

Pemilih Cerdas vs Konspirasi Media-Kandidat Pilkada di Bali

Ni Made Ras Amanda G.*



Judul buku: Konspirasi Media dengan Kandidat Pilkada

Penulis : I Gusti Putu Artha

Tebal : viii, 127 halaman

Penerbit : Arti Foundation

tahun : 2009

Perkembangan demokratisasi di Indonesia saat ini telah mencapai pada titik di mana hak-hak sebagai penguasa tertinggi dalam kehidupan bernegara, berbangsa, bermasyarakat kembali kepada rakyat terbukti dengan adanya pemilihan langsung. Tidak hanya di tingkat nasional, pemilihan langsung oleh rakyat pun berlangsung di tingkat lokal, yakni untuk memilih gubernur dan bupati/walikota. Di Bali, pemilihan langsung sudah berlangsung dua kali untuk pemilihan beberapa bupati (tahun 2005 dan 2010) dan sekali untuk pemilihan langsung Gubernur Bali, yakni tahun 2008. Pilkada di Bali ini sudah menjadi bahan studi para sarjana, antara lain Graeme McRae dan Darma Putra (2007; 2008).

Iklim reformasi pun mengubah bentuk dan sikap pers secara umum baik di tingkat nasional dan lokal. Pers kian memperoleh kebebasan yang sangat berbeda dengan yang dirasakan pada era Orde Baru (1966-1998). Media massa kini memegang peranan

* Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. Saat ini melanjutkan studi doktoral pada program studi Kajian Budaya Universitas Udayana angkatan 2008/2009.

penting dalam kehidupan bermasyarakat. Sering terjadi media massa dijadikan alat kekuasaan terutama oleh kalangan politisi. Meskipun iklim politik telah terbuka, tetap diperlukan kecurigaan terhadap faktor-faktor eksternal yang berpotensi mempengaruhi perilaku media massa dalam mengkonstruksi dan memaknai realitas (Sudibyo 2006:1). Tak jarang media yang seharusnya independen dan netral ikut bermain dalam kancah politik, dengan kata lain 'berselingkuh dengan kandidat', atau istilah kerennya 'konspirasi media dengan kandidat', seperti dipakai I Gusti Putu Artha dalam buku ini *Konspirasi Media dengan Kandidat Pilkada* (2009). Dalam buku ini, IGP Artha menggambarkan sebagai sebuah studi kasus (*case study*) hubungan konspirasi antara media massa lokal Bali yang berkonspirasi dengan kandidat pemilu kepala daerah di kabupaten Badung Bali pada tahun 2005.

Pemilu Kepala Daerah di Kabupaten Badung, Bali, pada tahun 2005 diikuti dua kandidat yakni pasangan kandidat Anak Agung Gde Agung dan I Ketut Sudikerta serta pasangan I Made Sumer dan pasangannya I Gusti Ngurah Oka. Anak Agung Gde Agung dan I Ketut Sudikerta diusung oleh Koalisi Karya Badung Bersatu, sedangkan pasangan Made Sumer dan I Gusti Ngurah Oka diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP).

Pemilihan suara dilaksanakan Jumat, 24 Juni 2005, serentak di seluruh kecamatan di Badung. Jumlah pemilih yang terdaftar yakni 220.849 pemilih, namun jumlah pemilih yang tidak menggunakan hak pilihnya mencapai 48.281 pemilih atau hampir 25% pemilih. Setelah melalui proses penghitungan suara, KPUD Badung menetapkan A.A. Gde Agung dan I Ketut Sudikerta sebagai pemenang pemilu. Total hasil pemilukada, pasangan A.A. Gde Agung dan I Ketut Sudikerta memperoleh suara 54,2% (118.116) suara atas pasangan I Made Sumer dan I Gusti Ngurah Oka yang memperoleh 45,8% (99.974) suara (hlm. 36).

Dalam pemilukada di Badung, kedua kandidat menggunakan media massa sebagai alat berkomunikasi dengan pemilihnya. IGP Artha mencatat porsi berita kampanye Pilkada Badung pasangan Sumer-Oka di lima surat kabar (*Bali Post, Warta Bali, Nusa Bali, Radar Bali, dan DenPost*) lebih banyak dibandingkan berita kampanye

pasangan Agung-Sudikerta. Berita kampanye pasangan Sumer-Oka tercatat mencapai 75 buah berita (66 persen), sedangkan berita kampanye pasangan Agung-Sudikerta berjumlah 38 buah berita (34 persen). Berita kampanye pasangan Sumer-Oka tercatat lebih mendominasi di seluruh media cetak, kecuali di *Bali Post* di mana jumlah berita kampanye Sumer-Oka sebanding dengan jumlah berita kampanye Agung-Sudikerta yakni 12 berita (hlm. 53-54).

