

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wartawan atau jurnalis merupakan orang yang bertugas atau bekerja untuk mencari, mengumpulkan, memilih, mengolah berita dan menyajikannya secara cepat kepada khalayak luas yang dapat dilakukan melalui media cetak atau media elektronik. Menurut Eriyanto (2002:28), dalam melakukan tugasnya, wartawan sebetulnya bukan hanya mengambil realitas yang sebenarnya, tapi juga membentuk berita: ia menguraikan, mengurutkan, mengonstruksi peristiwa demi peristiwa, sumber demi sumber, serta membentuk citra dan berita tertentu.

Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. Dari keseluruhan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pers tersebut, dapat dirangkum menjadi tiga kegiatan yang umumnya dilakukan oleh wartawan di lapangan, yaitu kegiatan mencari berita (*news hunting*) yang merujuk pada kenyataan bahwa wartawan harus mengejar (memburu) sumber berita agar mendapatkan hasil yang diharapkan,

lalu kegiatan pengumpulan berita (*news gathering*), merujuk pada pekerjaan wartawan yang hanya mengumpulkan bahan berita dari berbagai sumber yang tersedia sampai kepada kegiatan membuat berita (*news making*).

Ukuran profesionalisme wartawan terletak pada ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Selagi berpegang teguh pada KEJ, tidak satu pihakpun bisa menggugat hasil karya jurnalistik yang dibuat wartawan, selain itu, wartawan secara profesi juga sudah semestinya berpegang pada undang-undang yang secara khusus berlaku untuknya, yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. Wartawan juga perlu bergabung dengan organisasi formal terkait profesinya, seperti PWI dan AJI, untuk dapat mengaktualisasikan diri dalam profesi kewartawanan (Ershad et al., 2012:9).

Selain ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik (KEJ) Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, seorang wartawan juga harus memperhatikan nilai-nilai lokal yang berlaku pada masyarakat di sekitarnya. Hal ini dikarenakan profesi wartawan memiliki mobilitas dan dinamika yang tinggi. Wartawan harus aktif melakukan "*personal contact*" atau hubungannya dengan orang lain. Wartawan menjalin hubungan dengan semua orang dari berbagai latar belakang dan status sosial, khususnya narasumber yang menjadi mitra wartawan.

Menurut John Edward Rhony istilah Warung kopi yang sekarang sama dengan warung kopi atau lapau masa dahulu seiring dengan

perkembangan zaman, warung kopi ini telah menjadi modern merupakan tempat yang sangat akrab dengan profesi wartawan yang duunya tidak ditemui. Wartawan dari berbagai media kerap memanfaatkan warung kopi sebagai sarana berkumpul dan berdiskusi tentang berbagai hal, khususnya yang berhubungan dengan pekerjaan dan kegiatan peliputan di lapangan. Warung kopi menawarkan beragam fasilitas yang dapat mendukung kegiatan wartawan sekaligus sebagai tempat berkomunikasi dan berdiskusi.

Warung kopi identik seperti lapau atau kedai yang sudah modern bukan hanya menjual kopi, teh dll. Pada warung kopi ini dikunjungi oleh berbagai latar belakang profesi, dan beberapa latar belakang pendidikan yang sebagian orang dijadikan untuk duduk, bersantai dan diskusi dalam memperoleh informasi dari pengujung agar dapat menjadikan sebuah berita bagi wartawan yang akan disampaikan pada khalayak ramai melalaui media cetak atau media massa.

Sering juga warung kopi atau lapau ini dijadikan pertemuan untuk menyelesaikan masalah, meningkatkan silaturahmi antar sesama koleka yang telah lama tidak berjumpa, atau dijadikan tempat bersenda gurau untuk menceritakan hal-hal yang sedang hangat dibicarakan masyarakat, hal seperti inilah sering dikunjungi oleh para wartawan.

