

Keberpihakan Surat Kabar Dalam Pemilu Legislatif 2004 di Indonesia (Kasus Surat Kabar Republika dan Media Indonesia)

Basuki Agus Suparno Arif Wibawa
Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip UPN "Veteran" Yogyakarta

Abstract

Objectivity on mass media is always raising the big question. Is there really available the objectivity on mass media? This writing focuses this problem whether the objectivity is exist or Utopia. This writing contrasted two analysis: Theoretical Analysis and Empirical Analysis.

Keywords: *objectivity, mass media*

Latar belakang

Pemilu tahun 2004 di Indonesia telah berlangsung dan telah usai baik pemilu legislatif atau pun untuk posisi presiden. Sekalipun pemilu tersebut telah usai, belum banyak diungkap bagaimana surat kabar di Indonesia memposisikan diri di atas sejumlah kepentingan yang berbeda. Gagasan ini penting dikemukakan karena sejumlah alasan. *Pertama*, setelah 32 tahun bangsa Indonesia berada di dalam regim Orde Baru, jumlah partai politik terbatas hanya tiga (PPP, PDI dan Golkar) di mana kontrol dan kendali pemerintah terhadap ketiga partai tersebut sangat kuat. Partai politik tidak sepenuhnya otonom dalam menentukan arah kebijakan dan kepentingannya. Sementara, pada Pemilu 2004 pada masa reformasi, jumlah partai politik yang terlibat sebanyak 24 partai. Kondisi ini ditandai semakin menguatnya prosedur formal dan otonom partai politik yang jauh lebih baik di banding pada masa Orde Baru. Ini terlihat pada kecilnya kontrol dan kendali pemerintah terhadap keberadaan partai politik.

Kedua, bagi media massa sendiri khususnya pers, dirasakan ada semangat baru dalam menjalankan fungsi pengawasan dan kontrol terhadap pelaksanaan pemerintahan. Kemerdekaan pers dijamin undang-undang yang sepenuhnya digunakan untuk kepentingan nasional termasuk di dalamnya melakukan pendidikan dan sosialisasi politik.

Ketiga, sebuah kenyataan yang sulit dipungkiri bahwa realitas media merupakan *second hand reality* yang dibentuk oleh para pekerja media berdasarkan pada sejumlah nilai, orientasi kepentingan, afiliasi politik dan sejumlah kepentingan bisnis yang menjadikan objektivitas isi media dipertanyakan. Dari situ muncul pertanyaan, benarkan isi media mampu bersikap objektif dan tidak berpihak. Sementara, perhelatan pemilu dengan melibatkan 24 partai politik sarat dengan sejumlah kepentingan. Bahkan

banyak di antara para pekerja media berada di dalamnya, yaitu ikut terlibat dalam pesta demokrasi tersebut.

Dengan kata lain, pada tataran mikro isi surat kabar yang telah dikonstruksi para pekerja media memunculkan pertanyaan krusial yang perlu dijawab, yaitu apakah surat kabar di Indonesia dapat berlaku bijak dan memberdayakan masyarakat agar memiliki keterbacaan terhadap isi media (media literacy) di tengah situasi konflik dan kompetisi kepentingan yang menajam dalam pemilu. Di lain pihak, apakah surat kabar menjadi media yang melakukan keberpihakan ekstrem dengan melupakan pijakan ideal bagi praktek jurnalisme itu sendiri. Tulisan ini akan diarahkan pada dua hal, yakni kajian teoritis dan kajian empiris. Kajian teoritis berusaha melihat konseptualisasi ideal tentang bagaimana sebuah surat kabar memposisikan dirinya di tengah sejumlah kepentingan dan perdebatan yang ada di dalamnya. Sedangkan kajian empiris melihat posisi surat kabar Kompas, Republika dan Media Indonesia berdasarkan output/ isi media yang telah disiarkannya.

Kajian Teoritis

Di dalam Ilmu Komunikasi, konsep dan teori yang menjelaskan bagaimana kecenderungan isi pemberitaan surat kabar tersedia cukup banyak dan beragam. Konsep dan teori tersebut menyediakan landasan penting bagi penelitian yang bergerak ke arah kuantitatif atau pun ke kualitatif. Kajian teoritis ini, akan melihat teori-teori tersebut dan yang mempunyai keterkaitan dalam melihat isi dan kecenderungan isi media, seperti analisis framing yang berkaitan dengan teori agenda media yang juga berkaitan dengan teori konstruksi realitas sosial. Penjelasan ini akan bersifat simultan dari sejumlah teori yang memiliki relevansi dengan apa yang dipermasalahkan.

Analisis framing merupakan salah satu pendekatan yang dipakai untuk mengkaji isi media. Akar historis pendekatan ini tidak

dapat dilepaskan dari content analysis yang dikembangkan Holsti dan Krippendorff. Hanya pendekatan yang mereka kembangkan memiliki sifat kuantitatif yang berbeda dengan analisis framing itu sendiri. Dari pendekatan ini kemudian berkembang pendekatan-pendekatan lain yang mengacu pada content analysis. Misalnya pendekatan yang dilakukan dalam agenda setting yang terdiri dari agenda media dan agenda publik. Konsep gatekeepers media yang dikaji dalam agenda media merupakan konsep yang secara metodis memiliki relevansi dengan content analysis dan framing. Dalam proses *gate keeping* tersebut, media melakukan bingkasaan, yakni apakah mempersempit atau memperluas definisi sosial mengenai berbagai permasalahan yang ada.

Menurut Hall dan Fagen (dalam Reese, Gandhi and Grant, 2001:86) framing adalah hubungan di antara elemen pesan. Konvergensi pemikiran agenda setting dengan framing ini telah lama diakui oleh para ahli dalam beberapa kajian atau bidang yakni komunikasi massa (Weaver, Graber and Mc Combs, 1981), ilmu politik (Lyenger and Slemom, 1993) dan retorika (Kuypers, 1997). Dengan mengutip pendapat McComb, Maher (dalam Reese, Gandhi and Grant, 2001: 83) mengatakan bahwa framing merupakan dimensi kedua dari agenda setting. Sementara menurut Entman, framing ini sendiri telah menjadi teori umum terutama terhadap bagaimana teks-teks komunikasi dipahami.