IGP Artha ingin mencermati secara kritis fungsi surat kabar dalam memberitakan wacana kampanye pilkada Kabupaten Badung. Sikap kritis ini diarahkan pada kajian terhadap konstruksi pesan yang dibangun surat kabar atas realitas kampanye dan faktor-faktor proses produksi media, kekuasaan politik dan ekonomi yang mempengaruhinya. Melalui pendekatan kajian budaya dengan menggunakan teori Hegemoni, Analisis Wacana, dan Semiotika, IGP Artha memandang bahwa media dan kandidat pilkada telah melakukan konspirasi untuk memenuhi kepentingannya. Media pun memegang peranan penting dalam proses hingga hasil pemilukada.

Ada sesuatu yang menarik dari hasil penelitian yang diungkapkan IGP Artha. Perbandingan jumlah berita kampanye dan hasil pemilukada ternyata tidak berbanding lurus. Pasangan Sumer-Oka yang mendominasi jumlah berita kampanye ternyata tidak memenangkan pemilukada di Badung. Pasangan Agung-Sudikerta yang prosentase jumlah berita kampanyenya hanya 34 persen ternyata berhasil memenangkan pilkada. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan dugaan bahwa media massa memiliki peranan penting dalam pemilukada. Namun, sayang IGP Artha tidak membahas mengapa konspirasi media dengan kandidat pilkada dalam pemberitaan kampanye tidak menjadi faktor kunci pemenang proses pemilukada.

Tak hanya IGP Artha, kajian terhadap pemilukada seringkali hanya berfokus pada kandidat dan media massa saja. Dalam perkembangan teori mengenai media massa, kelompok empiris yang cenderung berparadigma positivist dikritik karena cenderung berfokus pada pengaruh komunikasi massa,

sedangkan konteks budaya yang lebih luas dimana komunikasi itu terjadi tidak dipedulikan (Severin 2005:18). Hal ini juga diungkapkan James Carey (1989) dimana Carey menggunakan pendekatan kajian budaya dalam memberikan kritik pada banyak penelitian tentang komunikasi massa. Carey berpendapat penelitian tentang komunikasi massa telah didominasi oleh model transmisi komunikasi, di mana komunikasi dipandang sebagai “pengiriman sinyal atau pesan ke tempat yang jauh dengan tujuan pengendalian” (Carey 1989:13). Carey pun menawarkan pandangannya yang dikenal sebagai ritual perspective pada komunikasi, dimana fokus penelitian tidak pada eksistensi pesan tetapi pada masa pemeliharaan masyarakat bukan pada penyampaian informasi tetapi pada representasi kepercayaan bersama (Carey 1989:18)

Pemilih sebagai Khalayak Aktif

Pendekatan yang digunakan IGP Artha ini sejalan dengan aliran awal para sarjana komunikasi yang memandang media massa berpengaruh langsung dan mendalam terhadap seseorang atau teori *powerful effects*. Teori *Powerful Effects* ini diperkenalkan oleh psikolog Harold Lasswell yang mengasumsikan bahwa media dapat menyuntikkan informasi, ide, dan bahkan propaganda ke publik.

Para pendukung teori ini mengatakan bahwa liputan koran dan dukungan pada kandidat politik akan ikut menentukan hasil pemilu. Teori Lasswell dalam perkembangannya lebih dikenal sebagai teori jarum suntik. Teori ini berasumsi bahwa individu adalah pasif, tidak kritis dan tidak memikirkan apa-apa yang disampaikan media. (Vivian 2008:469-470)

IGP Artha memandang pemilih sebagai khalayak yang pasif dimana cenderung tidak kritis, dan menerima mentah-mentah yang disampaikan melalui media massa. Teori yang termasuk dalam teori *powerful effects* cenderung didasarkan pada khalayak pasif (Winarso 2005:74).

Konspirasi media dengan kandidat pilkada melupakan

peran dari sang audiences atau para pemilih dalam pemilukada. IGP Artha memandang betapa media massa sangat kuat peranannya pada pemilukada di Badung. Namun, hasil penelitian menunjukkan hal yang sebaliknya. Dalam kasus Badung, media massa terbukti tidaklah memiliki *powerful effects*. Khalayak dalam hal ini pemilih tidaklah berperan pasif, tidak kritis akan apa yang disajikan media. Hasil pemilukada yang berbanding terbalik menggambarkan bahwa pemilih dalam hal ini khalayak di Kabupaten Badung bukanlah khalayak yang pasif namun tergolong khalayak yang aktif atau dapat dikatakan khalayak yang 'cerdas'.

