

PENERAPAN UNSUR-UNSUR PRODUK JURNALISTIK DALAM INFOTAINMENT

(STUDI ANALISIS ISI PADA TAYANGAN INSERT INVESTIGASI BULAN FEBRUARI 2008)

Ika Damayanti

Jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email: damay_july27@yahoo.com

ABSTRAK

Stilah jurnalisme infotainment semakin banyak digunakan setelah pegawai infotainment diakui sebagai wartawan oleh organisasi Persatuan Wartawan Indonesia. Salah satunya dalam tayangan infotainment Insert Investigasi yang menggunakan metode investigative reporting. Untuk melihat unsur-unsur produk jurnalistik dalam tayangan Insert Investigasi, digunakan metode penelitian analisis isi (content analysis). Sehingga, memungkinkan bagi peneliti untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang berbentuk lambang.

Kata kunci: *infotainment*, unsur-unsur produk jurnalistik, analisis isi

PENDAHULUAN

Maraknya tayangan infotainment di berbagai media semakin dikukuhkan dengan terus meningkatnya rating tayangan-tayangan tersebut di televisi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan AGB Nielsen, rata-rata pemirsa infotainment pada Januari-Maret 2008 sebanyak 533 ribu tiap hari, sedangkan berita hanya 288 ribu. (Tempo, 27 Mei 2008). Hal itu tentu cukup mengejutkan dimana kebutuhan masyarakat akan berita mulai tergeser oleh infotainment.

Konsep infotainment awalnya berasal dari John Hopkins University Baltimore, Amerika Serikat. Ide dasar konsep infotainment berawal dari asumsi informasi, kendati dibutuhkan oleh masyarakat namun tidak dapat diterima begitu saja. Untuk itu dibuat sebuah pancingan khusus dengan menyelipkan entertainment (hiburan) yang menarik perhatian masyarakat ditengah information (informasi). (Syahputra, 2006: 66)

Di Indonesia, tayangan infotainment makin menjamur bersamaan dengan maraknya tayangan sinetron dan berbagai acara reality show. Karena tayangan-tayangan tersebut butuh ruang tersendiri sebagai ajang publikasi khususnya bagi para selebritis yang terlibat di dalamnya. Hal ini juga merupakan salah satu bukti nyata dari *the logic accumulation* atau dalam istilah Dedy N. Hidayat (2003) *never ending circuit of capital accumulation* : M-C-M (Money - Commodities – More Money). (Syahputra, 2006: 68)

Permasalahannya, perkembangan infotainment tidak pernah lepas dari kontradiksi. Bahkan, pada tahun 2006 Nahdatul Ulama (NU), salah satu organisasi Islam di Indonesia mengeluarkan fatwa yang mengharamkan infotainment. Fatwa itu dikeluarkan karena infotainment dianggap mengarah pada pergunjangan atau ghibah. Saat ini keputusan itu hanya berlaku bagi masyarakat NU saja.

Pro dan kontra tidak hanya terjadi di kalangan ulama. Banyak sekali akademisi yang hingga saat ini masih memperdebatkan posisi infotainment di dalam ranah jurnalistik. Ada yang menerima infotainment sebagai genre baru di bidang jurnalistik dengan mengategorikannya sebagai jurnalisme kuning. Namun tak sedikit juga yang menganggap infotainment tak lebih dari sekadar tayangan sampah.

Untuk itulah penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana infotainment menerapkan unsur-unsur jurnalistik. Dengan demikian, dapat diketahui apakah infotainment memang termasuk dalam produk jurnalistik, sekaligus memberikan pemahaman mengenai unsur-unsur yang harus dipenuhi dalam sebuah produk jurnalistik.

