

Jurnal Ilmu Komunikasi

Volume 1, No. 8, April 2010

**Meunasah dan Rekonstruksi Budaya Masyarakat Aceh dalam Membentuk
Pola dan Jaringan Komunikasi**
Umaimah Wahid
1 - 34

Analisis Jaringan Komunikasi Sosial pada Masalah Kemiskinan
Tuti Widiastuti
35 - 73

**Studi Analisa Semiotika Komunikasi Visual
(Analisis Iklan SBY-Boediono Di Surat Kabar Jurnal Nasional
Pada Tanggal 29 Juni 2009)**
Iman PH Sirait dan Harsono Suwardi
74 - 98

**Koordinasi Manajemen Makna Dalam Proses Komunikasi Interpersonal Pada
Suami dan istri Berbeda Kebudayaan Di Jakarta**
Gresiania Prenatalia dan Umaimah Wahid
99 - 136

**Hubungan Komunikasi Atasan dan Bawahan Dengan Pencapaian Produktivitas
Kerja Pegawai Di Lingkungan Pemerintahan
Setda Provinsi Banten**
Rahmi Winangsih
137 - 149

✓ **Peranan Media Massa dalam Pemilu 2009**
Supriadi
150 - 158

Jurnal Ilmu Komunikasi	Volume 1	No. 8	Jakarta April 2010	ISSN 1858-2249
---------------------------	----------	-------	-----------------------	----------------

Jurnal Ilmu Komunikasi terbit dua kali setahun pada bulan April dan September, memuat artikel hasil penelitian dibidang Komunikasi dan Relasi Publik.

Penanggung Jawab

Prof. Dr. Nindyo Soewarno
Prof. Dr. Harsono Suwardi

Pemimpin Redaksi

Dr. Umaimah Wahid

Penelaah Ahli (Mitra Bestari)

Prof. Dr. Harsono Suwardi (Universitas Sahid Jakarta)
Prof. Dr. Santoso S. Hamidjojo (Universitas Sahid Jakarta)
Prof. Dr. Andy Faisal Bhakti (Universitas Islam Negeri Jakarta)
Prof. Dr. Hafid Cangara (Universitas Hasanuddin)
Dr. Betty R. Soemirat (Universitas Padjajaran)
Dr. Pinkey Triputra (Universitas Indonesia)
Dr. Sunarto (Universitas Diponegoro)
Dr. Yusuf Hamdan (Universitas Islam Bandung)

Sekretaris Redaksi/Setting

Ach. Fathoni. AM

Tata Usaha dan Sirkulasi

Dedy Wahyudi

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

Gedung Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta, Sahid Sudirman Residence Lt.
5 Sahid Jaya Hotel Jakarta, Jl. Jend. Sudirman 86, Jakarta Pusat
Email : pmbs2@usahid.ac.id

Langganan satu tahun (2 nomor) Rp. 100.000,- uang langganan ditransfer ke rekening
Bank Mandiri No. 124.0.098.045.793

Jurnal Ilmu Komunikasi diterbitkan oleh Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Direktur : Prof. Ir. Nindyo Soewarno, M.Phil, PhD. Terbit pertama kali bulan Juli 2005 dengan nama Jurnal Ilmu Komunikasi.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah dimuat dalam media cetak lain. Syarat-syarat, format dan tulisannya dapat diperiksa pada petunjuk bagi penulisan Jurnal Ilmu Komunikasi di sampul belakang dalam jurnal ini. Naskah yang masuk ditelaah oleh peneliti ahli atau Mitra Bestari untuk dinilai kelayakannya. Penyunting melakukan penyuntingan atas tulisan yang dimuat.

Dicetak di PT. Tema Baru. Isi diluar tanggungjawab percetakan

PERANAN MEDIA MASSA DALAM PEMILU 2009

Supriadi*)

ABSTRAK

Mass media both electronic and printed, have their strategic role in building a democratic election. Mass media take significant role in dissemination of information deal with election, such as the strengths and weaknesses of legislative, president and vice president candidates, in order that the voters will elect right future leader for another five years. To disseminate accurate information, mass media have to be independent. Mass media must be free from intervention comes from political party, pressure group, and focus only for public interest. One indicator of democracy is the availability of mass media which have freedom and able to speak the truth. Democracy and freedom of press is un-sparable.

