

REPRESENTASI BERITA POLITIK DI TELEVISI DALAM TINJAUAN PERSPEKTIF INDEPENDENSI BERITA

Hadiati

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
justhadiati@gmail.com

Abstract

The main aim of this study is to investigate and critically examines the view of the political news representation on Jakarta gubernatorial election 2017. This study employed critical discourse analysis to investigate the power bias in news coverage of Jakarta election on TV One and Metro TV and seeks to examine the ideology behind the television media. A critical discourse analysis of the data revealed several findings. First, the television media coverage on the political news of Jakarta election in the form of text was ambiguous. While the political news has been positioned around the public sector that supposed to be politically neutral, nevertheless the media still produce subjective discourses. Second, the existence of certain interest groups has a significant effect on text production process in media. Third, the production of texts and the discourse practice in the media coverage of Jakarta's gubernatorial election are influenced by the particular regime interests, since the editorial room and the television studio are still considered as places of power. Fourth, the insensitivity of media objectivity is closely related to the sociocultural context that has developed in the society. The sociocultural profession of journalists in the Indonesian society still tends to be perceived as belonging to the power of incumbency. Thus, the political news representation remains heavily influenced by power. The power bias which is a problem in a democratic society, actually still growing and remaining in the television media, especially when representing the political news. The media's potential to construct reality cannot be ignored. In other words, the change of democratic political system and media liberalization is not directly proportional to the expected changing in the attitude of the media in representing unbiased political news.

Keywords: Media, Representation, Political News, Jakarta Gubernatorial Election, Bias Power

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara kritis tentang representasi berita politik pilkada DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis untuk mengetahui bias kekuasaan dalam pemberitaan berita politik pilkada DKI Jakarta pada TV One dan Metro TV serta ingin membongkar ideologi dalam media tersebut. Temuan penelitian : Pertama, media televisi dalam merepresentasikan berita politik pilkada DKI Jakarta dalam bentuk teks ternyata bersifat ambigu. Meskipun berita politik selama ini berada pada sektor publik, tetapi media tetap memproduksi wacana secara subyektif. Kedua, adanya unsur kepentingan berpengaruh signifikan terhadap proses produksi teks. Ketiga, produksi teks dan praktik wacana media dalam pemberitaan berita politik pilkada DKI Jakarta dipengaruhi kepentingan penguasa, sebagai implikasi logis dari ruang redaksi dan studio televisi yang masih merupakan ruang terkekuasaan. Keempat, ketidaksensitifan obyektifitas media itu berkaitan dengan konteks sosiokultural yang berkembang dalam masyarakat. Secara sosio-kultural profesi jurnalis dalam atmosfer masyarakat Indonesia masih cenderung milik penguasa, sehingga dalam merepresentasikan berita politik tetap bernuansa kekuasaan. Bias kekuasaan yang menjadi masalah dalam demokrasi, justru malah berkembang dan menetap dalam media televisi ketika merepresentasikan berita politik. Dengan kata lain, perubahan sistem politik demokratis dan liberalisasi media tidak berbanding lurus dengan perubahan sikap media dalam merepresentasikan berita politik secara kritis.

Kata kunci: Media, Representasi, Berita politik Pilkada DKI Jakarta, Bias Kekuasaan

PENDAHULUAN

Berita politik pada kenyataannya tidak hanya terjadi hanya sebatas di gedung parlemen, televisipun bahkan kini telah menjadi arena utama bagi berita politik, karena politik menjadi topik menarik untuk diberitakan. Berita politik bisa lebih dari sekadar reportase peristiwa politik, tetapi merupakan hasil konstruksi realitas politik untuk kepentingan opini publik tertentu (McNair, 1995 dan Nimmo, 1998 dalam Hamad, 2004). Wartawan Jerman Anett Keller (2009), Anett (2013), Gallagher (2014) dan beberapa yang lain melakukan penelitian menyatakan bahwa tekanan terhadap media massa dalam menayangkan berita politik, datang dari berbagai pihak yakni dari luar maupun dari dalam, lebih tepatnya berorientasi bisnis yang mengutamakan keuntungan sehingga menjadi tidak netral dan obyektif. Demikian pula pembingkai berita politik tentang konflik pilkada DKI Jakarta yang dilakukan oleh televisi berita seperti TV One dan Metro TV, terjadi perbedaan pendapat dalam menilai suatu kasus.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis teks media televisi dalam merepresentasikan berita politik Pilkada DKI Jakarta, selain itu ingin mengetahui, mengidentifikasi, menganalisis isu-isu dan praktik diskursus yang dilakukan televisi melalui tayangan pemberitaan tentang terhadap berita politik Pilkada DKI Jakarta serta mengungkap dan menganalisis motif dan konteks sosial budaya yang terdapat dalam teks serta praktik diskursus pada tayangan pemberitaan televisi tentang berita politik Pilkada DKI Jakarta.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Dalam kajian ini diuraikan beberapa teori dan konsep yang dipandang relevan untuk menjelaskan pemberitaan berita politik Pilkada DKI Jakarta di televisi. Dimulai dari konsep kekuasaan dan ideologi dari pandangan poststrukturalis, konsep dan politik representasi media dan akhirnya berita politik Pilkada DKI Jakarta.

Konsep dan Politik Representasi Media

Dalam perkembangan sejarah manusia, selama ini telah menunjukkan bahwa peran media semakin penting. Beberapa asumsi diajukan, dunia sekarang telah termediasi, meskipun terdapat pula asumsi yang menyangkalnya. Kehadiran media, terutama televisi, telah banyak menyita perhatian dari berbagai disiplin ilmu karena perkembangannya yang semakin penting dalam dunia sosial politik dan kebudayaan. Oleh karena itu *Cultural Studies* juga sangat tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang televisi sebagaimana dikatakan Barker sebagai berikut :

The development and institutionalization of cultural studies has long been intertwined with that of media studies. In particular, television, the major form of communication in most western societies, is one of cultural studies prolonged concerns. No other medium can match television for the volume of popular cultural texts it produces and the sheer size of its audiences (Barker, 2000: 259).

Terkait dengan kepopuleran televisi, dalam beberapa dekade ini bukan saja pada masyarakat Barat, tetapi juga telah menjadi fenomena umum, tidak terkecuali di Indonesia. Sejak kehadirannya di Indonesia, pada tahun 1962, televisi berkembang cepat hadir dalam khalayak hingga sekarang semakin mendominasi jika dibandingkan media cetak. Sembilan puluh persen lebih penduduk Indonesia telah menggunakan televisi sebagai sarana utama dalam mendapatkan informasi dan hiburan. Karakternya yang audiovisual dan tidak perlu harus melek huruf, membuat televisi semakin menyedot penonton dalam jumlah banyak dan massif.

Television is a resource open to virtually everybody in modern industrialized societies and an increasing one in the 'developing' world. It is a source of popular knowledge about the world and increasingly brings us into contact, albeit in a mediated way, with ways of life other than those into which we

were born (Barker, 2000: 275). Television is implicated in 'the provision and the selective construction of social knowledge, of social imagery, through which we perceive the "worlds", the "lived realities" of others, and imaginarily reconstruct their lives and ours into some intelligible "world-of-the-world"' (Hall, 1977: 140).

Tidak bisa dipungkiri bahwa televisi telah begitu mapan kehadirannya dalam masyarakat di seluruh dunia. Betapa pun kemampuannya untuk mengkonstruksi realitas yang tidak netral, tetapi pada sisi lain semua mengakui bahwa televisi adalah sumber pengetahuan populer tentang dunia dan memberikan kemungkinan bagi siapa pun untuk berkontak dan memahami cara hidup orang lain di tempat yang jaraknya begitu jauh satu sama lain.

Senada dengan asumsi media efek seperti itu, kemudian muncul model hegemonik dan model ini begitu populer dalam *cultural studies*. Kendati kebudayaan tertentu dikonstruksi dalam hal keragaman arus maknanya, ada suatu unsur makna yang dapat saja disebut sebagai makna induk atau dominan (Hall, 1981). Proses, penciptaan, pemeliharaan dan reproduksi serangkaian makna dan praktik otoritatif yang disebut sebagai hegemoni kultural (Gramsci 1968).

