

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL *NEWS DEPARTMENT* DI NET (*NEWS AND ENTERTAINMENT TELEVISION*) DALAM PENGELOLAAN *CITIZEN JOURNALISM***

*News Department Education Policy in Net (News and Entertainment Television) in Management of Citizen Journalism*

**Natalia Frederika Honsujaya<sup>1</sup>, Abdul Gafar<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar (natalia\_frederika@yahoo.com)

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar (lovelygafar@yahoo.com)

**ARTICLE INFO**

**Keywords:**

*Editorial Policy; NET; Citizen Journalism*

**Katakunci:**

*Kebijakan Redaksional; NET; Citizen Journalism*

**How to cite:**

*Honsujaya, N. F., & Gafar, A. (2019). Kebijakan Redaksional News Department di NET (News And Entertainment Television) dalam Pengelolaan Citizen Journalism. Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 41-58.*

**ABSTRACT**

*The purpose of the research are: (1) to acknowledge the editorial policy of the Citizen Journalism incoming video to NET; (2) to acknowledge the factors to be considered in selecting Citizen Journalism incoming video; (3) to acknowledge the mechanism of action of the editors in selecting Citizen Journalism incoming video. This research is in Jakarta. The informants of this research is one of the producers NET CJ and NET CJ members. The informants in this research are selected by employing purposive sampling technique. The method that is used in this research is qualitative descriptive research. The primary data is done by in-depth interviews and secondary data obtained through observation and documents that can be personal letters, diaries, official documents internally and externally. The data collected was presented in narrative form, frame or image is analyzed qualitatively descriptive to interpret data using scientific or logic level. The result of this research shows that the editorial policy on citizen journalism all refer to the Code of Conduct of Broadcasters and Broadcast Program Standards (P3SPS) issued by KPI and regulations issued by the Press Council. Based on this study also note that the editorial policy is in NET CJ consists of internal and external policy, which contains about how to set the criteria that must be met by the video coverage of the people to be served.*

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah : [1] Untuk mengetahui kebijakan redaksional terhadap video Citizen Journalism yang masuk ke NET; [2] Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menyeleksi video Citizen Journalism; [3] Untuk mengetahui mekanisme kerja redaksi dalam menyeleksi video Citizen Journalism. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta. Adapun informan penelitian ini adalah salah satu produser NET CJ dan tiga orang member NET CJ. Informan penelitian ditentukan dengan metode Non-Probability Sampling yaitu sampel dipilih sebagai informan berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu mampu memberikan data dan informasi yang

dibutuhkan yang menjadi target dalam penelitian ini. Tipe penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data primer dilakukan dengan metode wawancara mendalam dan data sekundernya didapatkan melalui observasi dan dokumen-dokumen yang dapat berupa surat pribadi, catatan harian, dokumen resmi internal maupun eksternal. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian, kerangka maupun gambar yang dianalisis secara kualitatif deskriptif yaitu melakukan penafsiran data dengan menggunakan tataran ilmiah atau logika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan redaksional pada citizen journalism berdasar pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh Dewan Pers. Berdasarkan penelitian ini juga diketahui bahwa kebijakan redaksional yang ada dalam NET CJ terdiri dari kebijakan internal dan juga eksternal yang berisi tentang bagaimana mengatur kriteria yang harus dipenuhi oleh video hasil liputan warga agar dapat ditayangkan. Kebijakan redaksional NET dalam pengelolaan citizen journalism adalah semua video harus mengandung unsure positive, fair dan balance.

Copyright © 2019. KAREBA. All rights reserved.

## 1. PENDAHULUAN

Istilah Jurnalisme Warga atau akrab disebut dengan *Citizen Journalism* menjadi sangat akrab di telinga kita akhir-akhir ini. Salah satu stasiun televisi baru yaitu NET (*News and Entertainment Television*) berhasil membuat *Citizen Journalism* menjadi begitu populer dan menyedot perhatian masyarakat. Video *Citizen Journalism* yang berasal dari kiriman masyarakat tampak menghiasi berbagai program *news* yang ada di NET.

Baik dari daerah hingga warga Indonesia yang berada di luar negeri pun berbondong-bondong mengirimkan video yang menurut mereka memiliki nilai berita untuk dikonsumsi publik melalui televisi. NET sukses kembali mengakrabkan istilah *Citizen Journalism* kepada kehidupan masyarakat Indonesia.

*Citizen Journalism* sebenarnya telah dikenal masyarakat sejak tahun 2007 setelah Metro TV berhasil dengan program *Citizen Journalism*-nya yaitu "*Wideshot*". *Citizen Journalism* sebelumnya lebih banyak ditemukan dalam bentuk tulisan di blog maupun situs yang disediakan oleh suatu lembaga. Namun *Citizen Journalism* yang populer sekarang sangatlah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih.

Seiring dengan kebebasan informasi, berita yang masuk ke stasiun televisi bukan lagi hanya berasal dari jurnalis yang memang bekerja di stasiun televisi bersangkutan, namun juga berasal dari kiriman masyarakat. Di zaman globalisasi seperti sekarang ini, setiap orang bisa melakukan hal-hal yang biasa dilakukan jurnalis tanpa harus berprofesi sebagai jurnalis. Inilah yang membuat para *Citizen Journalists* akhirnya punya ruang tersendiri untuk mengembangkan diri.

Hal-hal yang biasa dilakukan oleh jurnalis antara lain mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita melalui media massa kepada khalayak. Kini, siapa pun bisa melakukan hal-hal tersebut, bahkan oleh orang biasa sekalipun. Media massa yang makin berkembang dan canggih memungkinkan setiap orang melakukannya. Perkembangan perangkat elektronik juga mendukung pertumbuhan *Citizen Journalist*.

Dengan modal *handphone* saja, seseorang bisa merekam hingga mengedit video dalam satu perangkat. Setiap orang bisa dengan bebas dan mudahnya menyebarkan sesuatu yang mereka anggap

penting (berita) kepada khalayak. Dengan tersedianya akses media yang begitu luas dan semakin terbukanya kesempatan menjadi *citizen journalists*, maka setiap orang bisa melakukan kegiatan jurnalistik dan menyebarkan pada khalayak.

**NET** (*News and Entertainment Television*) adalah salah satu stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang resmi diluncurkan pada 26 Mei 2013. NET menggantikan siaran terestrial Spacetoon yang sebagian sahamnya telah diambil alih oleh Indika Group. Berbeda dengan *Spacetoon* yang acaranya ditujukan untuk anak-anak, program-program NET ditujukan kepada keluarga dan pemirsa muda.

NET merupakan salah satu dari beberapa stasiun televisi di Indonesia yang menyediakan ruang bagi para *Citizen Journalist* yang ingin berbagi informasi dalam bentuk video. NET juga menyediakan *website* khusus yang menampung berbagai video kiriman dari pemirsa. *Platform web Citizen Journalism* NET juga dilengkapi dengan pendaftaran anggota dan manajemen video pribadi oleh pengguna. Dalam kurun waktu 2 tahun, member *Citizen Journalism* NET sudah mencapai puluhan ribu, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Sebagai sebuah stasiun televisi, NET tentunya mempunyai kebijakan redaksional dalam menyaring dan menayangkan berita. Kebijakan Redaksional (*Editorial Policy*) adalah ketentuan yang disepakati oleh redaksi media massa tentang kriteria berita atau tulisan yang boleh dan tidak boleh dimuat atau disiarkan, juga kata, istilah, atau ungkapan yang tidak boleh dan boleh dipublikasikan, sesuai dengan visi dan misi media.