Keywords : Mass media, strategic role and accurate information.

Pendahuluan

Pemilu 2009 sebagai bagian dari agenda politik nasional, telah berlangsung dengan sukses dalam arti berhasil memilih anggota DPR, DPRD dan DPD, dan Presiden dan Wakil Presiden 2009-2014. Pemilu 2009 dapat dinyatakan telah berlangsung, walau tetap diperlukan kajian kritis atas pelaksanaan yang berlangsung dan pelaksanaan diharapkan dapat merefleksikan peningkatan kualitas kehidupan demokratis di Indonesia. Oleh karena itu seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 22 tahun 2007, Pemilu 2009 harus difokuskan pada upaya peningkatan kualitas persiapan, meningkatkan partisipasi masyarakat dan menjamin pelaksanaan pemilu secara demokratis, yaitu langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Untuk mewujudkan Pemilu yang lebih berkualitas, terjamin derajat kompetensinya, sehat, dan partisipatif serta memiliki derajat keterwakilan yang tinggi dan akuntabel, diperlukan

partisipasi aktif dari semua pihak, termasuk partisipasi media massa.

Sementara itu dalam Pemilu 2009 ini terlihat bahwa popularitas dan ketokohan seseorang masih sangat dominan dalam rangka kemenangan Pemilu. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika sebagian elit politik jauh-jauh hari sebelum Pemilu sudah gencar memanfaatkan media massa untuk mengangkat popularitas diri dan partainya. Ada beberapa fenomena yang mungkin terjadi berkaitan dengan pemanfaatan media massa dalam kemenangan Pemilu 2009 yaitu sebagai berikut :

1. Media massa dimanfaatkan oleh elit politik dengan frekuensi dan durasi yang sangat maksimal untuk mendongkrak popularitas diri dan partainya.
2. Partai dan elit politik yang mempunyai dana yang besar akan memanfaatkan media massa lebih banyak ketimbang partai atau elit

- politik yang hanya memiliki dana terbatas.
3. Isi siaran atau pemberitaan media massa yang diluncurkan oleh sementara elit politik, sebagian masyarakat berpendapat ada yang memberikan citra negatif terhadap pihak lain (black champagne).
 4. Ada kemungkinan keberpihakan media massa pada kepentingan politik tertentu, sehingga dalam pemberitaannya kurang proporsional dan obyektif, bahkan ada media yang memposisikan diri sebagai corong politik tertentu.
 5. Pemberitaan yang tidak proporsional juga bisa disebabkan karena kepentingan komersial.
 6. Sangat mungkin dalam waktu segera akan muncul media-media partisan.

Berbagai fenomena tersebut sangat potensial menimbulkan berbagai kerawanan dan disharmoni yang akhirnya dapat mengganggu terciptanya Pemilu yang berkualitas. Namun demikian mengingat sangai strategisnya peranan media massa dalam mensukseskan Pemilu, maka perlu adanya sinkronisasi dan penyamaan persepsi dalam pemahaman peraturan perundang-undangan yang berlaku secara optimal dan profesional, karena media massa sebagai salah satu pilar demokrasi memiliki tanggung jawab yang besar dalam menciptakan stabilitas politik, memelihara persatuan dan kesatuan bangsa serta menjaga keutuhan NKRI. Media massa dituntut bersikap adil, profesional, obyektif, proporsional dan memperhatikan kode etik jurnalistik serta norma hukum. Beberapa kasus telah terjadi yang berkaitan dengan iklan politik partai tertentu, yang disebabkan karena adanya perbedaan pemahaman terhadap peraturan perundangan yang

berlaku. Di satu pihak berpendapat bahwa iklan politik partainya tidak menyalahi peraturan perundangan, sementara pihak BAWASLU berpendapat aktivitas partai tersebut melanggar peraturan perundangan.

