memulai kariernya sebagai seorang wartawan di pers mahasiswa dari tahun 2018 hingga 2020 di sebuah Sekolah Tinggi Islam Swasta di Kota Bandung. Pada tahun 2022, ia bergabung sebagai wartawan wilayah Kota Bandung untuk sebuah media regional di Jawa Barat.

Proses analisis dalam penelitian kualitatif mengikuti prosedur yang stimulan. Suatu analisis dapat berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data, seperti wawancara. Data kemudian difokuskan dengan alasan melimpahnya data yang diperoleh dari proses wawancara. Analisis data dalam studi fenomenologi mengandalkan proses pendeskripsian dalam mengungkap saripati dari suatu fenomena. Adapun, analisis data dalam metode fenomenologi melibatkan proses (1)

Membatasi pengalaman peneliti (*bracketing*), (2) Membuka dialog dengan partisipan individu, (3) Merefleksikan hasil penelitian, (4) Mengidentifikasi tema utama, (5) Membangun deskripsi dan konsep (Grbich, 2013, hal. 96).

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengumpulan data dilakukan melalui sambungan telepon pada tanggal 7 Maret 2024. Wawancara tersebut kemudian dilaksanakan secara tidak terstruktur guna menghasilkan gagasan yang beragam. Gagasan-gagasan penting yang diutarakan oleh para partisipan penelitian langsung diketikkan dan kemudian disusun ke dalam sebuah narasi. Gagasan yang serupa atau mirip kemudian tidak disertakan, guna menghindari redundansi atau kejenuhan data. Partisipan penelitian pertama ialah Inisial “T” yang memaparkan banyak faktor dari sudut pandang wartawan yang memicu mereka sehingga menjadi tidak netral. Berikut ialah pemaparannya:

“Sebagai seorang wartawan, saya menyadari pentingnya menjaga netralitas dalam meliput berita. Namun, sebagai wartawan lokal, saya merasakan kompleksitas terkait dengan idealisme pribadi. Ketika saya masih kuliah, pendidikan jurnalisme selalu menekankan pentingnya kejujuran dan ketepatan dalam melaporkan fakta. Namun, dalam realitas lapangan, ada faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi integritas seorang wartawan, seperti kebutuhan ekonomi dan lingkungan kerja. Saya tidak bisa menyangkal bahwa saya pernah menerima tawaran ‘transpor’ untuk meliput suatu peristiwa. Meskipun pada awalnya merasa ragu, namun melihat contoh dari rekan-rekan sejawat atau senior di lapangan membuat saya akhirnya menerima tawaran tersebut. Saya melihat penerimaan ‘transpor’ sebagai sesuatu yang umum terjadi di kalangan wartawan, namun saya yakin hal tersebut tidak akan mengubah esensi dari laporan yang saya buat. Namun, jika ada berita yang jelas merupakan ‘pesanan’, saya akan lebih condong untuk menolaknya karena merasa adanya pertentangan batin.”

Lebih lanjut, inisial “T” menyebutkan bahwa faktor keuangan bukanlah satu-satunya aspek yang mempengaruhi preferensi politik. Berdasarkan pengalamannya:

“Dalam keseharian, saya menyadari bahwa wartawan yang tetap mempertahankan idealisme mereka merupakan minoritas. Sebaliknya, sebagian wartawan tampak netral di permukaan namun memiliki preferensi politik yang jelas di luar itu. Meskipun saya memiliki preferensi politik dan aktif dalam berpartisipasi dalam pemilihan umum, saya tetap berusaha untuk meliput berita dari kedua sudut pandang. Meskipun pada masa politik 2024 saya menerima “undangan” untuk meliput suatu kegiatan partai atau, hal tersebut tidak akan mengubah preferensi politik saya. Saya tetap menjaga profesionalitas dalam melaporkan berita, tanpa terpengaruh oleh undangan atau tawaran yang saya terima.”