Dalam media radio atau TV, kebijakan redaksional soal penggunaan bahasa dituangkan dalam standar kata siaran. Kebijakan redaksional ditetapkan sebagai standar bagi wartawan dan penyiar demi menjaga ciri khas media sekaligus menjaga keseragaman bahasa di kalangan wartawan/penyiar. Tentunya kebijakan redaksi ini juga berlaku bagi video *Citizen Journalism* yang merupakan kiriman dari pemirsa yang bukan merupakan jurnalis resmi NET.

Tak jarang konten atau isi dari karya video *Citizen Journalism* tersebut tidak sejalan dengan kebijakan redaksi dari NET atau bahkan tidak sesuai dengan etika pers. Jika suatu media massa tidak memiliki kebijakan redaksi, dapat dipastikan bahwa beritanya tidak akan konsisten.

Untuk itulah proses seleksi oleh produser dan editor sangat dibutuhkan. Penyaringan berita harus dengan dasar pertimbangan yang ditetapkan bersama oleh pengelola media massa yang menyiarkan berita. Disiarkannya suatu peristiwa tidak semata-mata karena menarik dan tingkat kepentingan suatu berita, namun ada dasar pertimbangan yang bersifat ideologis, politis dan bisnis.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka penulis berminat untuk mengkaji lebih jauh tentang bagaimana kebijakan redaksional dalam mengelola video-video *Citizen Journalism* yang masuk ke meja redaksi.

## **2. KAJIAN LITERATUR**

### **2.1. Citizen Journalism**

Sekarang ini, banyak media berita *mainstream* khususnya televisi yang mengadopsi bentuk-bentuk partisipatif yang sebelumnya terlebih dahulu muncul dalam bentuk tulisan. Bentuk-bentuk partisipatif ini dikenal sebagai jurnalisme publik yang berupaya mengikutsertakan masyarakat secara aktif dalam proses pengumpulan berita. Dalam model jurnalisme publik, diskusi publik memungkinkan individu dalam masyarakat untuk secara langsung mempengaruhi liputan suatu berita.

Industri berita, kini mengalami perubahan besar. Nip (2006: 216-218) yang menunjukkan bahwa fase kedua jurnalisme publik telah hadir dan mengidentifikasi lima model yang ada, yaitu: jurnalisme tradisional, jurnalisme publik, jurnalisme interaktif, partisipatif jurnalisme, dan *citizen journalism*.

Penulis lain seperti Jarvis (2006) telah mengusulkan definisi alternatif yang berkaitan dengan media yang partisipatif. Dia menyebutnya jurnalisme jaringan, yang menjelaskan bagaimana profesional dan amatir bekerja sama untuk berbagi fakta, pertanyaan, dan perspektif untuk mendapatkan kisah nyata. Amatir ini sering dikatakan sebagai bagian dari generasi C. Mereka menghasilkan “*avalanche*” konsumen yang dihasilkan ‘konten’ yang membangun di Web.

Terlepas dari berbagai istilah alternatif yang ada, istilah *citizen journalism* sudah lebih dulu mendunia dan akrab di telinga masyarakat maupun pekerja media. Dengan perkembangan teknologi saat ini, siapa saja bisa menjadi seorang *citizen journalist*. Mengacu pada sumber dari beberapa penulis, jurnalisme yang ada sekarang sebenarnya dimulai oleh para non-profesional sekitar tahun 1960-an.

Perkembangan internet, membuat semuanya perlahan berubah begitu pula dengan jurnalisme. *Citizen Journalism* yang kita saksikan sekarang berakar dari konsep yang hadir di tahun 1980-an. Dimulai dengan munculnya *Fido News* yang membuka kesempatan untuk berkontribusi dalam bulletin online *Fido NET* (Mirvajova, 2014:152)

Orang-orang juga mulai bisa membuat *website* pribadi mereka untuk berbagi apa yang mereka pikirkan kepada banyak orang. Chris Anderson, seorang mahasiswa doktoral di *Columbia University*, menulis timeline yang berguna untuk jurnalisme warga meliputi munculnya situs pribadi serta peluncuran situs *Indymedia* pada tahun 1999 setelah protes WTO di Seattle tahun itu. Pada *Indymedia*, siapa pun dapat berbagi foto, teks dan video dengan aktivis lain dan dunia.

Munculnya istilah *Citizen Journalism* di tahun 2000-an sebenarnya adalah cara untuk menantang jurnalisme itu sendiri. Peningkatan besar terjadi pada awal abad 21 dimana muncul banyak versi online dari media *mainstream* yang ditujukan khusus untuk jurnalis amatir (*Current TV – 2005, iReport by CNN – 2006*).

Salah satu momen besar yang tidak pernah akan dilupakan dalam sejarah *Citizen Journalism* adalah serangan teroris yang terjadi 11 September 2001 atau lebih dikenal dengan serangan 11 September. Media *mainstream* saat itu seakan berburu informasi baik itu dari kesaksian saksi mata maupun dokumentasi orang-orang yang berada di sekitar lokasi kejadian. Semua itu dilakukan agar masyarakat memahami kebingungan dan kemarahan yang diakibatkan dari tragedi itu.

Pada awalnya, konten di *website* lebih terfokus bereaksi terhadap suatu berita. Tapi setelah peristiwa 11 September, banyak warga biasa menjadi saksi *on-the-spot* untuk serangan dan cerita dan gambar mereka menjadi bagian utama dari berita. Popularitas blogger politik, Glenn Reynolds yang menulis *Instapundit*, naik menjadi pengaruh besar dalam suasana setelah peristiwa 11 September.

*Citizen Journalism* berkembang pesat dengan munculnya berbagai portal di dunia maya dimana berbagai laporan dari *citizen journalist* di terbitkan. Mulai dari *Oh My News* di Korea Selatan, *American The Daily Me*, *The Latest*, *iReporter* on CNN atau *Global Voice* yang lebih sukses dibandingkan beberapa portal lainnya. Selain itu berbagai media social seperti *Facebook*, *Twitter* dan *MySpace* juga menjadi media alternatif lain bagi para *citizen journalist*.

## 2.2. Perbedaan Jurnalisme Warga dan Profesional

Meskipun sama-sama memakai istilah jurnalis, namun jurnalisme warga dan profesional memiliki beberapa perbedaan. Christopher H. Sterling menjelaskan beberapa perbedaan utama antara jurnalisme tradisional dan warga di *Encyclopedia of Journalism* (2009). Berdasarkan pendapat Sterling dalam

*Encyclopedia of Journalism* (2009) dan Mirvajova dalam *The Golden Age of Journalism* (2014), maka dapat disimpulkan lima perbedaan jurnalisme warga dan jurnalisme tradisional yaitu:

1) Sumber

Umumnya jurnalisme tradisional mendapatkan data primer dari wawancara dengan narasumber atau dokumen. Proses mendapat data primer ini tidak terlepas dari membawa nama besar suatu institusi tempat jurnalis tersebut bekerja. Sedangkan jurnalisme warga hanya mengandalkan pengalaman dan hubungannya dengan suatu obyek yang ingin dimintai data. Mereka lebih mengandalkan kerumunan untuk mendapatkan suatu berita. Namun dibalik semua itu, pendekatan jurnalisme warga yang dilakukan secara lebih manusiawi tanpa profesionalisme kerja membuat suatu berita menjadi lebih baik.

