

OPINI TOKOH PARTAI POLITIK TERHADAP KEBERPIHAKAN TV ONE DAN METRO TV DALAM PILPRES 2014 DI SULAWESI SELATAN

Susilawati Belekubun¹, Andi Alimuddin Unde², Hafied Cangara²

¹*Jurusan Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Sosial (STIS) Mutiari Tual*

²*Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin*

Abstract

This research aimed (1) to investigate the opinions of the political party prominent figures toward the sidedness find out the master of political party opinion towards the sidedness of the TV One and Metro TV in 2014 presidential election; (2) To investigate the extent of the roles of the media in forming the opinions of the political party prominent figures toward the sidedness of TV One dan Metro TV; (3) to investigate the sidedness levels of TV One dan Metro TV as the national TVs in 2014 presidential election. The research was descriptive-qualitative in character. The research informants comprised 12 prominent figures of the political parties, 7 culturalists, political observers, and academicians. The samples were chosen using the purposive sampling technique. The data collection was through interviews and observation. Then the data analysis was done using the interaction model analysis developed by Miles and Huberman. The obtained data were processed through 3 qualitative data analysis channels, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The research results revealed that the opinions of the prominent figures of the political parties toward the sidedness of TV One and Metro TV in 2014 presidential election tended to take side with a certain couple, TV One tended to take side with the Pair of Prabowo-Hatta, while Metro TV tended to take side with the Pair of Jokowi-JK. Also, the roles of the TV was very strong in forming the opinions of the prominent figures of the political parties in 2014 Presidential Election as felt by all the informants – either by those joining the Merah Putih Coalition (KMP) or those joining the Indonesia Hebat Coalition (KIH). The some opinions were also felt by the prominent figures of the political parties in South Sulawesi. This was possible because of the pragmatic factor to “force” the media to adopt the practical political logic for sake of increasing the images of the candidates.

Keywords : Opinions of political party prominent figures; sidedness; TV One and Metro TV; 2014 General Election

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV dalam Pilpres 2014, mengetahui besarnya peranan media dalam membentuk opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV, dan tingkat keberpihakan TV One dan Metro TV sebagai TV nasional dalam pemilihan presiden 2014. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah 12 orang tokoh partai politik, 7 orang budayawan, pengamat politik dan Akademisi. Penyampelan dilakukan secara purposif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis model interaksi yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman, data yang telah didapat kemudian diolah melalui 3 jalur analisis data kualitatif yaitu : Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa opini Tokoh Partai Politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV pada Pilpres 2014 cenderung berpihak kepada pasangan tertentu. Keberpihakan TV One kepada pasangan Prabowo-hatta dan Metro kepada pasangan Jokowi- JK.. Demikian juga peranan televisi dalam membentuk opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV di Sulsel pada pilpres 2014 sangat besar. Hal ini dirasakan oleh seluruh informan baik yang tergabung dalam Koalisi Merah Putih maupun Koalisi Indonesia Hebat dengan tingkat keberpihakan TV One dan Metro TV pada pilpres 2014 sangat tinggi dirasakan oleh para tokoh partai politik di Sulsel. Hal tersebut dimungkinkan karena faktor pragmatisme kepemilikan untuk “memaksa” media mengadopsi logika politik praktis yang untuk peningkatan citra kandidat.

Kata kunci : Opini Tokoh Partai Politik; Keberpihakan TV One dan Metro TV; Pemilu 2014

PENDAHULUAN

Era demokrasi seperti sekarang ini, pers merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat, yang menjadi unsur komunikasi dan pengawasan rakyat, terhadap lingkungan sistem pemerintahan, atau dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, bahkan dalam posisi yang lebih penting, pers atau media, ditempatkan pada posisi sebagai *the fourth branch of government*, sebagai pilar keempat demokrasi, selain legislatif, eksekutif dan yudikatif (Cangara, 2011;72).

Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers, salah satu fungsi dewan pers adalah, mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat dan pemerintah. Dewan pers wajib mengembangkan komunikasi dan mendorong interaksi yang positif dalam porsi tugas dan fungsinya masing-masing, antara pers, masyarakat dan pemerintah.

Indonesia menganut sistem demokrasi, dengan asas trias politika, yaitu lembaga eksekutif, yudikatif dan legislatif. Media massa sebagai pilar keempat demokrasi diharapkan untuk mengawal dan mengawasi jalannya pemerintahan. Namun pada pemilu 2014 lalu, masyarakat Indonesia terpecah belah menjadi dua kubu. Mulai dari kalangan politik, tokoh pemerintahan, anggota masyarakat, hingga kalangan media. Mengutip istilah dari John Locke, bapak hak asasi manusia, dia secara ekspilisi.

