

EDITOR
Dr. Agustina Zubair, M.Si.

POTRET MEDIA

DALAM POLITIK INDONESIA



REFERENSI
NASIONAL
KOMUNIKASI
2014



MERCU BUANA

Suzi

POTRET MEDIA DALAM POLITIK INDONESIA



MERCU BUANA

ASPIKOM
ASOCIASI PENYIANG TINGKAT ILMU KOMUNIKASI
KOORDINATOR WILAYAH JABODETAREK



puscombis

POTRET MEDIA DALAM POLITIK INDONESIA

Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi dan *Call For Paper* 2014

KOMUNIKASI POLITIK MENUJU DEMOKRASI LEBIH BAIK

Batam, 11- 12 Maret 2013

Editor : Dr. Agustina Zubair, M.Si.

Penyusun: Nindyta Aisyah, S.IKom., M.Si.

Desain Cover: Danang Firmansyah

Tata Letak: MTHidayat

Edisi Pertama

Cetakan Pertama, Maret 2013

Hak Cipta (c) 2013 pada penulis

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Penerbit:

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan

Program Magister Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta

Bekerjasama dengan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Koordinator Wilayah Jakarta Bogor Depok Tangerang dan Bekasi, Universitas Putera Batam, dan Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta

Editor Dr. Agustina Zubair, M.Si.

POTRET MEDIA DALAM POLITIK INDONESIA

Edisi Pertama -

xviii + 512 hlm, 1 jil: 23,5 cm 15,5 cm

ISBN: 978-602-18666-6-5

1. Media 2. Politik Indonesia 3 Manajemen. Judul

PENGANTAR

REKTOR UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA



Puji Syukur atas berkat dan rahmat ALLAH SWT karena kita semua masih terus diberikan kesehatan dan kelancaran dalam menjalankan aktivitas, khususnya memajukan ilmu pengetahuan.

Pertama-tama saya selaku rektor Universitas Mercu Buana Jakarta memberikan apresiasi tinggi kepada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah melaksanakan kegiatan Konferensi Nasional Komunikasi yang diselenggarakan di Batam pada 11-12 Maret 2014 dengan tema "Komunikasi Politik: Menuju Demokrasi Indonesia Lebih Baik.

Kegiatan ilmiah yang kemudian melahirkan buku dari berbagai perspektif komunikasi khususnya komunikasi politik yakni PR dan *Marketing* Politik, *Potret Media dalam Politik Indonesia*, *New Media dan Demokrasi*, serta *Komunikasi Politik dan Budaya Politik* sangat positif untuk mendukung kemajuan ilmu komunikasi ditengah perjalanan demokrasi di negeri ini.

Karya-karya ilmiah semacam ini harus terus kita galakkan dan kita kembangkan, karena merupakan tanggungjawab utama kita sebagai insan perguruan tinggi yang sejatinya adalah mengembangkan ilmu pengetahuan.

Komunikasi merupakan ilmu yang saat ini terus mengalami perkembangan pesat, saya sebagai orang yang bukan berlatar ilmu komunikasi menaruh perhatian lebih pada perkembangan ilmu ini. Indikasi perkembangan itu bukan hanya dari meningkatnya minat mahasiswa yang memilih dan masuk pada program studi ini, namun kebutuhan industri yang besar sangat menjanji-

DAFTAR ISI

PENGANTAR REKTOR UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, M.M.	v
PENGANTAR PANITIA PELAKSANA	vii
PENGANTAR EDITOR	
Dr. Agustina Zubair, M.Si.	ix
DAFTAR ISI	xvi
Bias Jender Politisi Perempuan di Media Massa	
Sekar Arum Mandalia S.Sos.,M.Si	1
Refleksi Jurnalisme Politik	
Dedi Kurnia Syah Putra S.Sos.I, M.IKom	12
Figur dan Karakter Bakal Calon Presiden RI 2014	
Analisa Framing Pada Editorial Koran KOMPAS 2013	
Nanang Haroni dan Lestari Nurhajati	45
Strategi Pemberitaan dan Pemilu 2014:	
Sebuah Analisis Kritis	
Susilastuti DN dan Kurnia Arofah	65
Budaya Media Televisi dan Wajah Politik	
Menjelang Pemilu 2014	
Ahmad Mulyana	88
Geliat Media Massa dan Partai Politik	
Menuju Pemilu 2014	
Vinna Waty Sutanto	104
Media sebagai Oposisi Institusional	
Salvatore Simarmata	121
Menguji Sikap Non-Partisan Media (Televisi)	
Pada Pemilu 2014	
Hedi Pudjo Santosa	141
Analisis Wacana Visual: Pendekatan Alternatif Untuk	
Analisis Teks Media Dalam Kajian Komunikasi Visual	
Noval Sufriyanto Talani	159

Pengaruh Pemberitaan Media Massa Tentang Skandal Korupsi Kader Partai Demokrat Terhadap Pencitraan Partai Demokrat Menjelang Pemilu 2014	
Akhirul Aminulloh	181
Praktek-Praktek Ekonomi Politik Media di Indonesia	
Afdhal Makkuraga Putra	194
Fungsi Media Massa dan Kampanye Politik	
Heriyani Agustina	209
Makna Pesan Iklan Tv Partai Di Tahun Politik Studi Deskriptif Iklan Televisi melalui Pendekatan Semiotika pada Iklan TV Partai Politik Golkar	
Freddy Yusanto M.Ds	219
Optimalisasi Media Sosial dalam Pemenangan Pemilihan Umum Tahun 2014	
T. Titi Widaningsih - Bherta Sri Eko Murtiningsih	239
Media Massa Sebagai Palagan Politik Menuju Pemilu 2014	
Fajriannoor F, S.Sos, M.I.Kom, Gita Aprinta E.B., S.Sos, M.Si dan Ruth Mei UM, S.I.Kom, M.I.Kom	256
Telaah Jurnalis Politik dan Spin Doctor dalam Program Acara Indonesia Lawyer Club TV One	
Didik Haryadi Santoso, MA	271
Konstruksi Realitas Kepemimpinan Indonesia Satu 2014 Partai NasDem	
Analisis Framing Berita Headline Indonesia Satu di Harian Kompas,13 Januari 2014	
Magdalena Kusmiati, Prianjani Yuliwardani dan Maria Magdalena Paramita Dewi	282
Kampanye Politik Terselubung Dalam Berita Televisi	
Irwansyah, Niken Febrina, Gilang Gusti Aji	299
Netralitas Media Televisi Jelang Pemilu 2014	
Yuli Nugraheni dan Maria Yuliastuti	318
"Modernisasi" Kampanye Pemilu : Komunikasi Politik Pasca Reformasi	
Setio Budi HH	333

Menyoal Eksistensi Media pada Pemilu 2014	
Hasiholan Siagian, Sapta Maryati, dan Hidayati Artarini	350
Potret Pesan Kampanye Dalam Pemberitaan Media Studi Analisis Isi Surat Kabar Harian Jawa Pos, Surya dan Koran Sindo tentang Pesan Kampanye Pilkada Cagub/Cawagub Jatim 2013	
Agusly Irawan Aritonang, M.A & Inri Inggrit Indrayani S.IP, M.Si	365
Perempuan, Media, Dalam Pergulatan Politik di Tanah Air	
Dr. Farid Hamid, M.Si	386
Berita Media dan Sinisme Politik: Pengujian dan Kritik atas Proposisi Teori “Videomalaise” di Indonesia	
Eriyanto dan Irawa R. Zarkasi	398
Konglomerasi Media di Indonesia: Kepemilikan Modal Mengakibatkan Monopoli Pemberitaan	
Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom dan Nindyta Aisyah, S.Ikom., M.Si.	419
Hasrat Berkuasa Pemilik Media	
Turnomo Rahardjo	434
Analisis Semiotika Hegemoni Amerika Serikat Terhadap Korea Utara Melalui Film “Red Dawn” dan “Olympus Has Fallen”	
Jennifer Fay S.I.Kom dan Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D	449
Efektifitas Komunikasi Politik dalam Menyosialisasikan Pemilu untuk Demokrasi di Indonesia	
Dicky Andika, M.Si.....	466
Transformasi Primordialisme dalam Kerangka Demokrasi Indonesia	
Suryaning Hayati, Sabda Tarotinartha, dan Agus Setiawan	475
TENTANG PENULIS	509