Asumsi senada yang menempatkan kemampuan media aktif dalam menghadirkan realitas kepada publik, adalah apa yang disebut sebagai politik representasi media. Salah satu asumsi utamanya adalah bahwa media bukanlah cermin realitas, melainkan realitas yang sudah dikonstruksi oleh media. Kemampuan media dalam mengkonstruksi realitas inilah yang sering digunakan untuk manipulasi berita yang disampaikan kepada publik. Media bagaimanapun bukanlah institusi yang pasif, tetapi bersikap aktif ketika menghadirkan kembali realitas kepada publik.

Secara intra-organisasi, media pasti bersikap aktif dan bahkan penuh kontradiksi serta konflik di dalamnya. Secara ekstra-organisasi, media bersifat interdependen karena saling mempengaruhi dengan berbagai institusi sosial

lain di luar dirinya.

Bagaimana representasi realitas sosial dalam media dapat dibandingkan dengan realitas sosial yang “nyata”? Representasi merupakan hasil seleksi yang bersifat sangat beragam. Bergantung kepentingan yang ada di baliknya, sehingga pasti ada realitas yang disembunyikan. Media tidak mungkin mampu berfungsi sebagai cermin realitas, karena keterbatasan ruang dan waktu yang tersedia. Klaim “nyata” dan “benar” itu menurut konstruksi siapa? Pandangan konstruksionis meyakini bahwa tidak ada representasi yang nyata dan benar, tergantung konstruksi siapa (Lukmantoro, 2014).

Dalam penelitian ini konsep representasi media akan digunakan secara lebih intens bagaimana televisi merepresentasi berita politik dalam, terutama dalam kaitannya dengan isu kekuasaan dan politik representasi media. Dalam banyak kasus, media televisi di Indonesia ketika merepresentasikan berita politik juga tidak jauh berbeda dengan media pada umumnya yang mengandung distorsi atas realitas yang ada.

Kekuasaan dan Ideologi

Konsepsi diskursus dalam *Cultural Studies* menempati posisi penting sebagai konsekuensi atas posisinya berada dalam perspektif kritis. Salah satu rujukan utama dalam konsepsi diskursus itu adalah dari Foucault yang mengkonseptualisasikan diskursus secara lebih mendalam dan tajam. Berbeda dengan pemahaman konvensional di mana diskursus sering dipertentangkan dengan praksis atau hanya sekadar tuturan tetap tanpa tindakan atau aksi, Foucault memahami diskursus juga sebagai praksis itu sendiri.

Bagi Foucault, diskursus berkaitan dengan bahasa maupun praktik dan mengacu pada produksi pengetahuan yang tertata melalui bahasa yang memberikan makna pada objek material dan praktik sosial. Diskursus membentuk, mendefinisikan dan memproduksi objek pengetahuan dengan cara yang dapat dipahami sambil pada saat yang sama

memandang cara penalaran lain sebagai sesuatu yang tak dapat dipahami. Foucault berusaha mengidentifikasi berbagai kondisi historis dan aturan yang menentukan pembentukan cara dalam membicarakan objek, yaitu praktik diskursif dan pembentukan diskursus (dalam Barker, 2000: 21).

Konsep diskursus oleh Foucault senantiasa dikaitkan dengan makna dan kekuasaan. Menurut Derrida makna memiliki potensi untuk berkembang tanpa batas, Foucault mengeksplorasi bagaimana melalui operasi kekuasaan dalam praktik sosial, makna secara temporer distabilkan atau diatur ke dalam diskursus. Bagi Foucault, diskursus 'menyatukan' bahasa dan praktik serta mengacu kepada produksi pengetahuan melalui bahasa yang memberikan makna kepada objek material dan praktik sosial. Meski objek material dan praktik sosial 'ada' di luar bahasa, namun ia diberi makna atau 'ditampilkan' oleh bahasa dan kemudian dibentuk secara diskursif. Diskursus mengkonstruksi, mendefinisikan dan menghasilkan objek pengetahuan dengan cara-cara yang masuk akal sambil mengesampingkan bentuk penalaran lain sebagai cara yang tidak masuk akal.

Diskursus menyediakan cara berbicara dengan cara-cara yang sama tentang topik tertentu dengan motif atau sekumpulan ide, praktik dan bentuk pengetahuan yang terus berulang di sepanjang arena aktivitas, maka kita bisa berbicara tentang pembentukan diskursus. Pembentukan diskursus adalah pola peristiwa-peristiwa diskursif yang mengacu atau melahirkan, suatu objek umum pada berbagai arena. Mereka merupakan peta makna atau cara berbicara di mana objek dan praktik memperoleh maknanya (Barker, 2000: 83).

Menurut Karlina Supeli diskursus sebagai suatu perangkat sistem tanda terkadang dibelokkan oleh wartawan atau media untuk berbagai kepentingan diantaranya memelihara budaya kekuasaan (Idi Subandy dan Hanif Suranto, 1998 : 200). Sifat diskursus yang statis, terbatas dan abstrak, penyalahgunaan tayangan berita politik, diskursus

sepertinya bisa terjadi (Severin et al., 2001 : 112). Terlebih lagi ketika institusi media dan jurnalis senantiasa menjadi subyek aktif, maka sangat terbuka diskursus berita dimanipulasi untuk kepentingan tertentu seperti akumulasi kapital melalui pemberitaan sensasional.

Dalam proses sosial dialektis pembentukan makna, diskursus bisa berfungsi untuk merundingkan relasi-relasi peran, solidaritas bersama, tukar-menukar giliran dalam percakapan dan mempertahankan hubungan di antara para pelaku sosial. Demikian pula tindakan-tindakan pelaku sosial bisa dipengaruhi oleh penggunaan dan artikulasi kediskursusan. Hal ini dikarenakan untuk memudahkan penyimpanan, pemeliharaan, pengolahan dan penyampaian suatu realitas diperlukan diskursus, sehingga pada gilirannya pemilihan kata dan kalimat tayangan berita-berita politik yang dalam penggunaan diskursus membentuk realitas sosial tayangan berita politik. Bagi penggunanya diskursus paling tidak berfungsi mengungkapkan subyektivitas pengguna diskursus (fungsi ekspresi) dan menunjukkan tindakan pengguna diskursus (fungsi performatif).

J.L. Austin dalam salah satu bukunya yang berjudul "*How to Do Things with Words*" (1962) menjelaskan teorinya bahwa ketika seseorang berbicara, maka paling tidak ia sedang melakukan empat tindakan, yaitu: (1) Tindakan menyampaikan pernyataan atau melafalkan kata-kata (*utterance act*); (2) Tindakan propositional (*propositional act*), mengatakan sesuatu yang diyakininya sebagai sesuatu yang benar; (3) Tindakan menunjukkan maksud tayangan berita politik yang dianggap telah dipahami oleh orang lain (*illocutionary act*) dan (4) Tindakan yang menunjukkan usaha mempengaruhi perilaku orang lain (*perlocutionary act*).

Menurut Juergen Habermas (1967), dalam proses-proses social politik yang tidak hanya mengandalkan 'praksis kerja' tetapi juga 'praksis komunikasi' diskursus bisa berfungsi sebagai semacam alat pengendali. Diskursus juga merupakan media dominasi dan kekuasaan,

bisa dimanfaatkan dalam upaya memanipulasi sistem-sistem reproduksi ideasional.

Kekuasaan menentukan batasan-batasan tentang apa yang diperkenankan menjadi teks, perspektif yang harus digunakan di dalamnya, topik dan norma-norma yang dibicarakan, elaborasi konsep-konsep dan teori-teori yang bisa serta sah untuk dipakai. Dengan kata lain, diskursus dan teks senantiasa dalam hubungan-hubungan kekuasaan, terutama dalam proses pembentukan subyek dan berbagai macam tindakan representasi yang terdapat di dalam masyarakat.