Menjelaskan tentang “liberty dan equality” yang menegaskan bahwa pers mempunyai tanggung jawab untuk terjadinya keadilan sosial. J.Kristiadi, peneliti dari CSIS (Center for Strategic International Studies) mengatakan, pers menggerakkan kekuatan non-negara yang dapat mengimbangi kekuatan negara yang membela kepentingan mereka yang berkuasa. Rocky Gerung, pengajar ilmu filsafat Universitas Indonesia mengatakan,

“Demokrasi adalah percakapan dua akal sehat”.

Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran, karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar besarnya bagi kepentingan publik. Artinya adalah, media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan publik yang sehat.

Pelayanan publik yang sehat adalah, tersedianya Informasi yang cukup untuk masyarakat yang terdiri dari berbagai macam bentuk, mulai dari berita, hiburan, ilmu pengetahuan, dan lain-lain. Dasar dari sistem pelayanan informasi yang sehat adalah seperti yang tertuang dalam undang-undang penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yaitu *Diversity of content* (prinsip keberagaman isi) dan *deversity of ownership prinsip* (keberagaman kepemilikan).

Apabila ditelaah secara mendalam, Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, lahir dengan dua semangat utama; pertama, pengelolaan sistem penyiaran harus bebas dari berbagai kepentingan, karena penyiaran merupakan ranah publik, dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Kedua, adalah semangat untuk menguatkan entitas lokal, dalam semangat otonomi daerah, dengan pemberlakuan sistem siaran berjangkaran.

Maka sejak disahkannya Undang-Undang no 32 Tahun 2002, terjadi perubahan fundamental, dalam pengelolaan sistem penyiaran di Indonesia. Pada intinya adalah semangat, untuk melindungi hak masyarakat secara lebih merata. Perubahan yang paling mendasar dalam semangat UU ini adalah, *limited transver of authority* dari pengelolaan penyiaran, yang selama ini merupakan hak eksklusif pemerintah, kepada badan pengatur independen (*independent*

regulatory body), bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Independensi yang dimaksud adalah untuk mempertegas bahwa pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan yang bebas dari intervensi modal maupun kepentingan kekuasaan. Belajar dari masa lalu, uu no 32 Tahun 2002 lahir sejak peralihan orde baru ke reformasi, revisi dari Undang Undang No 24 Tahun 1997, dimana pengelolaan sistem penyiaran masih berada ditangan pemerintah (pada masa rezim orde baru), sistem penyiaran sebagai alat strategis, tidak luput dari kooptasi negara yang dominan, dan digunakan untuk melanggengkan kepentingan kekuasaan. Sistem penyiaran pada waktu itu hanya digunakan untuk mendukung hegemoni rezim terhadap publik dalam penguasaan wacana strategis, tapi juga digunakan untuk mengambil keuntungan dalam kolaborasi antara segelintir elit penguasa dan pengusaha.

Apabila ditelaah secara mendalam, Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, lahir dengan dua semangat utama; pertama, pengelolaan sistem penyiaran harus bebas dari berbagai kepentingan, karena penyiaran merupakan ranah publik, dan digunakan sebesar-besarnya untuk kepentingan publik. Kedua, adalah semangat untuk menguatkan entitas lokal, dalam semangat otonomi daerah, dengan pemberlakuan sistem siaran berjangkaran.

Maka sejak disahkannya Undang-Undang no 32 Tahun 2002, terjadi perubahan fundamental, dalam pengelolaan sistem penyiaran di Indonesia. Pada intinya adalah semangat, untuk melindungi hak masyarakat secara lebih merata. Perubahan yang paling mendasar dalam semangat UU ini adalah, *limited transver of authority* dari pengelolaan penyiaran, yang selama ini merupakan hak eksklusif pemerintah, kepada

badan pengatur independen (*independent regulatory body*), bernama Komisi Penyiaran Indonesia.

Eforia semangat pesta politik 2014 di Indonesia, menyentuh semua elemen, baik yang terlibat secara langsung, maupun tidak langsung. Salah satu elemen, yang terkena dampak pesta demokrasi tersebut, adalah media cetak maupun elektronik. Tidak dapat dipungkiri, bahwa media tentunya berperan sangat dominan, dan mampu menggiring opini publik. Media massa mempunyai kekuatan yang dahsyat, untuk mempengaruhi persepsi publik. Media memiliki kemampuan mempengaruhi dan membentuk opini publik, dan sedemikian penting dalam sistem politik demokrasi, maka persoalan independensi jurnalistik dan media, selalu menjadi topik pembicaraan yang menarik.

