

P U S A T I N F O R M A S I K O M P A S
Palmerah Selatan 26 - 28 Jakarta, 10270
Telp. 5347710, 5347720, 5347730, 5302200
Fax. 5347743

=====
KOMPAS Rabu, 04-05-2005. Halaman: 41

RIAS WAJAH DI TUBUH SEKARAT?

Enin Supriyanto

"There was plenty to occupy his time, even if he (Dr Heywood Floyd) did nothing but sit and read. When he tired of official reports and memoranda and minutes, he would plug his foolscap-sized newspad into the ship's information circuit and scan the latest reports from Earth. One by one he would conjure up the world's major electronic newspapers."

2001: A Space Odyssey,
Arthur C Clarke, 1968

BARU saja kita memasuki alaf baru, pada 29 November 2001 Time Inc menutup salah satu penerbitan yang selama ini melayani pembaca media berita berbahasa Inggris di kawasan Asia. Penerbitan Asiaweek-majalah mingguan yang cukup berwibawa di kalangan bisnis dan politik kawasan ini-tiba-tiba dihentikan, meninggalkan pelanggan setianya yang berjumlah lebih kurang 120.000 orang. Asiaweek terbit sejak 1975. Bukan usia yang singkat juga untuk sebuah penerbitan di kawasan ini. Persaingan bisnis dan mendung perekonomian Asia yang menyebabkan perolehan iklan majalah ini merosot drastis dalam sepuluh tahun terakhir masa hidupnya adalah alasan utama yang dikemukakan pihak Time Inc. ketika menutup Asiaweek.

PESAING dekatnya, Far Eastern Economic Review, milik kelompok usaha Dow Jones & Co, alih-alih mendapat berkah dengan meraup pangsa pasar yang ditinggalkan Asiaweek malah menyusul tutup di penghujung 2004 lalu. Majalah ini juga telah membangun reputasi tersendiri di kawasan Asia-Pasifik dan telah beroperasi lebih dari setengah abad (terbit pertama kali tahun 1946), jauh lebih tua ketimbang mingguan Tempo di Indonesia.

Jadi, dalam waktu berdekatan, dua mingguan berita berbahasa Inggris terbesar dan terbaik di kawasan Asia dengan reputasi jurnalistik tepercaya tutup begitu saja. Saat ini Asiaweek hanya ada di internet, daring (online), sedangkan FEER jadi jurnal bulanan untuk kalangan pelanggan dan pembaca yang terbatas.

Beberapa tahun lebih awal majalah Tempo juga terpaksa berhenti terbit dengan alasan sama sekali berbeda. Menyusul pembredelan itu, sejumlah redaktur Tempo cepat berinisiatif berusaha menjaga semangat Tempo tetap hidup sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia oleh teknologi baru internet melahirkan Tempointeraktif.

Apa yang sebenarnya terjadi? Inikah tanda-tanda berakhirnya peran media berita cetak, seperti yang sudah mulai diributkan sejumlah pemerhati media sejak pertengahan 1990-an mengiringi kemunculan internet? Benarkah faktor perkembangan teknologi ini jadi penentu yang mematikan media cetak?

Kita bisa bertanya-tanya juga, misalnya, mengapa setelah syarat SIUPP dicabut, ancaman bredel hilang, majalah berita dan koran berita ikut hilang di Indonesia? Apakah demokrasi tak lagi membutuhkan pers yang menyelidik dan memeriksa berbagai soal dan, sekaligus dengan itu, menjaga kelangsungan demokrasi?

DATANGNYA jenis teknologi informasi baru yang berkaitan dengan percepatan pertukaran dan penyebaran informasi di awal alaf baru ini adalah gelombang dahsyat yang segera akan mengubah sepenuhnya cara-cara kita mengolah, menyampaikan, menerima, dan mengunyah berita atau informasi pada umumnya.