INFOTAINMENT

Kata infotainment merupakan neologisme, atau kata bentukan baru yang menggabungkan *information* (informasi) dan *entertainment* (hiburan). Artinya infotainment adalah informasi yang dikemas dengan cara yang menghibur. Namun di Indonesia infotainment dimaknai sebagai informasi tentang hiburan. Sehingga sisi hiburan menjadi substansi untuk disampaikan kepada masyarakat. Akibatnya seringkali banyak informasi yang disampaikan kepada pemirsa bukanlah informasi yang mereka butuhkan, tetapi informasi yang dianggap dapat menghibur. (Syahputra, 2006: 66)

Di negara Barat terutama Inggris, hal itu biasa dilakukan koran kuning berbentuk tabloid, yang menyajikan berita eksklusif dari balik tembok istana. Di Indonesia dominasi infotainment dipegang oleh televisi. Definisi

ini tampaknya sesuai dengan pemahaman infotainment yang terjadi di Indonesia. Dengan demikian infotainment telah menjalankan perannya sebagai salah satu produk hiburan sekaligus pemberi informasi. (BP2i, 2006: 61)

Project Censored, sebuah lembaga penyelidikan sosiologis untuk kebebasan informasi di Amerika, menggolongkan *infotainment* ke dalam kategori *junk food news*. Seperti seumumnya *junk food* -- istilah berbau derogatoris untuk makanan berselera global namun berbahan baku miskin kualitas -- *junk food news* mengacu pada berita-berita bermutu rendah dengan gambar-gambar dangkal.

Mungkin saja infotainment disebut *junk food news* karena minimnya kualitas para reporter infotainment dan tingginya tekanan deadline yang harus dipenuhi. Sehingga tak jarang satu berita ditayangkan dalam beberapa infotainment dengan isi dan ulasan serta gambar yang sama. Kalangan televisi menyajikan *infotainment* karena mudah dibuat dan berbiaya murah. (Jurnal Nasional, 23 Feb 2008)

JURNALISME

Kita membutuhkan berita untuk menjalani hidup kita, untuk melindungi diri kita, menjalin ikatan satu sama lain, mengenali teman dan musuh. Jurnalisme tak lain adalah sistem yang dilahirkan masyarakat untuk memasok berita. Inilah alasan mengapa kita peduli terhadap karakter berita dan jurnalisme yang kita dapatkan: mereka memengaruhi kualitas hidup kita, pikiran kita dan budaya kita.

Jurnalisme menyediakan sesuatu yang unik untuk sebuah budaya informasi yang

independen, dapat diandalkan, akurat dan komprehensif yang dibutuhkan anggota masyarakat untuk hidup mereka. (Kovach & Rosenstiel, 2004:2,4)

Keperluan untuk mengetahui apa yang terjadi merupakan kunci lahirnya jurnalisme selama berabad-abad. Tetapi, jurnalisme itu sendiri baru benar-benar dimulai ketika huruf-huruf lepas untuk percetakan mulai di gunakan di Eropa pada sekitar tahun 1440. Dengan mesin cetak, lembaran-lembaran berita dan pamflet-pamflet dapat dicetak dengan kecepatan lebih tinggi, dalam jumlah yang lebih banyak dan dengan ongkos yang lebih rendah. (Kusumaningrat 2006:15)

Tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Untuk memenuhi tugas ini, maka para jurnalis harus mematuhi prinsip-prinsip jurnalisme yang disebut sembilan elemen jurnalisme. Sembilan elemen jurnalisme beris:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
2. Loyalitas pertama jurnalisme kepada warga.
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi.
4. Para praktisinya harus menjaga independensi terhadap sumber berita.
5. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan.
6. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik, maupun dukungan warga.
7. Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting menarik dan relevan.

8. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proposional.
9. Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka. (Kovach & Rosenstiel, 2004:8)

Tak hanya kejelian dalam proses reportase yang dibutuhkan. Akurasi, kejujuran dan obyektivitas dalam penyampaian berita-pun menjadi poin penting yang tak boleh luput diperhatikan dalam menyajikan sebuah berita yang berazaskan kebenaran. Seperti yang dikutip dari pasal 9 Deklarasi Chapultepec

“Kredibilitas pers terkait dengan komitmen pada kebenaran, pada pencapaian akurasi, kejujuran dan obyektivitas dan pada perbedaan yang jelas antara berita dan iklan. Pencapaian tujuan-tujuan ini dan penghormatan pada nilai-nilai etika dan profesi tidak dapat dipaksakan. Ini adalah tanggung jawab eksklusif para jurnalis dan media. Dalam sebuah masyarakat yang bebas, opini publiklah yang memberi ganjaran atau hukuman.” (Suhandang, 2006:4)

BERITA

Melihat prinsip-prinsip yang harus dipenuhi oleh para jurnalis dalam menjalankan tugasnya, maka jelas bahwa tidak semua informasi dapat dikatakan sebagai berita atau karya jurnalistik.

Menurut The New Grolier Webster International Dictionary, berita adalah ”(1) *Current information about something that has taken place, or about something not known before;* (2) *News is information as presented by a media such as papers, radio, or television;* (3) *news is anything or anyone regarded by a news media as a subject worthy of treatment.*”

Artinya sebuah peristiwa layak menjadi berita ketika ia memiliki nilai yang dihargai dalam masyarakat, padahal belum banyak orang yang mengetahuinya. Hal itu tentu saja berkaitan dengan hajat hidup orang banya atau setidaknya mampu mengedukasi masyarakat. Sehingga, informasi itu harus disebarkan secara luas melalui media massa.

Sebuah berita bisa didapatkan dari kejadian yang berlangsung secara alamiah, misalnya bencana alam atau kecelakaan. Berita juga bisa didapatkan dari kegiatan-kegiatan yang relah terencana sebelumnya seperti rapat, dan konferensi pers. Namun, ada juga berita yang didapat dari usaha wartawan itu sendiri, misalnya melalui observasi, wawancara dengan narasumber yang sekiranya memiliki informasi penting atau melakukan penelusuran untuk mengungkapkan fakta yang belum terungkap. (Potter 2006: 5)

Dalam pasal 5 Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia disebutkan bahwa

“Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.”

Dari ketentuan dalam Kode Etik Jurnalistik itu kita dapat merumuskan tujuh unsur layak berita berikut cara penyampaiannya agar sebuah informasi bisa dikatakan sebagai produk jurnalistik. Unsur-unsur produk jurnalistik itu antara lain:

a. Akurat, akurasi tidak hanya dilihat dari ketepatan dalam menyajikan data-data seperti nama, tanggal, atau angka-angka saja. Tapi harus ada proses verifikasi terhadap fakta yang disampaikan.

- b. Lengkap, adil dan berimbang, lengkap artinya tidak mengurangi fakta-fakta yang penting dan menambahkan fakta fakta yang tidak relevan sehingga menyesatkan publik. Sementara adil dan berimbang berarti bahwa seorang wartawan harus menyampaikan fakta yang sesungguhnya terjadi dengan proporsi yang wajar.
- c. Obyektif, untuk mendapatkan berita yang obyektif, wartawan harus mampu menggunakan metode-metode ilmiah untuk memverifikasi informasi yang mereka dapatkan.
- d. Ringkas dan jelas, untuk memenuhi unsur ini, sebuah berita haruslah menggunakan bahasa-bahasa yang efektif, segar dan jelas.
- e. Hangat. Sebuah berita menarik dan penting untuk disampaikan apabila belum banyak orang yang mengetahuinya. Maka unsur ketepatan waktu sangat memengaruhi khalayak untuk menyimak sebuah berita yang disampaikan. (Kusumaningrat 2006:40-48)

REPORTASE INVESTIGATIF

Pelaporan investigasi adalah bagian menantang dalam jurnalisme yang mengalami pertumbuhan selama beberapa dasawarsa terakhir abad ke-20. dalam kaitannya dengan tulisan ini, berita investigasi adalah berita-berita yang: (1) merupakan produk kerja asli si wartawan ketimbang sebuah laporan investigasi oleh sebuah instansi pemerintah; (2) mengandung peristiwa yang tak akan terungkap tanpa usaha si wartawan; (3) penting bagi publik.