Pada saat berlangsungnya kampanye pemilihan presiden (Pilpres), tanggal 4 Juni 2014 sampai dengan 5 Juli 2014, beberapa media elektronika khususnya media televisi nasional, secara terang-terangan, mengeksploitasi kekurangan pasangan calon presiden (*capres*), serta calon wakil presiden (*cawapres*), yang bertujuan menjatuhkan mereka. Hal ini dilatarbelakangi oleh pemilik media televisi, yang juga politisi partai politik. Publik, kerap kali disugahi tayangan berita, yang dikemas sedemikian rupa, yang menunjukkan keberpihakan terhadap pasangan *capres-cawapres* tertentu

Sejumlah kampanye hitam, dan kampanye negatif, ramai disajikan kepada publik, yang secara tidak langsung, menunjukkan keberpihakan atau ketidaknetralan dalam penyiaran, terkait kegiatan *capres* dan *cawapres* dalam pilpres 2014. Di samping porsi pemberitaan yang lebih banyak, durasi penyiaran yang lebih panjang untuk *capres-cawapres* tertentu yang dengan tidak sungkan tersuguhkan secara apik.

KPI mencatat, stasiun televisi milik petinggi parta politik, menunjukkan keberpihakan kepada pasangan calon-calon tertentu, wakil ketua Komisi Penyiaran, Idy Muzayat, menyatakan keberpihakan itu terlihat dari penayangan iklan dan berita. Ada kecenderungan media punya setting-an isu terhadap calon presiden dan wakil presiden tertentu. Sejumlah pemilik media terafiliasi pada masing-masing pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa. Bos Metro TV yang juga ketua umum partai NasDem, Surya Paloh, mendukung Jokowi, sedangkan pemilik TV One dan ANTV, sekaligus ketua umum Golkar, Aburizal Bakrie mendukung Prabowo.

Pasca Pemilihan Umum tahun 2014, Metro TV menayangkan pemberitaan Presiden terpilih Joko Widodo, sebanyak 120 kali dalam sehari. Sedangkan TV One, lebih menonjolkan peran Prabowo Subianto, dalam mengendalikan Dewan Perwakilan Rakyat, yang tergabung dalam Koalisi Merah Putih. Metro TV juga terkadang menghujat, calon presiden dari Koalisi Merah Putih, melalui penayangan “daftar dosa Prabowo, selama aktif dalam kemiliteran.

Berdasarkan hasil rekapitulasi pemberitaan capres dan cawapres di 11 televisi berjaringan nasional periode 19-25 Mei 2014, Metro TV memberikan durasi pemberitaan yang cukup banyak yaitu 37577 kepada pasangan Jokowi-JK dengan total frekuensi pemberitaan 184 kali. Sebaliknya TV One pada periode yang sama, memberikan total frekuensi pemberitaan kepada pasangan Prabowo-Hatta sebanyak 110 dengan durasi yang sangat panjang yaitu 36561 detik. Sehingga dalam rentang periode bulan Mei terjadi pemberitaan yang menonjol untuk masing-masing capres-cawapres di kedua televisi nasional tersebut.

Hal tersebut memunculkan

kecenderungan semakin kuatnya politik citra dalam pemilihan presiden dan wakil presiden. Meskipun politik citra, dapat dilihat dan semakin kuatnya pengaruh media televisi didalam kehidupan politik. Tetapi pada sisi lain tren ini dapat dilihat dari semakin perdulunya kandidat pada opini publik. Kenyataan tersebut menjadi bukti terutama pada masa menjelang pemilihan umum, dan saat berlangsungnya pemilu dimana media massa (TV) kerap digunakan sebagai sarana kampanye politik.

Media kita, teristimewa media elektronik, lebih cenderung mengolah informasi sebagai komoditas, ketimbang membuka ruang bagi publik untuk menyampaikan apa yang menjadi pikiran, perasaan dan harapan mereka dalam hidup berbangsa dan bernegara. Keunggulan media penyiaran, terletak pada kemampuannya dalam menjangkau umpan balik dari masyarakat secara segera dan serentak. Sampai sekarangpun ini tetap menjadi mimpi bersama, bagaimana media penyiaran memanfaatkan keunggulan tersebut, sehingga suara rakyat tidak hanya terdengar sekali dalam lima tahun lewat pemilu.

Misalnya, program acara yang ditayangkan, Metro TV dan TV One, yang pemiliknya sebagai pucuk pimpinan, merupakan pengurus partai, atau mencalonkan diri, sebagai calon presiden dan wakil presiden, sudah terlihat pada saat sebelum masa kampanye Pemilu tahun 2013, maupun saat terjadinya kampanye maupun pascapemilihan presiden pada paruh waktu pertama tahun 2014, hingga saat ini ketika presiden dan wakil presiden sudah terpilih. kekuatan bangsa terpecah secara nyata ditandai dengan adanya dua kubu yang berbeda secara ideologi yaitu Koalisi Merah Putih (KMP) dan Koalisi Indonesia Hebat (KIH).

Kecenderungan ini bisa dilihat dari semakin kuatnya politik citra dalam

pemilihan presiden dan wakil presiden. Meskipun politik citra, dapat dilihat dan semakin kuatnya pengaruh media televisi didalam kehidupan politik. Tetapi pada sisi lain tren ini dapat dilihat dari semakin perdulunya kandidat pada opini publik.