Perkembangan teknologi informasi yang lebih mutakhir, yang lebih mampu menyingkat, meringkas, dan merangkum ruang-waktu pengalaman keseharian manusia modern selalu jadi ancaman bagi kelangsungan media berita cetak yang sudah berusia ribuan tahun itu. Radio dan televisi sudah melakukannya lebih dari setengah abad lalu. Di tengah semua itu, setidaknya sampai hari ini media cetak masih terus bertahan. Ada yang berkeyakinan bahwa setiap teknologi baru tidak akan serta-merta memusnahkan teknologi yang lampau. Meski demikian, dalam hukum percepatan perkembangan teknologi, yang lampau itu akan segera jadi usang, mahal, dan langka ongkos pengadaan dan pemeliharannya. Mempertahankannya boleh dan bisa saja. Mungkin atas nama romantisme masa lalu atau memang ingin menjadikannya sebagai semacam anakronisme sejarah, seperti ngotot mempertahankan moda angkutan bertenaga hewan atau otot manusia di tengah lalu lintas kota Jakarta yang penuh jalan tol.

Namun, ancaman terhadap media berita cetak itu dalam konteks perkembangan mutakhir di Indonesia tidak cuma datang dari arah teknologi informasi. Ancaman lain yang boleh jadi lebih serius justru datang dari dalam tubuh media berita pada umumnya. Pertama, jumlah media yang mempraktikkan jurnalisme berita makin berkurang jumlahnya. Kedua, dari yang sedikit itu, jurnalisme berita yang dipraktikkannya tampak makin kehilangan asas yang kukuh. Ada semacam krisis yang sedang melanda jurnalisme berita kita. Pada umumnya krisis ini sering kali dikenali secara terburu-buru sebagai "krisis bisnis" semata: menurunnya jumlah pembaca, berkurangnya perolehan iklan, beratnya persaingan dengan media berteknologi baru atau jenis media yang melulu lebih cantik, penuh warna dan menghibur.

Lebih jauh, krisis ini kemudian dicoba diatasi dengan mengubah-ubah penampilan fisik dari media cetak. Krisis bisnis dicoba diatasi secara grafis. Padahal, sangat mungkin persoalan penurunan jumlah pembaca, persaingan dengan media-media baru itu, berpangkal pada soal yang lebih strategis: menurunnya tingkat kredibilitas terhadap media berita di mata publik karena ia tidak lagi mempraktikkan kerja jurnalistik yang melayani kebutuhan-kebutuhan publik pembaca yang terus berubah di masa pascareformasi dan banjir teknologi informasi mutakhir ini. Krisis ini bukan lagi krisis bisnis, apalagi krisis rancangan grafis.

DALAM bukunya Sembilan Elemen Jurnalisme, Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (Pantau, 2001) melakukan penelitian mendalam untuk mengenali gejala-gejala yang bisa dianggap sebagai petunjuk runtuhnya kredibilitas media cetak di Amerika Serikat, sebuah krisis umum jurnalisme di AS yang berlangsung sejak dekade 1980-an. Sekaligus, mereka menawarkan sejumlah gagasan mengatasi krisis tersebut.

Penelitian itu menunjukkan turunnya tingkat kepercayaan publik di AS terhadap tiga peran pokok pers. Bahwa: (1) kepercayaan rakyat Amerika Serikat menurun kepada pers sebagai lembaga yang peduli pada kepentingan rakyat, dari 41 persen di tahun 1985 menjadi 21 persen di tahun 1999. (2) Kepercayaan pada pers sebagai anjing penjaga terhadap perilaku birokrasi dan pemerintahan turun dari 67 persen di tahun 1985 menjadi 58 persen di tahun 1999. (3) Hal serupa terjadi dalam ihwal peran pers sebagai penjaga demokrasi, dari 55 persen turun jadi 45 persen. Ini adalah pengalaman AS dengan tradisi ratusan tahun

dalam soal pers bebas.