Komunikasi sangat dipengaruhi oleh *speech-act theory*, yang disebutnya sebagai pragmatik universal, yang mencakup prinsip-prinsip universal diskursus. Ia membedakan tiga jenis tindakan berbicara, yaitu: (1) *Constatives*, yakni tindakan untuk meyakinkan bahwa suatu proposisi adalah benar; (2) *Regulatives*, yakni tindakan untuk mempengaruhi hubungan seseorang dengan orang lain atau pihak lain dan (3) *Avowals*, yakni tindakan untuk mengekspresikan kondisi internal pembicara, menyuarakan diri atau untuk menunjukkan siapa jati dirinya. Dalam hal ini, pesan-pesan apa pun yang disampaikan seseorang bisa merupakan kombinasi dari tindakan-tindakan tersebut karena bisa mencapai dua atau tiga maksud sekaligus” (Habermas 1993).

Konsepsi diskursus ini jika dikaitkan dengan kekuasaan segera terlihat relevansinya. Sebagaimana dikatakan oleh Butler (1993), diskursus dan perwujudan Sara tidak dapat dipisahkan. Diskursus bukan sekadar sarana yang kita gunakan untuk memahami apa itu Sara, namun diskursus menampilkan Sara dengan cara tertentu. Diskursus juga berkaitan dengan kekuasaan, karena diskursus juga memiliki karakter utama deterministik. Oleh karena itu Foucault menjelaskan bahwa diskursus bukan hanya mengatur apa yang dapat dikatakan pada kondisi sosial dan kultural tertentu namun juga mengatur siapa yang boleh berbicara, di mana dan kapan. Itulah sebabnya karya-karya Foucault banyak yang berhubungan dengan penelusuran historis atas

kekuasaan sebagai kekuatan pengendali yang terpusat. Namun yang perlu diingat bahwa dalam mengkonseptualisasikan kekuasaan, Foucault tidak merumuskan kekuasaan sebagai kekuatan pengendali yang terpusat, melainkan kekuasaan yang tersebar pada semua level formasi sosial, kekuasaan bersifat generatif, artinya dia memproduksi relasi-relasi sosial dan identitas (Barker, 2000: 21).

Foucault dalam mendiskusikan konsep kekuasaan senantiasa dihubungkan dengan pengetahuan. Dalam geneologi kekuasaan, ia menaruh perhatian pada cara orang mengatur diri mereka sendiri dan orang lain melalui pemroduksian pengetahuan. Di antara banyak hal lain, ia melihat pengetahuan menghasilkan kekuasaan dengan menempatkan masyarakat sebagai subyek dan kemudian mengatur subyek-subyek itu dengan menggunakan pengetahuan. Ia bersikap kritis terhadap penyusunan hierarki atas pengetahuan. Itu terjadi karena bentuk pengetahuan di tingkatan teratas dari hierarki ini (ilmu) memiliki kekuasaan tertinggi, mereka adalah yang terpilih untuk mendapatkan kritik yang paling keras. Foucault tertarik pada teknik, teknologi yang berasal dari pengetahuan (terutama pengetahuan ilmiah) dan pada bagaimana teknologi itu digunakan untuk menerapkan kekuasaan atas masyarakat. Foucault melihat sejarah bergerak dari satu sistem dominasi (yang didasarkan pada pengetahuan) ke sistem dominasi lain (Ritzer, 2012: 1046).

Konsep ideologi juga menempati posisi penting dalam *Cultural Studies*. Rujukan utama tentang ideologi tentu berasal dari kalangan Marxis dan neomarxis yang menyerang kapitalisme. Karena itu berkaitan dengan persoalan proses eksploitasi dalam proses produksi dan tentu saja determinisme ekonomi. Perhatian Marxis terhadap konsep ideologi berakar pada kegagalan revolusi proletar dan ketidakmampuan materialisme historis dalam kaitannya dengan pertanyaan subjektivitas, makna dan politik kultural. Sederhananya, perhatian untuk membahas ideologi dimulai sebagai suatu eksplorasi atas pertanyaan

mengapa kapitalisme, yang diyakini sebagai suatu sistem eksploitasi dalam relasi sosial dan ekonomi, tidak dapat diruntuhkan oleh revolusi kelas pekerja. Bagi Marxisme, ide-ide tidak terlepas dari kondisi material dan historis produksi mereka. Sebaliknya, sikap dan keyakinan masyarakat diyakini terkait secara sistematis dan struktural dengan kondisi-kondisi material eksistensinya (Barker, 2000: 58).

Ilmuwan lain juga berpendapat bahwa, proses kognitif sosial mendasar yang dapat diterapkan di dalam interaksi antar kelompok adalah kategorisasi sosial (Tajfel, 1978:61). Menurut Tajfel, kategori sosial adalah keteran lingkungan sosial, pengelompokan orang-orang dengan cara yang masuk akal bagi seorang individu (*the ordering of the social environment in terms of groupings of persons in a manner which makes sense the individuals*). Proses ini dipengaruhi oleh nilai-nilai, kebudayaan dan representasi sosial (Tajfel & Forgas, 1981).

Kondisi objektif kehidupan pers di Indonesia khususnya pasca reformasi, banyak membawa perubahan pada bangsa Indonesia saat ini. Salah satunya adalah perubahan dinamika kehidupan pers, yang dahulunya dibungkam pemerintah, sekarang menjadi bebas. Walaupun pada dasarnya wartawan senantiasa dituntut untuk objektif (*fairness*), tidak memihak (*balance*) dan menghadirkan fakta tanpa mencampur adukkan dengan opini, tapi dalam praktiknya wartawan tetaplah seorang manusia yang senantiasa menghadirkan sisi subjektifitasnya dalam menulis berita. Dengan pemilihan dan permainan kata dalam membentuk untaian kalimat, berita politik Pilkada DKI Jakarta wartawan kerap tidak obyektif.

Metode penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis dari Norman Fairclough (2013) untuk mengetahui bias kekuasaan dalam pemberitaan berita politik pilkada DKI Jakarta pada TV One dan Metro TV, serta ingin membongkar ideologi apa yang bersemayam dalam media tersebut.

TEMUAN DAN DISKUSI

Analisis Relasi

Representasi para aktor yang dihadirkan oleh Metro TV dan TV One dalam pemberitaan tentang berita politik pilkada, memperlihatkan adanya relasi satu dengan yang lainnya. Bagaimana media menempatkan atau memposisikan para aktor yang dalam teks pemberitaan berita politik pilkada dapat dipakai sebagai titik masuk dalam menganalisis relasi antar aktor yang dalam peristiwa yang termediasi. Pemberitaan Metro dan TV One tentang berita politik pilkada sebagai sebuah teks media yang menghubungkan dan menampilkan berita politik, institusi politik dan produser program atau institusi televisi dalam suatu arena sosial. Masing-masing aktor saling berebut pengaruh agar diterima oleh masyarakat berkenaan dengan pendapat dan gagasannya ihwal identitas berita politik.

Fairclough (1995) memberikan penjelasan mengenai analisis relasi ini yang berguna untuk melihat kekuatan-kekuatan sosial yang ditampilkan dalam teks. Analisis ini akan menjabarkan bagaimana para aktor diposisikan oleh televisi dan bagaimana televisi membentuk representasinya untuk disajikan kepada pemirsanya.

Berikut adalah pembacaan relasi yang terrepresentasikan dalam teks pemberitaan Metro TV dan TV One tentang berita politik pilkada yang melibatkan Basuki Cahaya Purnama (Ahok) dan Anies Rasyid Baswedan, Ph.D sebagai berikut :

Berita politik berelasi dengan televisi.

Dalam pemberitaan tentang berita politik pilkada, sang kandidat ditampilkan dengan berbagai cara sangat bergantung pada kehendak televisi. Identitas berita politik, yaitu kedua orang tersebut Ahok dan Anies, publik sebenarnya sudah mengenali, yaitu sebagai politisi yang berada di sektor publik dan bahkan menjadi aktor politik. Akan tetapi sebagaimana tampak dalam teks pemberitaannya, media televisi tetap menampilkannya menurut kehendak produser acara dan bukan kehendak dari berita politik tersebut yang berhubungan

dengan pilkada.