2) Batas antara fakta dan opini

Idealnya tidak boleh ada kalimat opini dalam suatu berita. Pemisahan antara fakta dan opini sekarang tidak begitu ketat. Namun untuk jurnalisme tradisional, kita masih dapat membagi mana berita dan mana opini. Umumnya pembagian yang ketat ini banyak kita temui pada surat kabar.

Hal ini berbeda jika dibandingkan dengan jurnalisme warga. Seperti yang dapat kita lihat pada artikel yang dipublikasikan oleh non-jurnalis, banyak didapati pencampuran antara fakta dan opini yang tidak beraturan. Opini dalam artikel jurnalisme warga lebih kuat daripada yang jurnalisme tradisional.

3) Khalayak

Jurnalis professional umumnya bekerja pada suatu media dimana media tersebut memiliki khalayak yang tidak sedikit. Secara otomatis, yang menikmati berita yang dihasilkan oleh jurnalis professional lebih banyak daripada jurnalis warga. Jurnalis warga umumnya memuat berita mereka pada blog atau *website* pribadi yang umumnya memiliki khalayak yang tidak banyak.

4) Sikap kebenaran

Semua jurnalis professional memiliki aturan hukum, kode etik, *internal rules*, dan prinsip dasar jurnalistik. Semuanya itu harus ditaati dan dipatuhi oleh seorang jurnalis professional. Kebenaran dari sebuah informasi juga menjadi hal yang fundamental dalam prinsip dasar menulis berita. Hal ini tidak berlaku bagi jurnalis warga. Jurnalis warga dapat menulis berita bohong atau kebalikan dari fakta yang ada. Menulis berita dengan tujuan mencemarkan nama baik seseorang menjadi wajar bagi jurnalis warga tapi bagi jurnalis professional dapat membuatnya menerima sanksi.

5) Kemandirian

Jurnalis warga yang tidak terikat pada peraturan seperti jurnalis professional membuat suatu konten menjadi independen dan tidak terpengaruh oleh pengusaha media maupun penguasa. Perusahaan besar seperti *Yahoo!* Dan *Google* punya ketertarikan besar terhadap jurnalis warga. Konten yang dibuat oleh jurnalis warga bahkan sudah mulai muncul di media *mainstream*. Namun kita masih harus mmpertimbangkan jika jurnalisme warga hanyalah alternatif dari jurnalisme tradisional dan tidak sepenuhnya independen.

### **2.3. Kebijakan Redaksional**

Sehubungan dengan kebijakan, Anderson (1984) dalam Agustino (2008:7) mendefinisikan kebijakan sebagai “serangkaian kegiatan yang mempunyai maksud/tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang aktor atau sekelompok aktor yang berhubungan dengan suatu permasalahan atau suatu hal yang diperhatikan”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak pada pemerintahan, organisasi dan kelompok sektor swasta, serta individu. Kebijakan hanya menjadi pedoman tindakan yang paling mungkin memperoleh hasil yang diinginkan.

Redaksional sendiri berasal dari kata redaksi yang berarti suatu bagian penting dalam organisasi media komunikasi massa yang tugas utamanya mengelola isi media massa baik cetak maupun elektronik. Redaksi dipimpin oleh seorang kepala bagian yang disebut pemimpin redaksi dan membawahi kepala departemen, eksekutif produser, produser, reporter, VJ dan asisten produser.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), redaksi adalah badan yang memilih dan menyusun tulisan yang akan dimasukkan ke dalam koran. Dalam redaksi terdapat struktur organisasi yang dapat dikatakan lebih sebagai struktur tim dalam satu produksi program atau acara, baik rekaman studio/luar studio maupun siaran langsung (Djamil & Fachruddin, 2013:91-92).

Kebijakan redaksional adalah pedoman (baik tertulis mau pun tidak tertulis) yang disepakati oleh redaksi media menjadi buku suci redaksi dalam mengelolah berita (mulai dari menentukan isu liputan, angel liputan, memilih narasumber, penugasan, sampai format penulisan dan sebagainya).

Dalam media elektronik, kebijakan redaksi soal penggunaan bahasa dituangkan dalam standar kata siaran. Kebijakan redaksional ditetapkan sebagai standar bagi para wartawan dan penyiar demi ciri khas media sekaligus menjaga keseragaman bahasa di kalangan wartawan/penyiar.

Kebijakan redaksi ini penting untuk menyikapi suatu peristiwa, karena dalam dunia pemberitaan yang terpenting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri. Apabila sebuah media tidak memiliki kebijakan redaksi, dapat dipastikan beritanya tidak akan konsisten.

### **2.4. Berita**

Berita adalah informasi yang penting dan/ atau menarik bagi khalayak audien. (Morissan, 2010:8). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ada beberapa pengertian berita diantaranya cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Berita juga diartikan sebagai kabar, laporan, dan pemberitahuan atau pengumuman.

Menurut Michael V. Charnley (dalam Onong Uchjana Effendy, 2003:131), ”Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting, atau keduanya bagi sejumlah besar penduduk”.

Berita itu berdasarkan data dari kejadian atau peristiwa, maka dibuatlah rumusan yang terdiri atas apa, siapa, dimana, kapan, mengapa dan bagaimana. Rumusan ini lebih populer dengan istilah 5W + 1H (*What, Who, Where, Why, When and How*).

Berita televisi pada hakekatnya sama dengan pengertian berita secara umum, namun berita televisi memiliki ciri-ciri yang khusus dan berbeda dengan media cetak. Ciri berita televisi sebagai berikut:

- 1) Berita televisi memiliki batasan waktu. Berita televisi berdurasi rata-rata 5 sampai dengan 30 menit dan harus mampu memuat banyak berita. Batasan waktu ini membuat berita televisi

menjadi sangat efektif artinya harus dipilih topik yang paling pantas untuk diangkat dalam siaran berita.

- 2) Berita televisi sebagian besar hanya dapat ditonton pada saat diudarakan saja. Khalayak dipaksa untuk memantau berita pada saat itu juga. Karena itu berita televisi dikhususkan kepada khalayak potensial yaitu mereka yang bisa menonton siaran berita pada jam penayangan dan memiliki minat khusus terhadap siaran berita.
- 3) Berita televisi mementingkan elemen visual sehingga berita yang dipilih sedapat mungkin memiliki visual yang baik dan memadai. Gambar-gambar yang baik akan menarik dan mengikat penonton serta memudahkan penafsiran pesan (berita) dan memudahkan mengikat pesan (berita).

## 2.5. Teori Gatekeeping

Dalam *Gatekeeping theory: An evolution* (2005), teori *gatekeeping* telah menjadi semakin canggih. Teori *gatekeeping* mulai mempertimbangkan rentang yang lebih luas dari tekanan eksternal dan karakteristik internal dari *gatekeeper* dan sistem yang mempekerjakannya. Teori *gatekeeping* telah memberikan kontribusi untuk teori kontrol sosial dan *agenda setting*.

*Gatekeeper* memutuskan informasi apa saja yang boleh ditransfer ke kelompok atau individu dan informasi apa yang tidak boleh. Teori *gatekeeping* merupakan peranan para *gatekeeper*, yaitu orang-orang di media yang dapat membuka atau menutup gerbang pada pesan media seperti cerita, ide atau gagasan.

Menurut John R. Bittner, *gatekeeper* adalah “individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa)”. Jika diperluas, *gatekeeper* adalah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, TV, radio, internet, dll. *Gatekeeper* sering juga diartikan sebagai “penjaga gawang” dari sebuah media agar media tersebut tidak kebobolan.