Dalam perkembangannya kajian-kajian tentang isi media tidak sebatas pada aspek yang tampak, observabel dan empiris, melainkan telah lebih luas terutama pada lokus interpretasi terhadap isi media dan wacana. Menurut Shoemaker dan Resse (1996) studi isi media membantu kita dalam mengambil kesimpulan terhadap suatu fenomena yang kurang visibel dan terbuka. Menurut mereka isi media dapat dipandang sebagai indikator dari sejumlah kekuatan yang melatarbelakanginya. Isi media dapat mempunyai makna: (a) sebagai refleksi atas realitas sosial dengan atau tanpa distorsi; (b) isi merupakan cerminan dari sikap pekerja media; (c) isi dipengaruhi rutinitas organisasi; (d) isi dipengaruhi oleh institusi dan kekuatan eksternal media dan (e) isi merupakan fungsi dari sebuah ideologi dan kekuatan kekuasaan tertentu.

Kajian teoritis pada tulisan ini akan menjelaskan tiga hal penting. *Pertama*, relasi media massa terutama surat kabar dan berita politik terutama mengenai kampanye politik pada pemilu 2004. *Kedua*, bagaimana sebuah berita dikonstruksi. *Ketiga*, bagaimana sama memahami isi berita melalui cara framing sekaligus menjelaskannya sebagai metode.

a. Surat Kabar dan Berita Politik

Dalam sistem politik, surat kabar memiliki peranan penting dalam komunikasi politik.

Melalui proses tersebut, surat kabar dapat menjembatani kesulitan-kesulitan politik guna implementasi tujuan politik. Sebagaimana yang dikatakan Maswadi Rauf (1993: 21) komunikasi adalah salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik sehingga terbuka bagi siapa pun untuk membandingkannya dengan latar belakang budaya yang berbeda. Gabriel Almond (dalam Rauf, 1993: 22) mengatakan bahwa: *all function performs in political system, political socialization and recruitment, interest articulation, interest aggregation, rule making, rule application and rule adjudication are performed by means of communication*. Komunikasi politik dengan demikian mampu mengkoordinasikan tata nilai politik yang diinginkan sekaligus sebagai alat kontrol sosial yang memelihara idealisasi sosial dan keseimbangan (Panuju, 1994:4)

Dengan demikian, media massa (surat kabar) merupakan sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif. Dalam konteks politik, institusi media massa mempunyai lima fungsi. *Pertama*, proses pencarian dan keputusan siapa dan apa yang seharusnya diberitakan. Fungsi ini disebut sebagai: *newsmaking* yang bisa dijelaskan sebagai: *surveying of the world and deciding what people and event should be reported* (McQuail, 1993:3)

Kedua, fungsi interpretasi di mana pekerja media tidak hanya memutuskan apa itu berita, mereka juga memberi interpretasi dengan menempatkan peristiwa dalam konteksnya. Fungsi ini berhubungan kuat dengan cara pandang pekerja media dalam menetapkan isi berita sesuai dengan nilai dan preferensinya.

Ketiga adalah sosialisasi terhadap budaya politik yang berlaku. Media mampu mendiseminasikan persoalan secara luas melalui pembelajaran politik. Untuk kepentingan yang sama, Rogers juga menempatkan media massa sebagai faktor yang penting bagi diterimanya suatu inovasi. Media merupakan saluran penting bagi sosialisasi politik.

Keempat, fungsi persuasi. Fungsi ini mendapatkan momentumnya ketika media dipakai sebagai saluran kampanye politik. Menurut Dennis Mc Quail (1991) persuasi merupakan usaha-usaha langsung dalam mempengaruhi perilaku khalayak massa dalam kampanye politik.

Kelima, fungsi agenda setting yakni memutuskan apa yang akan ditetapkan, mendefinisikan problem sosial dan memberikan saran terhadap pemecahannya. Apa yang dikemukakan Dennis McQuail ini (1993) mengenai agenda setting ini sejalan dengan pemikirannya Robert Entman mengenai analisis framing yang akan

diuraikan pada sub telaah pada bab ini selanjutnya.

Keberpihakan Surat Kabar. Aspek lain dari komunikasi politik adalah mengenai pembentukan opini publik. Opini publik dapat dipandang sebagai tanggapan atau reaksi khalayak dalam proses komunikasi politik. Menurut William Albig (dalam Sutopo, 1993:25) pembentukan opini publik tidak terlepas dari faktor psikologi khalayak yang berhubungan dengan pembawaan, kegiatan, perasaan dan penghayatan seseorang. Sementara menurut Dan Nimmo (1993:12) pembentukan opini publik tersebut ada tiga tahap: Basuki Agus Supaerno/Arif Wibawa

1. Tahap konstruksi personal di mana individu mengamati segala sesuatu, menginterpretasikan dan menyusun objek-objek politik secara sendiri dan subjektif.

2. Konstruksi sosial, yaitu tahap yang menyatakan opini pribadi di depan umum.

3. Konstruksi politik yaitu tahap yang menghubungkan opini publik dengan pejabat politik dan publik yang sama-bertanggungjawab terhadap pemrakarsaan, perumusan, penerimaan, penginterpretasian dan penilaian kebijakan.

Dalam pengertian di atas, untuk memperoleh simpati masyarakat, setiap partai politik berusaha melakukan persuasi dan opini publik guna mengaktualisasikan kepentingan politik. Berbagai kebijakan, isu-isu politik yang penting, janji dan harapan menjadi fokus atau agenda media dari media massa yang ada. Media pada gilirannya mampu mendefinisikan kepentingan politik dalam realitas media. Sejumlah pernyataan politik dari partai politik, kegiatan dan pernyataan disajikan dalam media massa. Termasuk di dalamnya dilakukan oleh tiga surat kabar penting di Indonesia yaitu Republika, Media Indonesia dan Kompas. Ketiganya terlibat menstruktur kognitif khalayak dengan mendefinisikan realitas politik ke dalam realitas media.