Ada begitu banyak informasi yang berkembang di warung kopi, diantaranya bahkan menginspirasi para wartawan untuk mengangkatnya menjadi sebuah berita di media. Namun demikian,

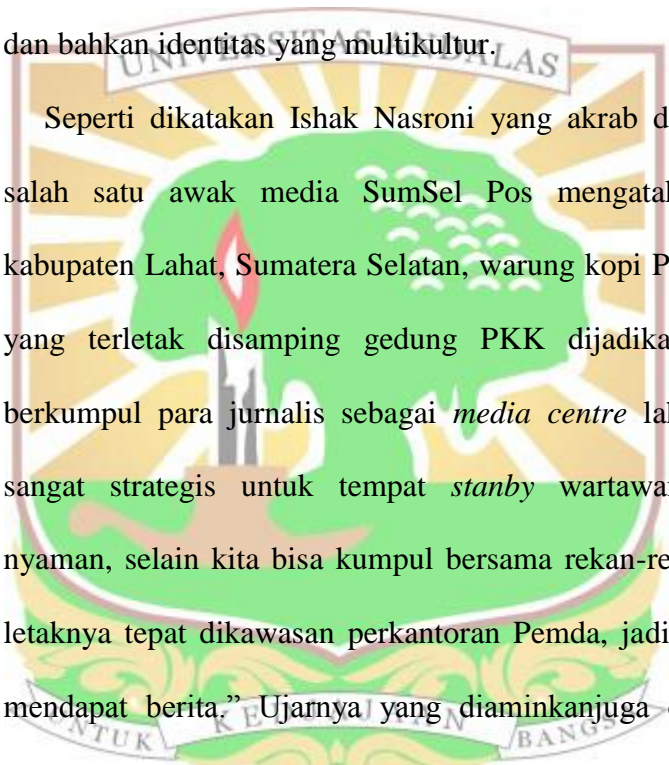
tidak semua informasi yang berkembang di warung kopi bisa diangkat ke media, kesemuanya harus melewati proses seleksi dengan melihat nilai berita (*newsvalue*) yang dimilikinya. Hanya informasi yang memiliki nilai berita yang tinggilah yang dapat diangkat menjadi sebuah berita di media sesuai dengan *Standard Operating Procedure* (*SOP*) yang dimiliki oleh media yang bersangkutan.

Bagi masyarakat Minangkabau, warung kopi tidak sekadar tempat minum kopi, tetapi memiliki banyak fungsi, antara lain sebagai tempat atau sarana untuk diskusi, baik politik, agama, sosial, budaya, dan ekonomi. Kemudian, sebagai sumber informasi tentang segala sesuatu yang terjadi di lingkungan, mulai dari tempat terkecil, seperti kampung, kecamatan, kabupaten, provinsi, sampai yang terjadi di negara, bahkan dunia. Dengan demikian, keberadaan warung kopi di Minangkabau adalah sesuatu yang penting. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika di Minangkabau terdapat banyak warung kopi.

Warung kopi yang dulu identik dengan warung tradisional, kini sudah bertransformasi menjadi warung yang modern dengan segala konsep yang baru pada zaman sekarang. Warung kopi tidak identik lagi dengan orang-orang tua, tapi juga menjadi tempat nongkrong anak-anak muda, tidak lagi menjadi tempat nongkrong orang-orang kampung, tapi juga menjadi tempat diskusi pejabat, pengusaha, dan orang-orang kelas menengah ke atas lainnya.

Dari suatu pengamatan penulis secara langsung terhadap warung-warung kopi di kota Padang seperti Kubik Koffie, WarKop

KPU, WarKop Dewi (atau biasa disebut warkop Tan Malaka), WarKop Om Ping, banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial, tempat untuk berkumpul, berbicara, bermain, menghibur satu sama lain, atau mengisi waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Warung kopi menjadi tanda yang mengukuhkan keberadaan baru bagi masyarakat, melalui bertemunya beragam orang, suku, agama, lembaga, status sosial dan bahkan identitas yang multikultur.