Siapa pun yang dia, tentu akan menjadi sorotan masyarakat dan harus rela dikupas, dikuliti, dibahas bahkan rela dihujat sekalipun semua informasi pribadinya bahkan terkadang tidak akan mendapatkan ruang sedikit pun untuk melakukan pembelaan. Upaya mereka untuk menjelaskan duduk persoalannya kepada publik tentu tidak mudah, karena media pun sudah memiliki kuasa mutlak terhadap apa yang ia harus siarkan. Memang ada beberapa berita tersebut yang berusaha dijelaskan yang bersangkutan dengan pembelaan diri tetapi porsinya tetap tidak terlalu banyak jika dibandingkan dengan dunia politik menurut kuasa media.

Seperti yang dilakkan Anies, hal ini ditemukan ketika ia berusaha melakukan pembelaan diri atas pemberitaan media yang menurut ia kurang proporsional, yang ditemukan pada teks guntingan berita TV One tanggal Rabu 5 April 2017 berikut :

“.....Rakyat juga bosan dengan fitnah-fitnah, apalagi fitnah yang pakai isu SARA. Berhentilah memfitnah pakai isu SARA Anies, usai kampanye di Kalideres, Jakarta Barat. Menurut Anies, dia dan calon wakil gubernur pasangannya, Sandiaga Uno, sudah sering difitnah selama tahapan Pilkada DKI Jakarta. Mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan itu bahkan mengaku bosan karena sudah sangat sering difitnah. “Makanya kami merasa, sudahlah jangan fitnah-fitnah lagi. Cukup kampanye positif,.....”

Selanjutnya Metro TV pun menurunkan berita yang ditemukan dalam teks sebagai berikut

“.....Saya memang sedang dalam fitnah..... saya merasa bahwa media menggunakan opini-opini, bukan berdasarkan fakta sesungguhnya. Saya merasa diperlakukan tidak adil oleh media dalam”

Bahkan lebih dari itu, kompetensi dalam bidang politik sama sekali tidak diangkat dalam teks media, padahal berita pilkada berkait erat dengan kapasitas sebagai pejabat publik. Ranah politik yang secara faktual dirambah oleh para politisi, oleh media tiba-tiba disembunyikan meskipun berita pilkada itu sendiri bersifat politis.

Metro TV dan TV One dalam memberitakan berita politik Ahok dalam berita pilkada justru lebih menonjolkan sisi yang subyektif, seperti suka kasar dan marah-marah. Sisi pribadi itu tampak ketika mengekspose Ahok dengan kegemarannya yang suka marah-marah.

Sementara Anies lebih banyak diberitakan media dari sisi gayanya yang santun, namun kemudian dilemparkan kelembah negative seperti teks dalam guntingan berita sebagai berikut :

“.....Gaya santun yang diperlihatkan dengan tidak mematuhi perintah atasan seperti saat Presiden Jokowi melarang para Menteriya keluar dari Jakarta, kenyataannya justru Anies berangkat “Keluyuran” ke Sulawesi Selatan.....”

“.....Pintar mengolah kata-kata santun dan suka menampilkan santun “Ngeles” seperti contoh program rumah DP Nol persen menjadi DP Nol Rupiah yang sesungguhnya pengertiannya sama saja, namun diolah sedemikian rupa seolah-olah beda.”

Media dalam relasinya dengan berita politik terasa begitu dominan dan tetap menempatkan berita politik dalam posisi “liyan”, stereotype dan terpinggirkan. Sementara media menempatkan diri sebagai dominan dan secara leluasa melakukan konstruksi terhadap berita politik dengan tidak netral.

Dengan perspektif memiliki kekuasaan yang kuat, televisi akan menghardik si lemah melihat untuk dijadikan bulan-bulanan dengan menyodorkan kepada publik. Hubungan yang tidak seimbang dan hierarkis ini sangat terasa dalam realasi antara media dan berita politik.

Televisi Sebagai Lembaga Publik

Televisi dalam merepresentasikan berita politik juga menampilkan relasi antara berita politik dengan institusi terkait. Dalam pemberitaan Ahok hal ini ditemukan, ditampilkan ketika ia sedang memberikan keterangan bahwa ia selalu kooperatif, tertib, memenuhi prosedur.

Sementara itu Ahok ditampilkan Metro TV tampak begitu tidak berdaya dan tidak jarang banyak tayangan yang terang-terang meng "close up" ketika ia sedang marah.....

Sedangkan Anies sering ditampilkan dengan wajah galau, seperti terlihat pada tayangan berita di Metro TV tanggal 3 April 2017 :

".....Ketika pertemuan sekitar setengah jam tersebut usai bermunculan beragam komentar antara lain menyebutkan wajah Anies Baswedan terlihat tidak ceria bahkan terkesan galau.penyebab galanya Anies karena pada pertemuan setengah jam itu Ahok telah menjelaskan sistim keuangan Pemda DKI yang telah menggunakan *e-Budgetting*....."

Meskipun harus diakui siapa pun yang diberitakan memang berada dalam posisi sulit dan menjadi pihak yang kalah, tetapi tampak sekali relasi antara berita politik dan penguasa mencerminkan relasi yang dominatif. Ketika berelasi dengan berita politik nuansanya terasa sangat kuat dengan menempatkan posisi berita politik dalam posisi subordinat. Lembaga atau institusi yang "berkepentingan", oleh televisi ditampilkan begitu dominan, gagah dan angker, sementara berita politisi dalam hal ini Ahok dan Anies seolah ditampilkan sebagai pesakitan yang tidak berdaya sama sekali. Berulangkali televisi mengambil gambar secara "close-up" wajah-wajah berita politik pilkada ketika sedang "tidak berdaya", tatapan kosong dan pernyataan-pernyataan yang emosional dan lain-lain.

Selain itu ketika memberitakan berita politik yang berkaitan dengan berita pilkada, televisi juga menyodorkannya kepada pemirsa dan secara interaktif juga mendapat respons

spontan. Tentu saja apa yang direspons oleh penonton juga berangkat dari tayangan gambar dalam televisi yang sudah dikonstruksikan oleh media. Karena itu ketika berita politik pilkada ditampilkan atas konstruksi media, maka respons pun tidak lepas dari tayangan tersebut. Jadi ketika media merepresentasikan berita politik pilkada lebih pada sisi keberita politiknya, maka pemirsa juga cenderung memapankan apa yang dikonstruksi oleh media itu.

Jadi ketika Anies ditayangkan TV One 15 April 17 pada saat debat pilkada, maka serta merta tanggapan penonton juga semakin memojokan Anies. Terlebih lagi ketika yang dihadapi berita politik itu soal berita pilkada, maka pemirsa semakin menghukumnya dengan berbagai cacik maki dan penilaian bernada sinisme dan cenderung sarkasme, seperti pada teks berikut :

"..... Program uang muka atau *downment payment* nol persen yang digaungkan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan-Sandiaga Uno ternyata tidak mampu mendongkrak elektabilitas pasangan tersebut. Program tersebut justru dianggap negatif yang kemudian berpengaruh pada elektabilitas keduanya....."

Ketika itu kata-kata seperti "huu ...", dan berbagai umpatan lain membanjir keluar dari pemirsa. Penilaian publik terhadap Anies itu mengindikasikan bahwa di dalam masyarakat juga terasa nuansa kekuatannya, atau secara sosiologis sering dikenal sebagai masyarakat kekuasaan, atau paling tidak suatu masyarakat yang kurang memiliki daya sensitivitas kekuasaan. Sebagai indikator adalah, hampir tidak ada komentar yang memberikan pernyataan secara wajar dan proporsional dalam kaitannya dengan kapasitas berita-politik tersebut. Semuanya ditenggalamkan dalam lautan kata-kata yang mengandung stereotype tentang berita politik tersebut.