Pemilih di Badung cenderung merupakan pemilih atau khalayak aktif. Frank Biocca mendiskusikan lima ciri khalayak aktif (Biocca, dalam Winarso 2005:74). Pertama, selektivitas. Khalayak yang aktif adalah khalayak yang selektif terhadap media yang digunakannya. Kedua, utilitarianisme. Khalayak aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan khusus. Ketiga adalah kesengajaan, yang mengisyaratkan penggunaan isi media mempunyai tujuan tertentu. Ciri keempat adalah keterlibatan atau usaha. Di sini khalayak aktif mengikuti, memikirkan, dan menggunakan media. Terakhir, khalayak dipercaya tahan terhadap pengaruh dimana mereka tidak dengan mudah dibujuk oleh media saja.

Pemilih di Kabupaten Badung dimungkinkan telah memiliki 'resistensi' atau 'sikap kritis' terhadap pengaruh media massa. Pemilih di Kabupaten Badung tidak dengan mudah dibujuk oleh media. Mereka telah berhasil memilih media dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan khusus mereka saja. Pemilih di Kabupaten Badung telah memiliki kesadaran akan propaganda media massa dan kekuatan politik maupun kekuatan ekonomi di baliknya.

Kemungkinan lainnya pemilih di Badung cenderung menentukan pilihannya tidak berdasarkan rekomendasi atau pengaruh dari media massa itu sendiri. Ini adalah isu yang patut dikembangkan untuk mengetahui bagaimana budaya memilih di Bali itu sendiri. Apabila media massa tidak memiliki peranan

yang kuat dalam menentukan pilihan pemilih, maka ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pemilih.

Lazarsfeld dan Merton dalam Severin (2005) menyebutkan terdapat tiga syarat yang diperlukan agar media menjadi efektif yakni *monopolization*, kanalisasi (*canalization*), dan suplementasi (*supplementation*) melalui hubungan tatap muka. Jadi, selain monopoli dan kanalisasi media, faktor suplementasi melalui hubungan tatap muka memiliki peran yang lebih besar dalam mempengaruhi keputusan pemilih khususnya di Kabupaten Badung, Bali.

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa (Bungin 2007:85). Namun, dalam perjalanannya kini keberadaan media telah bergeser dari paradigma utama media massa. Media massa tidak lagi berperan sebagai institusi pencerah masyarakat. Media pun cenderung tidak lagi jujur dan terbuka dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

Media massa kini cenderung menjadi perpanjangan tangan penguasa atau pihak yang ingin berkuasa. Media massa cenderung mengubah paradigmanya tidak lagi institusi pelopor perubahan namun institusi pencari keuntungan.

Maka saatnya khalayak melawan kekuatan media yang saat ini cenderung tidak lagi berperan sebagaimana mestinya. Tingkat literasi media atau kesadaran media di masyarakat harus terus ditingkatkan sehingga media massa tidaklah berperan sebagai kekuatan tunggal yang memandang khalayaknya adalah khalayak pasif. Fokus kajian pun sebaiknya sudah mulai bergeser dari kajian media ke kajian atas khalayak media. Terlepas dari ini semua, buku IGP Artha ini pantas diapresiasi nilainya bukan saja dalam usahanya melihat konspirasi media dengan kandidat, tetapi juga merekam salah satu aspek proses Pilkada di Kabupaten Badung, sesuatu yang segera akan terlupakan kalau tidak didokumentasikan dan dikaji oleh buku ini.

Buku ini semula merupakan thesis program master IGP Artha di Program Kajian Budaya yang berjudul 'Wacana Berita

Surat Kabar Kampanye Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Badung, Provinsi Bali tahun 2005, Sebuah Kajian Budaya' (2005). Penerbitan ini pantas disambut baik karena buku ini membuka diri untuk akses bagi kalangan akademik dan publik yang ingin membacanya, namun hal kecil yang patut disayangkan di bagian 'ucapan terima kasih' dalam buku ini tidak ada apresiasi yang disampaikan kepada pembimbingnya, nama mereka sama sekali tidak disebutkan!

Daftar Pustaka:

- Artha, I Gusti Putu. 2009. *Konspirasi Media Massa dengan Kandidat Pilkada*. Denpasar : Arti Foundation.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Carey, James. 1989. *Communication as Culture : Essays on Media and Society*. Boston: Unwun Hyman.
- MacRae, Graeme and I Nyoman Darma Putra. 2008. "A peaceful festival of democracy; aristocratic rivalry and the media in a local election in Bali, *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, vol. 42, no. 2, pp. 107–46.
- MacRae, Graeme and I Nyoman Darma Putra. 2007. "A New Theatre-State in Bali? Aristocracies, the Media and Cultural Revival in the 2005 Local Elections, *Asian Studies Review*, 31:2, pp. 171–189.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa* edisi ke-5. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Sudibyo, Agus. 2006. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta : LKIS.
- Winarso, Heru Puji. 2005. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta : Prestasi Pustaka.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Kencana Prenada Media.