Namun, dalam kondisi seperti itu, masalahnya adalah apakah media massa hanya bertindak sebagai forum yang menjembatani peristiwa atau isu politik tersebut. Persoalan ini mengembalikannya pada alur tulisan ini bahwa sebuah isi berita dikonstruksi oleh sejumlah kepentingan yang sangat luas dan kompleks yang pada gilirannya membingkai isi media distruktur dan diarahkan ke mana. Implikasi persoalan ini mempertanyakan apakah dalam pemberitaan yang dilakukan media tersebut memberikan ruang dan kesempatan yang adil dan proporsional bagi partai politik sebagai kontestan pemilu 2004.

b. Konstruksi Berita Politik

Konstruksi berita sebagai isi media dan khususnya mengenai berita politik dilakukan oleh pekerja media dan sejumlah kepentingan yang ada di dalam entitas media itu sendiri. Maksudnya adalah isi media ditengarai bukan sesuatu yang steril dari kepentingan-kepentingan tertentu. Denis McQuail

(1993:191) menjelaskan keberpihakan ini sebagai bias yang diartikan sebagai: *a consistent tendency to depart from straight path of objective truth by deviating either to left or right.*

Faktor-faktor pengaruh yang diidentifikasi sebagai penentu kenapa isi media dapat terjadi bias oleh Shoemaker dan Resse (1996: 64) disebutkan ada lima faktor, yaitu: (a) faktor individu sebagai pekerja media; (b) rutinitas media; (c) organisasi media; (d) faktor ekstramedia; dan (e) faktor ideologis.

Pengaruh individu terhadap isi media mencakup aspek-aspek individu yang melekat di dalamnya seperti faktor demografis dan psikologis. Ettena dkk (dalam Berkowits, 1997) melihat sikap, nilai, kognisi dan karakteristik demografis individu yang mempengaruhi isi media. Kondisi tersebut memiliki hubungan yang erat dengan bagaimana mereka sebagai individu pekerja media mempersepsi khalayaknya, sumber informasi yang mereka peroleh, nilai dan sistem kognisi yang mereka pakai, karakter dan ideologi personal serta pandangan mereka mengenai objektivitas itu sendiri.

Dihubungkan dengan berita politik, faktor-faktor individual tersebut sangat penting untuk diperhatikan. Keterlibatan seorang individu pada partai politik atau memiliki orientasi politik personal tertentu menjadikan individu tersebut mengkonstruksi isi berita politik yang berbeda dengan individu lainnya. Persepsi mereka terhadap partai politik tertentu dan figur-figur yang ada di dalamnya ditentukan oleh orientasi nilai dan kognisi yang mereka miliki. Secara alamiah, setiap individu mempunyai cara bagaimana mereka melihat sesuatu. Littlejohn (2000: 14) mengatakan bahwa setiap individu melihat fenomena komunikasi secara berbeda sebagai sebuah perspektif yang melekat di dalamnya. Perspektif itu sendiri merupakan sebuah cara bagaimana sebuah realitas dikonstruksikan. Pada kenyataannya tidak benar faktor individu di atas dipisahkan secara dikotomis dengan aspek lainnya. Apa yang dilakukan

dengan aspek lainnya. Apa yang dilakukan individu tidak dapat dipisahkan dari bagaimana mereka belajar dari pola-pola yang telah ditetapkan dalam pekerjaan mereka. Pandangan ini menegaskan bahwa manusia adalah makhluk sosial dan mereka berpartisipasi dalam pola-pola tindakan sesuai dengan kelompok sosialnya. Croteau (1997: 216) menegaskan bahwa perilaku pekerja media dibentuk oleh kohesivitas dan seperangkat peraturan dan norma sebagai bagian integral dari apa yang mereka pahami sebagai pekerja media profesional. Oleh karena itu, biasanya pekerja media bekerja di dalam organisasinya tidak memutuskan sesuatu sebagai sesuatu yang baru dan berbeda.

Pada kesempatan yang sama, perusahaan sebagai organisasi media juga berusaha mempertahankan keberlangsungan usahanya. Sebagai perusahaan, organisasi media harus dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi. Untuk kepentingan itu, organisasi media menentukan isi media bukan berdasarkan pada kualitas dan pemberdayaan masyarakat, melainkan informasi apa sehingga surat kabar yang dikelolanya laku dijual. Faktor ekonomis ini sering memicu isi media menyajikan isu-isu kontroversial dan konflik. Berita politik dapat merupakan komoditas yang paling strategis yang dipakai untuk kepentingan ini.

Dari sisi ekstra media harus diakui bahwa peranan ekstra media ini cukup penting dalam hal bagaimana isi media dikonstruksi. Partai politik dapat dipandang sebagai faktor ekstra media yang dapat bertindak sedemikian rupa dalam mempengaruhi kebijakan isi media. Partai politik yang dibentuk seringkali melakukan kontrol dan kritik terhadap isi media. Mereka melakukan standarisasi terhadap apa yang seharusnya dimuat dalam isi media. Di samping itu, isi media secara langsung berhubungan dengan kepentingan dengan mereka yang membiayai. Kepentingan finansial yang digunakan untuk membiayai operasi organisasi media sering menimbulkan kebijakan dari pihak organisasi media dengan lebih mementingkan pengiklan dari aspek keberagaman isi media sendiri.

c. Analisis Framing Berita Kampanye Pemilu

Ketika sebuah wartawan atau pekerja media melakukan tindakan yang mengubah peristiwa menjadi sebuah berita, maka pada saat itu mereka melakukan framing. Menurut Stephen D. Reese dkk (1999:11) mengatakan bahwa

frames: are organizing principles that are socially shared and persistent over time, that work symbolically to meaningfully structure the social world. Dengan demikian framing dapat dipandang sebagai metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus dengan memberikan sorotan terhadap aspek-aspek tertentu saja.

