

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 5, Nomor 1, Oktober 2010

ISSN 1907-848X

Halaman 01 - 88

---

---

## DAFTAR ISI

### Editorial

#### **Media Convergence: Newsroom Challenges and Opportunities in the Digital Age**

*Zaki Habibi*

( 01 - 06 )

#### **Konvergensi Media dan Perubahan dalam Manajemen SDM Media**

*Choky Rais Bawapratama*

( 07 - 22 )

#### **Pemberitaan Crop Circle di Berbah, Yogyakarta: Kebergantungan Media pada Sumber Resmi**

*Wendratama*

( 23 - 30 )

#### **Opini Publik, Agenda Setting, dan Kebijakan Publik**

*Puji Rianto*

( 31 - 40 )

#### **Di Balik Layar Berita Kriminal Televisi**

*Liliek Budiastuti Wiratmo*

( 41 - 56 )

#### **Hubungan Karakteristik Siswa SMA Depok dan Terpaan Media dengan Sikap Kritis Menonton Televisi**

*Sadakita Br. Karo*

( 57 - 70 )

#### **Image Restoration Strategy of Bali Tourism Crisis**

*Kadek Dwi Cahaya Putra*

( 71 - 88 )

## Di Balik Layar Berita Kriminal Televisi

Liliek Budiastuti Wiratmo<sup>1</sup>

### Abstract

*Crime news is one of the programs that is still retained by several television stations in Indonesia. The policy implementation about this certainly comes with a reason. This paper draws the result of research on editorial policies of crime news programs on television stations in Jakarta, such as Indosiar, RCTI, SCTV, TPI, and Trans7. This research revealed variety of things that become the consideration why the television station managers still broadcast that program. Data were collected through indepth interview with the media newsroom managers. The results showed findings on crime news programs fluctuation, variety of criminal events that were aired, the determination on editorial policy of criminal programs, the factors that shaped the editorial policy, and the way media workers implemented the editorial policy at a practical level.*

### Keywords:

*Crime news, street crime, rating, share, segmentation, programming, scheduling.*

### Pendahuluan

Tayangan kekerasan merupakan salah satu andalan stasiun televisi. Konten kekerasan tidak hanya ada dalam program hiburan semacam sinetron, tetapi juga program berita, melalui program *crime news*. Walaupun tidak menempati posisi sepuluh besar dari keseluruhan program, namun program berita kriminal tetap ditayangkan. Hal ini berbeda dengan program hiburan yang berubah dari waktu ke waktu menyesuaikan 'selera masyarakat' dan tergantung pada *rating*.

Program *crime news* tak hanya menyajikan rekam peristiwa, tetapi juga reka ulang (rekonstruksi). Darah berceceran tanpa disamarkan (*blur*) kerap memasuki ruang-ruang keluarga. Meski telah ada Pedoman Perilaku Penyiaran/Standar Program Siaran (P3SPS) yang dibuat, namun Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tak mampu menghentikan program tersebut. Upaya KPI melindungi kepentingan publik melalui teguran seolah menguap begitu saja.

Program yang menyajikan kekerasan kerap memunculkan kekhawatiran karena tak hanya ditonton orang dewasa tetapi juga anak-anak. Kekhawatiran itu sangat beralasan. Menurut Bimo Nugroho (*Media Indonesia Online*, 2006) sebanyak 30% dari total tayangan kekerasan di televisi berasal dari pemberitaan, terutama dari tayangan pemberitaan kriminal.

Tayangan pemberitaan yang mengandung unsur-unsur kekerasan berupa berita kriminal antara lain *Buser*, *Sidik*, *Brutal*, dan *Sergap*. Sebanyak 50% dari total unsur kekerasan di televisi berasal dari sinetron, dan 20% lainnya bertebaran di

---

<sup>1</sup> Staf Pengajar Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Semarang.

sejumlah iklan. Walau prosentase kekerasan pada berita kriminal lebih kecil dibanding kekerasan pada sinetron, namun sifat keduanya sangat berbeda. Sinetron adalah karya fiksi, sementara berita adalah karya jurnalisme yang bersandar pada fakta (*based on fact*), sehingga dampak yang ditimbulkannya pada pemirsa akan berbeda.

Persoalannya, mengapa tayangan kriminal terus diproduksi dan disiarkan pada waktu anak-anak dapat menonton tayangan tersebut? Siapa sesungguhnya penentu kebijakan redaksi? Faktor-faktor apa yang melatarbelakangi kebijakan itu? Bagaimana pekerja media di tingkat praktis melaksanakan kebijakan redaksi tersebut?

Penelitian ini diharapkan dapat memberi imbalan informasi pada kajian di ranah isi, khalayak, dan produsen (pekerja media). Hal yang perlu dikritisi lebih lanjut adalah, hingga kini produsen seringkali lebih memihak pada kepentingan pasar dalam memutuskan program apa yang hendak ditayangkan.

### **Faktor yang Memengaruhi Media**

Penelitian mengenai konten media sebelumnya telah dilakukan oleh Amirudin (2000) yang mengkaji timbulnya dorongan melakukan tindak kekerasan pada anak-anak setelah menikmati berbagai adegan kekerasan yang ditayangkan film-film di televisi. Dedy Djamaludin Malik (2001), secara spesifik mengamati program Liputan 6 SCTV. Bimo Nugroho (2005) mengkaji berbagai program infotainment yang ditayangkan di seluruh stasiun televisi swasta nasional.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) pada tahun 2007 memotret isi sinetron remaja yang akan dilanjutkan pada tahun berikutnya. Yayasan SET (Sains, Estetika, dan Teknologi) bersama berbagai LSM (2008) melakukan penelitian kualitatif atas program sinetron, berita, *talkshow*, dan *variety show* yang menempati *rating* tinggi.

Hanya sedikit yang "menguliti" hulu industri *broadcast*. Salah satunya adalah Muh. Labib (2002) yang mencermati sinetron Indonesia. Meski Eriyanto (2004) secara spesifik melakukan analisis sintagmatik terhadap program Derap Hukum SCTV, namun ia tidak mengkaji kebijakan redaksi program *crime news* stasiun televisi lain.