Tidak ada yang dianggap berada di luar subyek bagi wartawan investigasi. Ia punya jajaran pilihan yang lebih luas ketimbang jaksa penuntut umum karena subyeknya termasuk juga kesalahan yang tidak melanggar hukum. Beritanya mungkin memungkulkan perlunya sebuah undang-undang baru dan hasilnya adalah satu undang-undang baru mungkin ditetapkan.

Wawancara, dokumen, pengamatan dan survey adalah sarana bagi wartawan investigasi. Wartawan tahu sarana apa yang harus dipakai dalam situasi khusus, walaupun terkadang mereka harus menggunakan semua sarana dan prasarana itu. Sebuah stasiun televisi mungkin menayangkan satu seri investigasi pada saat stasiun itu tengah dinilai oleh sebuah badan penentu peringkat penonton, dan tayangannya itu akan bisa menarik penonton dan meningkatkan pangsa iklannya. (Gaines 2007: 5)

Menurut Steve Weinberg, jurnalisme atau reportase investigatif adalah “Reportase, melalui inisiatif sendiri dan hasil kerja pribadi yang penting bagi pembaca, pemirsa dan pemerhati. Dalam banyak hal, subyek yang diberitakan menginginkan bahwa perkara yang berada dalam penyelidikan tetap tak tersingkap. (Kusumaningrat 2006:258)

JURNALISTIK TELEVISI

Kekuatan televisi dibandingkan dengan media lainnya adalah kemampuannya untuk membawa penonton ke lokasi kejadian dengan menggunakan gambar. Gambar yang dikombinasikan dengan suara alami adalah faktor yang membuat televisi memberikan pengaruh atau dampak yang sangat kuat pada penonton. Salah satu tantangan yang dihadapi

pengelola program berita adalah mencari cara atau format terbaik dalam menyajikan berita.

Sebuah stasiun televisi akan selalu berusaha agar program berita yang ditayangkannya selalu diikuti oleh pemirsa. Untuk itu berita yang dapat diambil untuk disiarkan harus memenuhi beberapa persyaratan antara lain: penting, berhubungan dengan keamanan, berhubungan dengan uang, berisi tentang hal-hal yang mengganggu, dan menarik. (Morisan 2004: 32)

Berita televisi ditulis untuk telinga pendengar bukan pembaca. Wartawan harus mampu menulis naskah yang dapat dibaca dengan nyaring, bergaya bahasa layaknya sebuah percakapan dan mudah dipahami. Hal itu karena sekali sebuah informasi disampaikan khalayak tidak bisa mundur atau mengulangnya lagi untuk dapat memahami informasi tersebut. Selain itu, wartawan wartawan televisi juga harus mampu menyelaraskan bunyi kata-kata yang mereka sampaikan. Harus ada pula keselarasan antara jeda dan irama agar tidak membingungkan para pemirsanya.

Seorang wartawan televisi harus bisa mengetahui gambar video apa yang sesuai dengan berita yang akan disampaikan sebelum mulai menulis. Mereka harus yakin bahwa gambar video yang ada cocok dengan isi berita yang mereka sampaikan. Kesalahan penempatan gambar atau ketidaksesuaian antara gambar dengan isi berita dapat berakibat fatal, karena pemirsa lebih mengingat apa yang mereka lihat ketimbang apa yang mereka dengar.