Bill Kovach memang punya pandangan jelas tentang keberpihakan dan peran pers. Baginya, pers yang baik dan sehat adalah jaminan bagi terbentuknya komunitas yang sehat, demokratis, tercukupi kebutuhan akan informasi yang benar dan lengkap untuk bisa mengambil sikap dan keputusan dalam mengatur kehidupan komunitasnya. Di zaman ini ia melihat ada sejumlah perkembangan baru yang jadi penggerak perubahan peranan jurnalisisme dalam hal pengembangan komunitas demokratis.

Pertama, perkembangan teknologi komunikasi. Khusus untuk satu dekade terakhir ini: internet. Tentu saja media cetak sudah lebih dahulu mengalami gempuran teknologi baru komunikasi, radio, dan televisi di separuh abad lalu. Namun, luasnya cakupan perubahan yang dibawa internet di masa sekarang ini jauh melampaui televisi dan radio di masa sebelumnya. Dalam pandangan Bill Kovach, internet telah dengan nyata memisahkan jurnalisisme dari batasan geografi dan komunitas masyarakat konvensional. Internet juga memberi porsi yang lebih aktif kepada setiap orang untuk menjadi prosumen, jenis hibrida produsen-konsumen, yang mengolah, menyiarkan, sekaligus melahap segala bentuk jasa-produk jurnalistik.

Internet juga menyediakan ruang berita yang jauh lebih besar ketimbang media cetak mana pun. Tanpa pembatasan halaman, media berita semisal International Herald Tribune versi internet bisa menghadirkan laporan tentang peranan penting Paus Yohanes Paulus II dalam dunia politik internasional secara sangat terperinci, dalam, lengkap, dan sangat panjang. Laporan sepanjang dan selengkap itu tidak mungkin dilakukan di media cetak dengan jumlah halaman terbatas. Adapun di internet, laporan ini bisa lengkap, berlanjut, saling terkait melalui jaringan hyperlink.

Dalam konteks perkembangan jaringan internet di Indonesia, kita bisa membantah soal ini dengan mengatakan bahwa teknologi ini masih jauh dari jangkauan masyarakat luas. Baik perangkat lunak maupun keras, kita masih tertinggal jauh di belakang dibandingkan dengan negara makmur macam AS. Namun, perlu kita ingat juga bahwa percepatan perkembangan teknologi, pemanfaatan dan penyebarannya, bisa melesat segesit dan secepat pesawat bermesin jet yang meninggalkan asap di buntutnya sebagai bagian masa lalu. Telepon seluler belasan tahun lalu adalah kemewahan yang langka bagi banyak orang. Kini, dari eksekutif perusahaan, pejabat tinggi, pegawai, ibu rumah tangga, penjual gorengan di pasar, kuli bangunan, pembantu rumah tangga di segenap pelosok sudah menggenggamnya. Mereka kini dengan mudah bertukar berita, cerita, canda, gunjingan, melalui pesan singkat, SMS. Semuanya cukup dengan kegesitan jempol di tombol ponsel.

Pelan-pelan internet juga mulai terjangkau melalui warnet. Proyeksi terakhir yang dihitung oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, dengan asumsi pertumbuhan rata-rata 30 persen di tahun 2004, sampai akhir tahun 2005 jumlah pengguna jasa internet akan mencapai angka 16.000.000 orang. Ini jelas potensi pasar media yang sangat besar dibandingkan dengan pasar media cetak selama ini.

Dalam pandangan Dan Okrent, mantan Pemimpin Redaksi Life, dan kini redaktur kepala kelompok media Time Inc, dalam suatu kesempatan ceramah di Jurusan Jurnalistik Universitas Columbia, New York, peralihan ke jurnalisisme digital itu tak terelakkan. Padahal, Dan Okrent tumbuh di tengah kerajaan media yang dibangun di atas tumpukan kertas dan lumuran tinta. Menurut Okrent, kecepatan dan percepatan teknologi akan terus melaju dan makin terjangkau baik jumlah maupun harganya. Soal kedua-"media lama" itu: surat kabar, majalah, buku-akan makin mahal harganya, baik karena ongkos produksi maupun distribusinya. Secara ekonomis media lama itu akan sulit bersaing. Hal penting yang perlu dicatat bahwa Dan Okrent, senyampang meramalkan kematian media cetak, tetap menegaskan satu hal: wadah atau bentuk media berita cepat atau lambat akan berubah, berganti,

tetapi tidak mengubah apalagi menghilangkan prinsip-prinsip kerja jurnalisme berita yang mengisinya.