Penelitian ini mengungkap berbagai hal di balik tayangan program *crime news* yang selama ini selalu menjadi perdebatan. Dengan demikian, informasi yang diperoleh tidak hanya tentang isi program yang sampai kepada khalayak. Namun juga faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penayangan isi program tersebut.

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese mengemukakan lima tataran yang memengaruhi isi media, yaitu tataran individual pekerja media, tataran *media routine* (rutinitas media), tataran organisasi, tataran ekstra media, dan faktor ideologi.

Tataran individual pekerja media adalah karakteristik komunikator, latar belakang personal dan profesional; pengaruh-pengaruh sikap personal, nilai, dan keyakinan terhadap isi media; dan orientasi personal mengenai konsepsi peran komunikator. Pengaruh rutinitas media menyangkut bentuk-bentuk dan praktik terpola, rutin, dan berulang yang digunakan pekerja media untuk melakukan pekerjaannya. Dalam tataran ini dikenal istilah '*gatekeeper*', diterapkan dalam pengambilan keputusan dalam kerja media.

Berikutnya adalah level organisasi media, yang memiliki karakteristik birokratis di mana ada pembagian tanggung jawab, struktur otoritas, dan senioritas. Seringkali organisasi media dikontrol oleh pemilik yang bukan orang media, atau memiliki usaha non media. Ini tentu akan berdampak pada isi media.

Level keempat yang memengaruhi isi media adalah faktor dari luar (ekstra media). Menurut Shoemaker dan Reese, pekerja media dan organisasi media bukan penentu isi media yang sesungguhnya.

Level kelima adalah faktor eksternal organisasi media, yang meliputi: a) sumber-sumber informasi, meliputi kedekatan sumber dengan jurnalis dan kelompok-kelompok kepentingan, kampanye kehumasan yang dilakukan melalui *press release*, serta organisasi media yang lain (pesaing); b) Pengiklan dan khalayak. Pengiklan merupakan sumber penghasilan media, karena menggunakan ruang dan waktu yang sangat memengaruhi isi media. Di sisi lain, keinginan dan kebutuhan khalayak menjadi pertimbangan pengelola media karena media menjual khalayak untuk menarik pemasang iklan; c) Kontrol pemerintah, ditampilkan melalui undang-undang dan peraturan-peraturan yang dibuatnya.

Pengaruh kuat terhadap isi siaran adalah kekuatan pasar. Kekuatan ini berusaha membentuk selera publik walau tak memenuhi tuntutan ideal yang publik harapkan. Ishadi SK (Soemandoyo, 1999) menjelaskan, "Sebuah program, sering dimunculkan tidak hanya dilihat dari kemanfaatan ideal saja, namun juga *input* balik dari sisi peluang bisnis." Pendapat Ishadi tersebut diperkuat Lawrence Soley (Soemandoyo, 1999) dalam tulisannya "*The Power of The Press Has a Price, Television Reporters on Advertiser Pressure*", yang menjelaskan bahwa hal serupa juga sering terjadi di Amerika Serikat. Kepentingan iklan dan bisnis memang sudah benar-benar berdampak pada pemberitaan.

Fokus penelitian ini adalah organisasi media, sebab di sinilah sebuah program dirancang, diproduksi, dan disiarkan. Kajian dari sisi isi maupun dampak tayangan sering dilakukan. Namun, mengkaji program siaran dimulai dari hulu juga tak kalah menarik. Karena di sinilah tempat program siaran diproduksi.

Seperti pendapat Veven Sp. Wardana (1997):

*"Setuju atau tidak, pro atau kontra, sedari dulu, selalu saja pihak penyelenggara siaran, ya pihak broadcast televisi itu, rasa-rasanya tidak pernah diberi kesempatan untuk menjelaskan persoalan. Posisi stasiun televisi senantiasa berada sebagai tersangka, terdakwa, terpidana, atau sekadar diperiksa yang sama sekali tidak pernah dicoba didengar suaranya. Jangankan mengutarakan pledoinya, kalau ada kesempatan untuk menjawab pun, jawaban stasiun televisi cenderung digiring untuk mengakui bahwa stasiun televisi itu telah melakukan kekhilafan."*

### **Kekerasan sebagai Komoditas**

Larderllier (Haryatmoko, 2004) mendefinisikan kekerasan sebagai "prinsip tindakan yang mendasarkan diri pada kekuatan untuk memaksa pihak lain tanpa persetujuan". Haryatmoko menambahkan, program yang berisi kekerasan sangat

jarang mempertimbangkan aspek pendidikan, etis, dan efek traumatisme penonton. Pasalnya, pembelaan bahwa tidak semua kekerasan jelek karena ada juga presentasi dalam media yang mengandung dimensi seni, mempersulit pemilahan akan mana tayangan yang mendidik dan mana yang merugikan (destruktif).

Kekerasan dalam media bisa dipresentasikan melalui isinya, misalnya dengan tindakan (pembunuhan, pertengkaran, perkelahian, kerusakan, dan tembakan), atau dengan situasi (konflik, luka, dan tangisan) di mana emosi yang terungkap menggambarkan perasaan terdalam.