Gambar dan narasi berita yang disampaikan haruslah saling melengkapi dan tidak tumpang tindih. Artinya tidaklah berguna sebuah narasi untuk disampaikan

apabila sudah ditampilkan dalam bentuk gambar. Narasi sebaiknya berisi sesuatu yang belum terdapat pada gambar video dan berfungsi untuk melengkapinya. (Potter. 2006: 43)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Sehingga, penelitian ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Sering terjadi, penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoretis untuk menjelaskannya. (Rakhmat, 2007:24).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknis analisis isi (*content analysis*). Analisis isi memungkinkan bagi peneliti untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang berbentuk lambang. Metode ini juga dapat dilakukan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi.

Menurut Holsti dan Stone, analisis isi adalah sebuah tehnik penelitian untuk membuat referensi-referensi dengan mengidentifikasi secara sistematis dan obyektif karakteristik-karakteristik khusus dalam sebuah teks. Sementara Klaus Krippendorff mendefinisikan analisis isi sebagai suatu tehnik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. (Krippendorff. 1993:15)

Untuk menghasilkan data yang sesuai dengan uji kehandalan salah satunya dapat dilakukan dengan mengukur stabilitas. Hal itu merupakan derajat sejauh mana sebuah proses

tidak berbeda atau tidak berubah sepanjang waktu. Stabilitas menjadi manifest di bawah kondisi test-retest, dimana seorang pengkode yang sama diminta mengkode serangkaian data dua kali pada saat yang berlainan.

PEMBAHASAN

Dalam menjalankan penelitian ini, batasan yang digunakan oleh peneliti untuk diukur, diteliti dan digali adalah:

1. Akurat artinya, benar dalam memberikan kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai oleh penyajian detail-detail fakta dan oleh tekanan yang diberikan pada fakta-faktanya.
2. Lengkap artinya, berita harus didukung oleh semua fakta-fakta yang relevan.
3. Adil dan berimbang artinya, harus ada porsi yang seimbang antara pihak-pihak yang berkepentingan dalam menyampaikan fakta atau opininya.
4. Obyektif artinya, sebuah berita harus sesuai dengan kenyataan dan bebas dari prasangka wartawan
5. Ringkas dan jelas artinya berita harus mudah dipahami dan tidak menggunakan bahasa yang berbelit belit.
6. Hangat artinya, berita harus memuat peristiwa yang sedang terjadi secara cepat.

Kemudian dari batasan itu dibuat definisi operasional supaya dapat diaplikasikan dalam bentuk koding. Setelah dilakukan proses koding, hasilnya adalah terdapat pelanggaran pada setiap unsur-unsur produk jurnalistik yang harus dipenuhi Insert Investigasi. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram berikut.

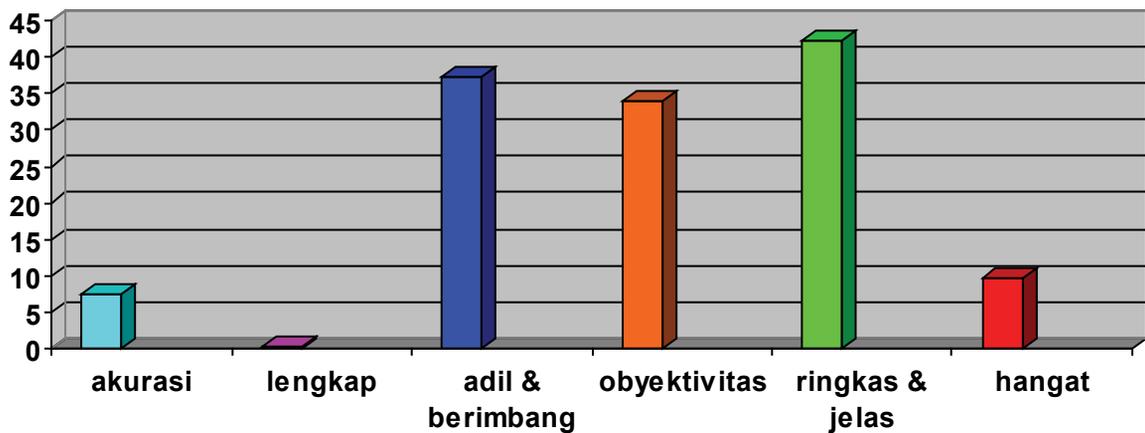


Diagram tingkat pelanggaran Insert Investigasi pada unsur-unsur jurnalistik.