Yang dimaksud dengan kebobolan dalam media massa yaitu misalnya sebuah media diajukan ke pengadilan oleh pembacanya karena menyampaikan berita yang tidak akurat, menyinggung atau mencemarkan reputasi seseorang, dll. **Peran *gatekeeper* dalam media massa : menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidak.** *Gatekeeper* menaikkan berita yang penting dan menghapus informasi yang tidak memiliki nilai berita (Hiebert, Ungurait, Bohn, 1975:109)

*Gatekeeper* mempunyai wewenang untuk tidak memuat berita yang dianggap akan meresahkan masyarakat. Sifat-sifat *gatekeeper* menurut Hiebert, Ungurait, dan Bohn adalah :

- 1) Penapisan informasi bersifat subjektif dan personal, dipengaruhi oleh berbagai latar belakang dari seorang *gatekeeper*
- 2) Penapisan informasi membatasi apa yang ingin diketahui pembaca
- 3) Penapisan informasi menjadi suatu aktifitas yang tidak bisa dihindari oleh media

Meskipun fungsi *gatekeeper* dalam media massa sangat penting, tetapi aktifitasnya juga dapat membawa efek tertentu, salah satunya adalah distorsi informasi (pembiasan informasi). Pembiasan informasi ada yang tidak disengaja, disengaja (pemutarbalikan fakta), karena kecerobohan, atau ketidaktahuan.

Reporter juga adalah *gatekeeper*, mereka yang memutuskan apakah laporan tertentu pantas untuk dilaporkan atau tidak, juga bagaimana cara dia melaporkannya. Editor juga seorang *gatekeeper* saat

mereka memutuskan pantas tidaknya suatu cerita. Namun *gatekeeper* tidak selamanya merupakan individu. Kebijakan hingga aturan-aturan dari suatu media juga merupakan *gatekeeper*.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di lakukan di Divisi News pada kantor/stasiun NET yang berlokasi di *The East Tower* Jl. Lingkar Mega Kuningan Kav E no 1 lantai 28 dan 30, Kuningan Timur, Jakarta Selatan. Waktu yang digunakan selama melakukan penelitian dari tanggal 4 Januari sampai 25 Januari 2016.

#### **3.2. Tipe Penelitian**

Penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Ciri dari metode kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk deskripsi yang berupa teks naratif, kata-kata, ungkapan, pendapat, gagasan yang dikumpulkan oleh peneliti dari beberapa sumber sesuai dengan teknik atau cara pengumpulan data.

#### **3.3. Teknik Pengumpulan Data dan Sampel Berita**

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

- 1) Wawancara mendalam terhadap informan yang dianggap mampu menjawab pertanyaan penelitian. Wawancara akan dilakukan dengan informan yang telah dipilih lalu menggali sebanyak mungkin informasi dengan mengajukan berbagai pertanyaan mulai dari yang umum hingga pertanyaan yang lebih mendalam. Metode wawancara mendalam ini mungkin akan membutuhkan waktu yang cukup lama sampai peneliti benar-benar mendapatkan informasi yang menyeluruh.
- 2) Observasi. Selain wawancara mendalam peneliti juga akan melakukan observasi langsung di kantor NET khususnya di bagian NET CJ. Observasi dilakukan untuk mengetahui secara langsung proses seleksi video CJ. Observasi yang akan dilakukan adalah observasi non-partisipasi dimana dalam observasi ini peneliti hanya mengamati dan tidak berpartisipasi dalam proses kerja.
- 3) Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumen-dokumen tersebut dapat berupa surat pribadi ,catatan harian, dokumen resmi internal maupun eksternal.

#### **3.4. Informan Penelitian**

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan Non-Probability Sampling yaitu sampel dipilih sebagai informan berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu mampu memberikan data dan informasi yang dibutuhkan yang menjadi target dalam penelitian ini. Karakteristik untuk informan dalam penelitian ini, yakni salah satu **produser** yang membawahi langsung NET CJ. Selain itu karakteristik untuk **member NET CJ** yang dijadikan informan adalah member yang akunnya sudah di verifikasi oleh NET dengan adanya centang biru dan memiliki setidaknya 20 video yang tayang di NET.

#### **3.5. Teknik Analisis Data**

Tahapan ini dimaksud untuk menganalisis data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, pendokumentasian dan observasi langsung di lapangan. Data yang telah diperoleh dan terkumpul secara



komprehensif selanjutnya dianalisis sesuai dengan kelompok data baik primer maupun sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara sedangkan data sekunder didapatkan dari bagian HRD NET. Dalam hal ini data wawancara akan disusun kemudian disesuaikan dengan data yang didapatkan dari observasi lapangan.

Tahap analisis data memegang peranan penting dalam penelitian kualitatif yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu melakukan penafsiran data dengan menggunakan tataran ilmiah atau logika.

Prosesnya diawali dengan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti dijelaskan diatas. Proses pengumpulan data yang melibatkan pihak NET tentunya menggunakan surat izin resmi yang dikeluarkan oleh Universitas Hasanuddin.

Kemudian data yang didapatkan dipilah mana data yang betul-betul dibutuhkan sebagai data utama dan mana data yang sifatnya hanya sebagai pelengkap. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian atau data lapangan dituangkan dalam uraian atau laporan lengkap dan rinci. Lalu data yang telah dikumpulkan selama penelitian dikelompokkan sesuai dengan tujuan penelitian. Penyajian data juga diperlukan agar peneliti mudah untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian.

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini juga dilakukan selama penelitian masih berlangsung. Sejak awal ke lapangan serta dalam proses pengumpulan data, peneliti berusaha melakukan analisis dan mencari makna dari data yang telah diperoleh dan dikumpulkan berdasarkan jenis data baik primer maupun sekunder.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. Hasil Penelitian**

Dalam memperoleh hasil penelitian tentang kebijakan redaksional *news department* di NET dalam pengelolaan *citizen journalism*, telah dilakukan penelitian dalam upaya menemukan atau menelusuri substansi dari permasalahan yang terkait dengan kebijakan redaksional. Adapun hasil penelitian merupakan data yang diolah berdasarkan teknik analisis data.

Data yang diperoleh dalam penelitian dilakukan melalui proses observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti pada kurun waktu 1 bulan yaitu 4 Januari sampai 26 Januari 2016. Dimana seluruh informan dalam melakukan wawancara mendalam adalah salah satu produser NET CJ dan beberapa member NET CJ. Informan dipilih berdasarkan kemampuan dan pemahamannya terkait *Citizen Journalism* NET.

Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai informan yang punya kontribusi penting di NET CJ seperti salah satu produser dan beberapa member yang telah mendapat verifikasi. Produser saya pilih karena pada bagian *citizen journalism*, produserlah yang memegang kendali penuh terhadap keputusan layak atau tidaknya sebuah video. Sedangkan untuk member, saya pilih dengan alasan jika member sudah diverifikasi oleh pihak NET berarti member tersebut sudah lama bergabung di NET CJ dan telah banyak mengirimkan video.

Verifikasi member ini membuktikan bahwa member tersebut benar-benar merupakan *citizen journalist*.

Secara umum, semua media elektronik khususnya televisi memiliki kebijakan redaksional yang menjadi patokan dasar untuk membimbing dan mengarahkan segala tindakan dan wewenang yang

dibutuhkan, untuk mencapai tujuan dari suatu media. Kebijakan redaksional berfungsi sebagai dasar pertimbangan suatu media massa untuk menyiarkan atau tidaknya suatu berita (Tebba, 2004: 150).