Robert Entman (dalam McQuail, 2002b) melihat framing sebagai proses seleksi (selection) dan penonjolan (salience). Seperti yang dikutip Denis Mc Quail, ia mengatakan:

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them salient in communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and treatment recommendation.

Konsep yang hampir sama juga dikemukakan Stephen D. Reese dkk (2001:10) yang mengatakan:

A frame is a central organizing idea for news content that supplies a context and suggest what the issue is through the use selection, emphasis, exclusion and elaboration. Berpijak dari pengertian di atas, framing memiliki dua hal yang sangat penting. *Pertama*, bagaimana peristiwa dimaknai dan *kedua* bagaimana peristiwa tersebut ditulis menjadi bermakna.

Lebih lanjut, dalam pandangan Robert Entman, analisis framing dapat digunakan untuk menentukan batas masalah yang dihadapi, mengetahui penilaian - evaluasi moral dan memberikan rekomendasi pemecahan masalah.

Pandangan lain seperti dikemukakan Tod Gitlin menyebutkan bahwa framing merupakan strategi bagaimana realitas dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Proses ini ditentukan melalui seleksi dan penonjolan. Sementara Kosicki dan Pan (dalam Eriyanto, 2002:67) framing diartikan sebagai strategi konstruksi. Inti framing adalah bagaimana proses penyeleksian dan penonjolan aspek-aspek

tertentu dari realitas yang tergambar dalam komunikasi menjadi lebih terlihat, bermakna dan dapat diingat oleh khalayaknya (Sudibyo, 2001:221)

Sebagaimana telah diuraikan di awal, konsep framing tidak dapat dilepaskan dari konsep agenda setting yang juga memfokuskan bagaimana media melakukan penonjolan dan penyeleksian terhadap peristiwa. Maher (dalam Resse, 2001: 88) mengatakan bahwa framing merupakan tahap kedua setelah agenda setting. Jika agenda setting memfokuskan pada *what to think about* sedangkan framing memfokuskan pada *how to think about it*.

Dalam berita kampanye politik dari sejumlah partai politik, media dihadapkan pada sejumlah peristiwa penting, pernyataan dan aktivitas partai politik. Dalam konsep framing, pekerja media melakukan proses seleksi dan penyajian yang mengangkatnya sebagai realitas media sebagai hasil proses konstruksi. Sebagaimana konsep-konsep yang telah dikemukakan, proses seleksi dan penyajian terhadap peristiwa merupakan proses yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor baik personal, rutin media, atau sejumlah kepentingan lain yang ada. Relasi dan interelasi dari sejumlah kekuatan tersebut menghasilkan bingkai isi media. Oleh karena itu, secara objektif, isi berita mengenai kampanye politik pada masa kampanye pemilu 2004 memungkinkan untuk terjadinya bias, terdapat perbedaan penonjolan dan penyajian dari setiap pemberitaan yang ada dan aspek-aspek lainnya yang merefleksikan adanya cara yang dipakai pekerja media untuk mendefinisikan sejumlah kepentingan yang ada. Kajian Empiris

Kajian teoritis di atas memberikan ilustrasi dan justifikasi bahwa praktek-praktek jurnalisme tidak mampu keluar dari area yang telah diprediksikan dari sejumlah ilmuwan komunikasi di atas. Oleh karena itu, kajian empiris hanya mempertegas apa yang telah dinyatakan sebelumnya.

a. Surat Kabar Republika

Ada 21 berita yang dijadikan kajian empiris tulisan ini selama kampanye legislatif pada pemilu 2004. Tema yang dimunculkan dalam pemberitaan bagi partai politik Islam umumnya mengenai pemberantasan korupsi,

cara meningkatkan kesejahteraan rakyat dan penegakkan syariat Islam. Sementara sejumlah berita yang diturunkan cenderung menampilkan sisi negatif pada dua partai besar seperti PDIP dan Partai Golkar. Pada partai tersebut, judul-judul yang muncul lebih menekankan bahwa betapa PDIP dan Partai Golkar mendapat resistensi dari lapisan masyarakat pada satu sisi, pada sisi lain, perilaku politik mereka tidak yang simpatik.

Pada kenyataannya tidak semua partai politik dimunculkan baik sebagai fokus berita itu sendiri atau pun menjadi bagian berita dalam keseluruhan penyajiannya. Demikian pula tidak semua tokoh partai politik muncul dalam pemberitaan yang dilakukan oleh surat kabar Republika. Dibandingkan dengan partai politik seperti PDIP dan Partai Golkar, partai politik dengan basis Islam lebih banyak muncul.

Hal yang menarik, judul-judul berita dari masing-masing partai politik menempatkan posisi Partai Golkar dan PDIP dengan judul-judul yang berkonotasi dan citra negatif bagi keduanya. Hal ini berbeda dengan judul-judul berita yang berkenaan dengan partai politik Islam. Ada 7 judul berita yang PKS politik Islam. Ada 7 judul berita yang menempatkan PDIP pada posisi demikian itu. Dalam pemberitaan tersebut PDIP sering diberitakan bermasalah terutama berkaitan dengan kekerasan, penganiayaan, tawuran dan melakukan pelecahan seksual. Judul-judul tersebut terlihat sebagai berikut:

Hal yang sama dialami Partai Golkar. Sekalipun tidak seperti yang terjadi pada PDIP, Partai Golkar tetap mendapat porsi pemberitaan yang kurang menguntungkan. Ada 4 judul yang cenderung negatif dan menghujat. Misalnya, judul berita: Massa Partai Golkar dihujani Batu (18/3). Berita ini mengisahkan bahwa adanya resistensi masyarakat terhadap Partai Golkar. Judul yang lain tampak seperti: Akbar Kampanye Antikorupsi. Ini merupakan judul yang mengandung sindiran bahwa bagaimana mungkin Akbar Tanjung berkampanye mengenai antikorupsi, sedangkan ia sendiri terlibat dalam persoalan tersebut. Dua judul lainnya, memberitakan keraguan masyarakat tentang Partai Golkar.