Dari diagram analisa data tersebut dapat dilihat bahwa terdapat Unsur produk jurnalistik yang paling sering tidak diterapkan dalam Insert Investigasi adalah unsur ringkas dan jelas yaitu sebanyak 42,15 % dari seluruh kata dalam narasi Insert Investigasi pada Bulan Februari 2008. Sementara unsur yang paling sedikit tidak terpenuhi adalah unsur hangat 9,66 % dari seluruh kata dalam narasi Insert Investigasi pada Bulan Februari 2008.

Tidak dipenuhinya kualitas unsur-unsur produk jurnalistik tersebut menunjukkan Insert Investigasi yang dalam penelitian ini mewakili infotainment belum layak disebut sebagai sebuah produk jurnalistik. Apalagi informasi yang disajikan tidak dihasilkan oleh para wartawan profesional, melainkan oleh sebuah tim kreatif. Padahal butuh pemahaman mengenai dasar-dasar jurnalistik, etika dan prinsip-prinsip jurnalisme yang dipahami wartawan untuk menghasilkan sebuah produk jurnalistik.

KESIMPULAN

Setelah menyelesaikan penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa infotainment tidak layak disebut sebagai sebuah produk jurnalistik. Alasannya adalah karena terdapat pelanggaran pada seluruh unsur yang seharusnya dipenuhi oleh produk jurnalistik. Apalagi pembuatan informasi yang disampaikan tidak dihasilkan oleh para wartawan yang mengerti dasar-dasar jurnalistik, melainkan dikerjakan oleh sebuah tim kreatif.

Akibatnya produk infotainment lebih cenderung berfungsi sebagai sarana kreatifitas sebuah stasiun televisi daripada memenuhi fungsi jurnalisme yang mengatasnamakan kepentingan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- BP2i. Observasi Vol. 4, No.2, Th. 2006. *Menggugat Infotainment*
- Gaines. C William. 2007. *Laporan Invesigasi Untuk Media Cetak Dan Siaran*. Jakarta: Institut Arus

Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Jakarta.

Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press

Kovach Bill & Rosentiel Tom. 2004. *Elemen-Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Institut Arus Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Jakarta.

Krippendorff Klaus. 1993. *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kusumaningrat Hikmat & Kusumaningrat Purnama. 2006. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Morissan. 2004. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Bogor: Ghalia Indonesia

Potter Deborah. 2006. *Buku Pegangan Jurnalisme Independen*. Jakarta: Institut Arus Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Jakarta.

Rakhmat Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Syahputra Iswandi. 2006. *Jurnalistik Infotainment: Kancab Baru Jurnalistik Dalam Industri Televisi*. Yogyakarta: Pilar Media

Suhandang Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk & Kode Etik*. Bandung: Nuansa

Laporan Kuliah Kerja Komunikasi Ilmu Komunikasi FISIP UNS

Pitaloka Gita. 2005. *Laporan Akhir Kuliah Kerja Komunikasi 2005 Peran Tim Kreatif Dalam Produksi Acara Insert Trans TV*.

Koran

Tempo, 27 Mei 2008

Internet

www.transtv.co.id

communicare-santi.blogspot.com

www.semestanet.com

ashadisiregar.files.wordpress.com

www.id.wikipedia.org/wiki/insert

<http://defickry.wordpress.com/2007/11/30/jurnalisme-infotainment-antara-etika-dan-fakta>

http://ekewenats.blogspot.com/2006_12_31_archive.html

<http://www.mediaindo.co.id/berita.asp?id=74002>