Opini publik dapat berkembang dengan baik apabila media khususnya televisi dapat memberikan informasi yang berimbang dan sehat bagi masyarakat sehingga media perlu independen dalam melakukan fungsinya. Independensi media merupakan syarat berlangsungnya sebuah demokrasi yang berkualitas. Tanpa adanya media memberitakan informasi yang berkualitas, berimbang dan akurat, maka publik berpotensi tidak mampu mengambil keputusan yang tepat. Kenyataan tersebut menjadi bukti terutama pada masa menjelang pemilihan umum, dan saat berlangsungnya pemilu dimana media massa kerap digunakan sebagai sarana kampanye politik.

Gencarnya dan pemberitaan yang ditayangkan, Metro TV dan TV One, yang pemiliknya sebagai pucuk pimpinan, merupakan pengurus partai, atau mencalonkan diri, sebagai calon presiden dan wakil presiden, sudah terlihat pada saat sebelum masa kampanye Pemilu tahun 2013, maupun saat terjadinya kampanye maupun pascapemilihan presiden pada paruh waktu pertama tahun 2014, hingga saat ini ketika presiden dan wakil presiden sudah terpilih. kekuatan bangsa terpecah secara nyata ditandai dengan adanya dua kubu yang berbeda secara ideologi yaitu Koalisi Merah Putih (KMP) dan Koalisi Indonesia Hebat (KIH).

Konsistensi media untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik, dan penting dalam sistem demokrasi maka persoalan independensi dan netralitas jurnalisme media selalu menjadi perhatian publik. Untuk itu, kajian Opini Tokoh Partai Politik terhadap Keberpihakan TV One dan Metro

TV Dalam Pilpres 2014 Di Sulsel menjadi menarik untuk diteliti.

Sejak media mempunyai kemampuan mempengaruhi dan membentuk opini publik, dan penting dalam sistem demokrasi maka persoalan independensi dan netralitas jurnalisme media selalu menjadi perhatian publik.

Sehingga menarik untuk dilakukan penelitian dengan menganalisis opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV dalam Pilpres 2014 di Sulsel khususnya kota Makassar sebagai barometer politik di Indonesia Timur.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka peneliti merumuskan masalah, yang akan dijawab pada hasil penelitian “Bagaimana opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV dalam pemilihan presiden 2014 di Sulsel?”

METODE

Penelitian ini dilakukan di Kantor DPRD provinsi Sulawesi Selatan, Objek dalam penelitian ini adalah Tokoh Partai Politik di DPRD Provinsi Sulsel. Pada bulan April-Juni 2015. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Opini Tokoh Partai Politik Terhadap Keberpihakan TV One dan Metro TV Dalam Pilpres 2014 di Sulawesi Selatan.

Berdasarkan tujuan tersebut maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan, dengan menentukan masalah yang dikaji. Jenis data terbagi atas, data primer dengan hasil wawancara secara mendalam dengan informan dan observasi

secara langsung dilokasi penelitian. Dan data sekunder melalui kajian kepustakaan dan pengumpulan berbagai dokumen-dokumen, maupun gambar-gambar yang terkait dengan judul dari penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan analisis model interaksi yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman. Data yang telah didapat kemudian diolah melalui 3 jalur analisis data kualitatif yaitu: Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

HASIL

Opini Tokoh Partai Politik Terhadap Keberpihakan TV One dan Metro TV dalam Pilpres 2014 di Sulsel

Secara umum pendapat politisi merupakan gambaran bagaimana politisi mengungkapkan persepsinya terhadap suatu objek atau fenomena. Dari hasil penelitian mengungkapkan beragam pendapat terkait bagaimana opini tokoh partai politik di Sulsel tentang keberpihakan bahwa TV One dan Metro TV pada Pilpres 2014.

Media massa semakin memegang peranan penting dalam kehidupan politik, seringkali aktivitas media dalam melaporkan peristiwa-peristiwa politik memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan politik. Konteks ini semakin relevan seiring dengan perubahan sistem politik ditanah air, sehingga peranan media cukup efektif dan menjadi mesin politik dalam mempengaruhi opini dan persepsi publik.

Wajah media memang ibarat pedang bermata dua, disatu sisi media berupaya mendekati objektivitas pemberitaan, namun dilain pihak, media juga tidak luput dari keberpihakan dan ketidakberimbangan. Selanjutnya, berdasarkan pernyataan dari para informan mengenai keberpihakan

media Televisi khususnya TV One dan Metro TV pada Pilpres 2014.

Berdasarkan data tabel diatas terlihat bahwa hasil ini mengungkapkan keberpihakan dan tidak berpihakan para informan (tokoh partai) memiliki pendapat yang berbeda mengenai hal tersebut. Peneliti kategorikan pendapat politisi tersebut seperti rangkum dalam bentuk tabel I.