Mengenai penyiaran dan pemberitaan yang dilaksanakan oleh lembaga penyiaran dan media cetak pelaksanaannya telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, antara lain Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers, Peraturan KPI No. 02 Tahun 2007 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan kode Etik Jurnalistik. Sedangkan pelaksanaan siaran dan pemberitaan yang berkaitan dengan proses Pemilu dan kampanye Pemilu telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilu anggota DPR, DPD, dan DPRD, dan Peraturan KPU Nomor 19/2008 tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilu DPR, DPD, dan DPRD. Akhir-akhir ini polemik dan kontroversi terkait dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan penyiaran dan pemberitaan tentang proses Pemilu dan kampanye. Mungkin saja polemik dan kampanye tersebut terjadi disebabkan karena para *stakeholders* belum mempunyai kesamaan persepsi dalam implementasi peraturan perundang-undangan tersebut seperti kasus yang disebutkan di atas.

Memperhatikan permasalahan tersebut di atas, maka sangat diperlukan adanya sinkronisasi dan penyamaan pemahaman dalam implementasi peraturan perundang-undangan yang berlaku, sehingga media massa dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam upaya mewujudkan Pemilu yang mampu merefleksikan kehidupan

berbangsa dan bernegara secara lebih demokratis, Pemilu yang jujur, adil dan aman.

Media Massa dan Demokrasi

Seorang pakar Ilmu Komunikasi Amerika Wilbur Schramm dalam bukunya "The Process and Effect of Mass Communication" (1955) mengatakan bahwa media massa mempunyai fungsi memberi informasi, fungsi pendidikan, fungsi mempengaruhi dan fungsi menghibur. Sementara pakar lainnya Charles R. Wright dalam bukunya "Sosiologi Komunikasi" (1986), disunting Jalaluddin Rakhmat, mempunyai pendapat yang hampir sama dengan dengan Schramm dengan menyebutkan bahwa fungsi media massa adalah pertama, fungsi pengawasan lingkungan, yang berkaitan dengan penyebarluasan informasi atau berita. Kedua, fungsi korelasi, yang berkaitan dengan aktivitas editorial. Ketiga, fungsi transmisi kebudayaan yang berkaitan dengan penyebarluasan dan penanaman pengetahuan, nilai-nilai dan norma budaya. Dan yang keempat, fungsi hiburan, yaitu sebagai sarana bagi khalayak untuk mendapatkan hiburan. Dengan fungsi-fungsi yang dijalankan media tersebut, maka tidaklah heran jika media massa banyak digunakan oleh mereka yang bekerja terutama dalam bidang bisnis dan politik, termasuk pemerintah dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan kebijakan pemerintah, termasuk Pemilu. Masa menjelang Pemilu ini media massa banyak digunakan oleh elit politik untuk mendongkrak baik citra partai maupun tokoh politik tertentu.

Pada masa menjelang Pemilu dan masa kampanye merupakan masa yang kritis baik bagi para elit politik maupun

massa akar rumput di bawahnya. Pada masa seperti ini pengalaman menunjukkan suhu politik akan semakin memanas. Konflik kepentingan antar elit politik dampaknya akan lebih dahsyat dirasakan di masyarakat, seperti yang dikemukakan dalam "teori bandul". Komunikasi politik seperti ini akan mengakibatkan konflik kekerasan fisik di akar rumput yang membahayakan integritas masyarakat bahkan bangsa. Pada masa menjelang dan masa kampanye biasanya elit, terutama para simpatisannya kurang dapat mengendalikan emosinya, sehingga tidak jarang terjadi bentrokan fisik antar simpatisan partai.

Keadaan seperti ini akan terjadi disebabkan karena ada sebagian para elit politik belum dewasa, belum cerdas, dan belum memahami arti demokrasi yang sebenarnya. Demokrasi berbeda dengan kekerasan, apa lagi kekerasan fisik yang dapat menimbulkan korban nyawa. Tidak ada alasan demi untuk mempertahankan prinsip (demokrasi) boleh bertindak anarkis apalagi sampai menghilangkan nyawa orang lain. Demokrasi jika dipandang dari sudut pandang komunikasi adalah komunikasi politik yang sehat dan mendidik, jauh dari ciri-ciri kekerasan, kebrutalan dan anarkis.