Partisipan penelitian berikutnya ialah Inisial “I” yang kini mengabdikan dirinya sebagai dosen memberikan sudut pandang terkait dengan netralitas wartawan yang dilandasi dengan dalil ilmiah. Selain itu, ia menantang paradigma kewartawanan dan media dengan menyentuh isu terkait dengan *buzzer*. Berikut ialah pemaparan dari narasumber inisial “I”:

*“Ketika menyaksikan dinamika pemilu 2024, terlihat jelas bahwa netralitas wartawan sering kali terancam. Contohnya, petinggi media besar yang memiliki keterkaitan dengan suatu gerakan politik sering kali membawa implikasi bahwa wartawan di bawahnya ikut terlibat dalam upaya mencari keuntungan. Teori ‘agenda setting’ yang diajarkan di lingkungan akademis menjadi semakin relevan, terutama dengan maraknya pengaruh *buzzer* di media sosial yang kadang kala kuantitasnya dapat mengungguli kualitas dari media tradisional.”*

Inisial “I” kemudian menegaskan justru pada tingkatan perusahaanlah netralitas media dan wartawannya ditentukan. Menurutnya:

“meskipun seseorang dapat mengklaim netralitas atas dirinya, namun dalam kenyataannya, para pelaku media sering kali terjebak dalam upaya mempertahankan eksistensi mereka. Dalam diri seorang wartawan, terdapat berbagai komposisi terkait pragmatisme, konformitas, dan idealisme yang saling bertentangan. Peran perusahaan media juga tidak bisa diabaikan, karena mereka memiliki andil besar dalam menentukan arah dan konten berita yang disajikan. Struktur media, baik lokal maupun nasional, telah memiliki proporsi masing-masing, dengan kehadiran pimpinan perusahaan dan pimpinan redaksi yang memegang peran kunci.”

Inisial “I” kemudian menyimpulkan bahwa kedondongan suatu media dan para pelaku di dalamnya terkait dengan ideologi kapitalisme yang berlaku di sebagian besar industri media. Paparnya:

“namun, pada akhirnya, keputusan untuk mengikuti etika jurnalistik atau lebih mengutamakan keuntungan dari iklan –baik yang bersifat komersial atau politik, adalah pilihan yang harus diambil oleh masing-masing media. Ada media yang menjunjung tinggi prinsip sebagai penjaga kebenaran (watchdog), namun ada pula yang lebih cenderung menjadi alat pemenuhan kepentingan (pet dog). Di lingkungan perusahaan media besar, sering kali sudah jelas terlihat bahwa pimpinan perusahaan terlibat secara terbuka dalam aktivitas politik, baik sebagai bagian dari suatu partai politik maupun kelompok koalisi tertentu. Dalam situasi seperti ini, seorang wartawan juga memiliki tanggung jawab terhadap perusahaan untuk memproduksi berita yang sesuai dengan permintaan pasar. Meskipun demikian, tantangan utama tetaplah bagaimana menjaga integritas dan netralitas dalam melaporkan fakta, terlepas dari tekanan politik dan ekonomi yang ada.”

Berbeda dengan dua partisipan penelitian sebelumnya, hasil wawancara dari narasumber Inisial “D” cenderung menawarkan sudut pandang nostalgia, di mana ia merefleksikan pengalamannya sebagai pers mahasiswa pada masa kuliahnya, dengan kesehariannya sebagai wartawan profesional pada saat ini. Ia mengeluh-elukan ideologi dan idealisme yang senantiasa dibawa oleh pers mahasiswa. Inisial “D” menuturkan bahwa:

“Dalam konteks pers mahasiswa, anggota baru diberikan pendidikan yang didasarkan pada muatan ideologis dan profesionalisme wartawan yang ideal. Bagi saya, pendidikan ini menjadikan pers mahasiswa sebagai contoh yang patut diikuti oleh wartawan-wartawan ideal. Di sini, faktor pendidikan dan pelatihan memainkan peran penting dalam membentuk karakter dan prinsip yang kuat. Namun, di luar pendidikan tersebut, pers mahasiswa tidak cenderung terpengaruh oleh kebutuhan pribadi, mengingat sebagian besar anggotanya masih bergantung pada dukungan dari orang tua atau penghasilan dari pekerjaan paruh untuk menunjang kehidupan di bangku kuliah. Menurut pandangan saya, netralitas mulai tergerus seiring dengan ketidakstabilan kesejahteraan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan media untuk memberikan kompensasi yang layak kepada karyawannya guna memastikan netralitas dalam melaporkan berita.”