BIAS JENDER POLITISI PEREMPUAN DI MEDIA MASSA

Sekar Arum Mandalia S.Sos.,M.Si
Dosen Ilmu Komunikasi
Telkom University, Bandung

ABSTRAK



Dalam telaah kajian Ilmu Komunikasi, media dan profesi jurnalis yang berada dalam satu konsep industri senantiasa terlibat dalam dialektika kehidupan sepanjang masa. Hubungan media dan masyarakat (khalayak media) telah terjalin sedemikian rupa, sehingga menghasilkan asumsi dasar bahwa media memberikan pemaknaan baru terhadap kehidupan, masyarakat, dan juga interaksi sosial, yang kemudian disebut dengan istilah realitas sosial media. Ada dua kata kunci yang menjadi klaim Jurnalis atau pekerja media selama ini bahwa dia adalah "Independen dan Objektif", Seorang Jurnalis selalu menyatakan dirinya telah bertindak objektif, seimbang serta tidak berpihak pada siapapun dan pada kepentingan apapun dalam mengetahui kebenaran serta memberitakannya pada khalayak. Namun dalam kenyataan, kita ketahui lewat pemberitaan suatu peristiwa yang sama, Media tertentu memberitakan dengan cara menonjolkan aspek tertentu, sedangkan media lainnya memelintir bahkan menutup aspek tersebut dari pemberitaan. Pada dasarnya, kegiatan media adalah pekerjaan yang berhubungan dengan pembentukan realitas. Setiap pekerja media mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda atas suatu peristiwa. Pembentukan konstruksi peristiwa dalam pemberitaan, sangat dipengaruhi oleh hubungan kekuatan-kekuatan sosial yang melingkupi media dan berbagai tekanannya (Dedi Kurnia Syah Putra, 2012: 23). Penelitian ini dilakukan secara konstruktif melalui paradigma konstruktifisme, dengan pendekatan kualitatif, secara komprehensif membedah fenomena bias gender politisi perempuan di media massa.

Kata kunci: *Bias Gender, Politisi Perempuan, Media Massa*

Menyoal Eksistensi Media pada Pemilu 2014	
Hasiholan Siagian, Sapta Maryati, dan Hidayati Artarini	350
Potret Pesan Kampanye Dalam Pemberitaan Media Studi Analisis Isi Surat Kabar Harian Jawa Pos, Surya dan Koran Sindo tentang Pesan Kampanye Pilkada Cagub/Cawagub Jatim 2013	
Agusly Irawan Aritonang, M.A & Inri Inggrit Indrayani S.IP, M.Si	365
Perempuan, Media, Dalam Pergulatan Politik di Tanah Air	
Dr. Farid Hamid, M.Si	386
Berita Media dan Sinisme Politik: Pengujian dan Kritik atas Proposisi Teori "Videomalaise" di Indonesia	
Eriyanto dan Irwa R. Zarkasi	398
Konglomerasi Media di Indonesia: Kepemilikan Modal Mengakibatkan Monopoli Pemberitaan	
Yuni Tresnawati, S.Sos., M.Ikom dan Nindyta Aisyah, S.Ikom., M.Si.	419
Hasrat Berkuasa Pemilik Media	
Turnomo Rahardjo	434
Analisis Semiotika Hegemoni Amerika Serikat Terhadap Korea Utara Melalui Film "Red Dawn" dan "Olympus Has Fallen"	
Jennifer Fay S.I.Kom dan Prof. Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D	449
Efektifitas Komunikasi Politik dalam Menyosialisasikan Pemilu untuk Demokrasi di Indonesia	
Dicky Andika, M.Si.....	466
Transformasi Primordialisme dalam Kerangka Demokrasi Indonesia	
Suryaning Hayati, Sabda Tarotinata, dan Agus Setiawan	475
TENTANG PENULIS	509

- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Penerbit Kalam Indonesia
- Velasco, Antonio de. 1974. *Centrist rhetoric : the production of political transcendence in the Clinton presidency*. UK: Lexington Books
- Wahid, Umaimah. 2011. *Komunikasi Politik, Teori dan Praktek*. Jakarta: CV. Widya Media Komunikasi

Jurnal

- Strömbäck, Jesper Michael A. Mitrook b & Spiro Kiouisis. 2010. *Bridging Two Schools of Thought: Applications of Public Relations Theory to Political Marketing*. Journal of Political Marketing, Vol. 9. London: Taylor & Francis Group.
- Sieria, Anita. *Gaza In Media Editorial Frame (Suara Pembaruan, Media Indonesia, and Republika)*, Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 2, Juli 2009.
- Scheufele, Dietram A. 1999. *Framing as a Theory of Media Effects*. Journal of Communication, vol, 49, no. 1. USA: International Communication Association.

E-Book

- Archetti, Cristina. 2010. *Comparing International Coverage of 9/11: Towards an Interdisciplinary Explanation of the Construction of News dalam Journalism. 2010*. <http://www.sagepublications.com>

Website

- <https://twitter.com/politicawave/status/414964088708427777/photo/1>
- <http://dunia.news.viva.co.id/news/read/377357-newsweek-terbitkan-majalah-edisi-cetak-terakhir>
- <http://blog.tempointeraktif.com/portal/new-media-catatan-dari-the-post-boston-globe/>
- <http://tekno.kompas.com/read/2012/06/26/16115194/.Online.11.Jam.dari.Rumah.Orang.Indonesia.Gemar.Cari.Hiburan>



STRATEGI PEMBERITAAN DAN PEMILU 2014: SEBUAH ANALISIS KRITIS

Susilastuti DN, Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi
Fisip UPN "Veteran" Yogyakarta
email: susilastuti_dn@yahoo.com

Kurnia Arofah, Staf Pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi
Fisip UPN "Veteran" Yogyakarta
e-mail : nia.tjiptono@gmail.com

ABSTRAK



Election is one of the indicator for a country to be stated as democratic, empirically. Election is the tool for leadership change, constitutionally and in the most peaceful way. The strategic position of election in a democratic country require all parties to succeed it. The responsibility for successful election not only hold by the government or the electoral institution but also become responsibility for all element in the nation. Press that has universal function as (1) information disseminator (2) educate (3) social control (4) entertainment, also has strategic role in succeeding the election, especially the next 2014 election. How the media in reporting already regulated in Election Law No 8 Year 2013. Press in its role as story teller in 2014 election, could take role as easing, triggering or in neutral position toward all phenomena that following the election. This paper try to give a critical analysis on how the news reporting strategy should be done by press to guarding the 2014 election

Keywords: *Media, story teller, news reporting strategy*

Pendahuluan

Bangsa Indonesia dalam waktu yang tidak lama lagi segera melaksanakan sebuah hajatan besar yang dinamakan pemilu. Pemilu yang baik merupakan indicator sebuah negara dikatakan demokratis. Hasil pemilu diharapkan bisa menghasilkan tokoh-tokoh yang memiliki jiwa nasionalisme yang bersedia meluang-

kan waktu memikirkan kepentingan bangsa dan negara. Dalam perjalanan sejarah bangsa Indonesia baik pada masa Orde Lama, Orde Baru hingga sekarang ini Pemilu selalu secara teratur, kecuali pada masa transisi di era pemerintahan BJ Habibie pelaksanaan Pemilu dipercepat dari yang seharusnya.