Sementara jika dibandingkan dengan partai-partai politik Islam, Republika melakukan penonjolan pada program dan janji yang dilakukan partai-partai politik Islam. Hanya satu judul yang memiliki kecenderungan untuk ditafsirkan menyudutkan PAN. Namun jika dilihat isi berita tersebut ternyata pemberitaan dengan judul Amien: *Itu Pesawat Pinjaman* lebih merupakan pembelaan Republika.

Dari ketiga tabel tersebut dapat (diperbandingkan bagaimana cara Republika melakukan seleksi dan penonjolan terhadap PDIP dan Golkar pada satu sisi, sedangkan pada sisi lain terhadap partai-partai politik Islam. Adapun judul-judul yang dimunculkan Republika terhadap partai-partai politik Islam tampak pada tabel 4. Sementara, posisi SBY dan Partai Demokrat lebih baik jika dibandingkan dengan judul-judul yang berkaitan dengan

PDIP dan Partai Golkar. Partai Demokrat dan SBY diberitakan (dengan posisi yang lebih baik tersebut tampak pada judul: *Partai Demokrat Utujuk Kekuatan* dan *Gus Dur Ajak SBY Kampanye Bersama*. Jika dilihat dari struktur dan cara penyajiannya, sangat terlihat bagaimana surat kabar Republika menempatkan PDIP pada posisi yang tidak menempatkan partai mendapat simpati masyarakat. Ini bukti yang menunjukkan bahwa dalam penyajian berita, sulit untuk menghindarkan diri dari sejumlah kepentingan yang ada.

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa PDIP dan Partai Golkar dalam bingkai pemberitaan yang dilakukan oleh Republika ditempatkan pada posisi yang tidak menguntungkan. Berbeda dengan pemberitaan Republika terhadap Partai Golkar dan PDIP, pernyataan-pernyataan yang dikutip Republika terhadap partai politik Islam terutama PKS dan PAN jauh berbeda jika dibandingkan dengan pernyataan yang dikutip Republika dalam pemberitaannya selama masa kampanye partai politik.

Hal yang menyangkut bagaimana Republika mendeskripsikan jumlah massa pendukung yang hadir dalam kampanye, Republika memperlihatkan dukungannya pada partai-partai Islam. Pada pemberitaan "Saatnya Indonesia dipimpin Tokoh Islami" (12/3), Republika memberikan ilustrasi terhadap massa pendukung bagi PKB. Republika mengatakan: "Di Batam, puluhan ribu massa memadati lapangan tempat kampanye PKB". Pada paragraf yang

Tabel 1. Komposisi Pemberitaan Partai Politik Berdasarkan Judul

No	Nama Partai Politik	Jumlah
1	PDIP	7
2	Partai Golkar	4
3	Partai-Partai Islam	11
4	PKPB	1
5	PDK	1
6	Partai Demokrat	2
7	Partai Pelopor	1

Sumber: Data Primer, 2004

dan PAN, nasib baik belum berpihak pada PKPI. Kampanye perdana partai tersebut di lapangan SCTV Jl. Darmo Surabaya tampak

sepi pengunjung." Dibandingkan pemberitaanya pada: "Masyarakat Masih Tanda Tanya pada Partai Golkar" (13/3), Republika menulis massa pendukung yang hadir dalam kampanye Partai Golkar: *di hadapan ratusan kader Partai Golkar*. Terhadap PDIP, misalnya pada pemberitaan: "Sesama Massa PDIP Tawuran" (15/3) massa pendukung PDIP dilukiskan secara secara kontradiktif. Republika menulis: "Kampanye PDIP itu sendiri dihariri tidak kurang dari 5.000 orang. Namun karena kondisi lapangan becek ditambah hujan rintik-rintik, massa PDIP yang memasuki lapangan hanya sekitar 500-1000 orang."

Tabel 2
Judul-Judul Berita Tentang PDIP

No	Judul
1	Taufik Kiemas di hiding Gunakan Fasilitas Negara (17/3)
2	Kampanye PPP dan PDIP Terancam Dihentikan (18/3)
3	Massa PDIP Beringas Puluhan Siswi Jadi Korban Pelecehan (25/3)
4	PDIP dan Golkar Pelanggar Terbesar (17/3)
5	PKS Gugat PDIP Sosial Pengrusakan dan Penganiayaan(29 / 3)
6	Amien: Pemberantasan Korupsi Mandek (1/4)
7	Sesama Massa PDIP Tawuran (15/3)

Sumber: Data Primer, 2004

b. Surat Kabar Media Indonesia

Media Indonesia menurunkan 18 berita dalam pemberitaan kampanye partai politik selama bulan Maret 2004. Dari 18 judul tersebut, ada 4 judul yang mem-*blow up* Surya Paloh dengan sebaran pemberitaan yang beragam. Misalnya pada judul: "SBY Mulai Kampanye." (14/3), Surya Paloh tetap muncul dengan jumlah paragraf yang cukup besar. Surya Paloh dalam pemberitaan sering didudukkan sebagai salah satu tokoh dalam Partai Golkar dan peserta konvensi dalam pencalonan diri sebagai presiden dari partai tersebut.

Terhadap PDIP dan Megawati Soekarnoputri, Media Indonesia tidak jauh berbeda dengan Republika. Bahkan pada

kasus-kasus tertentu Media Indonesia, lebih keras dan tegas. Misalnya pada pemberitaan: "Orde Baru Digugat, Megawati Gagal Ciptakan Lapangan Kerja" (15/3). Media Indonesia melakukan resistensi terhadap PDIP dan Megawati, tetapi tidak untuk Partai Golkar terutama terhadap Surya Paloh. Dari empat judul mengenai Surya Paloh,, semuanya menguntungkan Partai Golkar. Bahkan satu dari empat judul tersebut melukiskan bagaimana Surya Paloh mampu "mengkuningkan" (simbol partai Golkar)) Palembang.