Seorang pakar komunikasi politik Amerika Dan Nimmo dalam bukunya "Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media" (1986) menyebutkan bahwa, politik adalah pembicaraan, atau dengan kata lain politik adalah berbicara, artinya berbicara tentang politik. Dalam kacamata Nimmo, aktivitas politik adalah aktivitas yang menjauhkan diri dari tindakan kekerasan fisik, demonstrasi yang anarkis, seperti yang sering terjadi di Indonesia. Aktivitas politik adalah

aktivitas yang mengedepankan komunikasi, terutama komunikasi dialogis jika terdapat perbedaan. Dengan demikian demokrasi menjunjung tinggi komunikasi politik yang sehat, baik antara elit politik, maupun diantara anggota masyarakat. Pada masa menjelang Pemilu intensitas komunikasi politik akan tinggi baik antara elit politik maupun elit dan anggota masyarakat. Dengan adanya persaingan antara elit politik, bukan tidak mungkin komunikasi bersifat tidak sehat, dengan tidak atau kurang mengindahkan norma yang berlaku. Keadaan seperti ini akan semakin memperpanas situasi. Di era reformasi seperti sekarang ini para elit politik dan simpatisannya diberikan kebebasan untuk berkomunikasi politik (kampanye) dengan segenap upaya meyakinkan publik, dengan cara komunikasi politik yang sehat, sehingga masa kampanye dapat dimanfaatkan elit dan partai politik untuk misi, visi dan programnya, bukan dijadikan ajang pamer kekuatan massa, sehingga sering menimbulkan gangguan ketertiban umum.

Demikian pula bagi para aparat pemerintah yang berwenang harus mampu mengendalikan keamanan masyarakat dan selalu memantau perkembangan dan dinamika politik menjelang Pemilu. Dalam situasi seperti ini media massa mempunyai peranan penting, apakah media akan memperpanas keadaan atau sebaliknya menciptakan keadaan masyarakat yang kondusif.

Ada beberapa rambu-rambu yang dibuat oleh DPR untuk mengatur kampanye Pemilu agar tidak terjadi konflik fisik yang bisa menimbulkan korban jiwa. Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota DPR, DPD dan DPRD

dicantumkan beberapa larangan untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang sering dilakukan oleh partai atau tokoh tertentu. Larangan-larangan tersebut antara lain :

1. Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/ atau peserta Pemilu yang lain.
2. Menghasut atau mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat.
3. Mengganggu ketertiban umum
4. Menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan.
5. Menjanjikan atau memberi uang atau materi lainnya kepada peserta kampanye.
6. Mengikutsertakan pejabat Negara, pejabat BUMN/BUMD, PNS, Kepala Desa, Perangkat Desa, dan warga Negara Indonesia yang tidak memiliki hak memilih.

Itu beberapa larangan yang sering dilakukan oleh kontestan pada pemilu pemilu sebelumnya. Misalnya seorang presiden yang kembali mencalonkan diri menjadi presiden atau wakil presiden yang mencalonkan menjadi presiden, maka keduanya sangat mungkin untuk menggunakan fasilitas Negara untuk melakukan kampanye. Bisa juga kegiatan kenegaraan pejabat yang didomplengi oleh kegiatan kampanye atau konsolidasi partai. Tentu dalam hal ini KPU dan Bawaslu harus jeli dan berani untuk menindak pelanggaran-pelanggaran seperti ini. Kalau tidak, maka masa kampanye yang seharusnya rakyat bisa mendengarkan dan memahami visi, misi, dan program partai dan calon legislatif, malah yang terjadi rakyat menyaksikan bagaimana kampanye negatif dipertontonkan diantara para elit politik.

Dan yang sering menghantui dan menodai demokrasi dalam pemilu adalah politik uang. Masyarakat kita terutama yang belum beruntung dari aspek ekonomi sangat mudah untuk diubah sikap dan keyakinannya hanya dengan beberapa ratus ribu rupiah saja. Dalam pemilu-pemilu sebelumnya kita mengenal istilah “serangan fajar”, yang dinilai sangat efektif untuk memenangkan suara di wilayah tertentu. Mudah-mudahan dalam pemilu 2009 nanti tidak ada lagi politik uang.