Dinamika setiap episode pemilu senantiasa berbeda. Hal ini tidak terlepas dari *political will* pemerintah tentang pemilu dan bagaimana masyarakat memandang pemilu tersebut. Namun harus diakui bahwa problem utama yang dihadapi pemilu mendatang adalah meningkatnya jumlah masyarakat yang sudah terdaftar sebagai pemilih tetap tidak bersedia menggunakan hak pilihnya atau yang lazim disebut golongan putih (golput).

Di era reformasi jumlah pemilih golput dalam setiap kali pelaksanaan pemilu angkanya dari tahun ke tahun semakin meningkat. Data KPU tahun 2009 disebutkan bahwa suara sah yang terhitung hanya mencapai **104.099.785** suara dari **171 juta** hak suara. Dari 171 juta penduduk tersebut, sekitar 10% yakni 17.488.581 penduduk menggunakan hak suara secara keliru/salah sehingga menyebabkan suara tidak sah mencapai **66,9 juta dengan jumlah 67 juta hak suara golput.**¹

Walaupun angka golput, secara yuridis tidak diperhitungkan dalam penentuan siapa yang akan menjadi pemenang dalam pemilu 2014 mendatang, tapi dalam realitas empiric menjadi penting diperhatikan karena terkait dengan persoalan *trust*. Tiadanya kepercayaan dari masyarakat akan berdampak pada tingkatan partisipasi masyarakat dalam mentaati tatanan yang disepakati dalam kontitusi.

Pers dalam konteks ini adalah media massa cetak maupun elektronik serta *news media* memiliki peran strategis dalam mengembalikan *trust* masyarakat terhadap pesta demokratis ini. Pers idealnya bisa menjadi *trigger* melalui pemberitaannya agar masyarakat bisa terbuka pemikirannya bahwa pemilu penting bagi sebuah keberlangsungan Negara. Pemilu bukan sekedar

1 Adi Suprpto, Susilastuti, Basuki (2013, 5)

hanya sebuah pesta tetapi sebuah kendaraan yang paling konstitusional dalam mengantarkan terjadinya pergantian kepemimpinan secara damai.

Secara otomatis pemberitaan yang ditulis oleh media massa bukan hanya sekedar rentetan fakta atau peristiwa tetapi bagaimana media massa mampu memotret fenomena yang terkait dengan pemilu secara *holistic* (menyeluruh). Dalam memberitakan kecepatan menyampaikan fakta itu penting, tapi jauh lebih penting fakta itu akurat dan memberikan makna.

Strategisnya media massa dalam ikut mengawal keberhasilan pemilu secara kuantitas maupun kualitas maka pemberitaan media juga diatur dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu pada bagian keenam yaitu tentang pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye pasal 94 sampai pasal 101². Pengaturan ini jangan dimaknai bahwa pemerintah ingin turut campur tangan dalam mengatur pemberitaan yang terkait dengan pemilu, tetapi bagaimana media massa bisa *balance* atau seimbang dalam memaparkan fakta tentang pemilu.

Kita tidak bisa memungkiri bahwa dewasa ini media massa di Indonesia banyak dimiliki oleh tokoh-tokoh yang juga berkepentingan dengan pemilu. Ambil contoh, Abu Rizal Bakri (ARB) dalam posisinya sebagai capres dari partai Golkar yang dipimpinnya, bos MNC Group dengan posisinya sebagai calon wapres mendampingi Wiranto dari Hanura, Media Group dengan Surya Paloh pimpinan Partai Nasdem, Group Jawa Pos yang dimiliki Dahlan Iskan sebagai salah satu peserta konvensi Partai Demokrat yang akan menentukan caleg Presiden. Ini adalah segelintir fakta bahwa perlu ada aturan terkait dengan pemberitaan tentang pemilu. Paper ini memberikan sebuah alternative strategi pemberitaan yang bisa lebih arif dalam memberitakan fakta-fakta tentang Pemilu 2014.

² Lihat UU Nomor 15 tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu bagian enam

Tinjauan Pustaka

Pemilu

Pemilu bagi bangsa Indonesia sudah dikenal sejak tahun 1955 dimana pemilu pertama kali diselenggarakan. Pada pemilu pertama diikuti oleh Dalam sejarah perjalanan bangsa Indonesia, partisipasi politik yang cukup baik dan menuai pujian dunia internasional adalah ketika pelaksanaan pemilu tahun 1955 yang diikuti sekitar 30 parpol. Tingkat kompetisi pada pemilu pertama ini cukup baik.

Kemudian pada masa era Orde Baru berhasil diselenggarakan 6 kali pemilu yaitu tahun 1971 Pemilu 1977, 1982, 1987, 1992, dan 1997. Dari aspek partisipasi politik—walapun oleh banyak pihak bukan partisipasi politik murni karena adanya tekanan dari pemerintah yang berkuasa—cukup tinggi. Misalnya, Pemilu 1977 dilakukan 2 Mei 1977 dari 70.378.750 pemilih, suara yang sah mencapai 63.998.344 suara atau 90,93 persen. Pemungutan suara Pemilu 1987 diselenggarakan tanggal 23 April 1987 secara serentak di seluruh tanah air. Dari 93.737.633 pemilih, suara yang sah mencapai 85.869.816 atau 91,32 persen ³(KPU.go.id akses 31 Oktober 2013). Berdasarkan data ini jelaslah, secara kuantitas tingkat partisipasi masyarakat pada pemilihan umum cukup baik.

Pada masa reformasi sebagaimana dikemukakan Mardarillah dalam Adi Suprpto ⁴ mundurnya Soeharto pada tahun 1998 dan naiknya Habibie sebagai Presiden menyebabkan pemilu yang sedianya baru dilaksanakan tahun 2002 dipercepat menjadi tahun 1999. Ini adalah pemilu pertama di era reformasi. Cukup menarik pada pemilu ditandai dengan jumlah partai 48 partai serta tingkat partisipasi politik yang tinggi Secara spesifik, dunia internasional memuji, bahwa Pemilu tahun 1999 sebagai pemilu pertama di era reformasi yang telah berlangsung secara aman, tertib, jujur, dan adil serta dipandang memenuhi standar demokrasi global dengan tingkat partisipasi politik 92,7%, sehingga Indonesia dinilai telah

3 Adi Suprpto, dkk (2013:17)

4 Adi Suparpto, dkk, (2013:18)

melakukan lompatan demokrasi.

Dalam UU Nomor 15 Tahun 2011 tentang penyelenggaraan Pemilu, yang dimaksud dengan pemilu adalah Bab I Pasal 1 ayat (1) pemilihan umum selanjutnya disebut Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Pemilu merupakan salah satu sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang berdasarkan pada demokrasi perwakilan. Dengan demikian pemilu dapat diartikan sebagai "mekanisme penyeleksian dan pendelegasian atau penyerahan kedaulatan kepada orang atau partai yang dipercaya"⁵. Orang atau partai yang dipercayai, kemudian menguasai pemerintahan sehingga melalui pemilu diharapkan dapat diciptakan pemerintahan yang representatif (*representative government*).