No	Nama	Umur	Peran	Pekerjaan
1.	Adrian Zakhary	35 tahun	Produser NET CJ	Produser
2.	Deni Agustian	24 tahun	Member NET CJ	Karyawan Swasta
3.	Rudy Hartono	33 tahun	Member NET CJ	Karyawan Swasta
4.	Ade Sudaya	47 tahun	Member NET CJ	Karyawan Swasta

**Tabel 4.1: Profil Informan**

(Sumber : Hasil olahan data primer penelitian, 2016)

Pengambilan kebijakan suatu media sangat erat kaitannya dengan tujuan yang ingin dicapai. hal ini dikarenakan meningkatnya peran media itu sendiri sebagai suatu institusi penting dalam masyarakat, begitu pula yang terjadi pada NET. NET memiliki kebijakan redaksional yang mengatur segala sesuatu tetap berada pada koridor kebijakan.

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan, Adrian Zakhary, mengenai bagaimana kebijakan redaksional yang berlaku di bagian NET CJ, peneliti memperoleh hasil yang dapat menjawab pertanyaan penelitian. Pertama-tama peneliti menanyakan definisi kebijakan redaksional menurut saudara Adrian. Hal ini berfungsi menyatukan persepsi narasumber dan peneliti tentang kebijakan redaksional.

*“Kebijakan redaksional adalah sebuah kebijakan yang diputuskan oleh pemimpin redaksi dan pimpinan perusahaan untuk menilai suatu berita atau suatu program apakah layak siar atau tidak sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan tersebut.”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Kebijakan redaksional menurut saudara Adrian harus sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan tersebut. Begitu pula dengan kebijakan redaksional yang ada di NET. Lebih lanjut, peneliti menanyakan secara umum bagaimana kebijakan redaksional yang ada di NET dan dijawab sebagai berikut:

*“...kebijakan redaksional yang ada di NET itu ditentukan oleh pemimpin redaksi dan pemilik perusahaan. Kebijakan itu tentunya merupakan cerminan dari visi dan misi NET. Selanjutnya diberlakukan untuk semua divisi yang ada di NET termasuk divisi pemberitaan yang membawahi NET CJ...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan yang lebih spesifik lagi terhadap narasumber. Peneliti menanyakan posisi NET CJ dalam sistem organisasi NET. hal ini untuk mengetahui divisi mana yang mengepalai NET CJ.

*“NET CJ sampai saat ini masih berada di bawahnya department news III. Kan department news terbagi ada news I, news II dan news III. Pembagian bagian mana di bawah news mana sih dilakukan secara acak. Tidak ada pembagian khususlah”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...department news punya 3 tagline yaitu : positive, fair and balance. Semua berita yang keluar dari divisi pemberitaan harus mengacu pada 3 hal itu. Ini juga berpatokan pada usaha NET untuk menjadi media yang positif. Jadi good news is a good news. Kita tidak ingin bad news is a good news seperti kebanyakan berita di stasiun televisi lain...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Kemudian peneliti ingin mengetahui lebih jauh tentang susunan organisasi NET CJ dimana pasti berpengaruh terhadap kebijakan yang ada di NET CJ.

*“...kita punya dua orang video journalists. Mereka ini sebenarnya bertugas memancing citizen journalist. Jadi kalau misalnya ada peristiwa, mereka bakal ada disitu. Pura-pura ngerekam pake hp. Jadinya bisa bikin orang lain juga termotivasi buat ngerekam mome[nt itu...”*(hasil wawancara 25 Januari 2016)

Sejak awal pada pra-penelitian, peneliti telah menanyakan aturan apa yang mendasari kebijakan redaksional yang ada di NET khususnya *news department*. Berikut penjelasan dari saudara Adrian selaku produser NET CJ.

*“Kebijakan redaksional pada news department juga berlaku pada citizen journalism yang semuanya mengacu pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI, peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh Dewan Pers dan Undang-undang ITE. Tidak ada aturan tambahan yang diberlakukan selain dari mengacu pada peraturan diatas...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...kalau treatment yang kami gunakan untuk website memang beda dengan yang untuk tv. Untuk website kita berpatokan sama undang-undang ITE. Semua konten yang ada di website tidak boleh ada yang keluar dari undang-undang ITE...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Keputusan tertinggi dalam pengambilan keputusan terhadap layak atau tidaknya sebuah video berada pada keputusan produser. Hal tersebut dikarenakan semua produser sudah paham betul dengan konsep *citizen journalism*. Berikut penjelasannya:

*“...kalau untuk penyeleksian video, hanya produser yang berhak. Jadi di-approve atau tidaknya sebuah video ditentukan oleh masing-masing produser yang ada di NET CJ. Begitupun dengan penentuan headline. Masing-masing produser bertugas setiap harinya menentukan headline pada website. Tidak ada aturan khusus dalam penentuan headline. Dari masing-masing produser saja...”*(hasil wawancara 4 Januari 2016)

Sedangkan untuk penyiaran video CJ baik yang tayang di program news maupun yang di-*publish* ke website, begini penjelasan produser :

*“...hanya produser yang punya wewenang untuk mempublish video di website. Habis di edit sama VJ, langsung jadi tugas kami lagi selaku produser...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...istilahnya NET CJ ini berfungsi sebagai penyedia video. Produser datang ke kita, mereka pilih langsung kira-kira yang mana yang mereka mau tayangkan. Setelah diambil oleh produser lain, maka itu bukan tanggung jawab kami lagi...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Untuk kebijakan eksternal, Adrian mengatakan bahwa kebijakan eksternal merupakan kebijakan redaksional yang dibuat oleh redaksi NET CJ tentang bagaimana mengatur kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh video hasil liputan warga agar dapat ditayangkan. Selibuhnya Adrian menjelaskan tentang bagaimana NET CJ menyampaikan kebijakan eksternal tersebut dalam berbagai cara.

*“Kita punya teknik coaching tersendiri untuk member-member NET CJ. Supaya lebih personal, kita sering hubungi lewat e-mail, telepon atau sms. Ngehubunginnya pun itu pake e-mail pribadi atau telepon pribadi.”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...kalau untuk member luar negeri kita biasanya pake e-mail. Kita kirimin power point tentang citizen journalism. Isinya kayak materi coaching workshop-worshop sebelumnya. Biasanya member luar negeri itu lebih cepat belajarnya. Tinggal kasih power point nanti kiriman videonya udah lebih bagus. Rata-rata kan bisa dibilang member di luar negeri itu orang-orang*

*terpelajar yang punya pendidikan tinggi. Kita tidak bilang ya kalau di dalam negeri itu tidak terpelajar. Cuma rata-rata member kita di luar negeri itu mahasiswa, terus ada juga karyawan swasta sampai pegawai keduataaan besar.”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...untuk mengkampanyekan NET CJ, kita membuat video-video kampanye yang diupload ke youtube sama ditayangin di televisi juga. Selain itu kita sering ngadain acara-acara off-air kayak workshop-workshop dan CJ Camp yang kita adakan tahun lalu...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“NET CJ memang belum punya program khusus. Video-video CJ tersebar di beberapa program news kita. Tapi kalau NET 10 sendiri sudah 90% kontennya itu adalah video CJ. Sebenarnya NET 10 itu hadir karena konsep NET CJ. Kalau NET CJ ngk ada, berarti NET 10 juga ngk bakal ada...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Adrian menginginkan NET CJ semakin berkembang dan semakin dikenal masyarakat. Berbagai upaya kampanye telah dilakukan seperti yang telah dikatakan di atas. NET CJ terus berusaha memperbaiki sistem dalam mengatur member NET CJ. Ketika ditanya mengenai apa kebijakan baru yang dihadirkan, Adrian menjawab:

*“Kita sekarang hadir dengan sistem baru. Ada namanya sistem verifikasi. Akun yang sudah diverifikasi oleh pihak NET akan punya tanda centang warna biru. Kebijakan ini lebih memudahkan kita sih untuk memilih menayangkan sebuah video atau tidak. Kalau akun tersebut sudah terverifikasi, berarti akun tersebut dinyatakan asli bukan kerjaan orang atau kontributor tv lain yang iseng..”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...biasanya yang sudah diverifikasi itu merupakan member lama NET CJ atau member yang videonya sudah banyak tayang di NET. Soalnya kita punya pengalaman pernah ada yang ngelapor kalau salah satu video NET CJ itu ternyata tayang juga di stasiun tv lain. Kita otomatis kaget dong. Pas kita cek, ternyata member CJ yang itu salah satu contributor tv lain...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Menurut salah satu produser NET CJ, Adrian Zakhary, NET CJ selalu berpanduan pada kebijakan redaksional dan tagline dari *news department* dalam menyeleksi video *citizen journalism*. Berikut jawaban saudara Andrian ketika ditanya mengenai faktor-faktor yang dapat membuat suatu video ditayangkan di NET.

*“...sebenarnya tidak ada faktor khusus. Yang penting pengambilan gambarnya baik khususnya untuk video dengan tema travelling. Untuk video moment, kami tidak mementingkan kualitas gambar. Secara umum video yang bisa di-approve itu harus mengandung tiga unsur yaitu : positive, fair dan balance...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...positive itu berarti berita yang mengandung optimisme dan perilaku positif. Sebuah berita yang positive harus bisa memberikan inspirasi kepada public misalnya berita tentang keberhasilan anak-anak asal Indonesia di luar negeri atau inovasi anak Indonesia yang dapat menginspirasi...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...fair sendiri berarti memihak kepada nilai-nilai kebenaran. Artinya kita tidak berpihak pada satu sisi. Kita juga berusaha agar video CJ yang tayang itu tidak memiliki kepentingan orang tertentu di dalamnya. Kita netral...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...keseimbangan antara kalimat fakta dan opini juga merupakan salah satu unsur keseimbangan. Jadi tidak melulu sebuah video isinya opini semua apalagi yang bersifat menjatuhkan satu pihak. Kita memberitakan pihak yang satu. Pihak yang lainnya juga kita*

*beritakan. Seperti waktu musim pemilihan presiden tahun 2014 yang lalu itu...*” (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Lebih lanjut, saudara Adrian bercerita mengenai masalah yang sering dihadapi oleh tim redaksi dalam menyeleksi video.

*“...untuk durasi, sebaiknya tidak usah terlalu panjang-panjang. Ini berlaku untuk semua tema video. Yang penting didalamnya udah masuk inti dari informasi yang ingin disampaikan. Kalau durasinya terlalu panjang, nanti akan dipotong juga oleh editor khusus NET CJ. Jadi mungkin para CJ bisa lebih memperhatikan soal durasi. Biasa ada yang terlalu panjang. Ada juga yang terlalu pendek...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...posisi kamera juga harus landscape. Ngk boleh portrait. Soalnya nanti ngk kelihatan full di tv. Terus untuk komposisi gambar. Biasa ada tuh yang bagian wawancaranya kepala narasumber kepotong. Itu juga yang bikin kita tidak tayangin videonya di tv...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Peneliti juga ingin mengetahui lebih lanjut tentang kampanye dan workshop-worshop yang telah dilakukan. Menurut Adrian, di dalam setiap workshop, NET CJ selalu mengajarkan masyarakat bagaimana membuat video yang berpotensi tayang. Secara tidak langsung, menurut Adrian, NET CJ telah memberitahukan tentang faktor-faktor pertimbangan agar video CJ dapat tayang.

*“...untuk memudahkan, dari dulu kita udah buat video tutorial di youtube tentang citizen journalism. Ditayangin juga di NET 10. Biasanya videonya tentang cara mengambil gambar yang baik, mengambil gambar wawancara yang baik, tentang naskah juga, dan juga sound. Semuanya itu untuk membantu masyarakat supaya ngk takut kirim video ke kita. Jadi belajarnya bisa tinggal buka youtube aja...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

Selanjutnya wawancara dilanjutkan dengan saudara Deni, Rudy dan Ade yang merupakan member NET CJ yang saya hubungi lewat e-mail. Mereka memberikan pendapat masing-masing tentang faktor-faktor yang menjadi pertimbangan sebuah video dapat tayang di NET. Deni memberikan pendapatnya:

*“Menurut saya mungkin dari segi videonya yang menarik, fresh, menginspirasi, aktual dan yang pasti informatif.”* (hasil wawancara 29 Februari 2016)

Pertanyaan yang sama juga saya ajukan kepada saudara Rudy yang hampir 3 tahun telah menjadi member NET CJ.

*“Yang terpenting sih moment yang lagi ramai di bicarakan di media sosial, terus terang setiap saat yang di butuhkan NET TV itu berubah, jadi kita tidak bisa menebak selera mereka.. Tapi intinya peluang tayang lebih besar jika video yang kita kirim termasuk berita besar juga, seperti misalnya bencana alam, atau kejadian heboh yang baru saja terjadi.”* (hasil wawancara 4 Maret 2016)

Sedangkan menurut pendapat Ade Sudaya yang merupakan CJ yang sedang menetap di luar negeri mengatakan:

*“Pertama yaitu berita yang menarik. Lalu pada saat upload bertepatan dengan kebutuhan NET . Yang ketiga kualitas gambar.”* (hasil wawancara 2 Maret 2016)

Dengan pengetahuan member-member ini yang sudah banyak, tentunya member bisa melihat perbedaan antara video yang di-publish ke website dan yang ditayangkan di televisi. Deni pun punya pendapatnya tersendiri mengenai hal itu.

*“Kalau yang tayang pake dubbing dan backsound hingga template sedangkan kalau di website tidak ada. Asli kiriman kita tanpa diedit oleh redaksi.”* (hasil wawancara 29 Februari 2016)

Beda dengan Deni, Ade lebih berpendapat bahwa video yang ditayangkan di televisi maupun di website memiliki durasi yang lebih pendek sesuai dengan yang NET inginkan atau sukai (hasil wawancara 2 Maret 2016). Rudy pun punya pendapat yang sedikit berbeda dari kedua informan lainnya. Saat ditanya mengenai perbedaan video CJ yang tayang di televisi dan di website, beliau menjawab:

*“Kalau saya pribadi sih perbedaannya memang sangat jauh. jika ditayangkan itu berarti karya kita memang pantas dan menang dalam persaingan. Tapi yang paling penting bisa di saksikan oleh banyak orang. apalagi kalau sudah di upload di youtube, itu jadi kebanggaan tersendiri. Jika hanya di WEB, terus terang bagi saya pribadi itu adalah video yang gagal dalam persaingan. orang yang bisa melihatnyapun hanya mereka yang jadi member di web tersebut. meski kita mencoba berbagi link webnya ke media sosial, masih ada sekitar 80% lebih pengguna internet yang enggan membuka link nya karena khawatir terjebak virus. Makanya video di WEB itu tidak bisa menyampaikan video sesuai apa yang kita inginkan.”* (hasil wawancara 4 Maret 2016)

Lebih lanjut Adrian menjelaskan tentang sistem yang ada dalam pengaturan video di NET CJ.