Di sinilah pentingnya peranan media massa dalam memberikan informasi dan pendidikan politik, memberikan informasi yang dapat mencerdaskan masyarakat pemilih, untuk berhati-hati atau menolak politik uang. Media massa harus menyampaikan kepada masyarakat pemilih bahwa politik uang adalah suatu tindakan kotor yang dapat merusak nilai-nilai demokrasi.

Disamping media massa para “opinion leader” berperan untuk memberikan pendidikan politik bagi para pengikutnya. Di Masyarakat Indonesia sebenarnya, terutama di Pedesaan masih relevan proses komunikasi “two step flow of communication” dalam proses pembentukan sikap dan keyakinan masyarakat. Karena peranan strategisnya ini maka sering kali *opinion leader* justru sudah menjadi kepanjangan tangan elit politik, sehingga masyarakat pemilih dalam keadaan seolah-olah tidak memiliki pilihan. Dalam kondisi masyarakat yang serba memprihatinkan secara ekonomi, akan sangat mudah tergoda dengan sejumlah materi untuk mengubah keyakinan politiknya. Dalam kondisi seperti ini tidak ada lembaga yang murni bisa berpihak pada masyarakat. Harapan satu-satunya ada pada media massa. Di sinilah tugas dan

kewajiban bertumpu di pundak media massa dalam mengawal dan memperjuangkan demokrasi di Indonesia, terutama dalam menciptakan Pemilu yang luber dan jujur.

Memang pemilihan umum dan media massa selalu digandengkan. Bukan karena keduanya tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan komunikasi politik, tetapi juga tidak dapat dipisahkan sebagai dua indikator demokrasi. Demokratis tidaknya suatu negara dapat dilihat dari beberapa indikator antara lain dua diantaranya adalah ada tidaknya pemilu yang demokratis dan ada tidaknya pers (media) yang bebas. Sementara itu pers atau media massa yang bebas hanya ada di negara yang demokratis, demikian juga media harus terus mendorong meningkatnya kualitas demokrasi. Media mempunyai kekuatan untuk mengontrol pemerintah. Sejarah menunjukkan bahwa pers (media) merupakan salah satu kekuatan yang ada dalam masyarakat, sehingga pers dikenal sebagai *the fourth estate*, kekuatan keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Di Indonesia sendiri peranan media massa besar sekali baik pada masa perjuangan kemerdekaan, maupun pada masa reformasi. Jika lembaga atau kelompok dalam masyarakat bergerak sesuai dengan kepentingan lembaga atau kelompok tersebut, maka pers (media) berjuang untuk kebenaran, untuk kepentingan masyarakat banyak. Oleh karena itu dalam posisi seperti ini, media massa mempunyai peranan yang strategis dalam pemilihan umum.

Dilihat dari aspek sistem politik, media dipandang sebagai pilar demokrasi yang mempunyai fungsi sebagai fasilitas komunikasi politik antara berbagai pihak yang ada dalam

masyarakat, baik antara pemerintah, KPU, Bawaslu dengan masyarakat, antara Parpol dengan konstituennya dan antara seluruh komponen partisipan Pemilu.