Pemilu sangat sentral bagi kehidupan berbangsa dan bernegara. Hal ini terkait dengan banyak fungsi. Fungsi pemilu yang paling dasar dan harus diperhatikan adalah (a) Memberikan kesempatan kepada warga negara untuk memilih pemerintah sekaligus membatasi perilaku mereka. (b) Sarana untuk menghubungkan sikap masyarakat dengan kebijakan pemerintah. (c) Memberikan legitimasi kelas (e) Merupakan sarana perubahan politik secara damai

Fungsi pemilu ini demikian sentral dalam sebuah sistem politik maka hasil sebuah pemilu bisa mengubah struktur pemerintahan sebagai akibat dari perubahan komposisi pemenang pemilu itu sendiri. Pemenang pemilu bisa saja mengubah kebijakan suatu negara. Hal ini bisa kita lihat dari perjalanan bangsa Indonesia. Pasca Orba, bisa dikatakan tidak ada suara mayoritas sehingga secara otomatis pemenang pemilu harus melakukan koalisi dengan partai lainnya. Konsekuensi dari koalisi ini adalah terjadinya *political black mailing* yaitu penarikan dan pemberian dukungan. Dampak koalisi pemerintahan hasil pemilu pasca Orba

⁵ Ramlan Subakti, (1992:181)

adalah beberapa kali terjadinya pergantian kepemimpinan misal Abdurahman Wachid diganti Megawati, pergantian menteri dan lainnya.

Konsep tentang Pers

Pers merupakan lembaga social dari institusi social secara keseluruhan. Institusi pers akan berinteraksi dengan instusi lain dalam masyarakat. Malvin De Fleur, Ball Rokeach ⁶ mengemukakan, keberadaan institusi media massa, termasuk pers merupakan salah satu komponen bagian lain yang ada dalam struktur sosial.. Keberadaan media adalah untuk menjaga keseimbangan antar komponen yang ada dalam masyarakat. Hal ini mengandung pemahaman sebagai bagian dari sistem, media pers sebagai subsistem komunikasi massa merupakan sarana yang memungkinkan institusi-institusi lain berjalan. Pers menjalankan fungsinya dengan menyampaikan informasi. Nilai informasi ini ada kaitannya dengan keberadaannya dalam institusi sosial. Artinya, pers dapat menjalankan fungsi politik, ekonomi atau sosio kultural ⁷.

Secara yuridis formal pers sebagaimana dalam Undang-undang No 40 Tahun 1999 ⁸ bab I pasal 1 ayat (1) pers adalah lembaga social dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik tulisan, gambar, suara, suara dan gambar serta data dan grafik mapun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia. Pers nasional sebagaimana tertuang dalam UU No 40 tahun 1999 pasal 2 ayat (1) pers nasional mempunyai fungs sebagai media informasi, pendidikan, hiduran dan control social.

Secara konseptual fungsi utama pers adalah (1) memberikan informasi artinya pers mempunyai kewajiban untuk memberikan

6 Malvin DeFleur, Ball Rokeach, (1982:18)

7 Ashadi Siregar (1989:6)

8 Lihat UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers

informasi yang seluas-luasnya kepada masyarakat, dimana informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: actual, akurat, factual, menarik, penting, lengkap, jernih, bermanfaat dan etis. (2) fungsi mendidik . Diharapkan informasi yang disampaikan pers Indonesia dalam kerangka mendidik. Fungsi inilah yang sebenarnya membedakan pers dengan perusahaan lainnya, (3) koreksi (control social-red) disini pers sebagai pilar keempat demokrasi berfungsi untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislative, eksekutif dan yudikatif, (4) Rekreasi (hiburan-red) pers harus memainkan perannya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus menyehatkan, (5) mediasi artinya pers bisa menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa satu dengan peristiwa yang lain. Pers adalah perpanjangan dan perluasan manusia.⁹

Dinamika Pers di Indonesia

Dalam sebuah negara demokratis *political will* pemerintah terhadap keberadaan pers menjadi salah satu indikator. Perjalanan bangsa Indonesia keberadaan pers sangat unik. Pada saat dibutuhkan pers dikatakan sebagai ujung tombak sebuah perjuangan, namun ketika pers "tidak" lagi dibutuhkan dikatakan pers sudah kebablasan. Dampaknya adalah regulasi yang mengatur pers juga senantiasa berubah.

Selama pemerintahan Orde Baru sampai saat ini tercatat sudah ada empat kali perubahan regulasi tentang pers (1) Undang-Undang No 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan Pokok Pers. (2) Undang-undang No 4 tahun 1967 tentang penambahan UU No 11 Tahun 1966 tentang Pokok Pers hanya menambahkan sisipan pada Pasal 21(2) Bab X UU No 11 Tahun 1966 berupa di mana tidak berlaku lagi ketentuan-ketentuan dalam Penetapan Presiden No 4 tahun 1963 tentang pengamanan terhadap barang-barang cetakan yang isinya dapat mengganggu ketertiban umum, khususnya mengenai buletin, surat kabar harian, majalah

⁹ Haris Sumandira (2008:31-32)

dan penerbitan berkala¹⁰.

Kemudian ketika negara sudah kuat pemerintah Orba mengeluarkan Undang-Undang No 21 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pers. Dalam ketentuan baru ini ketentuan tentang SIT dicabut, tetapi pemerintah memperkenalkan bentuk perinjinan baru yaitu SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers) sebagai prasyarat bagi pendirian penerbitan media cetak. Regulasi ini merupakan momok yang paling ditakuti pemilik media karena telah memakan korban berupa pembredelan sebuah penerbitan. Perilaku represi dan kewenang-wenangan pemerintah bisa dilihat dari kasus pembredelan yang dilakukan terhadap beberapa media

Tabel 2. Beberapa Kasus Pembatalan SIUPP Masa Pemerintahan Orba

No	Tahun	Nama Media	Alasan
1	1986	Sinar Harapan	Dipicu dengan berita yang berjudul "Pemerintah Akan Mencabut 44 SK Tata Niaga Bidang Impor
2	1987	SKH Prioritas	isi pemberitaan surat kabar ini tidak sesuai dengan ketentuan dalam SIUPP sebagai harian ekonomi, SKH Prioritas dinilai pemerintah lebih bersifat umum dan politik.
3	1990	Tabloid Monitor	pemberitaan di tabloid Monitor nomor 255/IV tanggal 15 Oktober 1990 yang berjudul "Ini Dia:Limapuluh Tokoh yang Dikagumi Kita" bernuansa SARA dan mengganggu ketertiban umum. Kasus ini juga menyebabkan Pemred Tabloid Monitor diseret ke pengadilan.

10 Susilastuti (2000: 63)

4	1994.	Majalah Tempo	Isi penerbitan Tempo selama ini menunjukkan itikad tidak sejalan dengan pengarahannya Dewan Harian Dewan Pers tanggal 13 Mei 1982 yang telah diketahui dan ditandatangani oleh Direktur Utama PT Grafiti Pers dan Pimpinan redaksi Tempo. Tempo tidak lagi mencerminkan kehidupan pers bebas dan bertanggungjawab dan dianggap bertentangan dengan pasal 33 huruf h Permen No 1/Per/Menpen/1984.
		Majalah Detik	tabloid ini isinya tidak sesuai dengan yang tercantum dalam SIUPP-nya. Dalam SIUPP-nya, tabloid DeTik sebagai penerbitan dengan misi informatif, detektif dan kriminal. Namun misinya telah berubah menjadi tabloid umum dan politik
		Majalah Editor	majalah ini tidak lagi dikelola oleh orang yang tercantum dalam SIUPP karena mulai tahun 1989 pengasuh penerbitan Editor sudah non aktif. Penerbitan ini dianggap telah berpindah tangan dan melanggar SE Dirjen PPG No 03/SE Ditjen PPG/1993 tanggal 10 Agustus 1993.