Konteks Sosiokultural Diskursus Berita

Politik Pilkada DKI Jakarta di televisi akan berarti jika ia ditempatkan dalam identifikasi kultural di mana berita tersebut hadir. Jika tidak, berita tersebut tidak akan berarti bagi khalayak. Itu artinya, awak media pada dasarnya menempatkan peristiwa ke dalam peta makna (*maps of meaning*). Identifikasi sosial, kategorisasi dan kontekstualisasi dari peristiwa adalah proses penting di mana peristiwa itu dibuat berarti dan bermakna bagi khalayak. Proses membuat peristiwa agar kontekstual bagi khalayak ini adalah proses sosial -menempatkan kerja jurnalistik dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakatnya. Ia menjadi latar asumsi (*background assumption*) yang dipahami bersama, yang oleh pemahaman wartawan dipandang bernilai bagi khalayak melalui mana peristiwa bukan hanya dipandang berarti melainkan juga dimengerti oleh khalayak. Ia menjadi asumsi yang kira-kira bagi wartawan dan khalayak disepakati bersama, bagaimana peristiwa seharusnya dijelaskan dan dipahami. Aspek penting dari latar tersebut adalah proses konsensus: memberikan makna bagi peristiwa apa yang diasumsikan oleh wartawan dan apa juga yang diasumsikan oleh khalayak (Eriyanto, 2002: 143).

Stuart Hall juga menjelaskan proses terbentuknya konsensus tersebut bahwa kita berada sebagai anggota masyarakat dan karenanya -itu diasumsikan- kita share dengan pengetahuan budaya yang tersedia yang diikuti juga dengan anggota lain dalam komunitas: dengan kata lain, kita mempunyai peta pemaknaan yang disediakan oleh komunitas. Kita bukan hanya dapat menjelaskan peristiwa ke dalam peta pemaknaan, melainkan juga merefleksikannya. Kita secara tidak langsung mempunyai perspektif yang sama ketika melihat peristiwa. Pada titik ini, konsensus menjadi pengertian bersama yang diyakini kebenarannya baik oleh wartawan maupun khalayak dan dari sinilah komunikasi bekerja (Hall dkk1978, dalam Eriyanto, 2002: 144).

Tesis Hall tersebut menganjurkan bahwa dalam teks senantiasa ada konteks, karena itu tidak mungkin memahami sebuah teks tanpa

mengaitkan konteks. Siapa pun yang ingin memahami sebuah teks, tidak terkecuali teks kitab suci sekalipun, mesti dibaca dengan mengaitkannya pada konteks ketika teks itu diproduksi. Siapa pun yang membaca teks, termasuk dalam praktik budaya, tanpa mengaitkannya dengan konteks kelahirannya atau ketika teks itu diproduksi, maka bukan saja akan kehilangan makna sesungguhnya dari isi dan spirit teks itu, tetapi juga akan menciptakan fanatisme. Jadi tidak ada teks yang disajikan media tanpa konteks dan konteks ini berkaitan dengan dinamika sosio-kultural sebagai arena kehadirannya.

Sebagaimana dikatakan oleh Foucault bahwa teks sebagai praktik sosial dalam konteks tertentu memiliki kaitan dengan konteks sosio-kultural yang lebih luas. Pada penelitian ini, memperlihatkan bagaimana diskursus tentang negara lemah, aparat keamanan lemah, militer kuat, ketidakberdayaan korban, ketundukan pada mistik dan yang berujung pada pengkonstruksian negara gagal dalam melindungi warga dari gangguan keamanan sebagaimana direpresentasikan dalam acara pemberitaan televisi, semua itu berinterelasi dengan konteks masyarakat Indonesia saat. Oleh karena itu pada bagian ini akan menganalisis mengenai konteks sosial budaya dan politik yang berkembang dalam masyarakat Indonesia yang dianggap mempengaruhi diskursus dalam program televisi. John Hartley (1992) mengaitkan studi televisi dengan teks, makna dan khalayak sebagai fenomena tekstual kultural. Berdasarkan asumsi itu, maka dapat digunakan sebagai upaya menjelaskan adanya interelasi antara televisi dan konteks sosiokultural dan politik.

Program pemberitaan Metro TV dan TV One tentang berita politik yang melibatkan Basuki Cahaya Purnama (Ahok) dan Anies Rasyid Baswedan, Ph.D, menghadirkan representasi berita politik yang berusaha melakukan pembelaan diri. Pada situasi tersebut oleh televisi para aktor didiskursuskan sebagai sosok yang gemar marah, emosional dan penampilan sopan satun dan lain-lain. Pengalihan Isu, dan

tidak berdaya dalam menghadapi situasi darurat akibat berita pilkada. Aktor yang mewakili berita politik pilkada tersebut dihadirkan oleh televisi melalui sosok Basuki Cahaya Purnama (Ahok) dan Anies Rasyid Baswedan, Ph.D. Televisi dengan leluasa mengkonstruksi diskursus berita politik dalam sosoknya sebagai politisi kaliber nasional, tetapi rapuh dan lemah. Pertanyaannya adalah apa yang mempengaruhi televisi sehingga berani mengkonstruksikan diskursus seperti itu? Diskursus-diskursus yang dihadirkan televisi tentu berinterelasi dengan kondisi dinamika politik dan sosio-kultural yang berkembang dalam masyarakat Indonesia kontemporer. Artinya, konstruksi berita politik sarat stereotipe oleh televisi tentu berhubungan dengan berkembangnya persepsi terhadap kemampuan para aktor ketika menghadapi masalah berat.

Konteks Diskursus Berita politik

Mencermati pemberitaan Metro TV dan TV One terhadap berita politik pilkada tersebut, mengindikasikan bahwa media sebagai institusi tidak pasif dalam mengkonstruksi berita politik sebagai sasaran, atau menyerahkan diri terhadap perkembangan peristiwanya yang memang ada. Artinya, peristiwa politik maupun sosial budaya terus ada dan media mengikutinya, tetapi ketika terdapa peristiwa yang menurutnya layak diberitakan, di situ media televisi sudah mulai aktif sebagai produsen berita. Televisi pun kemudian memproduksi teks dan kemudian melakukan praktik diskursus yang menyesuaikan dengan konteks sosial budaya yang berkembang dalam publik.

Oleh karena itu ketika media melakukan praktik diskursus berita politik disetereotipekan sebagai gemar kemewahan, maka itu tidak lepas dari konteks sosial budaya yang memang sudah berkembang dalam masyarakat. Benarkah berita politik senantiasa gemar kemewahan? Tentu secara akurat tidaklah demikian, bagaimana pun tidak bisa mengeneralisasi. Akan tetapi justru di sinilah media melakukan generalisasi itu dengan merawat dan melestarikan stereotipe

tentang berita politik agar terus terpelihara dalam masyarakat.

Konsep stereotipe menempati posisi penting dalam citra perspektif berita politik. Suatu stereotipe terdiri dari reduksi person menjadi serangkaian ciri-ciri karakter yang dilebih-lebihkan dan biasanya negatif. 'Pen-stereotip-an mereduksi, mengesensialkan, mengalamiahkan dan mematri "perbedaan" (Hall, 1997: 258). Melalui penggunaan kekuasaan suatu stereotipe menandai batas-batas antara 'normal' dengan yang 'mengerikan', 'kita' dengan 'mereka' (Barker, 2008: 264). Artinya, bahwa pandangan seperti itu terus hidup laten dan mapan, karena memang bersumber dari masyarakat kekuasaan. Secara sosial, penguasa berada di sektor publik dan berita politik diharuskan berada di sektor subyektif. Tetapi sering dibaca terbalik, karena masyarakat sekarang sudah menemukan realitas, bahwa jaman sekarang orang tidak bersikap realistik. Karena itu salah seorang penyiar, ketika memberitakan Anies dengan mengatakan :

“.....Begitulah selama lebih dari dua dekade mengenal Anies, hidupnya terus penuh warna. Ia melihat suaminya yang dulu masih berstatus pacar hingga sekarang tetap pria yang sama. Dia berharap, Anies akan terus menjadi sosok inspiratif”.

Ungkapan ini mencerminkan bahwa media sadar betul tentang karakter budaya khalayaknya, sehingga ungkapan tersebut tidak lain adalah cermin dari pandangan yang umum berlaku pada masyarakat. Kontekstualisasi sosial budaya pemberitaan berita politik pilkada yang distereotipkan dengan melihat para actor dari sisi psikologis maupun di ranah domestic adalah identik ini kemudian juga digunakan media untuk 'menjual' berita politik sebagai kawasan subur untuk bisnis, sehingga sekaligus menjadi sasaran iklan yang menguntungkan. Ketika iklan menjadi basis ekonomi media televisi komersial, maka tidak pelak lagi berita politik akan menjadi objek. Media pun paham betul akan konsturksi sosial budaya seperti itu, sehingga masalah pribadi, rumah tangga

dan ranah domestic lainnya adalah bidikan utama iklan.