Kedua, globalisasi. Saat ini jangkauan kekuasaan perusahaan komunikasi raksasa makin luas. Dalam sorot terang modal dan niaga, tak ada lagi batas jelas dalam soal kewarganegaraan dan komunitas. Dalam kaitannya dengan jurnalisme berita, perkara ini bisa memicu sejumlah ketimpangan arus informasi dan pilihan berita. Jaringan perusahaan komunikasi raksasa dengan pertimbangan mereka sendiri akhirnya bisa dengan mudah membanjiri dunia dengan sepilihan berita dan cara pandang tertentu, demi luasnya jumlah pemirsa meski soal itu tak terkait langsung dengan berbagai kepentingan publik di wilayah geografis tertentu. Begitulah, sejumlah jaringan media yang berjangkauan global bisa memilih pokok berita tentang kematian Terri Schiavo, misalnya, dan kemudian berita itulah yang segera menyita perhatian, waktu, dan emosi sebanyak-banyaknya manusia di dunia, betapa jauh pun jarak minat dan kepentingan hidupnya terhadap soal tersebut.

Kepentingan-kepentingan bisnis besar mulai masuk ke dalam bisnis media. Dibandingkan dengan dua atau tiga dekade lalu, saat ini obyektivitas dan independensi yang jadi jiwa dan sandaran utama kerja pers bebas menghadapi kenyataan yang makin kompleks dan sulit untuk dijaga dalam praktik sehari-hari.

Dalam konteks industri jurnalistik di Indonesia saat ini-terkait juga dengan pokok ketiga di bawah nanti-kita dengan jelas melihat bagaimana kepentingan bisnis jadi pendorong terbitnya berbagai majalah dan tabloid baru bermodalkan lisensi dari luar negeri. Tanpa harus menyusun konsep yang menganalisis soal-soal yang menyangkut kepentingan komunitasnya, tanpa harus menerapkan standar kerja jurnalistik yang ketat dan terlatih, sejumlah majalah bisa langsung terbit dan laku, disokong oleh jaringan distribusi dan penjualan yang kuat. Mungkin kita tak perlu menunggu lama bahwa sumber daya jurnalistik kita akan menurun peringkat dan keahliannya hanya jadi penerjemah, penyunting, dan juru potret amatir. Kalau mau lebih jauh lagi, dari segi tata letak wajah dan rancang grafis, tak ada tantangan dan sumbangan berarti dari terbitan jenis lisensi ini. Seluruh konsep jurnalistik yang hendak dihadirkan, gaya penulisan, pendekatan artistik, tipografi, bahkan kualitas cetaknya telah ditetapkan dari induk penerbitannya.

Ketiga, konglomerasi. Kritik paling umum terhadap jaringan usaha komunikasi dan informasi yang terkonsentrasi di satu kelompok usaha tertentu adalah bahwa ia adalah sejenis monopoli yang bisa dengan mudah mengatur, mengarahkan berbagai informasi semata untuk memenuhi dan melindungi kepentingan kelompok tersebut. Singkatnya, akses publik terhadap informasi yang beragam, tetapi sekaligus juga benar bisa makin sempit dan sulit dijangkau. Pengkritik paling keras terhadap soal ini, Edward S Herman dan Noam Chomsky (*Manufacturing Consent*, Pantheon Books, 1988), dengan berbagai data dan fakta berusaha menunjukkan beragam bentuk manipulasi informasi dan propaganda tersembunyi yang dijalankan oleh para raksasa informasi dan komunikasi ini.