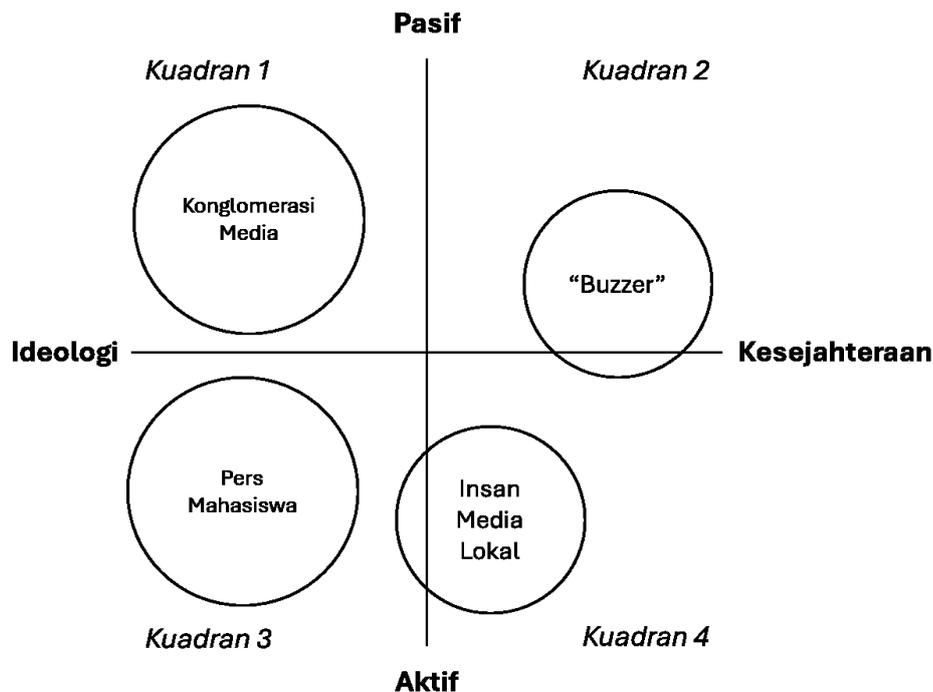
Pendapat dari inisial “D” selanjutnya mengandung irisan dengan gagasan inisial “I”, dimana menunjukkan bahwasanya netralitas dan profesionalitas pemberitaan tergantung dengan kebijakan perusahaan media yang menaunginya. Inisial “D” memaparkan bahwa:

“idealisme seorang wartawan juga sangat tergantung pada netralitas perusahaan pers tempatnya bekerja. Perusahaan pers harus mampu melakukan seleksi yang ketat terhadap wartawannya, termasuk menilai ideologi yang mereka anut. Perusahaan media juga memiliki peran penting dalam menentukan kualitas pemberitaan yang dihasilkan oleh

wartawannya. Tidak jarang, perusahaan media mendorong wartawannya untuk mengikuti Uji Kompetensi Wartawan (UKW) setelah direkrut sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan standar profesionalisme, yang dinilai terlambat. Setelah saya terjun ke dalam dunia profesional, terutama pada masa pemilu 2024, saya secara pribadi membangun netralitas dengan memperhatikan dan menggali fakta dari semua aktor politik tanpa pandang bulu. Dengan cara ini, saya dapat menilai dan mengidentifikasi aktor politik yang memiliki potensi untuk 'di prospek' lebih lanjut."