Pemerintah bersama KPU dapat memanfaatkan media massa dalam mensosialisasikan Pemilu kepada masyarakat luas baik yang berkaitan dengan hak memilih maupun berbagai peraturan dan tatacara dalam menggunakan hak pilih. Melalui media massa juga dapat disosialisasikan berbagai larangan dalam kampanye Pemilu, sehingga masyarakat luas dapat mengontrol kampanye politik yang dilakukan Parpol, dan Bawaslu dapat melaksanakan fungsinya sebagai Badan Pengawas Pemilu. Dengan demikian media massa dapat mengawal Pemilu mulai dari persiapan sampai pada pelaksanaannya. Tidak kalah pentingnya adalah media harus mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam Pemilu 2009. Bahwa Pemilu adalah suatu momentum yang penting yang menentukan kehidupan bangsa paling tidak untuk lima tahun ke depan. Kesalahan dalam memilih anggota legislatif, Capres dan Cawapres berbeda dengan konsekuensi kesalahan misalnya memilih sebuah restoran. Kalau kita salah atau tidak puas dengan pelayanan suatu restoran, karena ternyata tidak sesuai dengan yang diharapkan, besok lusa kita tidak akan lagi memilih untuk makan di restoran tersebut. Lain halnya dengan memilih anggota legislatif atau presiden dan wakil presiden, sekali salah atau yang terpilih adalah orang yang salah (misalnya dalam surat kabar sering diistilahkan politikus busuk), maka kita perlu waktu lima tahun untuk menggantinya. Oleh karena itu di sinilah media massa dapat membantu masyarakat pemilih untuk membuka

seluas-luasnya kepada public tentang baik dan buruknya para Caleg dan Capres dan Cawapres. Yang sering terjadi justru yang disebarluaskan media adalah kebaikan, hal-hal yang positif tentang tokoh-tokoh tersebut, baik melalui iklan politik maupun berita yang berbau iklan politik. Dalam kondisi ada kesenjangan antara alit politik dan massa, baik secara ekonomi maupun pengetahuan politik, sering massa menjadi obyek yang dieksploitasi untuk kepentingan politik para elit politik. Seperti yang dikemukakan oleh Teori Elit yang mengatakan bahwa dalam masyarakat ada kelompok elit dan massa. Kelompok elit mempunyai ciri memiliki kekayaan, berpendidikan, dan jumlahnya lebih sedikit, dibandingkan dengan massa yang jumlahnya lebih banyak, tetapi kondisinya miskin dan kurang berpendidikan. Dalam kondisi masyarakat yang ada kesenjangan baik secara ekonomi maupun politik seperti ini, maka elit yang diuntungkan baik dari segi ekonomi maupun kekuasaan. Pada umumnya kondisi ini sering terjadi di masyarakat negara berkembang.

Di Indonesia yang merupakan negara berkembang, dalam masa Pemilu media mempunyai peranan ganda. Disamping sebagai sarana untuk kampanye juga sarana dalam pendidikan politik bagi masyarakat, terutama dalam memilih calon legislative maupun presiden dan wakil presiden. Dalam konteks media yang mempunyai fungsi pendidikan (politik), maka media massa seharusnya memposisikan diri pada kepentingan masyarakat terutama mencerdaskan masyarakat dalam memilih pemimpin yang tepat. Media mempunyai fungsi menyajikan informasi yang independen, akurat, lengkap yang berkaitan tokoh masyarakat yang mencalonkan diri menjadi pemimpin

bangsa maupun partai politik. Dengan demikian masyarakat akan memperoleh informasi yang benar tentang baik calon legislatif maupun calon presiden dan calon wakil presiden. Ini berkaitan dengan hak dan kewajiban. Masyarakat mempunyai hak untuk memperoleh informasi yang benar (*public's right to know*), demikian juga media mempunyai kewajiban untuk menyebarkan informasi yang benar kepada masyarakat. Melalui media, masyarakat dapat menentukan pilihannya dengan rasional, tokoh masyarakat mana yang pantas untuk menjadi pemimpin negara ini.

Dalam hal ini fungsi media sebagai media informasi memegang peranan penting terutama dalam menyampaikan atau memperkenalkan profil dan program partai politik atau calon legislatif dan calon presiden dengan akurat, sehingga tidak terjadi salah pilih, dan muncul pemimpin dan wakil rakyat yang benar-benar mencerminkan aspirasi rakyat.

Sejak awal, beberapa stasiun televisi sudah memosisikan dirinya sebagai TV Pemilu, misalnya TVOne, MetroTV dan lain-lain. Pada stasiun-stasiun ini dibuat mata acara yang bagi partai atau caleg ataupun capres dapat menjadi sarana untuk mempromosikan diri dengan cara menyampaikan visi, misi dan programnya. Sebaliknya masyarakat melalui program TV ini dapat menyaksikan partai mana yang layak untuk dipilih, caleg mana yang membawa aspirasi rakyat, dan capres mana yang membawa perubahan ke arah yang lebih baik.