Kekerasan menjadi komoditas layak jual. Kendati tak termasuk 10 besar bila dibanding keseluruhan program, namun hingga kini *crime news* tetap bertahan. Data AGB Nielsen Media Research periode 04-10 Januari 2009 menunjukkan sebaran penonton *Top Crime News* di sepuluh kota besar (Jakarta, Surabaya, Medan, Semarang, Bandung, Makasar, Yogya, Palembang, Denpasar, dan Banjarmasin) sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
Segmen Usia 5-14 Tahun

<i>Counter</i>	<i>Description (Grouped)</i>	<i>Channel/ Variabel</i>	<i>000s</i>	<i>Rating</i>	<i>Share</i>	<i>Index</i>
1	PATROLI	INDOSIAR	211	2.2	15.2	113
2	BUSER	SCTV	123	1.3	8.2	78
3	SERGAP	RCTI	112	1.2	7.2	70
4	SIDIK	TPI	91	1.0	6.5	98
5	TKP	TRANS7	70	0.7	4.7	80
6	SIDIK PAGI	TPI	21	0.2	2.3	78

**Tabel 2.**  
Segmen Usia 14-19 Tahun

<i>Counter</i>	<i>Description (Grouped)</i>	<i>Channel/ Variabel</i>	<i>000s</i>	<i>Rating</i>	<i>Share</i>	<i>Index</i>
1	BUSER	SCTV	87	1.7	11.9	100
2	SERGAP	RCTI	70	1.3	10.2	79
3	PATROLI	INDOSIAR	59	1.1	8.4	59
4	TKP	TRANS7	49	0.9	6.2	107
5	SIDIK	TPI	30	0.6	4.4	58
6	SIDIK PAGI	TPI	8	0.2	2.4	56

**Tabel 3.**  
Segmen Usia 20+ Tahun

<i>Counter</i>	<i>Description (Grouped)</i>	<i>Channel/ Variabel</i>	<i>000s</i>	<i>Rating</i>	<i>Share</i>	<i>Index</i>
1	PATROLI	INDOSIAR	641	2.0	15.1	103
2	SERGAP	RCTI	612	1.9	14.8	112
3	BUSER	SCTV	546	1.7	12.6	105
4	SIDIK	TPI	328	1.0	7.7	107
5	TKP	TRANS7	308	1.0	7.0	105
6	SIDIK PAGI	TPI	113	0.4	4.3	114

Sebagaimana media cetak yang menarik perhatian pembacanya melalui *headline*, televisi juga membutuhkan hal serupa. Cara paling mudah dan menarik bagi televisi adalah dengan menampilkan gambar dramatis. Berangkat dari pertimbangan ini, Frost (2000) mengungkapkan, dengan keinginan kuat untuk menyediakan gambar yang menarik sebagaimana laporan berita, editor penyiaran akan selalu berusaha membangun suatu drama agar tampak nyata di seluruh rekamannya, baik itu benar-benar terjadi maupun tidak.

Taufik Suprihatini (2008) menilai media juga telah melakukan tindakan ceroboh dalam menyiarkan berita-berita kriminal. Dikatakan ceroboh karena media kurang atau tidak mempertimbangkan unsur kemanusiaan, etika penulisan, korban yang terkena perbuatan, dan pelaku perbuatan itu sendiri. Dalam hal ini media hanya mempertimbangkan unsur *rating* semata, dan tidak mempertimbangkan unsur-unsur lainnya yang terkena dampak dari pemberitaan tersebut, baik individu maupun masyarakat. Dengan kata lain, penayangan berita bertema kekerasan kurang mempertimbangkan segi kualitas. Program ini lebih berorientasi pada segi komersial semata.

Berbagai pendapat di atas semakin memperjelas betapa pengelola televisi berusaha menyajikan program yang dapat diterima pasar dengan berbagai cara dan kemasan, sebagaimana diungkapkan Juliette H. Walma Van der Molen (<http://pediatrics.aappublications.org/egi/content/full/113/6/1771>). Padahal, dalam konteks berita kriminal, isi berita bisa saja mengandung hal-hal yang secara emosional bisa membahayakan—sebagai konsekuensi dari kekerasan. Misalnya, kecelakaan atau bencana alam, kekerasan yang berhubungan dengan struktur politik atau ekonomi (misal perang dan kelaparan), serta kekerasan yang merujuk pada perusakan objek atau properti seperti vandalisme dan penjarahan.

Tayangan semacam itu akan memberi ruang belajar bagi anak-anak untuk melakukan hal yang sama. Ini diperkuat dengan temuan Leigh Kimmel (<http://www.geocities.com/Athens/3682/televisinews.html>). Ia mencatat, hasil berbagai eksperimen menunjukkan anak-anak yang menonton kekerasan dalam klip "berita" lebih agresif dibanding yang menonton klip eksak dalam potongan drama

fiksi. Ia juga mengutip pendapat Gerbner yang mendefinisikan kaitan antara level menonton televisi dengan persepsi di mana orang cenderung mementingkan diri sendiri dan licik. Ia menyebutnya '*mean world syndrome*'.

Menghadapi tuduhan semacam ini, pengelola televisi memiliki alasan yang pada umumnya hampir sama. Lukmantoro (2007) mengutip dari Harian Kompas tanggal 13 Oktober 2002, bahwa "program berita kejahatan merebak ketika berita politik sudah tidak menarik lagi. Alasan lainnya tentu saja adalah karena berita-berita kriminalitas itu memang disukai pihak penonton serta konsekuensinya adalah mendatangkan iklan yang besar".

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif (Pawito, 2007), berfokus pada program *crime news* sebagai upaya menguak berbagai persoalan kebijakan redaksi. Pengumpulan data dilakukan antara bulan Juni hingga Agustus 2009. Data ini diperoleh melalui mewawancara dengan jajaran redaksi sebagai pembuat kebijakan penayangan program *crime news*. Semula narasumber yang akan diwawancara adalah *news director*, produser, editor, dan *scriptwriter*. Namun, dalam perkembangan di lapangan, editor dan *scriptwriter* diabaikan karena tidak mempunyai kewenangan untuk mengambil kebijakan dan hanya melakukan tugas sesuai arahan eksekutif produser dan produser.

Perkembangan di lapangan juga memandu peneliti untuk mengembangkan wawancara tak hanya di bagian redaksi yang menangani program kriminal, tetapi juga dengan orang-orang kunci yang ikut membidani lahirnya program tersebut. Sebab, mereka pun memiliki cerita dan data yang tak kalah menarik. Selain itu, setelah wawancara dilakukan dengan beberapa pengelola stasiun televisi, terungkap bahwa pemegang otoritas penentuan waktu dan durasi tayang, bahkan yang menentukan apakah sebuah tayangan harus pindah jam tayang, dikurangi atau ditambah durasi, bahkan dihapus, adalah bagian *programming/scheduling*.

Keputusan tersebut diambil berdasarkan hasil riset yang dilakukan AGB Nielsen, satu-satunya lembaga yang melakukan riset media kuantitatif di Indonesia. AGB Nielsen mengeluarkan data *rating*, *share* dan *Indeks* yang menunjukkan tingkat kepemirsaaan setiap hari, terekam *minute by minute*. Dengan pertimbangan fakta tersebut, maka dilakukan wawancara dengan bagian *planning*, *programming*, *scheduling*.

Sebagai data pendukung adalah kajian terhadap rekaman enam program *crime news* yang termasuk kategori *top crime news*: Patroli, Buser, Sergap, Sidik, TKP, dan Sidik Pagi, masing-masing satu edisi untuk mengetahui isi dan *rundown* program tersebut.

### **Profil Pemirsa Televisi**

Setiap stasiun televisi mempunyai target grup atau khalayak sasaran sendiri yang bisa jadi berbeda dengan stasiun yang lain, namun ada pula yang sama profil pemirsanya. Hal ini akan mempertajam persaingan antar stasiun. News Director RCTI Arief Suditomo yang diwawancara tanggal 30 Juni 2009 mengungkapkan bahwa

pemirsa RCTI adalah *all segment, all demography*, tetapi dominan di kelas A dan B, sebagian besar perempuan usia *teen up*, tidak ada anak kecil.

Sedangkan segmen audiens TPI menurut Ray Wijaya adalah menengah ke bawah yaitu kelompok B, C, dan D bahkan ada yang termasuk kelas E. Triyandi Suyatman yang bergabung Indosiar sejak tahun 1993 menyatakan segmen penonton Indosiar adalah masyarakat umum (*all segment*). Triyandi juga menambahkan bagian program menggunakan hasil survei dan *lifestyle* orang menonton televisi selama 24 jam untuk menyusun jadwal dan merancang program, karena dari survei akan tampak siapa penonton TV pada pagi hari, jam kerja, atau di hari minggu. Dari survei pun akan terlihat kapan waktu anak-anak menonton.

Segmen penonton SCTV adalah kelas A, B, dan C. Menurut Ananto Prabowo dari bagian *Programming* dan *Scheduling* Trans7, target penonton stasiun televisi ini adalah kelas A dan B. Karena TransTV dan Trans7 berada dalam satu perusahaan (Trans Corporation), ada arahan agar programnya tidak saling berbenturan. Berdasarkan penuturan Ananto, "Kalau TransTV lebih *high class*, Trans7 lebih membumi."

### **Pasang-Surut Program Kriminal di Televisi**

Menurut *News Manager* Indosiar Gaffar Yustadi, munculnya program kriminal di televisi dipicu oleh kesuksesan koran Pos Kota yang beroplag tinggi dengan menjual berita tentang perkotaan dan kriminal. Ia menggambarkan:

*"Nah kita bikin berita mengenai kriminalitas itu Patroli (tahun 1999). Awalnya seminggu tiga kali, belum harian. Ternyata mendapat respon bagus dan dari pihak kepolisian sendiri kita dapat bantuan besar. Artinya kepolisian merasa terbantu karena kerja mereka terekspos, keberhasilan mereka juga diekspos, jadi mereka juga ada exposure, akhirnya dibikin seminggu enam kali. Waktu itu wartawan diajak oleh polisi, difasilitasi, jam berapa, kencan di mana, ketemu di mana. Mereka mau nangkap siapa, mau nembak siapa, kita tahu, saat penggerebekan itu ikut, tembak-menembak walau harus tanggung risiko sendiri."*

Alasan itu juga diakui Arifin Harahap, salah satu konseptor program *Sidik* di TPI. Ia terinspirasi berita kriminal di Harian Pos Kota. Menurutnya, semula berita kriminal di televisi dianggap murahan. Tetapi *rating*-nya yang tinggi menunjukkan bahwa berita ini diminati.

Kemunculan program berita kriminal di televisi diawali *Patroli* (Indosiar), disusul *Buser* (SCTV), dan *Sergap* (RCTI), lalu diikuti oleh stasiun TV lainnya. Kini, hampir semua stasiun televisi mempunyai program kriminal, baik dalam format berita maupun format *magazine* yang tayang dalam periode tertentu.

Sebagaimana lazim terjadi dalam industri penyiaran, program kriminal juga mengalami masa pasang-surut. Saat sedang *booming*, Agus Sudibyo (2004) mencatat ada ada 13 program kriminal yang tayang di berbagai stasiun televisi. Hanya MetroTV dan Global TV yang tidak menayangkan program jenis ini.

**Tabel 4.**  
Program Kriminal di Stasiun TV

Stasiun TV	Program Kriminal
RCTI	<i>Sergap</i>
Indosiar	<i>Patroli</i>
SCTV	<i>Buser Siang</i> <i>Buser</i> <i>Derap Hukum</i>
TransTV	<i>Kriminal-Lacak</i>
TPI	<i>Sidik</i>
Trans7	<i>Duduk Perkara</i> <i>TKP (Tajuk Kriminal Perkotaan)</i>
ANTV	<i>Sidik Jari</i> <i>Bidik</i>
Lativi	<i>Indonesia Crime Story</i>
(Sekarang TVOne)	<i>Investigasi</i>

Di puncak kejayaannya, awak televisi 'bermitra' dengan kepolisian, terlibat dengan pihak kepolisian ketika melakukan reka ulang penangkapan atau razia. Itulah mengapa hampir semua nama program kriminal di televisi dekat dengan istilah yang dikenal di kepolisian atau hukum, seperti *Buser* (Buru Sergap), *TKP* (Tempat Kejadian Perkara), dan sebagainya.

Menurut *News Director* Trans7 Titien Rosmasari, nama TKP dipilih karena istilah tersebut tidak asing lagi di dunia kepolisian dan hukum. Hanya maknanya saja yang sedikit berbeda, dari 'Tempat Kejadian Perkara' diubah menjadi 'Tajuk Kriminal Perkotaan'. Artinya, kejadian yang diberitakan adalah peristiwa-peristiwa di semua kota di Indonesia bukan hanya di Jakarta. "Kita punya kru baik di Jakarta maupun daerah yang bisa meng-cover peristiwa itu," jelasnya.