Kepentingan bisnis konglomerasi ini juga melakukan seleksi dan pabrikasi jenis informasi yang mereka sebar luaskan. Secara jurnalistik ini secara langsung mematikan jurnalisme berita. Dalam catatan Bill Kovach, sumbangan ABC News dalam jaringan usaha konglomerat Disney Inc tak lebih cuma 2 persen beberapa tahun terakhir ini. Kontribusi berita sebagai sumber keuntungan dalam kelompok usaha Time Inc yang kini bergabung dengan AOL Time-Warner juga tak jauh dari angka persentase itu.

Secara umum bisa dikatakan bahwa dalam alaf baru ini jurnalisme berita telah mulai dikalahkan oleh jurnalisme tabloid dan infotainment. Hal yang sama sebenarnya juga terjadi di Indonesia:

jumlah penerbitan berita makin berkurang, dengan jumlah pembaca yang memang sudah kalah jauh dibandingkan dengan penerbitan hiburan; bertambahnya stasiun televisi melulu diikuti dengan naiknya jumlah tontonan hiburan (sinetron, infotainment) dan tergesernya berita. Data-data dari Media Scene terbitan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) menunjukkan bagaimana hampir di semua stasiun televisi, 30 teratas acara yang banyak penontonnya-sekaligus diserbu iklan-90 persen lebih adalah sinetron dalam kurun 2003-2004.

Bill Kovach, meminjam pengamatan Leo Braudy, profesor Bahasa Inggris dari Universitas California Selatan, menyatakan bahwa infotainment dan tabloidisme bekerja dengan teknik manipulatif di mana berita menjadi hiburan dan hiburan menjadi berita. Ini bahkan sudah melanda dua mingguan berita terkemuka AS, Time dan Newsweek. Laporan utama mereka, yang bisa terlihat dari tampilan tokoh di sampul depan mereka, secara signifikan menunjukkan peralihan dari dominasi tokoh politik/pemerintahan menjadi tokoh pesohor, selebriti, dari dunia hiburan.

Perubahan ini sempat juga terkait dengan soal tata letak dan tata muka. Sejumlah surat kabar dan majalah di AS pada dasawarsa 1980-an ramai-ramai mengubah perwajahan mereka ketika menghadapi krisis turunnya jumlah pembaca. Tak satu pun, dalam pandangan Bill Kovach, yang berpikir tentang hal yang lebih strategis, misalnya, dengan mulai menerapkan dan mengembangkan jurnalisme naratif atau jurnalisme investigatif untuk berita-berita pokok yang mereka siarkan. Dari sisi rancang grafis, Paula Scher, perancang grafis terkemuka yang ikut merancang The New York Time Magazine, dalam bukunya Make it Bigger (Princeton Architectural Press, 2002) menyatakan bahwa perancang di era 1980-an itu telah mengaburkan pengertian perancangan, desain, dengan gaya. Itu sebabnya mereka tak sampai pada pemikiran strategis karena desain adalah perkara pemecahan masalah, solusi, sedang gaya hanya sibuk dengan penampilan. Dengan kata lain, masalah suatu produk penerbitan sering kali tidak terkait dengan persoalan rancangan grafisnya. Lebih sering masalahnya adalah, lagi-lagi, kualitas karya jurnalistik yang ingin dikembangkan.

Berkaitan dengan itu saya mengamati bahwa dalam dua bulan terakhir ini mingguan Time versi Asia lebih banyak menampilkan laporan utama yang tidak terkait dengan soal sosial-politik internasional ataupun regional. Laporan utama mereka, kira-kira kalau memakai pembagian rubrik majalah berita Tempo di Indonesia, pantas masuk Selingan. Sekadar contoh: "The Science of Happiness" (Time edisi 28 Februari 2005, tentang cara pandang baru psikologi terhadap "kebahagiaan"), "The Butt Stops Here" (Time edisi 7 Maret 2005, tentang meningkatnya kesadaran dan gerakan antimerokok di kawasan Asia, tetapi sama sekali tidak mengulas kritis sisi industrinya), "Hail Mary" (Time edisi 21 Maret 2005, tentang perubahan pandangan kalangan Kristen non-Katolik tentang peran Bunda Maria di AS), dan "The Math Myth" (Time edisi 28 Maret 2005, hasil penelitian mutakhir soal kemampuan otak perempuan).