Diolah dari data sekunder¹¹

Sikap represi pemerintah Orba ini menimbulkan "trauma" terhadap pers nasional untuk bisa menjalankan peran dan fungsinya, sehingga tatkala pemerintah Orba tumbang maka ada euphoria untuk mengubah regulasi tentang pers. Hal itu dilakukan secara simultan sehingga disyahnkannya UU No 40 tahun 1999 tentang pers. Undang-undang pers yang baru ini merupakan *lex specialis*

¹¹ Susilastuti (2000:73-77)

dimana tidak ada peraturan di bawahnya seperti Peraturan Pemerintah atau keputusan menteri yang akan menjabarkan ketentuan pasal-pasalnya dalam undang-undang pers yang baru. Implementasi atas undang-undang ada di Dewan Pers¹²

Namun euphoria kebebasan pers ini tidak dilalui dengan mulus. Data dari dewan pers pada tahun 2008 terdapat 424 kasus pengaduan. Tahun 2009 terdapat 442 pengaduan, tahun 2010 ada 514 pengaduan, sementara tahun 2011 ada 511 kasus pengaduan. Sementara laporan Aliansi Jurnalistik Independen 2012¹³ kasus kekerasan terhadap pelaku media meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Tahun 2012 terdapat 56 kasus kekerasan dalam bentuk kekerasan fisik (18 kasus), ancaman (15 kasus) pengrusakan (10 kasus). Berdasarkan data di atas kebebasan yang telah diperoleh pers tidak serta merta bahwa pers bisa "leluasa" memberitakan fakta, karena kebebasan tidak bersifat absolut.

Pers dan Demokrasi

Struktur sosial, politik sangat menentukan corak serta tujuan yang hendak dicapai oleh pers. Pers sebagai bagian dari komunikasi massa ikut ambil bagian dalam proses perubahan masyarakat pada umumnya, baik di negara berkembang maupun di negara maju.

Pers juga ikut menentukan untuk terciptanya kehidupan yang demokratis. Menciptakan kehidupan yang demokratis memerlukan satu kultur yang menunjang, penerimaan prinsip-prinsip yang mendasari kebebasan yaitu kebebasan berbicara, kebebasan pers, kebebasan berpolitik, ditegakkannya supermasi hukum, hak-hak asasi manusia dan lainnya. Pemahaman demokrasi dalam ilmu politik dikenal dua macam pemahaman yaitu secara normatif dan empirik.

12 Pernyataan Ketua Dewan Pers di depan penyelenggara uji kompetensi wartawan di Jakarta (20013)

13 aji.or.id/.../catatan-akhir-tahun-2012-aji-indonesia akses 5 Februari 2014

Robert MC Chesney¹⁴ mengemukakan demokrasi dapat diartikan sebagai sistem sosial politik yang memberikan jaminan kebebasan individu dan setiap warga negara mempunyai informasi yang cukup serta memiliki keterlibatan partisipasi politik yang tinggi. Ada tiga prasyarat penting yang melandasi pembentukan sistem sosial politik masyarakat yang demokratis. Pertama, adalah dihapuskannya ketimpangan-ketimpangan sosial dalam masyarakat, kedua kesadaran tentang keutamaan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi, ketiga, demokrasi membutuhkan sistem komunikasi politik yang efektif.

Pers bisa dikatakan mampu mendorong proses demokratisasi karena pers memberikan ruang publik bagi wacana demokratis yang ada dalam masyarakat. Habermans seperti dikutip Chesney¹⁵ mengemukakan faktor-faktor penting yang mendorong bangkitnya demokratisasi adalah munculnya ruang publik bagi wacana demokratis yang bebas dari kontrol negara dan modal. Media bisa mengisi ruang publik, walaupun ia merupakan bagian dari aktivitas sosial yang ada. Aktivitas yang dilakukan pers diharapkan mampu mengisi ruang publik bagi wacana demokratisasi.

Pers akan bisa menjalankan peran dan fungsinya dengan baik bila ada ruang gerak yang diberikan oleh pemerintah yaitu adanya kebebasan pers. Amin Rais mengemukakan, kebebasan pers juga merupakan kunci dalam pendorong demokratisasi karena sesungguhnya apa yang dinamakan sebagai partisipasi sosial, kontrol sosial dan tanggung jawab sosial bisa baik bila ada kebebasan pers. Namun ada kalanya pers tidak mampu mengembangkan iklim demokratik yang membuka kesempatan untuk adu argumen dari masyarakat¹⁶.

Pers untuk bisa menjadi pendorong demokratisasi, dalam melaksanakan kebebasan pers tetap dituntut untuk memperhatikan akurasi dan *fairness*. Akurasi mengandung makna ketelitian, kecermatan dan ketepatan. *Fairness* (berimbang) mengandung

¹⁴ Robert Mc Chesney, (1998 :1-3)

¹⁵ Robert Mc Chesney, (1998:8-9)

¹⁶ Amin Rais.(1986)

arti pers memberikan kesempatan kepada semua pihak yang terlibat dalam perbedaan atau pertentangan pendapat untuk mengemukakan visi dan pandangan masing-masing. Kedua hal ini merupakan pencerminan dari kejujuran pers dan wartawan dalam menyampaikan satu fakta dengan melakukan peliputan dua sisi (*both side coverage*)¹⁷.

Di Indonesia sendiri pemerintah sebenarnya sudah memberikan jaminan terhadap pelaksanaan kebebasan pers. Menurut Mochtar Lubis ada dua periode ideal di mana pemerintah memberikan jaminan kebebasan pers. *Pertama*, pada awal kemerdekaan sampai pemerintahan presiden Soekarno menerapkan sistem demokrasi terpimpin. *Kedua*, pada awal pemerintah Orde Baru. Pada kedua masa ini pers diberi peluang untuk melaksanakan tugasnya secara bebas dan bertanggung jawab¹⁸

Berita

Salah satu produk dari pers baik cetak dan elektronik atau *new media* adalah berita. Berita merupakan produk perusahaan pers yang mempunyai tujuan sifatnya universal yaitu mendidik, menghibur, kontrol sosial (mediasi) dan memberi informasi. Fungsi-fungsi ini merupakan salah satu hak dasar dari manusia. Tidak mengherankan bila kebebasan pers menjadi indikator dari kehidupan demokrasi satu negara.

Konsep berita cukup banyak disebutkan. Intinya berita adalah berita adalah informasi atau fakta yang luar biasa atau istimewa bagi khalayak. Suatu informasi bisa diangkat menjadi berita bila memenuhi criteria layak berita yaitu perpaduan nilai berita dan kebijakan redaksional. Di era sekarang bahkan ada ungkapan fakta yang bagus bukan berita tapi fakta yang jelek itu yang disebut berita. Pergeseran seperti ini mungkin saja terjadi mengingat tingkat persaingan di jagat pers demikian ketat disisi lain pers diberi keleluasaan mengangkat fakta untuk dijadikan berita.