Berdasarkan pada judul di atas,, pemberitaan tersebut dapat diperinci lagi dengan melihat pada partai politik masing-masing. Seperti halnya pada Republika, dari 24 partai politik peserta pemilu, tidak semua muncul dalam pemberitaan. Perhatian Media Indonesia, hanya pada partai politik besar. Dari komposisi tersebut, Media Indonesia lebih memberikan penekanan pemberitaan pada Partai Golkar dan PDIP. Proporsii pemberitaan pada partai-partai Islam terlihat sangat kecil jika dibandingkan dengan pemberitaan yang dilakukan Republika.

Dari enam judul berita tersebut, ada dua berita yang mengindikasikan Partai Golkar kurang mendapat simpati masyarakat yaitu Golkar Terbanyak Langgar Aturani Kampanye dan Massa PDIP dan Golkar Bentrok. Keberpihakan Media Indonesia terhadap Partai Golkar terutama kiprah daim sepak terjang Surya Paloh sebagai peserta konvensi Partai Golkar dan isu-isu yang dimunculkannya mengenai perlunya penataan internal di dalam partai. Apa yang dikemukakan Surya Paloh dengan memunculkan kritik internal terhadap Partai Golkar sebagai sebuah strategi yang unuilk

Golkar sebagai sebuah strategi yang untuk menarik simpatik. Interpretasi terhadap masalah ini akan menunjuk pada kasus yang menimpa Akbar Tanjung sebagai Ketua Umum Partai Golkar.

Dalam pemberitaan terhadap partai-partai Islam, Media Indonesia menulis tentang PPP dengan menggunakan istilah yang kurang cukup simpatik. Dalam judul: "PDIP dan PPP Terancam Dilarang Kampanye di Yogyakarta", Media Indonesia menulis, " Dalam kampanye PPP putaran pertama, misalnya diwarnai aksi

Tabel 3
Judul-Judul Berita Tentang Partai Golkar

No	Judul
1	Masyarakat Masih Tanda Tanya Pada Golkar (13/3)
2	Massa Partai Golkar dihujani Batu (18/3)
3	PDIP dan Golkar Pelanggar Terbesar (27/3)
4	Akbar Kampanye Antikorupsi (31/3)

Sumber: Data Primer, 2004

pembacokan. " Sekalipun dalam pemberitaan tersebut, proporsi PPP hanya satu kalimat, namun dengan menjadikannya sebagai judul pemberitaan, Media Indonesia telah melakukan frame sedemikian rupa

Tabel 4
Judul-Judul Berita Partai-Partai Politik Islam

No	Judul
1	Saatnya Indonesia Dipimpin Tokoh Islam (12/3)
2	Gus Dur Ajak SBY Kampanye Bersama (14/3)
3	PPP Berjanji Tegakkan Syariat Islam (16/3)
4	Hidayat Naik Becak Ke Lokasi Kampanye (16/3)
5	Amien: Itu Pesawat Pinjaman (16/3)
6	PKB: Gaji PNS Naik 10 Kali Lipat
7	PKS Gugat PDIP Soal Pengrusakan dan Penganiayaan (29/3)
8	PKS dan PBR Berjanji Kerahkan Massa (30/3)
9	Amien: Pemberantasan Korupsi Mandek (1/4)

Sumber: Data Primer, 2004

terhadap posisi PPP di dalam masyarakat.

Hal yang sama juga dialami oleh PKB. Media Indonesia terhadap PKB tampaknya memberikan dukungan atas janji yang dibuat partai tersebut, namun pada lead yang disajikan, surat kabar ini membuat interpretasi

sendiri yang bersifat resistensi. Bentuk interpretasi dan resistensi ini tampak dalam kutipan berikut: " Berbagai janji diumbar oleh juru kampanye partai politik selama masa kampanye. Terkadang janji yang diusung sulit diterima oleh akal sehat dan sulit untuk direalisasikan. Salah satunya adalah janji kampanye dari Partai Kebangkitan Bangsa". Dengan pernyataan di awal pemberitaan tersebut, terlihat jelas bagaimana posisi Media Indonesia mensikapi pernyataan Abdurrahman Wahid sebagai tokoh penting PKB. Media Indonesia telah melakukan interpretasi subjektif terhadap fakta yang ditulis.

Porsi pemberitaan PAN yang dilakukan Media Indonesia disamping kecil, dapat dinilai kurang begitu penting dan mampu memberikan citra positif dalam membangun dukungan masyarakat. Pada peristiwa yang sama, Republika justru tidak memunculkan PAN sebagai pelanggar nomor tiga terhadap aturan kampanye. Namun, Media Indonesia melakukannya. Media Indonesia membuat urutan pelanggar aturan terbesar kampanye sampai tiga yaitu PDIP, Golkar dan PAN. Sekalipun begitu Media Indonesia masih menyisakan pernyataan Amien Rais terhadap makna reformasi yang telah disalahartikan. Media Indonesia masih memberikan porsi yang besar bagi nilai-nilai reformasi yang mesti diperjuangkan. Hanya PKS yang dibingkai oleh Media Indonesia dengan pernyataan tunggal yakni merupakan partai yang simpatik. Media Indonesia tidak membuat pernyataan yang kontradiktif terhadap PKS. Namun, sekali lagi proporsi pemberitaan terhadap PKS sangat kecil.