Titien menambahkan, tahun 2002-2003 adalah masa puncak bagi program kriminal. Ketika itu memang berita kriminal seolah-olah menjadi sesuatu yang dibutuhkan masyarakat. Berita yang banyak diangkat adalah penangkapan-penangkapan tersangka di TKP. Ketika polisi menangkap atau menggeledah rumah, awak televisi boleh mengambil gambar dengan bebas. "Akibatnya dulu program TKP cukup punya modal. Ketika orang tidak bisa leluasa datang ke lokasi TKP karena banyak polisi yang menjaga, dengan ditayangkan di televisi semua bisa mengetahui secara detil. Proses pengeledahan hingga penangkapan benar-benar bisa terlihat. Kru TKP bisa mengambil fokus kegiatan polisi di lapangan secara langsung."

Ketika hampir semua stasiun televisi menayangkan program kriminal, persaingan tajam pun terpicu. Semua berusaha memberikan yang terbaik. Keluasan

jaringan menjadi penting untuk mendapatkan informasi kapan akan ada penggerebegan, reka ulang, dan sebagainya.

Arifin Harahap menceritakan ada beberapa cara membangun jaringan dengan pihak kepolisian. Salah satunya dengan membayar alias memberi insentif ke pihak kepolisian. Maka, terjadilah transaksi saling menguntungkan. Televisi butuh berita, polisi perlu publikasi kegiatannya.

Namun, sejalanannya waktu, muncul kebijakan dari kepolisian untuk membatasi gerak media. Media tidak lagi bisa bebas '*nempel*' pada polisi dalam hal pencarian berita. Hal ini dipandang Titien sebagai titik awal kurangnya sumber data untuk program TKP. Meski, menurut pengakuannya program ini tidak menayangkan begitu saja informasi yang diterima dari polisi tetapi mengembangkan dan membandingkan dengan temuan di lapangan. Tetapi kebijakan tersebut membuat kru TKP mulai kesulitan mendapatkan *source*-nya. Mereka mulai meliput peristiwa yang sering disebut "komando": polisi melakukan penangkapan lalu merilis berita mengenai peristiwanya, tersangkanya, modus, ancaman hukuman, dan sebagainya. Awak media tinggal 'terima bersih' saja.

### ***Street Crime, Sang Primadona***

Sejak ada pembatasan akses wartawan terhadap aktivitas polisi, praktis daya tarik berita kriminal jadi menurun karena isinya monoton dan tidak dramatis. Padahal dalam bisnis televisi, gambar adalah dagangan. Kian dramatis gambarnya, makin tinggi daya jualnya. Bila gambar tidak menampilkan emosi atau ekspresi, penonton tidak akan tertarik. Kondisi ini membuat program-program berita kriminal jadi kalah saing dengan jenis program lain yang menampilkan gambar dan cerita yang lebih dramatis.

Arief Suditomo menuturkan, persaingan dalam industri televisi kadang-kadang kejam. "Waktu di RCTI ada Sergap, dihajar kompetitor kita dengan *talkshow*, *variety show*, dan *reality show*. Jadi sedikit banyak kita terpengaruh. Tapi saat terpengaruh, pertanyaannya adalah apa yang harus kita lakukan? Kita punya kompetitor yang pada jam yang sama, dengan durasi yang sama itu, dan satu-satunya hal adalah mempertahankan formulasi RCTI ini ya, tanpa formulasi. Formula kita ya tanpa formula."

Situasi seperti ini membuat pengelola beberapa stasiun menganggap 'masa emas' program kriminal telah habis atau merasa tidak memiliki sumber yang cukup. Mereka pun menghilangkan program kriminal dari daftar acara. Seperti Trans7 yang sejak 1 Agustus 2009 menggusur TKP dari daftar acaranya.

Pengelola SCTV tidak secara eksplisit mengatakan program kriminal tidak laku dijual ketika mengeser jam tayang program Buser. Semula, Buser tayang setiap Senin sampai Jumat pukul 11.30. Sejak tanggal 3 Maret 2009, program ini dipindah tayang antara pukul 01.00 hingga pukul 03.00. Alasan yang dikatakan Budi Darmawan, *Head of Corporate Affair* SCTV terkait penggeseran jam tayang itu adalah, mereka lelah ketika berita terus-menerus mendapat kritik dan merasa dipersalahkan sebagai penyebab terjadinya kejahatan. "Yang paling gampang, televisi yang dijadikan

kambing hitam. Orang-orang melihatnya bukan kejahatannya yang dipikirkan tapi medianya yang dianggap sebagai agen penyebaran modus operandi sehingga kita yang *disalahkan* ketika ada kasus ini (kejahatan),” paparnya.

Meski begitu, beberapa stasiun televisi lain memandang berita kriminal 'tidak ada matinya', tidak mengenal paceklik. Artinya, selalu tersedia *source* yang dibutuhkan, masih layak jual, dan mempunyai pasar. Program Patroli (Indosiar) termasuk program yang bertahan sejak awal penayangan hingga saat ini. Produser Patroli saat ini, Arni Gusmiarni, menekankan bahwa sejak awal Indosiar sudah memilih peristiwa kriminal yang mereka ambil, yaitu kejahatan di sekitar kita seperti jambret, copet, mungkin juga kalau ada penangkapan tersangka.

Stasiun TPI bahkan tidak hanya mempertahankan program Sidik (tayang pukul 11.30 WIB), tetapi juga mengembangkan program baru Sidik Kasus dan Sidik Pagi (tayang pukul 06.00 WIB). Ada pula program mingguan Sidik Kasus berisi *indepth report* kasus tertentu, serta Kribo (Kriminal Heboh) yang tayang sendiri seminggu sekali.