Berkembang dalam kultur masyarakat di Indonesia, bahwa belanja barang-barang mewah di Mall dan luar negeri adalah perilaku berita politik, bahkan sudah menjadi 'kodrat'-nya seorang berita politik. Jadi ketika berita politik sekaliber apa pun, atau berkarya di ranah publik dan bahkan juga menjadi politisi, tetap saja oleh masyarakat dipandang tidak akan jauh meninggalkan kebiasaan gemar belanja dan suka akan barang mewah. Konstruksi sosial budaya seperti itu dimanfaatkan secara 'cerdik' oleh media untuk mengeksploitasi representasi 'citra' berita politik pilkada sebagai berita yang mempunyai nilai jual tinggi. Jadi bukan keprofesionalan atau kapasitasnya sebagai politisi yang didiskusikan oleh media, tetapi dicitrakan oleh media sisi yang "layak dijual".

Konteks Diskursus Berita politik (di) Lemahkan

Mengapa media merepresentasikan berita politik dalam posisi (di)lemahkan terhadap berita politik pilkada. Apakah karena kasusnya itu sendiri, atau karena semata-mata bahwa mereka adalah aktor politik. Pertanyaan ini sesungguhnya bukan sekadar ditujukan pada media, tetapi dialamatkan pada masyarakat secara keseluruhan, karena representasi media itu bersumber dan berkaitan dengan konteks sosial budaya yang berkembang dalam masyarakat di Indonesia. Tidak ada yang memungkiri bahwa sebegitu jauh, sekalipun sekarang sudah memilih sistem demokrasi, tetapi bahwa masyarakat kita masih cenderung kuat atau berideologi kekuasaan, dalam banyak hal memang sulit dibantah.

Ahok yang ketika berposisi sebagai profesional di bidang politik dan sebagai birokrat begitu percaya diri dan berwibawa, tetapi oleh media ketika sedang menghadapi masalah hukum dicitrakan sebagai orang yang minta dilindungi dan meminta diringankan hukumannya. Hal ini ditemukan ketika Metro TV dan TV One lebih mengeksplorasi berita di seputar pernyataan Ahok yang mengesankan

tertib terhadap panggilan pihak yang berwajib, diskursusnya adalah bahwa ia minta diringankan hukumannya dan kalau perlu jangan ditahan, tapi cukup tahanan rumah saja. Media tidak cukup menyediakan ruang dan waktu bagi Ahok ketika ia melakukan pembelaan sebagai sosok profesional dan malang melintang dalam dunia politik dan birokrasi. Yang lebih banyak ditayangkan media adalah sisi keberita politiknya itu, yaitu yang 'harus' lemah dan minta dilindungi oleh lembaga terkait yang kuat itu.

Dalam kultur masyarakat kita, institusi terkait identik dengan kuat, karena fungsi yudikatif secara historis memiliki akar yang kuat. Dalam sejarah bangsa Indonesia, terutama pada era kerajaan, dikenal dengan prinsip sabda pandita ratu yang mengandung arti bahwa apa yang dikatakan oleh raja adalah segalanya dan keputusan tertinggi yang sekaligus mengandung fungsi eksekutif, legislatif dan yudikatif. Ketika raja mengatakan A maka semua harus A dan dilaksanakan, tidak ada peluang sedikitpun untuk dibantah. Karena itu raja adalah segalanya, dan sekaligus menjalankan fungsinya, maka secara implisit ia berhadapan dengan penguasa.

Media televisi ketika memproduksi teks dan praktik diskursus sengaja memanfaatkan kondisi keterpurukan itu dengan mengkontekstualisasikan secara sosiokultural. Karena itu media senantiasa mengangkat sisi lemah berita politik ketika berhadapan dengan institusi peradilan yang kuat itu. Bahkan tidak berhenti di situ, media juga terus menayangkan Ahok, hal ini ditemukan, Ahok harus meminta perlindungan kepada penguasa, yaitu yang juga penyidik. Media dalam proses ini terus melakukan reproduksi ideologi kekuasaan masyarakat.

Konteks Diskursus Pengalihan Isu

Tentang mengapa Metro TV dan TV One memproduksi teks dan praktik diskursus terhadap berita politik pilkada ditempatkan pada posisi pengalihan isu juga memiliki konteks sosial budaya yang berkembang

pada masyarakat. Persoalan bagaimana berita politik ditempatkan pada ruang pengalihan isu itu terkait erat pula dengan bagaimana media mensetereotipkan berita politik. Sumber utama stereotipe pengalihan isu itu juga berada pada masyarakat itu sendiri yang memang masih kuat. Bagi media televisi sudah menjadi semacam kebiasaan melakukan stereotipe ini, bukan saja di Indonesia tetapi juga di negara-negara Barat dan Asia pada umumnya.

Berita politik senantiasa di-stereotipkan ke dalam dua hal, yaitu ideal dan menyimpang. Demikian pula penempatan berita politik pada fungsi pengalihan isu itu bersumber pada teks budaya dan agama. Semuanya dianggap wajar dan akhirnya konstruksi sosial budaya seperti itu berjalan lancar tanpa hambatan, sehingga terpatri kuat pada seluruh warga masyarakat. Oleh karena itu tidak mengherankan jika Metro TV dan TV One merepresentasikan berita politik pilkada lebih banyak ditonjolkan sisi keberita politiknya yang secara subyektif harus menjalankan fungsi kepengalihan isu.

SIMPULAN

Pertama, media televisi dalam merepresentasikan berita politik Pilkada DKI Jakarta dalam bentuk teks ternyata bersifat ambigu, dalam arti pada satu sisi teks pemberitaan di seputar Pilkada DKI Jakarta pada awalnya ditampilkan secara formal, serius dan bernuansa formal pada sektor publik melalui jurnalisme presisi, tetapi kemudian ditampilkan secara lebih lunak dengan lebih banyak mengangkat sisi keberita politiknya melalui jurnalisme sensasional. Proses pelunakan berita seperti itu termanifestasi pada politik judul yang mengutamakan sensasi, dramatisasi isi bersumber pada kepentingan penguasa dan ditambah bumbu-bumbu pesan nonverbal yang subyektif.

Sikap media seperti itu tentu tidak netral, melainkan diwarnai kepentingan salah satunya ideologis. Tentang ideologi apa yang bersemayam dalam media televisi, tidak lain adalah ideologi subyektif yang berpengaruh signifikan terhadap proses produksi teks. Ketika

penguasa itu sendiri merupakan teks budaya, maka tidak terlalu mengejutkan jika produksi teks dalam media televisi juga begitu subyektif. Di sini berita politik Pilkada DKI Jakarta yang berada pada sektor publik dan bahkan masuk dalam kawasan politik oleh media televisi tetap dipandang sebagai kondisi perkecualian. Tidak dianggapnya sebagai sesuatu yang sewajarnya, dalam arti ketika berita politik berada di sektor publik adalah kondisi yang sudah selesai atau tidak perlu dipersoalkan lagi. Repotnya kondisi perkecualian itu pun kemudian dipaksa menjadi kebiasaan lama.

Kedua, praktik diskursus yang dilakukan oleh media televisi terhadap berita politik Pilkada DKI Jakarta, masih belum obyektif baik secara individual yang menyangkut awak medianya maupun institusi media itu sendiri. Dapatlah dikatakan bahwa praktik diskursus seperti itu memang bersumber dari proses produksi siaran pemberitaan yang terolah dalam sebuah lembaga media televisi yang masih subyektif. Praktik diskursus semacam itu terasa ironis, karena seharusnya dalam era demokratisasi dan liberalisasi media, nuansa dan muatan berita subyektif yang dilakukan media sudah bisa berkurang secara signifikan, akan tetapi pada kenyataannya belum terjadi, sebagaimana tercermin pada teks maupun praktik diskursusnya terhadap berita politik Pilkada DKI Jakarta.