Gagasan-gagasan yang disampaikan oleh para narasumber tersebut menghasilkan suatu refleksi terkait dengan keterlibatan media dalam politik pada masa pemilu di Indonesia. Pemilihan Umum di Indonesia merupakan cerminan kasus demokrasi yang unik. Di belahan dunia lain, berita tentang seorang figur politik yang berpindah partai dapat menggegerkan masyarakat awam (Shanks & Miller, 1991), namun tidak di Indonesia. Dinamika politik masyarakat Indonesia selaras dengan gagasan filosofis Sunstein (1991, hal. 7), dimana individu secara subjektif akan memiliki kecondongan politik kepada pihak mana saja yang dapat memenuhi kesejahteraannya. Di tingkat makro, hal ini terkait dengan aliansi yang dibangun oleh partai-partai yang memilih menjadi koalisi atau oposisi pada satu periode pemerintahan. Adapun di tingkat individu, pergumulan politik hanya terjadi pada masa pemilu saja, dan kemudian berangsur-angsur meredup. Hal ini berbeda dengan konteks politik konservatif v.s. liberal yang sudah melekat di kehidupan masyarakat Amerika Serikat. Schreiber dkk. (2013) menemukan bahwa polaritas politik yang telah berlangsung secara berabad-abad di Amerika Serikat berangsur-angsur mengubah struktur otak dan cara berpikir para pendukungnya. Tradisi politik Indonesia yang bebas dan aktif kemudian menghasilkan keberpihakan politik yang dinamis pula, dimana individu akan mencari aktor politik manakah yang dapat lebih menunjang kesejahteraannya, termasuk dengan profesi insan media.

Konsep yang dapat dibangun dari hasil penelitian ini adalah insan media lokal memiliki derajat kebebasan yang luas dalam condong kepada pihak yang dianggap mampu memenuhi kesejahteraannya. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Silitonga dan Muqsith (2023), yang menemukan bahwa kecondongan politik mungkin terjadi atas preferensi ideologi sang konglomerat media nasional. Dari perbandingan ini, ditemukan adanya suatu kesenggangan terkait dengan kecondongan dan keberpihakan. Konglomerasi media bersifat pasif dalam berideologi dan mencari sekutu, sementara insan media lokal secara aktif mencari tempat bernaung dan lebih luwes menyesuaikan ideologinya dengan pihak yang dapat memberikan kesejahteraan bagi mereka. Oleh karenanya, dapat digagas sebuah kompas yang dapat menjelaskan posisi keberpihakan dan kecondongan insan media. Pada Gambar 1, keberpihakan digambarkan sebagai garis vertikal, dimana seseorang dapat secara pasif setia kepada suatu kekuatan politik, atau aktif dalam mencari sekutu. Sementara itu, garis horizontal menggambarkan kecondongan seseorang dalam pemenuhan hasrat yang ada di dalam dirinya. Seorang insan media dapat condong dalam memenuhi hasrat ideologisnya, maupun berupaya dalam memenuhi kesejahteraannya.



Gambar 1. Sintesis penelitian

Kuadran satu terkait dengan sifat media yang pasif dan condong ke arah pemenuhan kebutuhan ideologisnya. Pada contoh pada kuadran ini adalah konglomerasi media. Konglomerasi media begitu kuat, dimana mereka dapat menggunakan segala kekuatannya guna segala maksud dan tujuannya (Winseck, 2008), termasuk tujuan-tujuan ideologisnya. Sehingga mereka akan cenderung pasif dalam mencari mitra atau sekutu. Sebaliknya, para aktor politik akan mencari media guna memperoleh kekuatan politik. Monopoli media hampir terancam dengan adanya pertumbuhan industri kreatif dan internet. Banyak orang percaya bahwa teknologi internet akan menyebabkan gagasan bahwa media yang terkonsentrasi menjadi ketinggalan zaman (Winseck, 2008, hal. 35). Namun, gagasan tersebut dipatahkan karena tidak memikirkan faktor ekonomi. Diibaratkan bahwa industri kreatif (dan internet) layaknya jam pasir, dimana terdapat jumlah produksi yang tinggi dan jumlah konsumen yang tidak terbatas, namun terhambat oleh biaya distribusi konten (Garnham, 1990). Sehingga, para pemain media baru ini kembali bergantung pada konglomerasi media. Hal ini karena kekuatan ekonomi masih berada pada perusahaan-perusahaan media besar tersebut, yang mana mengendalikan distribusi konten di pasaran (Flew, 2011, hal. 86). Hal ini menyebabkan kepemilikan media masih dianggap sebagai kekuatan yang penting karena mempengaruhi pasar, profesi, dan karakter informasi konten media (Winseck, 2008). Pada keadaan inilah, aktor pada kuadran kedua muncul.