Laporan-laporan itu tampak seperti hasil pilihan bahwa minggu ini "tidak ada peristiwa penting". Tentu saja laporan itu semua ditulis dengan newstack, kemasan berita, yang terjaga. Ada hal-hal "baru" dalam tiap soal yang dibahas. Dengan berita semacam ini, dari segi perwajahan bergaya poster yang selama ini dianut Time, terbuka kesempatan untuk perancangan grafis yang lebih artistik. Pada umumnya setiap kali sebuah rancangan sampul majalah bisa sedikit terbebas dari "tanggung jawab jurnalistik" yang kaku, saat ia tidak harus menampilkan fakta semata, rancangan grafisnya bisa berkembang secara artistik. Demikianlah adanya. Tanggung jawab jurnalistik itu sepentasnya memang wilayah berita, wilayah isi.

PERTUMBUHAN media cetak, khususnya majalah dan tabloid, belakangan ini bisa dengan jelas menunjukkan bagaimana kuatnya prinsip infotainment ini juga melanda industri pers cetak dan elektronik kita. Dengan mudah kita bisa melihat bagaimana wajah, sosok, dan gaya para selebriti merasuk di halaman-halaman majalah, nampang di sampul atau halaman terdepan. Dunia jurnalistik kita sedang mengalami selebritisasi.

Namun, apakah dosa selebritisasi, infotainment, tabloidisme yang sedang melanda dunia kerja jurnalistik kita ini?

Kembali saya pinjam argumen Bill Kovach. Pertama, gelontoran cerita sepele dan hiburan terus-menerus akan mengakibatkan pudarnya selera dan pengharapan orang terhadap hal-hal lain (yang lebih penting). Soal ini akan makin besar artinya kalau kita menimbang bahwa tak banyak orang yang punya keleluasan mencari berbagai alternatif saluran informasi yang lain jenis dan isinya.

Kedua, strategi infotainment dapat menggerus otoritas organisasi berita menyampaikan berita yang lebih serius, sekaligus menjauhkan pemirsa yang menginginkannya. Saya telah menyinggung soal ini di depan: kecilnya jumlah penonton yang menonton siaran berita di televisi-televisi kita, yang pada akhirnya menyebabkan kecilnya prioritas dan perhatian bagi pengembangan jurnalisme berita di dalam jaringan usaha media pemilik stasiun TV.

Ketiga, sebagai strategi bisnis, infotainment adalah strategi yang keliru. Mengubah berita jadi hiburan sebenarnya dilakukan dengan cara meminjam kekuatan media lainnya dan bukannya menggunakan kekuatan media itu sendiri. Dengan cara lain bisa dikatakan bahwa sedang berlaku "logika" yang terbalik dalam dunia jurnalistik kita belakangan ini: alih-alih percaya bahwa ia punya kekuatan untuk melahirkan bintang, media berita sekarang justru mengemis pada bintang untuk menerangi nasibnya.

Saya kira itulah sedikit dari sejumlah persoalan serius yang sedang melanda dunia jurnalistik kita. Saya hanya mencoba mengajak kita mulai merenungkannya. Merosotnya peran media berita belakangan ini mungkin bisa dibaca secara umum sebagai merosotnya kredibilitas terhadap peran pers, justru setelah reformasi mencabut sejumlah ancaman terhadap kebebasan pers. Dugaan umum bahwa keterbukaan akan meledakkan jumlah media berita hanya terbukti di beberapa tahun awal setelah reformasi 1998. Satu per satu penerbitan berita itu rontok, ditinggal pembaca. Yang menjamur justru jenis media hiburan, gaya hidup, dan gunjingan perilaku pesohor. Di tengah serbuan itu media cetak yang memuat jurnalisme berita yang bermutu tampak seperti sosok yang sekarat.