*“Video yang sudah diupload otomatis masuk ke server User Generated Content. Di server ini, tugasnya produserlah yang memutuskan mana video yang layak mana yang ngk. Masing-masing produser secara bergantian yang seleksi video di bagian ini...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...selanjutnya video yang sudah di-approve itu langsung masuk ke server Content Management System. Pada server ini proses editing di mulai. Produser dari program news lain di NET juga bisa ambil video CJ di bagian ini. Karena sudah dipastikan layak tayang oleh produser CJ. Tinggal diedit lagi oleh editor masing-masing. Biasanya produser CJ yang kadang menawarkan kalau ada video yang lagi happening. Kayak video moment. Selebihnya berdasarkan keputusan masing-masing produser program news pengen putar video apa di programnya termasuk untuk program NET 10...”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

*“...untuk publish video, itu yang berhak cuma produser. Jadi editor yang merangkap video journalist hanya mengedit. Selanjutnya itu tugasnya produser untuk mempublish atau tidak.”* (hasil wawancara 4 Januari 2016)

## **4.2. Pembahasan**

Setiap stasiun televisi pasti memiliki bagian redaksi yang merupakan jantung dalam sebuah media. Redaksi merupakan motor penggerak untuk bagian lainnya dalam hal penayangan berita. Bagian redaksi pula yang paling utama dalam menjalankan visi dan misi, idealisme serta independensi sebuah media massa. Visi dan misi sebuah media biasanya tertuang dalam kebijakan redaksional.

NET khususnya *news department* juga memiliki kebijakan redaksional yang dijadikan panduan utama dalam mengolah berita. Pembuatan kebijakan redaksional dalam divisi news NET berada di tingkat pemimpin redaksi news (PemRed) dan pimpinan perusahaan. Terdapat 3 *news department* di NET yaitu : *News I* ,*News II* dan *News III*. Bagian *citizen journalism* berada dibawah *news department III*.

Produser *citizen journalism* dibawah oleh seorang eksekutif produser. Kebijakan umum NET dan kebijakan redaksional dalam pemberitaan yang berlaku di NET secara umum berdampak untuk semua

program *news* yang ada kemudian digabungkan dengan tujuan serta kebutuhan masing-masing program.

Menurut salah satu produser *Citizen Journalism* NET, kebijakan redaksional tersebut mengatur tentang tayangan berita dari jurnalis NET maupun video-video *citizen journalism* yang tampil di NET. Kebijakan redaksional pada *citizen journalism* semuanya mengacu pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI dan Peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh Dewan Pers. Sedangkan untuk video *citizen journalism* yang di-*publish* ke web, kebijakannya mengacu pada Undang-Undang no 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kebijakan redaksional yang ada dalam NET CJ dapat dibagi dalam dua bagian yaitu kebijakan internal dan juga eksternal. Kebijakan internal merupakan ketentuan atau cara-cara yang disepakati oleh tim redaksi *Citizen Journalism* NET tentang memilih, mengolah dan meyiarkan berita hasil liputan warga. Kebijakan internal yang ada pada bagian NET CJ tertuang dalam format-format.

Kebijakan eksternal merupakan kebijakan redaksional yang dibuat oleh redaksi NET CJ tentang bagaimana mengatur kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh video hasil liputan warga agar dapat ditayangkan. Kebijakan tersebut disampaikan kepada masyarakat melalui promosi di berbagai media seperti televisi yakni video promo program atau video tutorial (lampiran) yang ditayangkan selama program acara berlangsung, melalui internet, pada *website*, blog dan *youtube*, akun *facebook*, *twitter*, dan juga melalui pemberian materi saat *coaching*.

Para produser NET CJ juga melakukan *coaching* secara personal dengan member-member NET CJ. Proses *coaching* untuk CJ berasal dalam negeri dilakukan melalui media sosial, email, sms bahkan telepon. Untuk member CJ yang berasal dari luar negeri, produser secara pribadi mengirimkan *power point* yang berisi materi tentang NET CJ.

Kebijakan penyiaran video hasil kiriman warga dapat dibagi dua yaitu ditayangkan di program NET dan di-*publish* ke *website*. Video yang ditayangkan pun terbagi ke berbagai program *news* yang ada di NET. Namun porsi paling besar yang diberikan bagi video CJ untuk tayang terdapat pada program *news* NET 10. 90% konten NET 10 merupakan video hasil kiriman warga. NET 10 sendiri sebenarnya dirancang khusus untuk NET CJ. NET 10 dapat hadir karena konsep NET CJ.

Meskipun belum memiliki program khusus, namun NET CJ memiliki 3 produser sekaligus yang mengurus setiap video yang masuk ke redaksi. Keputusan tertinggi dalam pengambilan keputusan terhadap layak tidaknya sebuah video CJ sebelum dapat digunakan berada pada keputusan produser.

Penyeleksian video *citizen journalism* dilakukan oleh produser dengan berpanduan pada kebijakan redaksional yang ada di NET. Sebagaimana diketahui bahwa video-video tersebut berasal dari kiriman masyarakat yang non-jurnalis. Beberapa video kadang tidak sesuai dengan aturan dan kebijakan yang ada. Inilah yang menjadi tugas utama dari produser NET CJ untuk memastikan video yang tayang maupun yang di-*publish* ke *website* benar-benar layak.

Dari segi kuantitas, setiap harinya ada sekitar 150 video yang masuk ke redaksi NET CJ. Sedangkan untuk kualitas, hanya 25 video perhari yang dianggap layak tayang. Mekanisme kerja redaksi NET merupakan bagian dari kebijakan pengolahan. Semua member NET CJ berhak memilih ingin meng-*upload* video karyanya ke NET CJ atau ke stasiun televisi lain. Hal ini untuk menghindari video yang tayang di dua stasiun televisi sekaligus.

Pertama –tama member melakukan *login* di *website* maupun aplikasi NET CJ. Sebelum meng-*upload*, member terlebih dahulu bisa melihat hasil rekaman sebelum di unggah ke NET CJ. Setelah itu

member harus mengisi beberapa data yang terdiri atas judul, kata kunci, kategori dan naskah di kolom deskripsi.

Setelah di-*upload*, video para member secara otomatis masuk ke server *User Generated Content*. Pada *User Generated Content*, tabel menunjukkan judul video, member yang mengirimkan video, kategori, tanggal pengunggahan video, status video serta tindakan lanjutan terhadap video. Pada kolom judul, judul yang tertera merupakan judul asli yang diberikan oleh member. Selanjutnya pada kolom status, tertera status dari video tersebut apakah sudah di approve atau belum.

Pada server ini, produser NET CJ selaku pemegang keputusan mulai menyeleksi video. Jika video dianggap layak tayang maka produser akan meng-*approve* video. Setelah di-*approve*, video secara otomatis masuk ke server *Content Management System*.

Pada server *Content Management System* inilah berisi video yang dianggap layak tayang dan bersiap untuk diedit. Pada bagian ini, para produser program lain bisa mengambil file mentah yang dibutuhkan untuk diolah dan ditayangkan di programnya. Dalam hal ini NET CJ bertindak sebagai penyedia video yang dibutuhkan program-program lain yang ada di NET. Setelah video CJ diambil oleh produser program lain, maka tanggung jawab mengenai video diserahkan kepada produser program tersebut bukan lagi pada produser NET CJ.