Kuadran dua menjelaskan bahwa adanya insan media yang pasif, namun masih memiliki dorongan dalam memenuhi kesejahteraannya. Akan sulit mencari bentuk ideal dari contoh ini, namun dalam kehidupan berinternet, bukti nyata kuadran ini terdapat pada individu yang dikenal sebagai *buzzer* (mendengung). Ditemukan bahwa *buzzer* (walaupun berasal dari bahasa Inggris, *buzz* – mendengung), merupakan terminologi yang eksklusif digunakan di Indonesia (Rudyansjah & Rasidi, 2022), yang mana merujuk kepada orang yang bekerja untuk mendengungkan suatu pesan atau perspektif terkait dengan suatu isu, pendapat, atau merek, dengan cara sealaminya mungkin. Kepura-puraan dalam membangun kealiaman ini menjadikan masyarakat awam percaya atas pesan-pesan dari *buzzer*, yang seolah-olah mewakili pandangan orang biasa. Gagasan bahwa *buzzer* memiliki ideologi yang pasif terkait dengan kesetiiaannya pada pihak-pihak yang mengupah mereka. Bentuk transaksi ini tidak selalu berbentuk moneter (Syaukat & Imanjaya, 2011), namun juga dapat berupa posisi, hubungan sosial, dan komitmen dari apa yang mereka sedang upayakan (Rasidi, 2023b). Namun, pada dasarnya mereka tetaplah kelas pekerja. Rasidi (2023a) menemukan bahwa *buzzer* kini tidak hanya berjalan seorang diri, namun beroperasi sebagai perusahaan bertindak sebagai pengeras

suara untuk pembayarannya, atau suatu entitas yang memiliki keselarasan ideologi dengan mereka. Sehingga, keberadaan *buzzer* ini berada di posisi yang dilematik, karena di satu sisi mereka ingin memiliki kekuatan ideologi, namun tidak memiliki sumber daya yang kuat dalam menunjang kemandirian tersebut, sehingga senantiasa aktif dalam mencari “pelanggan.” Apakah *buzzer* termasuk sebagai insan media? Atas adanya konvergensi media, setiap entitas yang terlibat dengan media baru dapat dianggap sebagai insan media (Deuze, 2009).

Narasumber inisial “D” memberikan wawasan yang berharga terkait dengan pers mahasiswa. Dunia pemberitaan hari ini diibaratkan sebagai gurun tandus, namun pers mahasiswa dianggap dapat menghadirkan angin segar; bukan sebagai *watchdog*, melainkan dengan cara melaksanakan tugas jurnalistik sebagai sarana dalam memberikan layanan kepada masyarakat (Finneman et al., 2022). Gagasan tersebut menunjukkan peran pers mahasiswa yang sangat aktif dalam mencari sekutu dengan memberi manfaat kepada orang-orang di sekitarnya. Adapun, pers mahasiswa pasif secara ideologis karena mereka memandang profesi media dari sudut pandang historis, bukan apa yang terjadi di lapangan. Hal ini sesuai dengan gagasan dari Suwirta (2018), yang menemukan bahwa pers mahasiswa senantiasa menawarkan *news* (pemberitaan) dan *views* (pandangan, gagasan), terkait dengan ketidakadilan yang terjadi di masyarakat. Seperti yang dipaparkan oleh inisial “D”, Williams (2023) juga menyatakan bahwa pendidikan pada masa orientasi pers mahasiswa ialah momentum yang membangkitkan idealisme dan kemampuan para wartawan muda dalam melakukan reportase dengan mengangkat persoalan-persoalan yang ada di masyarakat menjadi isu yang sangat layak diberitakan. Atas gagasan-gagasan tersebutlah kemudian pers mahasiswa dianggap sebagai insan media yang memiliki keberpihakan yang aktif, namun tetap pasif secara ideologi.