Untuk mempertajam hasil kajian empiris ini, pada dia Indonesia lebih memfokuskan pada pengungkapan mengenai bagaimana struktur partai-partai tertentu atau hanya pada satu bahasa dan bagaimana Media Indo penting. partai tertentu saja. Pernyataan-pernyataan apa yang ditonjolkan dalam pemberitaan tersebut perlu dijelaskan pula dalam kajian empiris ini. Seperti halnya pada Republika, Media Indonesia juga membuat pernyataan-pernyataan yang dapat dijadikan indikator bagaimana posisi Media Indonesia terhadap sejumlah partai politik yang ada sebagai kontestan pemilu. Melalui

Tabel 5
Pernyataan Republika Tentang PDIP dalam Pemberitaannya

No	Pernyataan	Paragraf
1	Ini memang sangat memalukan sebab kita ini sama-sama kader PDIP kok saling bertikai (15/3)	1
2	Kampanye PDIP di lapangan Gunung Pati Semarang Jawa Tengah diwarnai tawuran antar sesama massa PDIP (15/3)	6
3	Ini sungguh memalukan (15/3)Presiden	6
4	Megawati Soekarnoputri tidak mampu dan takut mengatasi korupsi (16^3)	2
5	Ini tidak bisa disalahkan karena pemimpin dan orang-orang yang memegang jabatan bukanlah berasal dari kalangan orang reformasi (16/3)	6
6	Taufiq Kiemas diduga telah menggunakan fasilitas negara saat berkampanye di Yoevkarta (17/3)	1
7	FAM UI melakukan pembakaran bendera tiga partai politik yaitu Partai Golkar, PDIP dan PPP. Mereka menganggap ketiganya sebagai produk Orde Baru (18/3)	8
8	PDIP dinilai tidak mampu mengendalikan massanya sehingga terjadi kerusuhan yang mengakibatkan seorang warga mengalami luka bacok, sebuah bengkel dan empat mobil rusak (18/3)	2
9	Sebab, yang dilakukan oleh massa PDIP itu merupakan kebiadaban moral dan tindakan premanisme politik (29/3)	3
10	Semoga Allah memberi pemimpin yang bukan perempuan yang bisa menjadikan negara ini adil dan makmur (31/3)	8
11	Keberingasan massa PDIP juga terjadi di Klaten. Dua orang wartawan bernama Sudirin dan Sri Warsiti nyaris jadi sasaran amuk massa dari simpatisan PDIP (25/3)	8
12	Akibat Keberingasan Massa PDIP, duapartai Islam masing-masing PKS dan PBR Solo memutuskan membatalkan kampanye terbuka (25/3)	9

Sumber: Data Primer, 2004

perbedaan-perbedaan tersebut, kecenderungan dan kecondongan, pemakaian apologi dan pernyataan- pernyataan simpatik yang dikutip, semua itu dapat dipakai untuk menentukan bahwa Media Indonesia lebih memfokuskan

Hal yang menarik dari Media Indonesia adalah seleksi dan penonjolan terhadap Surya Paloh. Sejumlah pernyataan yang dilakukan Media Indonesia terhadap Surya Paloh jauh lebih besar dan menempatkannya sebagai figur sentral. Pencitraan Media Indonesia terhadap Surya Paloh sebagai elit politik dan proporsi pemberitaan mengenai dirinya juga lebih besar dibandingkan dengan figur-figur politik lainnya. Tampaknya ada dua kepentingan yang ingin

Tabel 6
Pernyataan Republika Tentang Partai Islam
Dalam Pemberitaannya

No	Pernyataan	Paragraf
1	Sudah waktunya bangsa Indonesia dipimpin oleh tokoh Islam yang bertanggung jawab dan adil (12/3)	5
2	Kami akan terus membuktikan diri menjadi garda terdepan dalam memberantas korupsi yang saat ini telah menjadi penyakit kronis bangsa ini (12/3)	10
3	Sebagai partai reformis, PAN tidak bekerja sendirian. PAN memerlukan kerjasama dengan kelompok lain, tapi syarat kelompok itu harus betul-betul berjiwa reformis (15/3)	12
4	PKS berkomitmen untuk memberantas korupsi karena jika PKS diamankan oleh rakyat untuk memimpin negeri ini insya Allah para pelaku korupsi akan ditindak tegas (16/3)	6

Sumber: Data Primer, 2004

ditonjolkan Media Indonesia, yaitu Partai Golkar dan Surya Paloh. Ia pada satu sisi adalah peserta konvensi Partai Golkar, pada sisi lain ia ditengarai memiliki saham terbesar pada surat kabar tersebut. Sebagai gambaran bagaimana Media Indonesia melakukan pencitraan yang lebih besar dari figur-figur politik lainnya, berikut ini sejumlah penyebutan atau pencitraan tersebut yang disajikan Media Indonesia:

Dari tabel di atas, Surya Paloh disebut secara berulang kali pada waktu pemberitaan yang berbeda. Tercatat sebanyak 6 kali pada pemberitaan yang berbeda di mana Surya Paloh disebut sebagai peserta konvensi calon presiden. Sementara pada satu sisi, Media Indonesia melakukan perbandingan antara

Surya paloh dan Akbar Tanjung. Pemberitaan yang dilakukan Media Indonesia dan Republika di awal penjelasan ini, terlihat

Tabel 7
Komposisi Pemberitaan Partai Politik
Berdasarkan Judul

No	Partai Politik	Jumlah
1	Partai Golkar	6
2	PDIP	7
3	Partai Demokrat	2
4	PAN	2
5	PKS	1
6	PKB	2
7	PKPI	1
8	PDS	1
9	PPP	1
10	PPD	1

Sumber: Data Primer, 2004

seolah-olah ada perseteruan dan perbedaan garis politik yang berlawanan antara Surya Paloh dan Akbar Tanjung. Salah satu bagaimana Media Indonesia membuat

Judul-Judul Berita Berkaitan dengan Partai Golkar

No	Judul
1	"Pemimpin Kuat bukan Berarti Militer" (13/3)
2	Surya "Kuningkan" Palembang (16/3)
3	Surya Paloh Tawarkan Perubahan (18/3)
4	Massa PDIP-Golkar Bentrok (24/3)
5	PDIP, Golkar dan PAN Terbanyak Langgar Aturan Kampanye
6	Surya Paloh Soroti KKN dan Pengangguran (31/3)