Secara garis besar pendapat tokoh partai atau politisi terbagi atas dua kategori yaitu berpihak dan tidak berpihak. Yaitu bagaimana mereka melihat bahwa saat berlangsungnya pilpres 2014 TV One dan Metro TV dalam pemberitaannya cenderung berpihak atau tidak berpihak terhadap salah satu calon presiden dan wakil presiden tertentu.

Kategori pertama yaitu berpihak. Gambaran dari kategori ini menjelaskan bahwa: seorang tokoh partai politik dalam pilpres 2014 menyatakan bahwa TV One dan Metro TV berpihak pada capres dan cawapres tertentu. Kategori kedua yaitu tidak berpihak, menggambarkan bagaimana seorang tokoh partai atau politisi menyatakan bahwa TV One dan Metro TV tidak berpihak pada capres dan cawapres tertentu pada pilpres 2014 yang lalu.

Hasil pemaparan tabel di atas terungkap bahwa 12 orang tokoh partai yang mengungkapkan bahwa media Televisi khususnya TV One dan Metro TV berpihak terhadap Capres dan Cawapres tertentu saat berlangsungnya Pilpres 2014. Saat Pilpres 2014 berlangsung, TV One dan Metro TV baik secara langsung maupun tidak langsung memperlihatkan keberpihakannya dalam berbagai acaranya khususnya pada acara berita.

Adapun gambaran masing-masing pendapat tokoh partai atau politisi terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV pada pilpres 2014 adalah pada table 2.

Dari hasil penelitian,peneliti menyimpulkan

bahwa secara garis besar para informan dalam hal ini tokoh partai politik di Sulsel menyatakan bahwa pada pilpres 2014 media berpihak terhadap capres dan cawapres yang diusung oleh masing-masing partai yang berkoalisi dengan TV One (Prabowo Hatta) dan Metro TV (Jokowi-JK). Meskipun ada informan yang menyatakan bahwa keberpihakan tersebut ada yang nyata dan ada yang terselubung atau keberpihakan tersebut secara langsung maupun tidak langsung.

Hal ini tentu saja tidak terlepas dari “konglomerasi media” dimana para pemilik media juga sekaligus berperan sebagai aktor politik sehingga sudah dapat dipastikan bahwa setiap media akan mengakomodir kepentingan politik dari pemiliknya. Dalam situasi ini media bukanlah ruang atau institusi yang bebas nilai karena media akan senantiasa menjadi saluran komunikasi politik bagi klik politik yang diikuti pemilik media yang juga berperan sebagai aktor politik.

PEMBAHASAN

Opini Tokoh Partai Politik terhadap Keberpihakan TV One dan Metro TV pada Pilpres 2014

Dalam sistem pemerintahan yang demokratis, opini publik adalah penting. Ini karena demokrasi adalah rezim yang responsif terhadap tuntutan publik yang menjelma dalam partisipasi politik dan opini publik. Sebagaimana dikemukakan oleh Hennesey (1970: 33), “...responsiveness to public opinion is an essential ingredient of democratic goverment”. Dalam konteks ini opini publik dipahami sebagai isu-isu substansif yang berkenaan dengan pendapat tokoh partai atau politisi yang merupakan tanggapan atau suatu sikap terbuka seorang politisi terhadap suatu objek atau fenomena.

Sunarjo (1984: 31) mengemukakan bahwa suatu pendapat merupakan jawaban terbuka terhadap suatu persoalan atau isu yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, yang diajukan secara tertulis ataupun lisan. Pendapat merupakan pernyataan yang diucapkan atau tertulis, maka sikap merupakan kecenderungan untuk merespon secara positif atau negatif kepada suatu objek atau situasi yang tertentu.

George Carslake Thompson dalam “*The Natue of Public Opinion*” (Sastropetro, 1990: 106) mengemukakan bahwa dalam suatu publik yang menghadapi issue dapat timbul kondisi-kondisi yang berbeda-beda, antara lain: mereka dapat setuju terhadap fakta yang ada ataupun boleh tidak setuju, mereka dapat berbeda dalam perkiraan tetapi juga boleh tidak berbeda pandangan. Hal-hal yang diutarakan itu, merupakan sebab timbulnya kontroversi terhadap *issue-issuetertentu*. Begitu sentralnya peranan media dan opini dalam sistem berdemokrasi sehingga mampu mempengaruhi pendapat masyarakat terutama tokoh partai politik terhadap isu-isu tertentu.

Dalam fenomena pilpres 2014, media massa khususnya TV One dan Metro TV telah melakukan settingan berita selama masa kampanye, saat pilpres dan setelah pilpres. Sehingga publik mulai dari kalangan politik, tokoh pemerintahan, anggota masyarakat, hingga kalangan media terpecah menjadi dua kubu. Media massa sebagai pilar keempat demokrasi, diharapkan dapat mengawal jalannya pemerintahan, tetapi pada pemilu 2014, media tidak dapat menjalankan perannya dengan semestinya.