Ada keunikan program kriminal Sidik Pagi TPI dibanding stasiun lainnya. Bila program kriminal lain di RCTI, SCTV, Trans7, Indosiar, bahkan program Sidik di TPI menyajikan berita kriminal secara konvensional: *newscaster* yang berperan sebagai pembaca berita, pada Sidik Pagi ada tokoh Kong Jaing yang menjadi ikon. Penggunaan ikon Kong Jaing ini mirip dengan Bang Napi yang mengisi segmen keempat Sergap. Sosok Bang Napi yang berada di balik jeruji penjara berusaha mengingatkan penonton akan bahayanya sikap lalai bagi keselamatan diri. Bang Napi sering menyebutkan, kelalaian tak hanya merugikan diri sendiri tetapi juga orang lain. *Tagline* khas yang sering diucapkan Bang napi adalah: “*Kejahatan dapat dicegah. Waspadalah! Waspadalah!*”

Manajemen RCTI hingga saat ini juga masih mempertahankan program Sergap. Walaupun Sergap masih unggul di atas Ceriwis (TransTV), salah satu konseptor Sergap Deden Kuswondo mengatakan, “Tetapi kadang-kadang *apple to apple*-nya berat. Pas Sergap tayang, di SCTV ada Gosip, di Trans7 ada si Bolang. Kalau jam 12 di RCTI ada Buletin Siang, di Metro ada Metro siang, di TPI ada Lintas Siang. Memang *apple to apple*, tetapi berita dengan berita lebih mudah karena kita tahu kekuatan kita.”

Memainkan *rundown* menjadi salah satu kiat ketika sebuah program satu stasiun TV berhadapan dengan stasiun lain pada saat yang sama. Walau gambar menjadi prioritas, namun peristiwa yang mempunyai nilai berita tinggi pasti masuk. Menurut Arni, penonton Patroli adalah ibu rumah tangga, jadi saingan terberatnya adalah Silet di RCTI. “Di sini kita juga berusaha untuk menampilkan hal-hal manusiawi, yang memancing simpati, antara lain dengan menampilkan peristiwa yang dekat dengan keseharian.”

Menarik untuk diketahui bahwa berita kriminal yang disukai pemirsa adalah tipe *street crime*, yang dekat dengan kesehariannya. *White collar crime* tidak

'dimakan' oleh penonton berita kriminal. Program KPK (Kumpulan Perkara Korupsi) yang ditayangkan TransTV hanya berjalan beberapa episode, demikian juga program Kerah Putih (Trans7) yang tak berumur panjang.

**Tabel 5.**  
Judul Berita dalam Berita Kriminal

Program	Sekuen (Berita)	Judul Berita
<b>Patroli - Indosiar</b> <b>02-Jun-09</b>	1.	Korban Kecelakaan Kereta Api Tabrak Bis Disambut Haru, Penjaga Pintu Perlintasan Jadi Tersangka (Jember, Jatim)
	2.	3 Orang Tewas Terseret Ombak (Pariaman, Sumbar)
	3.	2 Rumah Hangus Terbakar (Jakut)
	4.	Tawuran 1 Pelajar Tewas (Makasar, Sulsel)
	5.	Tenggelam (Makasar, Sulsel)
	6.	Mayat di Dalam Sumur
	7.	Gantung Diri (Mojokerto, Jatim)
	8.	Pelaku Pembobolan <i>Save Deposit</i> Ditangkap (Jakpus)
	9.	Rumah Pengusaha Di Satroni Maling (Jakpus)
	10.	Perampokan Rumah Mewah (Bogor, Jabar)
	11.	Penyitaan Terhadap 100 Barang Bukti Lebih Tindak Kejahatan (Situbondo, Jatim)
	12.	Info Orang Hilang
<b>Sidik - TPI</b> <b>02-Jun-09</b>	1.	Arak Oplosan (Mataram, NTB)
	2.	Arak Oplosan Masih Beredar di Masyarakat (Denpasar, Bali)
	3.	Manohara
	4.	Eksekusi Rumah Dinas Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 5 Warga Disekap Oknum Tentara
	5.	Eksekusi Rumah Dinas Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 5 Warga Disekap Oknum Tentara
	6.	Penyanyi Dangdut Dela Citra Tertipu Bisnis Ponsel
	7.	Kuberikan Nyawa Demi Sebuah Berita (Subang, Jabar)
	8.	Wartawan Palsu (Bogor, Jabar)
	9.	Wartawan Palsu (Bogor, Jabar)
<b>TKP - Trans7</b> <b>02-Jun-09</b>	1.	Misteri Kematian Gadis Kuburan Cina – Penelusuran
	2.	Kegadisan Manohara Direnggut Sebelum Menikah
	3.	Bahasa Isyarat Selamatkan Manohara (Jakarta)
	4.	Manohara Segera Divisum (Jakarta)
	5.	Gadis Lari Pagi Dibacok Jambret (Kupang, NTT)

<b>Sidik Pagi - TPI</b>	1.	Gadis Di Bawah Umur Disekap 5 Pelaku Ditangkap (Majena, Sulawesi Barat)
	2.	Otak Wartawan TPI Gadungan Ditangkap (Bogor, Jabar)
	3.	Pria Hangus Terbakar Diduga Korban Pembunuhan (Kendal, Jawa Tengah)
	4.	Lima Warga Disekap Oknum Tentara (Tanah Kusir, Jakarta Utara)
	5.	Manohara Akui Jadi Korban Kekerasan
	6.	Ketahuan Mencuri 4 Karyawan Ditangkap (Bone, Sulawesi Selatan)
	7.	Yasri Ardi Firman Pulanglah – Berita Orang Hilang (Warakas, Jakarta Utara)
	8.	Kribo – Kriminal Heboh
<b>Sergap - RCTI</b>	1.	Kisah Pembebasan Manohara – Indikasi Kekerasan dalam Rumah Tangga
	2.	Orang Tua TKW Datangi PJTKI untuk Mencari Anaknya yang Hilang
	3.	Kebakaran Locket Bus Antar Lintas Sumatera Perwakilan Kisaran Asahan Sumatera Utara
	4.	Direktur BUMN Kebobolan Maling
	5.	Mobil Anggota DPR Jadi Sasaran Pencurian
	6.	Daftar Korban Tewas Arak Oplosan Bertambah
	7.	Ketagihan Narkotika, Seorang Wanita Hamil Nekat Mencuri Voucher Handphone di Terminal (Kampung Melayu, Jakarta Timur)
	8.	Hanya Karena Makan Mangga, Seorang Pembantu Dianiaya Majikan
	9.	Bang Napi – Pembantu Dianiaya Majikan

Dilihat dari judul-judul di atas, tampak bahwa pada umumnya berita yang muncul di program kriminal adalah peristiwa kriminal yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Sebut saja pencurian, perampokan, pembunuhan, KDRT, serta peristiwa lain yang dinilai menarik bagi audiens program kriminal.