17 Susilastuti Dwi (1999).

18 Susilastuti (2000:64)

Beberapa konsep berita yang dikemukakan para ahli antara lain (1) Dean M. Lyle Spencer, berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca (2) Dr. Williard C Bleyer, *Newspaper, writing and editing*, berita adalah sesuatu yang termasuk yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat oleh surat kabar karena ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar atau karena dapat menarik pembaca-pembaca tersebut, (3) William S. Maulsby, berita sebagai suatu penulisan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti yang penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca-pembaca tersebut. (4) Eric C. Hepwood, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting yang dapat menarik perhatian umum. (6) Nancy Nasion, berita adalah peristiwa-peristiwa yang terjadi yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi di lingkungan pembaca mengenai tokoh terkemuka, akibat peristiwa tersebut berpengaruh terhadap pembaca.¹⁹

Berita juga bisa dilihat sebagai susunan atas kenyataan-kenyataan tentang kejadian sekarang yang menarik perhatian orang, berarti penting bagi para khalayak. Secara ekstrem juga ada yang mengatakan bahwa informasi yang jelek bisa menjadi berita, informasi-informasi yang baik bukan berarti berita. Maksudnya ada kecenderungan bahwa informasi yang jelek seringkali menjadi perhatian pembaca²⁰.

Dalam perkembangannya berita yang merupakan hasil karya jurnalis dalam mengangkat fakta yang akan ditulis juga harus memperhatikan beberapa rambu-rambu tidak hanya sekedar fakta itu menarik. Bill Kovach dan Tom Rosentiel²¹ menegaskan prinsip pertama dari aktivitas jurnalisme adalah mengungkap kebenaran. Wartawan harus jujur dengan mengungkap fakta, Menurut nya wartawan itu sendiri tidak pernah yakin dengan apa yang

19 Assegaf, 1982: .21 – 24, Wahyudi, 1996:27, Basuki; 1983:1

Wisnu Basuki, (1995, 58-63)

20 Moch Ngafuan (1995:22)

21 Bill Kovach, (2006:37-43)

dimaksud dengan kebenaran dan kejujuran. Tugas jurnalistik itu reaktif atas peristiwa dan bersifat praktis. Bahkan karya jurnalistik jauh dari pertimbangan filosofis dan intropektif. Persoalannya mengingat pers dengan maha karyanya berupa berita akan ikut menghantar sebuah fakta atau peristiwa menjadi lebih baik atau sekedar memaparkan saja tanpa pernah terpikir akan dampaknya.

Metode

Paparan dalam tulisan ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan mendasarkan pada data-data sekunder berupa pustaka. Metode deskriptif hanya memaparkan fakta atau peristiwa. Fakta dan peristiwa yang akan dianalisis adalah fakta terkait dengan rencana pelaksanaan Pemilu 2014.

. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan bagaimana strategi pemberitaan pada pemilu 2014. Data dalam tulisan ini diambil dari data sekunder terutama dokumentasi dan publikasi pers yang relevan dengan tema tulisan Selengkapnya prosedur dan langkah-langkah dalam pencarian data akan menempuh beberapa tahap (1)Dimulai dengan inventarisasi data sekunder dengan mengacu pada persoalan yang hendak (2)Dari data sekunder, sebuah draf kasar mengenai strategi pemberitaan pada pemilu 2014 dan dirumuskan secara tentatif (3)Atas dasar draf kasar ini sebuah dijalin sebuah kerangka pemikiran baru mengenai startegi pemberitaan pemilu 2014. (4) Setelah itu akan dilakukan analisis data guna menjawab pertanyaan dalam penelitian ini.

Mengingat metode bersifat deskriptif kualitatif maka teknik analisis dengan menggunakan *cross cheking analysis*. Dalam teknik ini data yang satu akan di *cross cheking* dengan hasil pengamatan atau observasi.

IV.Analisis dan Pembahasan

Pers adalah jembatan penghubung antara masyarakat dengan pemimpin atau pemimpin dengan masyarakat, menghubungkan

antar masyarakat atau antar pemimpin. Sebagai sebuah jembatan maka message atau pesan yang akan disampaikan haruslah sampai dengan baik. Bias berita diharapkan bisa seminimal mungkin. Pers pada dasarnya juga sebagai pencerita (*story teller*)

Tahun 2014 ini pemilu untuk memilih calon anggota legislative yaitu DPR, DPRD propinsi, kota/kabupaten, DPD serta presiden dan wakil presiden. Perhelatan akbar yang memakan biaya hingga trilyunan rupiah mau tidak mau akan menyerat pers dalam konteks tulisan ini adalah pers cetak. Persaingan untuk bisa menyajikan fakta yang menarik tidak akan teagi. Hal ini tidak terlepas dari persaingan antar media yang demikian ketat, disatu sisi media cetak juga bersaing dengan media elektronik dan new media. Praktis media cetak harus bekerja ekstra keras. Mengapa demikian karena informasi yang ditulis media cetak baru bisa dibaca keesok harinya. Tabel di bawah akan memperlihatkan tingkat persaingan antar media cetak

Tabel 2 Pertumbuhan Media Cetak²²

No	Jenis Media	Th 2006	Th 2007	Th 2008
1	Surat Kabar Harian	251	269	290
2	Surat kabar mingguan	235	247	224
3	Tabloid	142	167	173
4	Majalah	258	297	318
5	Bulletin	3	3	3
Jumlah		89	983	1008

Selain persoalan persaingan antar media cetak, problem utama yang akan dihadapi para jurnalis dalam mengungkap fakta adalah memaparkan fakta secara obyektif. Mengingat media cetak di Indonesia juga dimiliki oleh beberapa tokoh politik yang ikut bertarung pada Pemilu 2014 dalam berbagai levelnya.

Dalam konteks semacam ini media menjadi kekuatan politik dan kekuatan ekonomi. Artinya, berita yang menjadi produk andalan media akan dijadikan kepentingan ekonomi dan kepentingan politik si penguasa media. Pihak yang akan menjadi "korban"

²² Amir Efendi Siregar (2010)

dari pertarungan itu adalah khalayak pembaca, pendengar dan pemirsa. Realitas ini tidak bisa dihindarkan sehingga yang bisa dilakukan hanyalah meminimalkan dampak bias pemberitaan terkait dengan pemilu 2014 dengan mengembangkan strategi pemberitaan yang baru.

Posisi strategis media cetak dan media jenis lainnya (media elektronik dan news media) pada pelaksanaan Pemilu 2014 mendatang maka pemerintah melalui Undang-undang Nomor 15 Tahun 2011 tentang penyelenggaraan pemilu memuat sebuah aturan khusus terkait dengan penyiaran berita tentang pemilu. Namun dalam undang-undang ini lebih diatur tentang masalah pemberitaan yang terkait tentang pemilu.

Hal yang menarik untuk dicermati terkait tentang pemberitaan kampanye pemilu adalah pasal 91 ayat (4) yang isinya media massa cetak dan lembaga penyiaran dalam memberitakan, menyiarkan dan mengiklankan Kampanye Pemilu harus mematuhi larangan dalam kampanye. Kemudian pasal 91 ayat (5) media massa cetak dan lembaga penyiaran sebagaimana yang dimaksud selama masatenang dilarang menyiarkan berita, iklan, rekam jejak peserta pemilu atau bentuk lainnya yang mengarah pada kepentingan kampanye Pemilu yang menguntungkan atau merugikan peserta pemilu.

Kemudian undang-undang ini juga mengatur tentang pemberitaan kampanye yaitu pasal 93 ayat (1) yang isinya pemberitaan kampanye Pemilu dilakukan oleh media massa cetak dan lembaga penyiaran dengan siaran langsung atau siaran tunda, ayat (2) media massa cetak dan lembaga penyiaran yang menyediakan rubric khusus untuk pemberitaan kampanye pemilu harus berlaku adil dan berimbang kepada semua peserta pemilu.