Di era internet kini, jurnalisme lokal tengah menghadapi berbagai tantangan. Napoli dkk. (2017) menyatakan bahwa permasalahan tersebut terkait dengan infrastruktur (keberadaan sumber jurnalistik), *luaran* (*output*, kuantitas pemberitaan yang dapat dihasilkan dari sumber-sumber tersebut), dan kinerja (*performance*, derajat bahwa *luaran* tersebut orisinal—dimana terkait dengan masyarakat lokal, dan memenuhi kebutuhan informasi yang kritis). Insan media lokal tetap fokus dalam memberikan jurnalisme untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dimana mencerminkan nilai-nilai pemberitaan tradisional seperti halnya kedekatan dan layanan publik. Adapun, kualitas berita lokal berevolusi menjadi bentuk jurnalisme yang dapat menarik minat pemirsa daring secara luas, sehingga para wartawan lokal memandang kualitas dan popularitas sebagai hal yang beriringan (Jenkins & Nielsen, 2020). Oleh karenanya, aspek kinerja dari insan media menjadi terancam karena adanya kecondongan wartawan lokal dalam mencari ketenaran. Hal ini terjadi karena semakin menyusutnya pemirsa media lokal. Sehingga media lokal kemudian mencari sekutu yang dapat memenuhi kebutuhan finansial perusahaan. Sekutu tersebut bisa jadi entitas yang melihat jurnalisme lokal sebagai sarana pelayanan bagi masyarakat, atau pengusaha yang melihat kesempatan usaha dalam terlibat dalam bisnis yang berisiko tinggi (Napoli et al., 2017, hal. 18). Paparan di atas menjelaskan posisi insan media lokal yang sebenarnya ingin idealis, namun memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi, sehingga berupaya dalam mencari sekutu dalam pemenuhan aspek kesejahteraan mereka.

E. KESIMPULAN

Dari penelitian ini ditemukan bahwa faktor yang menyebabkan insan media condong kepada suatu entitas politik ialah kedekatan ideologis dan kebutuhan akan pemenuhan kesejahteraan. Hal ini selaras dengan pandangan dari Sunstein (1991, hal. 7) yang menyatakan bahwa individu akan condong kepada entitas politik yang kiranya dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Sehingga, temuan dalam penelitian ini melengkapi dengan prediksi dari Silitonga dan Muqsith (2023) yang menyatakan bahwa kecondongan politik ini bersifat terpusat dan pasif karena telah ditentukan oleh para petinggi konglomerasi media nasional. Kebaruan dalam penelitian ini ialah gagasan bahwa adanya derajat sejauh mana seorang insan media di tingkat individu menggalang dukungannya, baik secara pasif, maupun aktif dengan cara mencari pihak-pihak yang dapat mendukung kebutuhan ideologis ataupun kesejahteraan mereka. Temuan dari penelitian ini kemudian memberikan sumbangsih teoretis berupa dukungan kepada teori preferensi politik dari Sunstein (1991, hal. 7). Penelitian ini kemudian dapat digunakan sebagai rujukan bagi instansi atau entitas pemangku kebijakan yang terkait dengan dunia

pers. Bagi para pemangku kebijakan di dunia pers, penelitian ini dapat menjadi informasi sebagai bahan penyuluhan bagi para insan media di lapangan agar mereka dapat senantiasa netral, sesuai kode etik yang berlaku.