#### **Departemen Program dan *Scheduling*: Pemegang Kunci**

Di media cetak, dinamika ruang redaksi merupakan kekuasaan penuh pemimpin redaksi dan jajarannya. Namun di dalam industri media televisi, pemegang otoritas tertinggi adalah bagian Program. Bagian ini yang menentukan kelanjutan sebuah program.

Hal ini disadari betul oleh seluruh praktisi pertelevisian. Sulit bagi redaksi untuk mempertahankan sebuah program ketika hasil riset yang dilakukan bagian Program atau *rating* dan *share* yang diterima dari AGB Nielsen menunjukkan penurunan atau tidak dapat mencapai hasil yang memuaskan.

Arief Suditomo menggambarkan bagaimana kerasnya sikap *programmer* terhadap program yang tidak dapat ditolerir.

*“Tidak ada drama buat dia kecuali di layar. Kalau misalnya program jelek ya sudah harus out! Jadi harus pragmatik, kadang-kadang seperti tidak ada hatinya, tidak ada rasanya. Men-treat orang, men-treat acara, atau artis, itu benar-benar dengan statistik. Dengan latar belakang riset dan statistik, dia akan melihat dari berbagai macam angle yang menunjukkan program ini jeleknya sudah sekian kali, tidak bisa ditoleransi lagi.”*

Namun demikian, masih menurut Arief, *programmer* RCTI tetap harus mempunyai pengetahuan produksi, sehingga bisa ikut campur untuk memperbaiki. Tetapi salah satu pertimbangan utama untuk memutuskan “iya” atau “tidak” pada sebuah acara lebih kepada data-data yang dia punya.

Pengalaman yang kurang lebih sama diungkapkan Ananto Prabowo. Ia menggambarkan alasan penghentian program TKP. *Review* program yang dilakukan setiap minggu untuk melihat perkembangan dan tren kepemirsaaan, menunjukkan bahwa dulu acara ini sangat diminati. Namun kini pemirsanya makin berkurang.

*“Ini diasumsikan audiens kita sudah tidak membutuhkan cerita yang sangat keras. Di Trans7 otoritas keputusan ada di dalam Programming Comitee Meeting (PCM) terdiri dari programming, news, produksi, sales, marketing, promotion, dan finance. Meeting dilakukan seminggu sekali dan berbicara juga dengan tim news dan produksi. Didiskusikan bagaimana menyikapi acara ini, apakah diperbaiki, dilanjutkan, atau dihentikan. Termasuk keputusan untuk menghentikan program TKP setelah melalui perubahan, mulai TKP dibentuk sampai perubahan konten dari yang sangat keras hingga kita buat dengan regulasi yang lebih ketat jadi lebih soft.”*

Dalam pandangan PCM, performa TKP tidak seperti yang diharapkan dari waktu ke waktu. Keputusan ini dikembalikan ke *inhouse* (divisi News/Pemberitaan), apakah ada proposal program lain yang bisa menggantikan.

*“Karena, kalau kita sebagai televisi swasta drive-nya selalu mendapat share tinggi. Kalau ada program yang kita evaluasi bersama kurang mendukung share performance station secara keseluruhan, nanti akan kita serahkan ke temen news dan produksi. Tapi setelah itu kalau tidak ada perubahan juga kita kembalikan, apakah ada program lain yang menggantikan atau masih bisa diteruskan. Jadi kemarin di PCM itu kita bersama-sama melihat bahwa program ini akan coba digantikan dengan program lain yang untuk stasiun lebih baik. Walaupun ketika program TKP akan ditutup sebetulnya posisi share stasiunnya masih 8 (target standar performance Trans7 sampai akhir tahun 11).”*

Ananto menambahkan bahwa bagian *Programming* hanya memberikan masukan. Artinya, keputusan akhir bukan di meja divisi *Programming*. Sebab bagaimanapun tujuan stasiun televisi adalah mencapai *double digit* di akhir tahun. Bagian *Programming* bertugas memberi masukan cara pengembangan untuk mencapai tujuan itu. "Atau dari *inhouse* punya masukan lain untuk menjadi lebih baik, itu akan lebih berguna bagi kita. Tapi kalau keputusan komite mengganti program lain, kita juga memikirkan seperti apa program selanjutnya." Jelasnya.

Sebagai *Program and News Director* Indosiar, Triyandi menggambarkan bahwa di stasiun ini, bagian *Programming* menentukan nasib sebuah acara. Jika terdapat data dari bagian Riset bahwa format acara tertentu tidak atau kurang disukai, maka bagian *Programming* memutuskan bahwa mereka harus berbenah, memberi masukan mengenai arah format *news* yang seharusnya, dan sebagainya. Semuanya harus disesuaikan dengan selera masyarakat.

Pertimbangan lain adalah segmentasi. *Rating* dan *share* disesuaikan dengan segmentasi. Data *rating* dan *share* untuk menilai keberhasilan suatu program juga harus disesuaikan dengan segmentasinya. Triyandi memaparkan, ada pertimbangan waktu dan kompetitor yang memengaruhi jalannya program berita. "Maksudnya program berita itu berita yang umum misalnya jam 6 sampai jam 7 sore. Kita akan lihat apakah di jam-jam itu kuat melawan infotainment atau tidak. Kalau tidak kuat melawan ya harus mundur, tidak bisa meng-cover jam 6. Kalau mundur jam 5 sore, ada SCTV atau RCTI di jam 5 sore. Kalau masih kalah juga, keputusan programnya atau manajemennya mundur lagi," ujarnya.