Di Amerika kita mengenal debat antar calon presiden. Artinya antara dua calon presiden dari Partai Demokrat dan Partai Republik adu program secara berhadapan dan disaksikan penonton dan

jutaan pemirsa. Debat antar calon presiden di Amerika sering menentukan opini publik. Calon yang bisa menjawab dengan tepat setiap "serangan" dari lawannya kemungkinan besar akan keluar sebagai pemenang. Capres di Amerika tahu betul pengaruh media massa dalam membentuk opini khalayak, sehingga mereka memanfaatkan semaksimal mungkin kekuatan media tersebut, apalagi ia mampu mengusung isu yang tepat, sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam pemilihan presiden Amerika Nopember 2008 lalu, telah mengukir sejarah, Barack Obama, seorang Amerika berkulit hitam untuk pertama kalinya menjadi presiden di Amerika. Jika kita amati kelebihan Obama adalah pertama kemampuan berkomunikasi baik public speaking, interpersonal communication, kedua mampu mengusung isu yang tepat dalam kampanye, yaitu perbaikan ekonomi dalam negeri, perubahan politik luar negeri yang lebih "santun" terutama dengan Negara-Negara Islam. Usia jauh lebih muda, yaitu 43 tahun dibandingkan dengan lawannya Mc Cain yang berusia 72 tahun. Walaupun ada kendala yang awalnya kurang meyakinkan yaitu keturunan Afrika. Akan tetapi masyarakat Amerika cukup obyektif, tidak ada prejudise atau pun stereotip terhadap Obama. Kunci kemenangan Obama adalah karena ia mengusung perubahan, dan masyarakat Amerika membutuhkan perubahan itu.

Seperti yang dikemukakan oleh Severin dan Tankard dalam bukunya Teori Komunikasi (2001), Tiga pakar komunikasi Amerika Siebert, Peterson, dan Schramm (1956) melakukan penelitian di lebih 30 negara, hasil penelitiannya menyebutkan bahwa ada empat teori media massa di Dunia, yang

dikenal dengan *Four Theories of The Press*, menyebutkan ada empat teori pers di dunia, yaitu teori Pers Otoritarian, Teori Pers Libertarian, Teori Pers Soviet Komunis dan Teori Pers Tanggung Jawab Sosial. Sebenarnya keempat teori tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu teori Otoritarian dan Teori Libertarian. Sedangkan teori Soviet komunis merupakan perkembangan dari teori Otoritarian, dan teori Tanggung Jawab Sosial perkembangan dari Teori Libertarian. Sementara pers di Indonesia jika kita menggunakan pengelompokan dari Dennis McQuail, termasuk pada teori Pers Pembangunan, dimana pers dimanfaatkan untuk kepentingan lancarnya proses pembangunan di segala bidang, termasuk di bidang politik. Pemerintah Orde baru mengklaim bahwa sistem pers di Indonesia adalah sistem Pers Pancasila.

Di Indonesia media massa belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh caleg atau pun capres. Pemanfaatan media dalam kampanye pemilu di Indonesia baru dimulai pada pemilu tahun 1999, Sebelumnya, pada masa Orde Baru media massa terbelenggu oleh kekuasaan, isi pemberitaan di media massa harus sesuai dengan kebijakan pemerintah. Jika bertentangan, maka pencabutan SIUPP akan dialami media tersebut. Pada masa ini media massa menjadi corong penguasa. Sistem pers yang dianut adalah Sistem Pers Pancasila, yaitu sistem pers yang bebas dan bertanggung jawab. Dalam pelaksanaannya tidak ada kebebasan pers pada masa itu. Sebagai contoh pernah ada surat kabar yang dicabut SIUPP-nya yaitu harian Umum Prioritas. Orde Baru bukan pemerintahan yang demokratis, karena tidak ada kebebasan pers. Demikian juga pemilu berjalan tidak bebas, jujur dan adil.