Produksi teks dan praktik diskursus berita subyektif masih terjadi dalam media televisi seperti itu, hal tersebut mengindikasikan bahwa pada proses produksinya memang sudah diwarnai oleh ketidaksensitifan terhadap obyektifitas berita. Dapatlah dikatakan bahwa dalam kantor redaksi dan studio televisi masih merupakan ruang yang subyektif dan penuh dengan berbagai kepentingan. Apabila ruang produksi masih merupakan ruang yang subyektif maka representasi berita politik oleh media sudah tentu juga tidak sensitif terhadap obyektifitas berita.

Terdapat suasana subyektifitas dalam kantor redaksi, sehingga ruang redaksi televisi mirip dengan situasi ruang pergulatan berbagai

kepentingan. Dalam ruang redaksi adalah sebuah arena di mana berita politik yang obyektif relatif masih tersingkirkan, karena dominasi kepentinganlah yang memenangkan kelaikan berita. Rapat dewan redaksi aktornya masih banyak penguasa dan lebih dari itu persepektifnya juga belum memiliki kesadaran obyektifitas yang memadai, sehingga ketika melihat berita politik juga melihatnya dari sudut kepentingan penguasa. Kebijakan redaksional, penempatan orang, peliputan dan teknik pengambilan gambar pun masih diliputi oleh nuasan berita subyektif itu, akibatnya ketika melihat berita politik maka hasil produksi siarannya masih menempatkan berita politik syarat stereotip atau prasangka subyektifitas.

Ketiga, ambiguitas media dalam merepresentasikan berita politik bukanlah kebetulan, tetapi berkait erat dengan proses-proses sosial dan budaya yang hidup dan berkembang dalam masyarakat sebagai lingkungannya. Media televisi seperti Metro TV dan TV One yang sebenarnya merupakan media yang lebih bernuansa politik karena memang sebagai televisi berita, tetap saja merepresentasikan berita politik dari sudut pandang penguasa. Bahkan berita politik yang jelas-jelas harus diberitakan secara obyektif, kedua media televisi tersebut tetap tidak bisa menghindar dari dorongan untuk menampilkannya serta dikonstruksikan sebagai kepentingan penguasa secara sosio-kultural. Pelemparan berita politik dari arena diskursus politik oleh media ini mengindikasikan bahwa media tetap memandang berita politik secara subyektif.

Proses penetapan (*stereotyping*) ini tidak lepas dari proses-proses sosial-budaya sebelumnya yang juga merambah pada ranah kognisi atau struktur mental para armada yang dalam proses produksi pemberitaan. Suasana ruang redaksi masih berasa subyektif bukan saja dalam arti jumlah armada penguasanya yang sering kali lebih banyak daripada jumlah armada yang idealis. Belum lagi, secara sosio-kultural profesi jurnalis itu sendiri dalam atmosfer masyarakat Indonesia masih

cenderung milik penguasa. Karena itu tidak mengherankan jika mereka ini mengkonstruksi berita politik yang mereka kemas dalam produk pemberitaan juga bernuansa subyektifitas.

Dalam konteks realitas yang termediasi, penelitian ini mengikuti argumen teori politik representasi media yang berasumsi bahwa realitas media bukanlah cermin masyarakat. Realitas media adalah realitas yang terkonstruksi oleh kekuatan media sebagai institusi yang aktif. Di samping itu media juga terus melakukan seleksi atas realitas masyarakat melalui proses pengkerangkaan (*framing*) mulai dari kapasitas reporter, redaktur, kebijakan redaksional, hingga kepentingan pemilik media. Oleh karena itu ketika menghadirkan realitas berita politik Pilkada DKI Jakarta, media televisi juga terbukti mengikuti argumen politik representasi media. Ketika jurnalis dan ruang redaksi masih subyektif maka hasil liputan ketika menghadirkan berita politik juga tidak bisa menyembunyikan berita subyektifnya.

Terlepas dari kemungkinan membelokan realitas masyarakat ke dalam realitas media yang bias kepentingan tersebut, sesungguhnya argumen politik representasi media memiliki potensi untuk menghadirkan berita politik yang lebih partisipatoris. Ketika realitas masyarakat, sebagaimana temuan penelitian ini, masih bersifat subyektif, di situ media sebenarnya mempunyai potensi untuk mengkonstruksi dengan menghadirkan berita politik yang tidak seperti realitas subyektif yang berlaku pada masyarakat. Akan tetapi potensi dan peluang itu tidak dilakukan oleh media televisi dan bahkan semakin menguatkan ideologi subyektif yang berkembang dan berlaku pada masyarakat sebagai lingkungan sosial dan budayanya.

Temuan penelitian ini, media televisi menghadirkan berita politik dalam mentalitas subyektif. Modus media subyektif yang merepresentasikan berita politik seperti itu sesuai dengan argumen yang diungkapkan oleh Judith Butler (1995), kategori berita politik muncul dari proses yang menghasilkan obyektifitas, suatu proses yang ia sebut “performativitas”, yang didefinisikan sebagai suatu kerja yang

sedang berlangsung, berasal dari teori tindakan-ucapan, suatu performatif ialah “praktik-praktik diskursif yang menghasilkan atau menetapkan apa yang disebutnya kemudian sebagai menandai kekuasaan konstitutif atau produksi diskursus (Butler, 1995: 134). Butler kemudian mengembangkan dengan prinsip keterulangan, yaitu bagaimana praktik-praktik yang berulang itu menghasilkan perasaan subyektifitas, berita politik dan penguasa. Butler menempatkan performativitas di dalam konteks diskursus atau diskursus regulatif. Dengan meminjam Foucault, Butler memahami diskursus sebagai persenyawaan ide-ide, tindakan-tindakan, kepercayaan-kepercayaan dan sikap-sikap yang secara sistematis menghubungkan dan membentuk dunia-dunia dan subyek-subyek yang mereka bicarakan. Maka pelaksanaan obyektifitas tunduk pada diskursus regulatif yang berbeda lintas sejarah dan kebudayaan, tetapi yang mengendalikan apa yang dapat dilakukan seseorang untuk bertindak sebagai penguasa. Karena performativitas tunduk kepada keterulangan dan diskursus regulatif, subyektifitas dialami sebagai suatu identitas inti yang dimiliki bersama setiap orang.

Selain itu temuan penelitian ini, media telah melakukan performativitas dengan memproduksi diskursus berita politik subyektif secara berulang-ulang dan regulatif. Melalui produksi teks dan praktik diskursus, media televisi secara merepresentasikan berita politik tetap dalam bingkai mentalitas subyektif, sehingga berita obyektif terus sebagai obyek yang dilemahkan.

Ironisnya media melakukan semua itu justru ketika sistem politik di Indonesia sudah demokratis. Fakta ini mengindikasikan bahwa perubahan sistem politik tidak berkaitan secara signifikan terhadap sikap media terhadap berita politik. Berita subyektif yang menjadi masalah dalam demokrasi, justru malah berkembang dan menetap dalam media televisi ketika merepresentasikan berita politik. Potensi media untuk mengkonstruksi realitas, tidak digunakannya ke arah representasi berita politik yang lebih partisipatoris. Justru

media mereproduksi realitas sosial budaya masyarakat yang masih subyektif dan kurang memiliki kepekaan obyektifitas. Dengan kata lain, perubahan sistem politik demokratis dan liberalisasi media tidak berbanding lurus dengan perubahansikapmediadalammerepresentasikan berita politik secara kritis, dalam arti ke arah emansipatoris dan partisipatoris. Justru media dalam era demokrasi dan liberalisasi media, tetap melakukan produksi diskursus subyektif, sehingga media televisi menjadi bagian dari reproduksi masyarakat subyektif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai sebuah studi teks terkait dengan persoalan obyektifitas. Akan tetapi oleh karena ke depan peran media dalam masyarakat modern semakin penting, maka perlu terus dilakukan pencermatan terhadap media massa, terutama tentang konten yang berkaitan dengan problem obyektifitas. Posisi media yang begitu penting dan bahkan telah menjadi bagian keseharian kehidupan politik, ekonomi dan sosial budaya masyarakat Indonesia, menuntut sesuatu yang imperatif untuk terus melakukan studi media.