Seharusnya media mampu mengejawantahkan kedudukannya sebagai pilar demokrasi dengan melakukan pendidikan demokrasi bagi rakyat sebagai khalayak, bukan justru menghalalkan segala cara yang kemudian sama sekali tidak mendidik masyarakat.

Keberpihakan media di negara demokrasi seperti Indonesia sudah cukup lumrah, setiap media akan memiliki tempat dan kesempatan untuk saling memberikan informasi kepada publik dan kita sebagai pembaca dan penonton akan bisa mengambil keputusan dari segala perbedaan informasi yang ada. Tentu saja informasi yang di sampaikan harus berimbang berdasarkan fakta yang akurat sesuai yang dicanangkan oleh undang-undang pers. Media seharusnya netral tetapi fenomena pada pilpres 2014, jelas kedua media TV One dan Metro TV menunjukkan keberpihakan, bahkan sudah keluar dari kaidah dan prinsip jurnalis, misalnya tidak proporsional dari sisi durasi dan frekuensi dan keberimbangan. Serta dari sisi materi tampak sekali upaya melakukan framing dan pembentukan opini publik. Hal ini merupakan gejala yang tidak sehat untuk dunia penyiaran. Karena media penyiaran berbeda dari media cetak yang menggunakan spektrum frekuensi. Frekuensi milik publik yang dikelola oleh negara dan dipinjamkan kepada pemilik televisi, frekuensi bukan milik pemilik stasiun televisi. Jika dikembangkan kepada fungsi media, media penyiaran mempunyai sekurang-kurangnya 4 peran dalam konteks politik atau pilpres.

Informasi, syaratnya proporsional, berimbang dan objektif.

Pada pilpres 2014 kedua media tersebut, TV One dan Metro TV tidak melakukan hal tersebut. Pada pemberitaan seputar pemilihan capres dan cawapres informasi yang diberitakan kedua media tersebut tidak berimbang dan tidak proporsional. Hal ini terlihat dari hasil rekapitulasi pemberitaan capres dan cawapres di 11 televisi berjaringan nasional periode 19-25 Mei 2014.

Pendidikan dalam konteks pilpres.

Pendidikan politik terkait kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi, hingga kesadaran penuh masyarakat untuk bisa secara mandiri menentukan pilihan. Pada pilpres 2014, hal yang terjadi adalah masyarakat dipaksa untuk memilih tetapi tidak dengan akal sehat karena pemberitaan kedua media tersebut. Kedua media televisi kita TV One dan Metro TV melakukan agenda media dan agenda publik yaitu apa yang dianggap media penting akan dianggap penting juga oleh publik. Sehingga pada pilpres yang lalu media melakukan keberpihakan.

Kontrol sosial.

Dalam kontrol sosial ada proses politik, yang memerlukan kedewasaan dan kematangan. Kontestasi kedua calon jika tidak dikontrol oleh media maka bisa terjadi hal-hal yang negatif.

Perekat sosial

Ketika media massa berperan sebagai alat untuk memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa. Pada pilpres 2014, media kita, justru membuat persatuan dan kesatuan bangsa menjadi tercerai berai.

Sebagai actor politik tentu saja opini seorang tokoh politik partai akan sangat mempengaruhi opini massa karena mereka memiliki predikat sebagai wakil masyarakat dalam konteks politik. Mereka akan senantiasa menjadi "Opinion Leader" mengenai agenda maupun isu-isu politik yang sedang terjadi di daerah mereka.

Opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV

pada pilpres 2014 cenderung menganggap bahwa pada saat berlangsungnya pilpres 2014, TV One berpihak pada Prabowo-Hatta dan Metro TV berpihak terhadap Jokowi-Jusuf Kalla. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tokoh partai politik di Sulsel menyatakan pada saat pilpres 2014, TV One dan Metro TV secara langsung maupun tidak langsung telah berpihak pada capres dan cawapres tertentu. Tokoh partai menyadari bahwa televisi khususnya TV One dan Metro TV telah menjadi media yang paling efektif dalam proses penyampaian pesan politik termasuk dalam melakukan keberpihakan. Dalam teori agenda setting digambarkan bagaimana media massa dapat membuat sebuah agenda informasi, yang nantinya dianggap penting oleh masyarakat. Dalam agenda setting opini tentang suatu topik tertentu, media massa dapat mempengaruhi opini publik, serta pandangan masyarakat terhadap suatu hal.

Dalam fenomena pilpres 2014, media massa khususnya TV One dan Metro TV telah melakukan settingan berita selama masa kampanye, saat pilpres dan setelah pilpres. Sehingga publik mulai dari kalangan politik, tokoh pemerintahan, anggota masyarakat, hingga kalangan media terpecah menjadi dua kubu. Media massa sebagai pilar keempat demokrasi, diharapkan dapat mengawal jalannya pemerintahan, tetapi pada pemilu 2014, media tidak dapat menjalankan perannya dengan semestinya.

Keberpihakan media di negara demokrasi seperti Indonesia sudah cukup lumrah, setiap media akan memiliki tempat dan kesempatan untuk saling memberikan informasi kepada publik dan kita sebagai pembaca dan penonton akan bisa mengambil keputusan dari segala perbedaan informasi yang ada.

Tentu saja informasi yang di sampaikan harus berimbang berdasarkan fakta yang akurat sesuai yang dicanangkan oleh undang-undang pers. Media seharusnya netral tetapi fenomena pada pilpres 2014, jelas kedua media TV One dan Metro TV menunjukkan keberpihakan, bahkan sudah keluar dari kaidah dan prinsip jurnalis, misalnya tidak proporsional dari sisi durasi dan frekuensi dan keberimbangan. Serta dari sisi materi tampak sekali upaya melakukan framing dan pembentukan opini publik.

KESIMPULAN

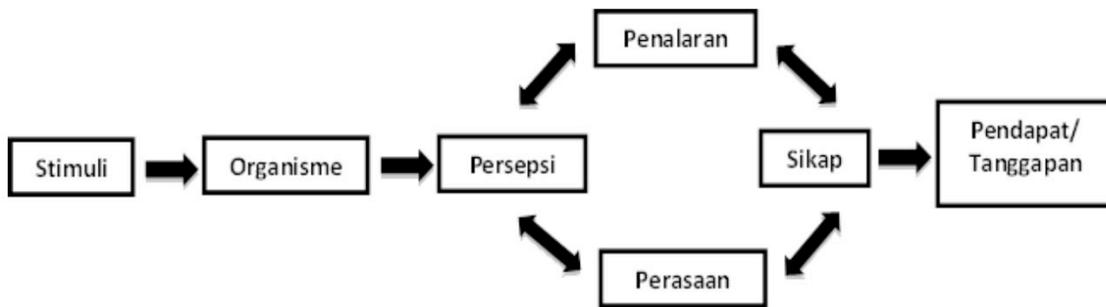
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV dalam pilpres 2014 di Sulsel, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Opini Tokoh Partai Politik terhadap Keberpihakan TV One dan Metro TV pada Pilpres 2014 cenderung berpihak kepada pasangan tertentu. Keberpihakan TV One kepada pasangan Prabowo-Hatta dan Metro kepada pasangan Jokowi- Jk. Peranan televisi dalam membentuk opini tokoh partai politik terhadap keberpihakan TV One dan Metro TV di Sulsel pada pilpres 2014, sangat besar hal ini dirasakan oleh seluruh informan baik yang tergabung dalam Koalisi Merah Putih (KMP) maupun Koalisi Indonesia Hebat (KHI)

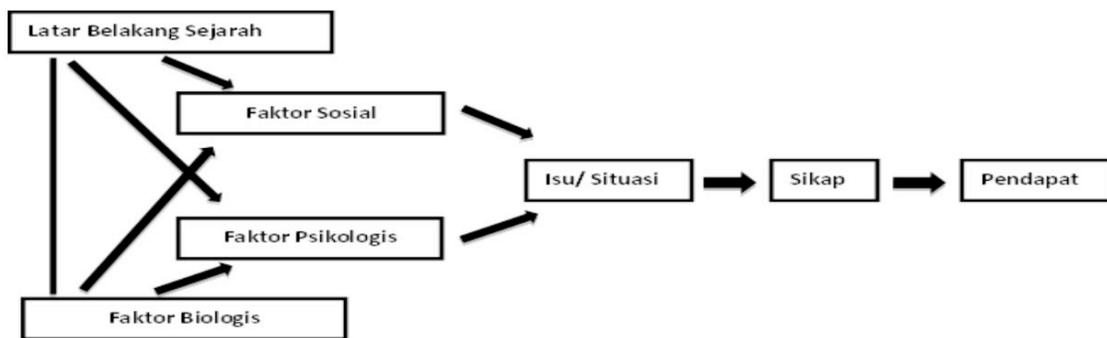
DAFTAR RUJUKAN

- Alfian,Alfan. (2009). *Menjadi Pemimpin Politik:Perbincangan Kepemimpinan dan Kekuasaan*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Arifin, Anwar. (2014).*Politik Pencitraan Pencitraan Politik*. Edisi 2. GrahaIlmu : Yogyakarta