Penelitian ini merupakan langkah awal dalam mengkaji suatu fenomena yang lebih luas terkait dengan netralitas insan media. Sehingga, penelitian pada masa mendatang dapat mengambil langkah-langkah yang lebih lanjut dalam mengkaji fenomena ini. Kelemahan penelitian ini ialah jumlah partisipan yang berada pada batas minimum dalam metode fenomenologi. Keterbatasan ini kemudian dapat menyebabkan keraguan terkait dengan kedalaman temuan. Untuk mengatasinya, penelitian di masa mendatang dapat menambah jumlah partisipan hingga sepuluh orang, dimana merupakan batas maksimal penelitian fenomenologi. Penelitian menggunakan metode etnografi juga dapat digunakan guna memahami simpul budaya yang mendasari netralitas insan media di suatu kelompok wartawan. Ataupun, penelitian tingkat lanjut dapat dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner yang kemudian diproses sehingga menghasilkan model kalkulasi yang akurat.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, A. R. (2019). What the 2019 Election Says about Indonesian Democracy. *Asia Policy*, 26(4), 46–53. <https://doi.org/10.1353/asp.2019.0045>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design : Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5 ed.). SAGE Publications Inc.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6 ed.). SAGE Publications Inc.
- Deuze, M. (2009). Journalism and Convergence Culture. In *The Routledge Companion to News and Journalism* (hal. 311–320). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203869468-33>
- Dewan Pers. (2013). *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas* (B. Nugroho & Samsuri (ed.)). Sekretariat Dewan Pers, Jakarta.
- Djuyandi, Y., Prawira, I., & Irawan, R. E. (2017). Media Neutrality in Indonesian Presidential Election 2014. *Advanced Science Letters*, 23(5), 4816–4819. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.8916>
- Finneman, T., Heckman, M., & E. Walck, P. (2022). Reimagining Journalistic Roles: How Student Journalists Are Taking On the U.S. News Desert Crisis. *Journalism Studies*, 23(3), 338–355. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2023323>
- Flew, T. (2011). Media as Creative Industries: Conglomeration and globalisation as accumulation strategies in an age of digital media. *The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries*, 84–100.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information* (F. Inglis (ed.)). Sage.
- Grbich, C. (2013). Phenomenology. In *Qualitative Data Analysis: An Introduction*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781529799606>
- Heider, D., McCombs, M., & Poindexter, P. M. (2005). What the Public Expects of Local News: Views on Public and Traditional Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 952–967. <https://doi.org/10.1177/107769900508200412>
- Hui, J. Y. (2020). SOCIAL MEDIA AND THE 2019 INDONESIAN ELECTIONS: Hoax Takes the Centre Stage. *Southeast Asian Affairs*, 155–172.
- Jenkins, J., & Nielsen, R. K. (2020). Proximity, Public Service, and Popularity: A Comparative Study of How Local Journalists View Quality News. *Journalism Studies*, 21(2), 236–253. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities. *Journalism Practice*, 11(4), 373–395. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>
- Patterson, T. E., & Donsbagh, W. (1996). News decisions: Journalists as partisan actors. *Political Communication*, 13(4), 455–468. <https://doi.org/10.1080/10584609.1996.9963131>

- Rasidi, P. P. (2023a). *Transformative Working-Class Labor in Indonesia's Political Influence Operations*. Influence Industry Explorer. <https://influenceindustry.org/en/explorer/case-studies/indonesia-political-influence-operations/>
- Rasidi, P. P. (2023b). Ludic cybermilitias: shadow play and computational propaganda in the Indonesian predatory state. *Communication, Culture & Critique*, 16(4), 235–242. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcad020>
- Rudyansjah, T., & Rasidi, P. P. (2022). Virtual embodiment in physical realities. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 12(2), 436–452. <https://doi.org/10.1086/720302>
- Schreiber, D., Fonzo, G., Simmons, A. N., Dawes, C. T., Flagan, T., Fowler, J. H., & Paulus, M. P. (2013). Red Brain, Blue Brain: Evaluative Processes Differ in Democrats and Republicans. *PLoS ONE*, 8(2), e52970. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0052970>
- Shanks, J. M., & Miller, W. E. (1991). Partisanship, Policy and Performance: The Reagan Legacy in the 1988 Election. *British Journal of Political Science*, 21(2), 129–197. <https://doi.org/10.1017/S0007123400006098>
- Silitonga, A. M., & Muqsith, M. A. (2023). Independence and Neutrality Journalists Ahead 2024 Indonesian Presidential Election in Perspective Media Conglomerates. *International Journal of Social Science and Human Research*, 06(07). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i7-37>
- Sunstein, C. R. (1991). Preferences and Politics. *Philosophy & Public Affairs*, 20(1), 3–34.
- Suwirta, A. (2018). Pers dan Kritik Sosial pada Masa Orde Baru: Studi Kasus Pers Mingguan Mahasiswa Indonesia di Bandung, 1966-1974. *MIMBAR PENDIDIKAN*, 3(2), 113–136. <https://doi.org/10.17509/mimbardik.v3i2.13949>
- Syaukat, R., & Imanjaya, E. (2011). Tweet Berbayar: Bagaimana Word-Of-Mouth Bekerja dalam Media Baru. *Humaniora*, 2(2), 1193. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3170>
- Williams, S. (2023). Politics, Press, and the Pandemic: Analyzing the Effectiveness of a Student Journalism Project. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(3), 343–359. <https://doi.org/10.1177/10776958231168527>
- Winseck, D. (2008). The State of Media Ownership and Media Markets: Competition or Concentration and Why Should We Care? *Sociology Compass*, 2(1), 34–47. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00061.x>