Sumber: Data Primer, 2004

pernyataan Media Indonesia. Di bawah judul: Surya "Kuningkan" Palembang, Media Indonesia menulis, " Bahkan menurut Ketua DPD Partai Golkar Sumatra Selatan Zamzani Achmad, jumlah massa kampanye Surya Paloh lebih banyak dibandingkan kampanye Ketua Umum DPP Partai Golkar Akbar Tanjung di Kabupaten Ogan Komering Ilir." Perbedaan pandangan politik tersebut

Tabel 8 Judul-Judul Berita Berkaitan dengan Partai Golkar

No	Judul
1	"Pemimpin Kuat bukan Berarti Militer" (13/3)
2	Surya "Kuningkan" Palembang (16/3)
3	Surya Paloh Tawarkan Perubahan (18/3)
4	Massa PDIP-Golkar Bentrok (24/3)
5	PDIP, Golkar dan PAN Terbanyak Langgar Aturan Kampanye
6	Surya Paloh Soroti KKN dan Pengangguran (31/3)

Sumber: Data Primer, 2004

sering dimunculkan Media Indonesia dengan mengangkat isu yang dikemukakan Surya Paloh berkaitan dengan pembenahan internal partai yang harus bersih dari individu-individu yang terlibat masalah KKN. Sementara telah menjadi pengetahuan publik bahwa Akbar Tanjung sebagai Ketua Umum DPP Partai Golkar terlibat masalah tersebut. Dengan cara pemberitaan seperti itu, apa yang dapat dicermati adalah:

1. Media Indonesia melakukan penonjolan dan seleksi terhadap peristiwa sebagai pemberitaan terhadap Surya Paloh lebih besar dibandingkan dengan figur politik lainnya
2. Media Indonesia secara tegas mendefinisikan Surya Paloh dan Golkar sebagai figur dan partai politik yang pantas untuk melakukan perubahan di segala bidang
3. Media Indonesia mendefinisikan Surya Paloh sebagai peserta konvensi calon dari Partai Golkar yang lebih pantas dari Akbar Tanjung.
4. Media Indonesia mendefinisikan Surya Paloh sebagai tokoh pers nasional Simpulan Melalui perbandingan kajian yakni kajian teoritis dan empiris yang telah dipaparkan di atas, meneguhkan keyakinan-keyakinan bahwa dalam pemberitaan apalagi menyangkut

kepentingan politik, surat kabar tidak mampu melepaskan diri dari tarik ulur atas kepentingan itu sendiri. Dari kasus surat kabar Republika dan Media Indonesia, terlihat warna kontras yang ditampilkan selama pemberitaan pada masa kampanye partai politik pada bulan Maret 2004 yang lalu. Justru warna pemberitaan yang kontras itu, memperlihatkan sejumlah kepentingan yang diusung masing-masing surat kabar.

Republika dengan sangat jelas dan tegas

Tabel 9 Judul-Judul Berita Berkaitan Dengan Partai-Partai Politik Islam

No	Judul
1	PDIP dan PPP Terancam Dilarang Kampanye di Yogyakarta (18/3)
2	PKB Janjikan Kenaikan Gaji Sepuluh Kali Lipat (26/3)
3	PDIP, Golkar, PAN Terbanyak Langgar Aturan Kampanye (27/3)
4	PDIP dan PKS Pamer Massa (29/3)
5	PKB Tolak Negara Islam Kemajemukan Harus Dijaga (29/3)
6	Amien dan Tutut Berebut Massa (30/3)

Sumber: Data Primer, 2004

melakukan pemihakan terhadap partai-partai Islam seperti PAN dan PKS sekaligus melakukan penolakan terhadap PDIP dan Partai Golkar yang merupakan partai status quo dan memiliki kaitan erat dengan Orde Baru. Sementara, Media Indonesia menempatkan Surya Paloh melebihi partai Golkar itu sendiri. Media Indonesia justru memotret besar-besaran pada persoalan yang menyangkut kompetisi Surya Paloh dalam partai Golkar dan bukan pada kompetisi antar partai politik. Sekali lagi, kajian ini meneguhkan kembali kritik terhadap praktek jurnalisme yang tidak mungkin bersifat

Tabel 11 Pencitraan Media Indonesia Terhadap Surya Paloh

No	Pencitraan
1	Peserta Konvensi Calon Presiden Partai Golkar (13/3), (14/3), (16/3), (18/3), (29/3), (31/3)
	Tokoh Pers Nasional ini disambut yel- yel, Hidup Surya Paloh, Surya Paloh Calon Presiden (16/3), (18/3)
3	Surya Paloh yang sedang melakukan kampanye di Pringsewu Kabupaten Tanggamus, Lampung kemarin menerima gelar Suntan Nata Negara (29/3)

Sumber: Data Primer, 2004

**Tabel 10
Pernyataan Positif Media Indonesia Tentang Golkar**

No	Pernyataan	Paragraf
1	Golkar itu adalah pilihan yang terbaik. Golkar adalah partai yang bisa mengatasi pengangguran, masalah keamanan dan memperbaiki nasib rakyat (13/3)	8
2	Surya mengatakan bahwa masih jauh lebih banyak orang yang berjiwa satria atau lebih mengutamakan kepentingan bangsa yang ada di Partai Golkar (14/3)	17
3	Dalam kampanyenya yang berapi-api, Surya mengingatkan Partai Golkar harus memegang prinsip-prinsip kejujuran dan keterbukaan (16/3)	7
4	Perubahan yang akan dilakukan Golkar adalah bidang ekonomi, pendidikan, keamanan dan pertahanan, hukum serta sosial budaya (18/3)	2
5	Tugas lain dari Partai Golkar yaitu peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penekanan angka pengangguran dan menghapuskan utang bangsa yang kini berjumlah Rp 1.800 triliun (31/3)	4

Sumber: Data Primer, 2004