- Budiardjo, Miriam. (2010). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Edisi Revisi: Cetakan keempat. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Cangara, Hafied. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ed 1— 11. Grafindo. Rajawali Pers : Jakarta
- Cangara, Hafied. (2011). *Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi*. Ed 1,-- 3. Rajawali Pers : Jakarta
- Caroselli, Marcelene. (2000). *Leadership Skill for Managers*. McGraw-Hill: New York
- Daff, Richard L. (2005). *The Leadership Experience*. Thomson: Canada
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilan belas. PT Remaja Rosdakarya : Bandung
- Firmanzah. (2011). *Mengelola Partai Politik: Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik Di Era Demokrasi*. Edisi Revisi. Yayasan Pustaka Obor Indonesia: Jakarta.
- Gazali, Effendi, dkk. (2003). *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Harun, Rochajat dan Sumarno. (2006) *Komunikasi Politik sebagai Suatu Pengantar*. Mandar Maju: Bandung
- Haryanto. (1998). *Partai Politik Suatu Tinjauan Umum*. Liberty: Yogyakarta
- Hasrullah, (2009). *Dendam Konflik Poso*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Hennessy, Bernard. (1990). *Pendapat Umum*. Cetakan kedua. Erlangga: Jakarta
- Ignatius, Wursanto. (2007). *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Andi: Yogyakarta
- James A. F. Stones Alfonsus Sirait. (1994). *Manajemen*. Edisi Kedua. Erlangga: Jakarta



Gambar 1. Alur Terbentuknya Pendapat Diawali Stimuli



Gambar 2. Faktor-faktor Terbentuknya Pendapat

Tabel 1. Kategori Pendapat Politisi

Berpihak	Kategori ini menggambarkan bagaimana seorang tokoh partai atau politisi menganggap TV One dan Metro TV berpihak pada salah satu kandidat Capres dan Cawapres tertentu pada Pilpres 2014.
Tidak berpihak	Kategori ini menggambarkan bagaimana seorang tokoh partai atau politisi menganggap TV One dan Metro TV tidak berpihak atau netral dalam pemberitaannya pada Pilpres 2014.

Sumber : Data Olahan Hasil Wawancara, 2015

Tabel 2. Pendapat Tokoh Partai Politik Tentang Keberpihakan Media

No	Tokoh Partai	Asal Partai	Pendapat Politisi	
			Berpihak	Tidak berpihak
1.	Drs. H.M. Ali Usman	HANURA	√	
2.	Ir. Selle.KS. Dalle	DEMOKRAT	√	
3.	Drg. A. Rachmantika Dewi	NASDEM	√	
4.	Ir. H. Abdullah Tapparaen	PDI-P	√	
5.	Marzuky wadeng	GOLKAR	√	
6.	Moh Roem	GOLKAR	√	
7.	Asrul Makaraos	PPP	√	
8.	Ariyadi Arsyah	PKS	√	
9.	Darmawangsyah Muin	PKB	√	
10.	Ali Usman	HANURA	√	
11.	Pendi Bangadatu	NASDEM	√	
12.	Wawan Mattaliu	HANURA		

Tabel 3 : Pendapat Tokoh Partai Terhadap Keberpihakan TV One dan Metro TV Dalam Pilpres 2014 Di Sulsel.

No	Nama	Pendapat Politisi Terhadap Keberpihakan TV One dan Metro TV	
		Berpihak	Tidak Berpihak
1	Informan I	Pasangan capres dan cawapres diekspos secara berlebihan oleh kedua TV tersebut.	
2	Informan II	Ketidak berimbangan dalam pemberitaan	
3	Informan III	kedua pemilik media itu adalah tokoh parpol sehingga agak sulit untuk memisahkan antara independensi media dengan kepentingan politik.	
4	Informan IV	Pasti sudah ada keberpihakan, sudah ada hal-hal yang sifatnya memperlihatkan keberpihakan dan merupakan contoh yang buruk.	
5	Informan V	Ya, tentu saja. Pada Pilpres 2014 kemarin, kedua media tersebut secara terang-terangan menyatakan keberpihakannya.	
6	Informan VI	Ya, ada keberpihakan, pada pilpres 2014 yang telah berlangsung kedua media tersebut tidak berimbang dalam hal pemberitaan.	
7	Informan VII	Pada Pilpres yang berlangsung 2014 lalu, baik TV One dan Metro TV secara terang-terangan menyatakan keberpihakannya.	
8	Informan VIII	Kalau menurut saya hal itu bukanlah sebuah masalah. Sejujurnya tidak ada media yang bisa netral seratus persen	
9	Informan IX	tidak ada media yang bisa netral seratus persen. Pada pilpres 2014 kemarin kedua media tersebut telah menjalankan fungsinya dengan baik.	
10	Informan X	Metro TV berpihak pada Jokowi dan JK, dan TV One berpihak pada Prabowo Hatta.	
11	Informan XI	Keberpihakan itu jelas, dan kurang bagus bagi perkembangan demokrasi kita	
12	Informan XII	Keberpihakan itu nyata dan beritanya tidak proposional	

Sumber: *Data Olahan Hasil Wawancara, (2015)*