Pengelola Indosiar memang memutuskan untuk meniadakan siaran berita di sore hari, dan menggantinya dengan program *entertainment*. Sedangkan bagian *Programming* tetap melihat kondisi persaingan ketika harus berkompetisi secara *total hour*, 24 jam. Harus dipertimbangkan apakah bisa memenangkan penonton pada pukul 6-7, pukul 7-12, pukul 12-3, dan seterusnya. Iklim kompetisi ini dievaluasi per *block time*.

"Fleksibilitas skedul tersebut berlaku untuk semua program yang ditayangkan. Tidak hanya *news*, tapi juga program-program lain. Seperti *entertainment*, kalau tidak bagus ya dicopot. Itu inti *scheduling*-nya," papar Triyandi.

Langkah-langkah kebijakan redaksi berita kriminal yang dipandu bagian *Programming* mengarah pada upaya menciptakan program laku jual. Tujuannya tak lain untuk meraih penonton dan terlebih pemasang iklan. Pertarungan adu kuat dan adu liat tersebut bermuara pada tuntutan kreativitas dan kemampuan menciptakan program sehingga dapat meraih kedua target sekaligus. Siapa yang paling kreatif berpeluang besar memenangkan pertarungan. Meski tak selalu dapat diramalkan siapa yang akan jadi pemenang dan menanggung keuntungan, setidaknya bisa bertahan menghadapi benturan antar program.

Beberapa kebijakan redaksi berita kriminal menunjukkan bagaimana kuatnya mereka mempertahankan eksistensi, terlepas apakah tayangan mereka secara kualitas memang layak masuk ke ruang publik. Meskipun, secara internal ada upaya dari redaksi untuk melindungi kepentingan publik dengan memburamkan gambar yang

menunjukkan kekerasan, tidak menyangkan korban, keluarga korban tindak kejahatan asusila, dan sebagainya.

### **Penutup**

Berita kriminal bagi beberapa stasiun televisi dipandang sebagai salah satu program yang layak dipertahankan. Sebab, peristiwa kriminal hingga kini terus terjadi. Walaupun ada perubahan kemasan namun secara umum peristiwa yang banyak masuk dalam berita kriminal adalah peristiwa yang berkaitan dengan kejahatan jalanan (*street crime*). Eksekusi peliputan peristiwa-peristiwa seperti ini relatif sederhana dan tidak banyak investigasi.

Selain *rating* dan *share*, faktor lain yang memengaruhi kebijakan redaksi adalah segmentasi program masing-masing stasiun televisi. Segmentasi menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kebijakan, terutama jika dikaitkan dengan jenis peristiwa kriminal yang dinilai 'layak tayang' sesuai dengan khalayak sasarannya.

Kriminal jalanan (*street crime*) semacam pencurian, penjabretan, dan sejenisnya dipilih sebagai sajian yang sesuai segmen yang disasar. Pertimbangannya adalah, kriminal jalanan sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari. Bagi penonton tidaklah sulit memahami berita yang disajikan. Sementara bagi awak media tersedia *source* yang cukup, karena jaminan ketersediaan peristiwa kriminal yang sangat dekat dengan keseharian tersebut.

Bagian *Programming* dan *Scheduling* menjadi kunci bagi semua kebijakan redaksi. Ini karena kerjanya yang berbasis riset media, baik yang dilakukan secara mandiri maupun dengan mengolah data dari AGB Nielsen. Temuan bagian riset dan data AGB Nielsen menjadi dasar rekomendasi dari bagian *Programming* dan *Scheduling* untuk menentukan apakah sebuah program akan dilanjutkan, pindah jam tayang, atau hilang dari susunan program televisi.

### **Daftar Pustaka**

- Amirudin. 2000. "Industri Media dan Wacana Budaya Kekerasan". *Jurnal IKSI* No. 5/Oktober 2000.
- Eriyanto. 2004. "Kekerasan Sebagai Hiburan, Analisis Tayangan Kriminalitas di Televisi". *Jurnal Hukum Jentera* Edisi 1 Tahun II Februari 2004.
- Frost, Christ. 2000. *Media Ethics and Self-Regulation*. Harlow: Pearson Longman.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kimmel, Leigh. 1998. *Violence on The News, Television Crime Reporting and Society*. Tersip di <http://www.geocities.com/Athens/3682/tvnews.html>. Diakses tanggal 26 April 2008.
- Labib, Muh. 2002. *Potret Sinetron Indonesia, Antara Realitas Virtual dan Realitas Sosial*. Jakarta: MU:3 Books.

- Lukmantoro, Triyono. 2007. "Rating Televisi: Komodifikasi Estetika dan Standarisasi Selera". FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta (2007), Diskursus Relasi Masyarakat, Bisnis dan Media, Kumpulan Tulisan dari Diskusi Dies Natalis XVI FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- Malik, Dedy Djamaludin. 2001. "Dari Konstruksi ke Dekonstruksi: Refleksi Atas Pemberitaan Televisi Kita". *Jurnal ISKI* No.6/November 2001. Bandung: Rosda.
- Molen, Van der Juliette H. Walma. *Violence and Suffering in Television News, Toward a Broader Conception of Harmful Television Content for Children*. Tersip di <http://pediatrics.aappublications.org/cgi/content/full/113/6/1771.htm> Diakses tanggal 26 April 2008.
- Nugroho, Bimo. Dalam *Media Indonesia Online*. Tersip di <http://www.media.konsumen.com/artikel290.html>. Diakses tanggal 26 April 2008.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. New York: Longman Publishing Corp.
- Soemandoyo, Priyo. 1999. *Wacana Gender dan Layar Televisi*. Yogyakarta: LP3Y.
- Suprihatini, Taufik. 2008. "Memahami Tayangan Kekerasan di Televisi". *Majalah Forum*, Vol 36 No. 1 Januari 2008.
- Wardhana, Veven Sp. 1997. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.