Pada bagian ini juga dapat dilihat berapa kali sebuah video dilihat oleh pengguna internet. Pada kolom *publish*, terdapat tanda centang yang memiliki arti bahwa video telah di-*publish* di *website* NET CJ. Pada kolom aktifitas juga terdapat berbagai pilihan yaitu editing video, penghapusan video hingga tombol *share*. Kesemuanya itu merupakan pengaturan untuk video CJ yang di-*publish* di *website*. Pada bagian ini juga, hanya produser yang berhak mem-*publish* video ke *website*.

Dengan mengusung tagline “Televisi Masa Kini”, NET berusaha menghadirkan sesuatu yang berbeda dari apa yang telah ada. NET ingin menunjukkan jika tontonan yang mereka hadirkan bertujuan untuk membuat masyarakat lebih cerdas dalam menikmati suguhan di televisi. Menjadi Televisi Masa Kini bukan hanya sekedar menghadirkan sesuatu yang berbeda, namun juga mengedukasi masyarakat dengan tontonan.

Sebagai Televisi Masa Kini, *tagline news* NET yaitu *Positive, Fair and Balance*. *Tagline* ini juga berlaku pada saat menyeleksi video CJ. *Tagline news* NET dapat dijelaskan seperti dibawah ini:

#### 1. *Positive*

Jurnalisme positif adalah konsep pemikiran tentang bagaimana aktivitas jurnalistik dijalankan dengan baik dan benar sesuai kaidah jurnalistik dan asas kemanusiaan agar berita yang disajikan tidak saja objektif dan bermakna, melainkan juga menumbuhkan optimisme dan perilaku positif pada publik pembaca. NET berusaha memberikan pengaruh positif kepada masyarakat lewat jurnalisme positif.

NET berusaha memberitakan berita yang positif seperti memberitakan tentang kesuksesan, keberhasilan, dan sejenisnya. Sedangkan berita seputar kriminalitas, kejahatan, dan kekerasan kurang atau tidak perlu dimuat karena tidak positif.

#### 2. *Fair*

Jurnalisme yang adil adalah jurnalisme yang memihak kepada nilai-nilai kebenaran sehingga tidak tidak memihak dan terombang-ambing oleh berbagai kepentingan. NET berusaha menayangkan video yang tidak memiliki kepentingan orang tertentu di dalamnya. NET juga selalu berusaha mengkonfirmasi kebenaran dari setiap video yang masuk ke redaksi. Hal ini untuk memastikan kejadian atau peristiwa yang ada di video adalah benar terjadi. Jika



pengirim ternyata tidak dapat membuktikan kebenaran video, maka video tersebut tidak akan tayang maupun di-publish ke *website*.

Di sinilah NET menunjukkan keadilan dalam pemberitaan. Semua pihak yang berkontribusi dalam sebuah kasus atau peristiwa, diberi kesempatan berbicara yang sama. Tidak ada pihak yang ditutup-tutupi pendapatnya. NET tidak ingin menunjukkan sikap keberpihakan. Adanya wawancara dari ketiga pihak yang berbeda ini merupakan cara agar informasi yang diterima masyarakat tidak menyudutkan satu pihak atau berat sebelah.

### 3. *Balance*

Unsur keseimbangan meliputi keseimbangan jumlah kalimat maupun kata yang digunakan oleh jurnalis dalam menyampaikan fakta. Keseimbangan juga mencakup narasumber yang dikutip. NET juga tidak menutup kemungkinan untuk memutar berita tentang demo maupun tawuran. Namun hal ini tentu diimbangi dengan pemutaran berita yang tidak mengandung unsur kekerasan. Contohnya adalah pada musim pemilihan presiden pada 9 Juli 2014 yang lalu.

NET mendapat banyak kiriman tentang bagaimana jalannya proses kampanye di daerah-daerah. Di saat televisi lain menunjukkan kecenderungan menayangkan kelebihan ataupun kekurangan masing-masing calon presiden, NET justru menayangkan secara adil kekurangan dan kelebihan masing-masing calon. Masing-masing calon memiliki porsi pemberitaan yang sama. Tidak ada yang berusaha dijatuhkan ataupun di banggakan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis mengenai kebijakan redaksi NET CJ dalam menyeleksi dan mempublikasi video *citizen journalism*, yang dikaji dan dianalisis pada penelitian ini, maka dapat tergambarkan dalam setiap kebijakan yang diambil oleh redaksi NET CJ. Sehingga dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Kebijakan redaksional pada *citizen journalism* semuanya berdasar pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh Dewan Pers. Sedangkan untuk video yang di-publish ke *website* mengacu pada Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik). Kebijakan redaksional yang ada dalam NET CJ terdiri atas kebijakan internal dan juga eksternal. Kebijakan internal merupakan ketentuan atau cara-cara yang disepakati oleh tim redaksi *Citizen Journalism* NET mengenai memilih, menyeleksi dan menyiarkan video NET CJ sedangkan kebijakan eksternal merupakan kebijakan redaksional yang dibuat oleh redaksi NET CJ tentang bagaimana kriteria yang harus dipenuhi oleh video hasil liputan warga agar dapat ditayangkan. Kebijakan redaksional yang digunakan dalam pengelolaan video *citizen journalism* adalah *tagline* dari *news department* yaitu *positive, fair* dan *balance*.
- b) Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menyeleksi video CJ diantaranya yaitu format dan kualitas video. Kualitas video termasuk posisi gambar (*landscape* bukan *portrait*), *background* suara, dan kestabilan gambar. Selain itu sebuah video harus mengandung tiga unsur yaitu: *positive, fair* dan *balance*.
- c) Mekanisme kerja redaksi sebagai berikut : video yang di-upload oleh member masuk ke *User Generated Content* lalu diseleksi oleh produser. Ketika sudah di-approve oleh produser, maka secara otomatis video masuk ke *Content Management System*. Pada bagian ini, video mentah diedit oleh VJ untuk di-publish ke *website* ataupun diambil oleh produser program lain untuk

ditayangkan dalam programnya. Produser program lain dapat mengambil video pada bagian ini karena video yang terbukti layak tayang sebab terlebih dahulu telah diseleksi oleh produser NET CJ. Selanjutnya setelah melalui proses pengeditan berupa pemotongan durasi maka produser dapat mempublish video ke *website* netcj.co.id. Sedangkan untuk video CJ yang tayang di program news NET, terlebih dahulu melewati pengeditan yang lebih lanjut oleh tim editor khusus di tim masing-masing.

## **REFERENSI**

- Baksin, Askurifai. 2013. *Jurnalistik Televisi, Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Djamal, Hidajanto & Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- , 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Gayatri Dewi, Diyah. *Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Acara Citizen Journalist Wide Shot : Kebijakan Redaksional Dalam Pemberitaan Metro TV*. Malang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya
- Hiebert, Ray Eldon. Dkk. 1991. *Mass Media IV: An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman
- Jarvis, J. (2006). *Networked journalism*. <http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism>. Diakses pada 3 Februari 2016 pukul 19.00 WITA
- Mirjova, Viktoria. 2014. *The Golden Age of Journalism*. Diterbitkan online pada 14 Januari 2015. Slovakia: University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nip, J. 2006. *Exploring the Second Phase of Public Journalism: Journalism Studies*. Diterbitkan secara online pada 17 Februari 2007
- Roberts, Chris. 2005. *Gatekeeping theory: An evolution*. USA: The University of South Carolina
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sterling H. Christopher. 2009. *Encyclopedia of Journalism*. Los Angeles: SAGE Publications
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia
- Wolseley, Ronald.E. *Understanding Magazine*. 1969. Iowa: The Iowa State University Press