Seperti dikatakan Ishak Nasroni yang akrab dipanggil Ujang, salah satu awak media SumSel Pos mengatakan bahwa Di kabupaten Lahat, Sumatera Selatan, warung kopi Pindang Pegagan yang terletak disamping gedung PKK dijadikan ajang untuk berkumpul para jurnalis sebagai *media centre* Lahat. Warung ini sangat strategis untuk tempat *stanby* wartawan, “tempat ini nyaman, selain kita bisa kumpul bersama rekan-rekan media juga letaknya tepat dikawasan perkantoran Pemda, jadi kita bisa cepat mendapat berita.” Ujarnya yang diaminkan juga oleh Agus dari media Sinar Lematang sambil menikmati segelas kopi yang disajikan oleh pelayan warung.

Keberadaan para wartawan di warung-warung kopi kerap kali dianggap sebagai perantara atau penyambung lidah dari masyarakat kepada pihak-pihak tertentu maupun pemerintah. Bagi sebagian masyarakat yang mengetahui bahwa para informan berprofesi sebagai wartawan biasanya tanpa sungkan bertanya, bercerita,

menyampaikan keluhan maupun tanggapan perihal berbagai macam peristiwa yang terjadi di sekelilingnya, dengan harapan agar para wartawan ini sebagai pihak yang memiliki media dapat dengan mudah mengkonfirmasi atau menyampaikan informasi yang diterimanya di lapangan kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Kemudian berbekal informasi tersebut, para wartawan turun ke lapangan untuk melihat situasi yang sebenarnya terjadi.

Rutinitas kegiatan media juga seringkali dilakukan di warung-warung kopi, mulai dari kegiatan mencari, mengumpulkan dan membuat berita serta melakukan diskusi setelah kembali dari lapangan dan diskusi-diskusi ringan lainnya.

Sumber-sumber informasinya pun beragam, informasi bisa diperoleh dari topik utama di media televisi yang terdapat di warung kopi, dari surat kabar gratis, dari percakapan mulut kemulut dengan sesama pengunjung warung kopi dan dari internet.

Terjadinya beragam pemaknaan warung kopi yang ada pada saat ini, tidak terlepas dari bagaimana proses komunikasi itu terjadi. Hal ini erat kaitannya dengan konstruksi makna yang dibentuk oleh masyarakat dalam hal ini pelanggan warung kopi itu sendiri. Dalam sebuah penelitian, Citra Abadi (2013:3) menyebutkan bahwa:

“Dalam memaknai suatu hal, individu memerlukan suatu dasar yang dijadikan sebagai sebuah nilai dalam mendorong individu untuk mengkonstruksi sebuah makna. Dengan adanya nilai yang dijadikan sebagai pedoman untuk memaknai realitas, nilai tersebut akan mempengaruhi individu dalam bertindak ke depannya. Interpretasi yang dilakukan oleh individu, memunculkan sebuah motif dalam diri individu”

Motif seseorang untuk mengunjungi warung kopi pun tidaklah sama. Artinya tentu ada sebuah tujuan yang mereka inginkan ketika berada di sebuah warung kopi, apakah itu untuk dirinya sendiri ataukah untuk kepentingan lain yang ada di lingkungan sekitarnya. Motif ini juga sangat mempengaruhi seseorang dalam memaknai realitas sosial di sekitarnya.

Berdasarkan hasil dari penelitian pada Februari – Maret 2016 dalam bentuk observasi yang dilakukan terhadap para pengunjung di warung-warung kopi di Kota Padang, peneliti mengamati bahwa ada begitu banyak pengunjung dari berbagai latar belakang yang berbeda mengunjungi warung kopi tersebut. Di beberapa warung kopi bahkan tampak dengan jelas sangat dominan oleh kalangan-kalangan tertentu, seperti wartawan, PNS, karyawan swasta dari berbagai perusahaan, para mahasiswa, dan lainnya. Disini peneliti memilih salah satu dari kelompok-kelompok dominan tersebut untuk menjadi fokus, yakni pada profesi wartawan di Kota Padang.