Kemudian terkait dengan larangan pemberitaan menyangkut kampanye pemilu pasal 86 ayat(1) butir c tentang menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan calon, dan atau peserta pemilu yang lain, Sementara pasal 86 ayat(1) butir d menyebutkan larangan menghasut dan mengadu domba perorangan atau

masyarakat.

Dari uraian ini jelaslah bahwa pemerintah berusaha memberikan rambu-rambu bagaimana sebaiknya memberitakan kampanye pemilu. Persoalannya apakah rambu-rambu ini adalah bentuk lain dari upaya pemerintah (baca Negara) untuk kembali melakukan represi terhadap pers.

Di era kebebasan pers sekarang ini, rambu-rambu tentang mana yang publik harus tahu dan public perlu terkait dengan pemilu 2014, mengingatkan pemahaman masyarakat tentang politik secara umum ditambah lagi kondisi social ekonomi yang tidak semuanya baik menyebabkan masyarakat dengan mudah menjadi obyek bagi kepentingan politik tertentu. Dimana pada gilirannya masyarakat nantinya yang menjadi korban.

Media cetak, khususnya jajaran redaksinya perlu memiliki peta berpikir tentang segala hal terkait dengan tahapan pemilu. Pemilu bukan sekedar peristiwa yang terjadi dalam hitungan jam, tetapi merupakan proses yang panjang dengan dampak yang juga panjang. Pemilu akan menyangkut berbagai persoalan seperti *pertama* dari sisi peserta pemilu menyangkut aspek (a) bagaimana partai politik dalam melakukan kaderisasi, (b) bagaimana partai politik akan menentukan kandidatnya, (3) bagaimana akuntabilitas kandidat dan parpol dalam membiayai kampanyenya, dan lainnya.

Kedua, persoalan bagaimana kapabilitas penyelenggara pemilu yaitu KPU dan KUPD, serta pengawas pemilu (Bawaslu dan Panwaslu). Ini menyangkut (1) proses seleksi komisioner di tingkat pusat hingga daerah, (2) bagaimana kesiapan mempersiapkan logistic pemilu, (3) bagaimana kesiapan menyiapkan saksi-saksi pada saat pelaksanaan pemilu.

Ketiga, kesiapan pemilih yang menyangkut (1) apakah semua masyarakat yang telah memiliki hak pilih sudah terdaftar, (2) bagaimana masyarakat mempersepsi pemilu apakah tertarik atau memilih abstain alias golput, (3) apakah masyarakat terintimidasi untuk memilih kandidat atau parpol tertentu?

Keempat, kandidat parpol. Persoalan keempat ini menyangkut antara lain (1) siapa yang dipilih oleh rakyat menjadi anggota legislative, DPD maupun presiden dan wakilnya, (2) bagaimana program yang telah mereka tawarkan, (c) komitmen apa yang mereka jadikan garansi bila gagal memenuhi janjinya, (d) siapa saja yang akan duduk dalam pemerintahan baru yang telah terpilih.

III.2.1. Strategi Pemberitaan (***Straight News +***)

Ada banyak pendapat yang mengatakan bahwa media cetak di dunia, termasuk di Indonesia telah tamat. Ambruknya media cetak dunia seperti Philadelphia Newspaper Inc. The Boston Globe, Seattle Post Intelligencer²³ Selain media tersebut beberapa daftar perusahaan koran dan media cetak Amerika Serikat yang mengalami kejatuhan. Mulai dari menutup resmi usahanya sampai menggantinya ke media *online*, seperti **Surat kabar Tribune Co**, **The New York Time**, **Majalah Newsweek**, **Majalah Reader's Digest**, **Rocky Mountain News**.

Namun di Indonesia tidak sedrastis itu. Berdasar tabel 2 media cetak di Indonesia terus tumbuh. Media cetak di Indonesia beberapa juga dalam bentuk digital, misalnya grip Tribun, Kedaulatan Rakyat, Kompas dan lainnya. Namun bentuk digital ini tidak mematikan versi cetak. Kondisi di Indonesia hampir mirip dengan kondisi di Eropa.

Karakter koran yang berhasil bertahan dan bahkan sukses di Eropa menjadikan *on-line* sebagai pendukung, bukan musuh, mengembangkan bisnis yang menjalankan *print* serta *on-line* secara simultan (berbarengan, dalam satu kerangka strategi bisnis). Munculnya media *on-line* tidak sebagai pengganti *print*, melainkan sebagai sebuah terobosan bisnis. Kemunculannya bukan merupakan *exit strategy*, melainkan inovasi²⁴

Masalahnya sekarang walaupun media cetak di Indonesia masih tetap eksis namun bukan berarti media cetak terlena dan tidak berbenah diri. Strategi pemberitaan media cetak harus

23 Asmono Wikan (2009)

24 Asmono Wikan (2009)

berubah agar bisa bersaing dengan media yang ada baik sejenis atau yang bukan sejenis (media elektronik dan *new media*)

Sekian puluh tahun silam tatkala media cetak belum bersaing dengan media elektronik dalam penyiaran berita, atau dengan *new media*, maka strategi pemberitaan yang menjadi primadona adalah jenis pemberitaan *straight news* (atau berita lempang, berita kronologis). *Straight news*²⁵ adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa, biasanya menyajikan peristiwa dalam waktu singkat.

Namun di era sekarang, jenis berita ini tidak bisa hanya sekedar bersifat kronologis, lempang tapi harus bersifat holistic. Media cetak harus mampu memaparkan fakta seperti *satelit zooming* dengan menyajikan berbagai dimensi. Ini artinya, orang akan membaca berita di media cetak untuk mendapatkan kedalaman dari berita yang telah mereka baca di media on line atau telah didengar/dilihat di televisi atau radio.

Fakta pemilu baik pada tahap persiapan, pelaksanaan maupun setelah perhelatan pemungutan suara tidak bisa kalau hanya dengan pemaparan kronologis.. Ambil contoh, siapa yang perlu sering diminta pendapat terkait pemilu 2014. Bukan hanya pejabat, pelaksana KPU atau parpol, tetapi masyarakat perlu diberi ruang yang lebih luas. Suara masyarakat perlu dipedulikan oleh elite politik (termasuk parpol). Apa keinginan masyarakat terkait tentang pemilu.

Misalnya, terkait minimnya kesediaan masyarakat untuk menjadi saksi parpol di TPS (tempat pemungutan suara) padahal pelaksanaan tinggal hitungan hari. Penyebab yang muncul di media cetak kebanyakan menyakut tidak ada dana, pemerintah (Mendagri) tidak bersedia menandatangani pengajuan anggaran. Apakah masalahnya sesimpel ini?

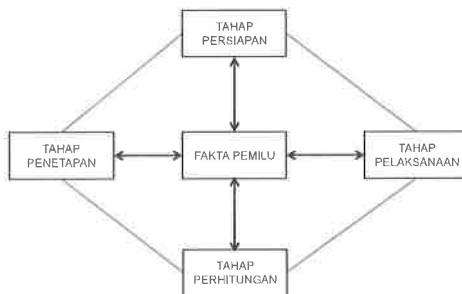
Kita bisa mengembangkan fakta itu dengan mengajukan pertanyaan Apakah parpol peserta pemilu benar-benar tidak punya dana untuk membayar saksi parpol di TPS? Kalau tidak pu-

²⁵ Haris Sumandira (2008:69)

nya dana mengapa begitu mewah bisa menggelar kampanye? Tepatkah saksi parpol yang membiayai pemerintah?. Pertanyaan-pertanyaan ini akan muncul tatkala jurnalis telah memiliki pemahaman bahwa Parpol itu ada karena masyarakat mempunyai cita-cita yang sama sehingga rakyat bersedia mengeluarkan finansial untuk membiayai parpolnya.