Oleh karena studi ini hanya terbatas pada teks dalam bentuk pemberitaan, maka masih perlu diadakan studi di seputar berita politik Pilkada DKI Jakarta yang berfokus pada resepsi khalayak berita politik sendiri. Melalui studi resepsi, akan semakin membuka peluang bagi perumusan sebuah tesis yang berguna bagi kepentingan kelengkapan literasi media yang obyektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Irwan. 1997. Sangkan Paran Obyektifitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alatas, Syed Hussein. 1986. Sosiologi, Sebuah Penjelajahan dengan Data Kontemporer. Jakarta: LP3ES.
- Austin, J. L. 1962. How to Do Things With Words. Oxford: University Press.
- Barker, Chris, 2000. Cultural Studies: Theory and Practice. London: Sage

- Publications.
- Barker, Chris, 2004. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Diterjemahkan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Diskursus.
- Berger Peter dan Luckman, Thomas. 1990 "Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan". LP3ES, Jakarta.
- Budi, Setio, *Industri Televisi Swasta Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Politik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume I Nomor 1. Tahun 2004. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Butler, Judith. 1995. *Contingent Foundations*. Dalam Seyla Bendhabib dkk. (ed.), *t Contention*. New York: Routledge.
- Creswell, J.W. 1998. *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. London: Sage.
- Curran, James, Michael Gurevitch & Janet Woollacott (1982): 'The study of the media: theoretical approaches'. In Gurevitch et al. (Eds.), *op. cit.*
- Eriyanto. 2008. *Analisis Diskursus: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Fairclough, Norman, 1998. "Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The University", dalam *Critical Discourse Analysis*, London and New York, Longman.
- Fakih, Mounsur. 1996. *Menggeser Konsep Obyektifitas dan Transformasi Sosial*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Fakih, Mansour. 2003. *Analisis Obyektifitas dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fiske, J. 1987. *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske, John (1992): 'British Cultural Studies and Television'. In Allen (Ed.), *op. cit.* [includes summary of Hall's account of 'preferred readings' and alternative reading strategies: pp 292-3]
- Foucault, Michel. 1990. *Power and Knowledge*. New York: Phanteon.
- Garnham, Nicholas. "Political Economy and Cultural Studies: Reconciliation or Divorce?" dalam *Critical Studies in Mass Communication*, (March/1995): 62-71.
- Goodin, Robert. E, and Klingemann, Hans-Dieter. 1996 *Political Methodology: New Handbook of Political Science*. 769—86. New York.
- Goodin, Robert. E, and Klingemann, Hans-Dieter. "Contribution to a Political Economy of Mass Communication" dalam *Media and Cultural Studies: Keyworks*, eds. Meenakshi Gigi Durham and Douglas Kellner. Malden, Mass: Blackwell Publishers, 2001.
- Goodin, Robert. E, and Klingemann, Hans-Dieter. "The Political Economy of Communication Revisited" dalam *The Handbook of Political Economy of Communications*, eds. Wasko, Janet, Graham Murdock, dan Helena Sousa. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell, 2011.
- Guba, Egon G dan Lincoln, Yvonne S, *Competing Paradigms in Qualitative Research*, dalam Denzin, Norman K, dan Yvonna 8 Lincoln, eds, *Handbook of Qualitaritve Research* (London : Sage Publication.
- Gurevitch, Michael, Tony Bennett, James Curran & Janet Woollacott (Ed.) (1982): *Culture, Society and the Media*. London: Methuen (Part 1, 'Class, Ideology and the Media')
- Guy Cook. 1994. *The Discourse of Advertising*, London and New York, Routledge.
- Hall. S. 1997. "The Spactacle of the Other" dalam S. Hall (ed.) *Representations*. London and Thousand Oaks: Sage.
- Hidayat, Dedy Nur. 1995. *Indonesia : The Challenge of Change*, bab IX : *Media between the Palace and the Market*,

- University of Hawai Press
- Hidayat, Dedy N, EffendiGazali, Harsono Suwardi, Ishadi SK. (Ed). 2000. *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Hegemony*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ibrahim, Idi Subandy & Sunarto, Hanif (Eds.). 1998. *Berita politik dan Media : Konstruksi ideologi obyektifitasdalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ismail, Yusca. 1997. *Kepentingan Komersial vs Kepentingan Idiil: Sebuah Kenyataan, makalah seminar Harmonisasi Ruang Publik dan Komersialisme Dalam Pertelevisian Kita, Asosiasi Pascasarjana Komunikasi Universitas Indonesia*
- Krishnan, P. dan Dighe, A. 1990. *Affirmation and Denial: The Construction of Femininity on India Television*. London and Newbury Park, CA: Sage.
- Liliweri, Alo. 1994. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*, terj Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Denis. 2005. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication: 2002; Noam Chomsky. *Kuasa Media*, Terj. Nurhady Sirimorok. Yogyakarta: Pinus.
- Mishra. V. 1985. *Toward a Theoretical Critique of Bombay Cinema*, Screen. 26.
- Piliang, Amir Yasraf (1998), *Masih Adakah 'Aura' Berita politik di Balik 'Euphoria Media dalam Idi Subandi Ibrahim dan Hanif Suranto (Ed), Berita politik dan Media, Konstruksi Ideologi obyektifitasdalam Ruang Publik Orde Baru*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Piliang, Amir Yasraf. 1994. *'Estetika dan Abnormalitas: Seni dan Komponen Komoditi'*, *Majalah Kajian Ekonomi dan Sosial Prisma*, LP3ES, No. 11, 1994.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya
- Mulyana, Dedy, Idi Subandy Ibrahim. 1997. *Bercinta Dengan Televisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nugroho, Garin. 1995. *Kekuasaan dan Hiburan*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi*. Diterjemahkan oleh Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Diskursus.
- Samovar, Larry A. 1985. *Communication Between Culture*. (4th edition) Wadsworth Pub. Co.
- Sardar, Ziauddin dan Borin Van Loon. 2008. *Membongkar Kuasa Media*. Diterjemahkan Dina Septi Utama. Yogyakarta: Resist Book.
- Shoemaker, J. Pamela, Stephen D. Reese, 2001, *Mediating The Messages, Theories of Influences on Media Content, USA* : Longman Publishers.
- Siregar, Ashadi (1998), *Media Berita politik, Apakah Produk Dikotomi Pria-Berita politik?*, dalam Idi Subandi Ibrahim dan Hanif Suranto (Ed), *Berita politik dan Media, Konstruksi Ideologi obyektifitasKonstruksi Ideologi obyektifitasdalam Ruang Publik Orde Baru*, Bandung :Remaja Rosdakarya.
- Siregar, Ashadi. 1998. *Bagaimana Meliput dan Menulis Untuk Media Massa*. Yogyakarta: LP3Y
- Siregar, Ashadi., Rondang Pasaribu.....& Imay Prihastuti. 2002. *Eksplorasi Obyektifitasdi Ranah Jurnalisme*. Yogyakarta: LP3Y
- Severin, Werner dan Tankard, Jr. W, 2001. *Communication Theories: Origins, Methode, and Use in the Mass Media*. Chicago: Addison Wesley Longman, Inc.
- Straus A. dan J. Corbin. 1990. *Basic of*

- Qualitative Research: Grounded Theories, Procedure, and Technique. California: Sage Publications. Inc.
- Storey, John. 1996. *Culture Studies and The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Athens: The University of Georgia Press.
- Storey, John. 2007. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Subono, Nur Iman. 2003. Menuju Jurnalisme Yang Berspektif Obyektifitas. *Jurnal Berita politik*. Vol. 28 No.2.
- Tajfel, H. & Forgas, J. P. 1981. Social categorization: Cognitions, Values and Groups. dalam J. P. Forgas (ed.), *Social Cognition: Perspectives on Everyday Understanding*. London: Academic Press.
- Thwaites, Tony. Lloyd Davis, Warwick Mules. 2002. *Introducing Cultural and Media Studies: Sebuah Pengantar Semiotik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Williams. R. 1965. *The Long Revolution*. London: Penguin.
- Wilska, Terhi-Anna. 2003. "Mobile Phone Use as Part of Young People's Consumption Styles" dalam *Journal of Consumer Policy* 26: 441-463, 2003. Netherlands: Kluwer Academic Publishers