Kita bisa saja menganggap kekhawatiran Bill Kovach berlebihan. Setidaknya dalam konteks pengalaman demokrasi di AS yang telah berusia ratusan tahun itu, ada banyak pranata sosial-politik lain di samping pers bebas-perguruan tinggi dengan tradisi penelitiannya yang ketat, lembaga hukum yang independen, misalnya-terus membina dan menjaga demokrasi. Kekhawatiran Kovach, bagi saya, justru terasa sangat relevan dengan kondisi kita di Indonesia. Demokrasi baru saja tumbuh, sisa-sisa kekuatan politik lama yang antidemokrasi masih kuat posisinya. Sementara itu, jurnalisme yang teguh menjalankan peranannya sebagai penyampai informasi yang jelas, akurat, benar, penyebar opini yang jernih, kritis dan bisa dipertanggungjawabkan, masih belum kukuh sebagai tradisi di sini. Konglomerasi yang getolnya cuma menghitung laba ikut menggempur jurnalisme berita yang goyah itu dengan serbuan sukses bisnis media bercorak infotainment dan tabloidisme.

Tentu banyak penerbit yang akan bilang bahwa pers adalah lembaga bisnis, usaha niaga yang layak dan harus mengejar laba. Kiranya kita dapat membuat semacam garis batas antara dua hal ini: (melulu) untung atau tersebar luas dan dipercaya masyarakat luas. Sebuah penerbitan

pers yang sejak awal memilih menjalankan jurnalisme berita yang baik dan benar kiranya punya semacam keyakinan, misi, atau katakanlah sejenis "ideologi" yang ingin dibelanya. Demikianlah pers itu meyakini kedudukan dan peranannya untuk kemudian menempuh berbagai cara terbaik-termasuk kecerdasan memasarkan produknya-agar informasi, berita, analisis yang mereka yakini sebagai baik dan benar serta pantas diketahui masyarakat bisa tersebar seluas-luasnya. Soal terakhir ini jelas tidak sama-sebangun dengan laku keras dan untung besar. Jika sejak awal melulu menumpuk laba yang jadi sikap dasar, menerbitkan sebuah majalah berita dengan segala tanggung jawab sosial-politiknya jelas bukan pilihan tepat. Menerbitkan majalah sejenis Playboy atau Hustler tentu lebih menjanjikan laba.

Saat ini kita juga menyaksikan kenyataan bertikainya sejumlah media berita dengan pihak atau kelompok kepentingan tertentu di masyarakat-seperti majalah Tempo vs Tomy Winata, misalnya- yang sebenarnya tidak sekadar menunjukkan kenyataan bahwa kekuatan-kekuatan tertentu di luar negara bisa jadi ancaman terhadap kebebasan pers. Pertikaian ini bisa juga dibaca sebagai pengingat bahwa pers perlu merumuskan ulang prinsip kerja dan peranannya di tengah perjalanan demokratisasi. Pers juga perlu membentengi dirinya kembali dengan hukum besi verifikasi fakta sebagai dasar dalam menyusun laporan atau juga opini yang kritis dan jernih untuk bisa berdiri tegak melindungi kepentingan publik.

Mungkin ada baiknya jika upaya semacam yang dilakukan Bill Kovach dan kawan-kawan dengan Committee for Concerned Journalist atau juga Project for Excellence in Journalism itu dihadirkan di Indonesia. Mereka yang percaya pada peranan sosial-politik jurnalisme berita-dalam industri pers kita, jika masih ada-bisa mengambil peran penting di dalamnya. Merias wajah saja pastilah tidak cukup untuk menghadapi tantangan-tantangan baru dunia jurnalistik di republik yang baru belajar demokrasi ini.

ENIN SUPRIYANTO

Pengamat Seni Rupa

(Sebagian Esai Ini Pernah Disampaikan dalam Diskusi Acara Pendamping Pameran Gambar-Illustrasi Karya (Alm) S Prinka dan Perwajahan Tempo, Ketika Kabar Itu Terdengar, di Teater Utan Kayu akhir Maret 2005.)
Ilustrasi:

Karya: Made Wianta, tahun 2004