Otomatis fakta-fakta ini tidak bisa diungkap hanya dengan model berita *straight news* yang konvensional. Kalaupun bentuknya *straight news* tetapi mendalam dengan fakta-fakta berbagai dimensi. Apabila media cetak mampu menghadirkan berita yang holistic maka fungsinya tidak hanya sekedar memberikan informasi, tetapi juga mendidik, mediasi (*control social*).

Selain itu dalam mengungkap fakta tentang pemilu pelaku media harus menyadari bahwa fakta pemilu tidak berdiri sendiri tapi saling terkait satu sama lain. Persoalan yang muncul dalam setiap tahapan pemilu merupakan akibat dari permasalahan sebelumnya. Aspek-aspek ini banyak yang dilupakan oleh pelaku jurnalistik sehingga dalam memaparkan fakta hanya berangkat dari satu fakta ke fakta yang lain dengan tidak berusaha untuk mengkaitkan secara holistic. Pemilu bukan sekedar perhelatan biasa. Pemenang pemilu akan menentukan corak kepemimpinan yang baru. Implisit siapa pemenang pemilu akan menentukan kebijakan yang akan diambil, Terkait dengan itu maka pola pikir dalam melihat persoalan pemilu bisa di lihat dalam gambar di bawah ini.



Gambar 1 Keterkaitan Fakta Pemilu

Berdasarkan gambar 1, fakta pemilu dalam setiap tahapan akan mempunyai kompleksitas persoalan yang berbeda. Dimana jurnalis dalam mengungkap fakta harus bisa menggali problem di balik setiap tahapan tersebut. Kemudian masing-masing tahapan akan berkaitan langsung.

Dalam kerangka pikir ini untuk mengimbangi kecepatan dengan media elektronik atau news media maka media cetak bisa mengembangkan strategi pemberitaan *straight news* +. Artinya dalam membuat berita *straight news* + tidak hanya memaparkan fakta secara kronologis tetapi lebih mendalam dengan menghadirkan beberapa dimensi. Berita pemilu tidak bisa semata-mata ditulis oleh satu wartawan saja tetapi beberapa wartawan. *Straight news* + mensyaratkan kerja *team work* dan dukungan data sekunder. Setiap fakta yang akan ditulis disertai dengan verifikasi sehingga keakuratan serta obyektivitas lebih terjamin.

Strategi pemberitaan *Straight news* + dalam pemilu 2014 juga mempunyai sebuah tujuan yang mulia yaitu ikut meningkatkan kecerdasan dan pencerahan terhadap pemilih (pembaca khususnya). Misalnya, dalam menyoroti tentang calon anggota legislatif tidak hanya berhenti pada apa dan siapa sang kandidat, tetapi menyuarakan bagaimana dan mengapa atas diri sang calon.

Memang tidak harus meniru media di negara lain yang menguliti sampai habis seorang calon dari berbagai aspek kehidupannya, namun setidaknya dapat menelaah sepak terjang dan alasan dibelakang keinginannya maju sebagai calon serta dukungan yang dimilikinya. Untuk itu memang, sangat dibutuhkan dokumen dan riset mendalam atas berbagai fakta, dan bahkan hanya sekedar sebuah rumor atau isue murahan sekalipun. Pengungkapan itu memang bukan bertujuan, untuk membunuh karakter seseorang, namun justru lebih jauh dari itu yaitu untuk menyajikan gambaran secara komprehensif bagaimana masa depan bangsa jika dipegang oleh kandidat seperti itu.

Simpulan

Media cetak pada pemilu 2014 memainkan peran strategis. Peran yang diemban ini tidak lepas dari posisi media sebagai jembatan penghubung atau media dari berbagai pihak yang ada di masyarakat atau pemerintah terhadap fakta-fakta terkait dengan pemilu 2014.

Media cetak perlu mencerdaskan masyarakat sehingga hasil dari pemilu 2014 akan membawa kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat dan bangsa. Untuk itu dalam memaparkan fakta media tidak boleh terjebak dari satu isu kepada isu yang lainnya, media harus mampu mengurai keterkaitan fakta-fakta pemilu mulai tahap persiapan, pelaksanaan, perhitungan hingga penetapan.

Strategi pemberitaan yang dikembangkan adalah *straight news* + tidak hanya memaparkan fakta secara kronologis tetapi lebih mendalam dengan menghadirkan beberapa dimensi. Pengungkapan fakta tidak hanya berhenti pada aspek apa dan siapa tetapi dikembangkan dengan aspek bagaimana dan mengapa. Melalui cara ini maka khalayak akan mendapatkan fakta yang komprehensif. Strategi pemberitaan yang dikembangkan adalah *straight news* + juga bisa digali dengan melibatkan masyarakat untuk memberikan masukan atas topic-topik tertentu. Melalui cara ini maka media bisa menjadi forum public. Hanya saja masukan atau pendapat dari masyarakat harus diolah dengan baik.

Daftar Pustaka

- Basuki, Adi Suprpto, Susilastuti, 2013, Model Pendidikan Politik Pemula (Satudi Kasus di Yogyakarta, Hibah Riset Strategi Nasional.
- Basuki, Wisnu, 1995, *Pers dan Penguasa: Pembocoran Pentagon Papers oleh New York Times*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1995.
- Chasney MC Robert, 1988. *Konglomerasi Ancaman Baru Bagi Demokrasi*, AJI, Jakarta.
- Effendi, Onong, 1993, *Ilmu dan Filsafat Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT Citra Aditya, Bandung
- Gaffar, Afan, 1999, *Politik Indonesia: Transisi Menuju Demokrasi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta,

- Hutabarat, Saur, *Kemandirian Pers dalam Era Industri dan Kebudayaan Birokrasi*, dalam Tajuk tajuk Terik Matahari, Hotman Siahaan (ed) Yayasan Keluarga Bhakti, Surabaya, 1993,
- Kovach, Bill, 2006, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Yayasan Pantau Ngafuan, Moch, 1885 *Memburu Uang Dengan Menulis Berita*, CV Aneka, Solo, 1995
- Rais, Amin, *Demokrasi dan Proses Politik*, dalam Percikan Fisipol UGM Mengenai Pembangunan, Fisipol UGM, 1990.
- Rokeach, Ball, Malvin De Fleur, *Theories of Mass Communication*, Fourth Edition, Logman, Inc, New York, 1982.
- Subakti, Ramlan, 1992, *Memahami Ilmu Politik*, Gramedia Widiasarana
- Siregar, Ashadi 1989. *Kebebasan dan Posisi Pers Sebagai Kontrol Sosial Dari Masa ke Masa*, makalah diskusi panel Universitas Wijayakusuma, Surabaya, 1989
- Soegiyarto PS, 2003, *Jurnalisme Berwawasan*, Pelatihan Meliput Pemilu 2004,
- Sumandira, Haris, 2008, *Jurnalistik Indonesia*, Remaja Rosda Karya, Bandung
- Susilastuti, 1999, *Kebebasan Pers*, materi ceramah di Solo
- Susilastuti, 2000, Implementasi Kebebasan Pers, Tesis, UGM
- Wikan, Asmono, 2009, *Menuju Era Koran 2.0*, Lokakarya manajemen media, SPS – Dewan Pers, Semarang
- Dokumen Lain
- Lihat UU Nomor 15 tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu bagian enam
- Pernyataan Ketua Dewan Pers di depan penyelenggara uji kompetensi wartawan di Jakarta (2013) aji.or.id/.../catatan-akhir-tahun-2012-aji-indonesia akses 5 Februari 2014