Namun demikian pada masa selanjutnya sejalan dengan lahirnya era baru, era demokrasi, era kebebasan, media mulai dapat menghirup "udara segar". Namun demikian sampai sekarang belum dilaksanakan atau diatur debat antar calon presiden secara berhadapan seperti yang dilakukan di Amerika. Yang dilakukan di Indonesia baru pada tahap uji kemampuan menjelaskan visi, misi dan program di depan para penelis (para pakar dan praktisi dari berbagai bidang). Melalui televisi para kandidat, tokoh partai dapat "menjual" visi, misi dan program mereka dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi bangsa ini.

Jika kita evaluasi, acara debat antar calon presiden/calon wakil presiden yang pernah dilakukan di beberapa televisi di Indonesia, dapat dikemukakan bahwa para calon presiden dan calon wakil presiden sangat pandai dalam menyusun visi dan misi, akan tetapi belum mampu dalam menyusun program yang implementatif yang bisa memecahkan berbagai masalah yang sedang dihadapi masyarakat.

Pemilihan umum adalah proses memilih pimpinan negara oleh rakyat secara demokratis. Apakah semua pemilu di sudah pasti demokratis? tentu pemilu yang luber, jujur dan adil yang dapat dikategorikan pemilu demokratis. Tentu disamping masalah-masalah prinsip tadi, masalah teknis tidak kalah pentingnya sebagai masalah pendukung kedemokratisan suatu Pemilu. Sampai saat ini Komisi Pemilihan Umum masih berkutat dengan persiapan yang menurut para pengamat masih belum matang, mulai dari sosialisasi cara memilih belum menyentuh masyarakat pedesaan atau masyarakat awam di kota, kemudian masalah kertas suara yang diberitakan masih banyak yang rusak,

sampai pada masalah daftar pemilih tetap (DPT) yang masih dipersoalkan. Walaupun hal-hal tadi merupakan masalah teknis namun demikian sangat menentukan dalam proses pelaksanaan Pemilu yang demokratis. Seperti yang kita ketahui bahwa harus berpedoman pada asas yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2007, yaitu : mandiri, jujur, adil, kepastian hukum, tertib penyelenggaraan pemilu, kepentingan umum, keterbukaan, proporsionalitas, profesionalitas, akuntabilitas, efisiensi, dan efektivitas. Harapan kita semua semoga asas-asas tersebut menjadi kenyataan dalam Pemilu 2009 nanti.

Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Media massa baik elektronik maupun cetak mempunyai peranan yang strategis dalam memwujudkan pemilihan umum yang demokratis.
2. Media massa berperan penting dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan pemilihan umum, seperti baik buruknya para Caleg, Capres dan Cawapres, sehingga masyarakat pemilih tidak salah memilih pemimpin untuk lima tahun yang akan datang.
3. Agar dapat menyampaikan informasi yang benar, maka media massa harus bersikap independen. Media massa sebaiknya bebas dari kepentingan Parpol tertentu, kelompok tertentu, media massa hanya berpihak kepada kepentingan masyarakat banyak.
4. Salah satu indikator demokrasi adalah adanya media massa yang bebas dan mampu menyuarakan

kebenaran. Demokrasi dan kebebasan pers tidak dapat dipisahkan.

Daftar Pustaka

- Nimmo, Dan, (1986), *Komunikasi Politik, Komunikator dan Pesan, dan Media*, Terjemahan, Jalaluddin Rakhmat, Remaja Karya, Bandung.
- Schramm, Wilbur, (1955), *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois, Urbana.
- Severin J. Werner and Tankard James W, 2005 *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan terapan di dalam Media Massa* diterjemahkan Hariyanto, Prenada Media, Jakarta.
- Wright, Charles, (1986), *Sosiologi Komunikasi*, Terjemahan Jalaluddin Rakhmat, Remaja Karya, Bandung.

Sumber lain :

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2008, Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan Republik Indonesia, Tahun 2008.
- Undang-Undang RI Nomor 22 Tahun 2007, Tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum, Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan Republik Indonesia Tahun 2008.