Pada penelitian ini, penulis melihat keberadaan para wartawan di warung-warung kopi menjalankan fungsi dan tugasnya sebagai wartawan dalam mencari, mengumpulkan dan menyampaikan informasi kepada khalayak melalui sebuah sarana jurnalistik, yaitu warung kopi dan bagaimana warung kopi dapat mendukung kebutuhan wartawan dari segi fisik maupun emosional

1.2 Rumusan Masalah

Bertolak dari persoalan tersebut, penulis melakukan penelitian berjudul “Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Dan Sumber Informasi Bagi Profesi Wartawan Di kota Padang.”

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan yang diajukan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja motif-motif yang melatarbelakangi keberadaan wartawan di warung kopi?
2. Bagaimana fungsi dan peran wartawan dalam menjalankan tugas di warung kopi ?
3. Bagaimana wartawan khususnya yang berada di warung kopi ini memaknai komunikasi dan sumber informasi pada warung kopi?

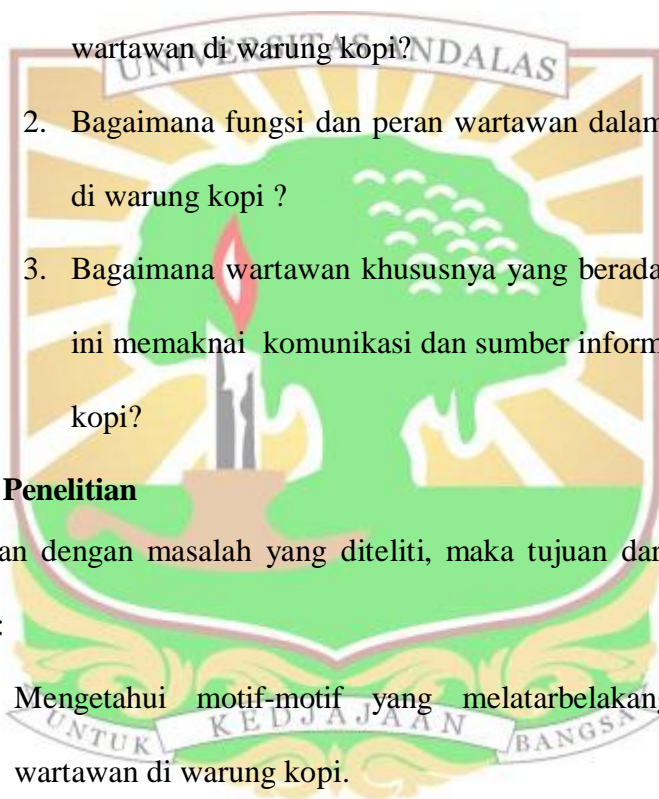
1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui motif-motif yang melatarbelakangi keberadaan wartawan di warung kopi.
2. Mengetahui fungsi dan peran wartawan dalam menjalankan tugas di warung kopi .
3. Mengetahui makna dan peran warung kopi sebagai sarana profesi wartawan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya khazanah kajian ilmu komunikasi. Di samping itu juga dapat menjadi bahan rujukan



bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya bagi para akademisi atau bagi mereka yang tertarik untuk memahami penelitian tentang warung kopi sebagai sarana komunikasi dan informasi bagi profesi wartawan.

2. Secara praktis, dari hasil penelitian ini diharapkan agar pemerintah, akademisi dan masyarakat dapat memahami makna komunikasi dari sisi kebudayaan, sehingga dapat mengkomunikasikan kebijakan dan program pemerintah dengan pendekatan yang menggunakan kearifan lokal (*local wisdom*) dalam menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat

