

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tujuan jurnalisme adalah melaporkan kebenaran, namun tugas ini bukan pekerjaan sederhana. Ada berbagai kepentingan ikut “berbicara”, yang akhirnya memberi bentuk kebenaran yang disampaikan. Itu terjadi saat reporter mengumpulkan fakta di lapangan, siapa yang diwawancarai, apa yang ditanyakan, bagaimana berita ditulis, bagian mana ditonjolkan dan bagian mana diabaikan, hingga saat redaktur melakukan penyuntingan dan pemuatan. “Pers atas pilihannya sendiri telah menempatkan diri di tengah ketegangan antara pihak yang memiliki kepentingan dan khalayak sebagai konsumen berita. Dengan posisinya itu, pers menanggung kewajiban utama menyampaikan kebenaran melalui, antara lain, sikap tak memihak. Dengan kata lain, pers dituntut menyampaikan kebenaran melalui pemberitaan objektif” (Siahaan, et al., 2001, p.60).

Objektivitas menurut McQuail (Siahaan, p.69), objektivitas memiliki dua dimensi, yaitu *factuality* dan *impartiality*. Melalui beberapa dimensi lagi, *factuality* terbagi menjadi delapan indikator, yaitu fakta sosiologis, fakta psikologis, *check and recheck*, *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timelines*, dan *proximity*. Sedangkan dimensi *impartiality* pada akhirnya terbagi menjadi lima indikator, yaitu pencampuran opini dan fakta, kesesuaian judul dan isi, dramatisasi, *cover both sides*, dan evaluasi sisi positif dan negatif. Dengan begitu, ada tiga belas indikator untuk mengukur objektivitas. Objektivitas merupakan ukuran sejauh mana sebuah berita dituliskan berdasarkan indikator-indikator objektivitas pada media massa.

Dengan adanya media massa, informasi bisa disebarkan kepada masyarakat luas. Media massa, seperti radio, televisi, internet, majalah, dan surat kabar, hadir dengan karakteristik yang berbeda dan juga mempunyai target *audience* yang berbeda. Masing-masing media massa berhak untuk mencari dan menuliskannya dengan cara yang berbeda sesuai kepentingan dan tujuan yang hendak dicapai. Adanya kepentingan pribadi yang berbeda dalam tubuh media massa itu sendiri sangat mempengaruhi bagaimana dan kemana arah pemberitaan

dibawa. Selain masalah kepentingan, latar belakang wartawan yang berbeda juga mempengaruhi bagaimana dia memandang sebuah peristiwa yang terjadi, yang juga memungkinkan sebuah berita ditulis dengan komponen yang berbeda.

Peristiwa-peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat mengundang perhatian media dan menyajikannya kepada masyarakat luas. Peristiwa tersebut bisa saja tentang politik, sosial budaya, ekonomi, dan pendidikan. Informasi tersebut dipandang secara kritis sebelum diproduksi dan disebarkan. Peristiwa atau fenomena-fenomena yang menjadi perhatian media penting untuk diketahui karena menyangkut kehidupan banyak orang dan secara tidak langsung juga mempengaruhi aspek kehidupan yang lain, dan kemudian akan mempengaruhi kelangsungan pembangunan sebuah bangsa. Dengan begitu, sangat memungkinkan para pembaca untuk menyampaikan pikiran atau perasaannya kepada masyarakat lain melalui media tersebut.

Salah satu contoh fenomena seperti yang disebutkan di atas adalah Pemilihan Umum Legislatif Indonesia tahun 2009. Pemilu adalah peristiwa yang penting bagi sebuah negara, karena seluruh kehidupan di negara tersebut sangat tergantung dari kebijakan-kebijakan partai politik yang menang dalam Pemilu Legislatif. Menurut UU No. 10 Tahun 2008 tentang Pemilu menyebutkan bahwa Pemilihan Umum, selanjutnya disebut Pemilu, adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. Dan Pemilu Legislatif adalah Pemilihan Umum dimana rakyat bisa memilih wakil-wakilnya (DPD, DPRD, dan DPR) secara langsung.

Pemilu 2009 akan dilaksanakan pada tanggal 9 April 2009. Tahapan pertama Pemilu dimulai dengan tahap Pendaftaran Pemilih pada tanggal 5 April 2008. Melalui beberapa tahapan, Pemilu legislatif 2009 diakhiri dengan tahapan pengucapan sumpah atau janji pada Juni 2009 sampai dengan 1 Oktober 2009. Dalam masa kampanye non massa dan kampanye massal, setiap partai politik berusaha untuk mensosialisasikan visi, misi, prestasi-prestasi atau keberhasilan yang telah diraih, kelebihan-kelebihan, dan janji-janji partai, untuk meraih simpati dari masyarakat.

Menurut UU No. 2 tahun 2008 pasal 1 tentang Partai Politik, partai politik adalah organisasi yang bersifat nasional dan dibentuk oleh sekelompok warga negara Indonesia secara sukarela atas dasar kesamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan dan membela kepentingan politik anggota, masyarakat, bangsa dan negara, serta memelihara keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. UU No. 2 tahun 2008 ini dibuat dengan menimbang bahwa Undang-Undang sebelumnya, yaitu UU No. 31 Tahun 2002 tentang Partai Politik perlu diperbarui sesuai dengan tuntutan dan dinamika perkembangan masyarakat.

Pada Pemilu 2004, partai-partai besar mendapat porsi pemberitaan lebih banyak. Partai-partai tersebut antara lain Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Golkar, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Amanat Indonesia (PAN) (Dominasi Partai Besar, 2009, p.2). Begitu juga awal-awal masa kampanye Pemilu Legislatif 2009, partai-partai besar lebih banyak diberitakan di harian cetak surat kabar dari pada partai kecil. Partai-partai besar yang diberitakan meliputi Partai Golkar (Golongan Karya), PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan), PAN (Partai Amanat Nasional), PPP (Partai Persatuan Pembangunan), PKB (Partai Kebangkitan Bangsa), PKS (Partai Keadilan Sosial), dan PD (Partai Demokrat). Sebanyak empat puluh empat partai politik akan ikut serta dalam Pemilu 2009 (Sari, 2008, p.9). Hampir sama dengan Pemilu 2004, pemberitaan Pemilu Legislatif 2009 juga didominasi oleh partai-partai besar seperti, Partai Golkar, PDIP, PAN, PKS, PPP, PKB, dan Partai Demokrat.

Pada penelitian ini, pemberitaan hanya dibatasi pada partai yang berhasil melewati *Electoral Threshold* pada pemilu 2004, yaitu partai yang memperoleh sekurang-kurangnya tiga persen jumlah kursi DPR dan itu merupakan syarat untuk mengikuti pemilu berikutnya. Partai-partai politik tersebut antara lain, Partai Golkar, PDIP Perjuangan, Partai Kebangkitan Bangsa, Partai Persatuan Pembangunan, Partai Demokrat, Partai Keadilan Sejahtera, dan Partai Amanat Nasional (*Electoral Threshold*, 2004, p.2). Disamping karena melewati *Electoral Threshold*, ketujuh partai ini dipilih karena pemberitaannya pada media cetak surat kabar mendapat porsi lebih banyak daripada partai-partai lainnya.

Adanya pemberitaan tentang partai politik di media massa membawa dampak yang baik bagi masyarakat. Dengan adanya pemberitaan tersebut, masyarakat atau pembaca setidaknya mengetahui informasi dan perkembangan yang terjadi pada parpol yang nantinya akan mengatur kehidupan mereka. Dan melalui pemberitaan di media massa, masyarakat mengetahui perkembangan partai politiknya dalam melakukan aktivitas kampanye, pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan sepanjang kampanye, koalisi yang dijalin dengan partai lain, maupun pendapat-pendapat masyarakat atau para tokoh tentang partai tertentu. Sehingga dengan adanya pemberitaan-pemberitaan tersebut, masyarakat bisa memilih wakil-wakil rakyat berdasarkan informasi yang mereka diperoleh.

Bagaimana pemberitaan partai politik di media massa akan membawa pengaruh bagi pembacanya, dan tidak mustahil hal tersebut juga akan berpengaruh pada pilihan suara yang akan dijatuhkan pada pemilu nanti. Selama ini banyak tindakan negatif yang dilakukan wakil-wakil rakyat yang turut menyeret nama partai politik ke arah negatif, seperti kasus suap Al Amin Nasution, kasus korupsi Agus Condro, atau kasus perselingkuhan dan pelecehan seksual oleh anggota dewan. Hal-hal tersebut berpotensi untuk menurunkan simpati masyarakat pada individu maupun parpol yang bersangkutan.

Media yang digunakan pada penelitian ini adalah surat kabar, karena masyarakat Indonesia masih sangat tergantung pada media ini daripada media massa lainnya. Beberapa surat kabar yang digunakan adalah *Kompas*, Jawa Pos, Suara Pembaruan, dan Media Indonesia. Pemilu merupakan isu nasional yang menyangkut kepentingan seluruh masyarakat Indonesia, sehingga peneliti memilih harian surat kabar nasional (yang penyebarannya hampir di sebagian besar wilayah Indonesia) dalam penelitian ini, untuk menjangkau seluruh masyarakat Indonesia yang tersebar di banyak pulau. Oplah Jawa Pos rata-rata dalam sehari adalah 450.000 eksemplar, dengan segmen pembaca masyarakat menengah ke atas. Sedangkan oplah *Kompas* 75.000 per hari untuk wilayah Jawa Timur sampai ke bagian Indonesia paling timur, dengan segmen pembaca masyarakat menengah ke atas. Dari segi jenis kelamin, *Kompas* dibaca oleh 78% pria dan 22% wanita. Dari segi jenis pekerjaan, 30% karyawan, 17% wiraswasta, 17% Pegawai Negeri Sipil (PNS), dan jenis pekerjaan lainnya sebanyak 36%.

Berdasarkan usia, pembaca *Kompas* dibaca oleh usia termuda sampai dengan 29 tahun sebanyak 14%, 30 sampai 34 tahun sebanyak 15%, 35 sampai dengan 39 tahun sebanyak 18%, 40 tahun sampai dengan 44 tahun sebanyak 12%, 45 tahun sampai dengan 49 tahun sebanyak 9%, dan usia 50 tahun ke atas sebanyak 22%. Peredaran Suara Pembaruan meliputi sekitar 85% di Jabodetabek dan 15% di kota-kota lain di Indonesia. Banyak kalangan menilai Suara Pembaruan adalah koran sore terbesar di Indonesia. Menurut Nielsen Media Research, profil pembaca Suara Pembaruan adalah pria (67%), usia 30-39 tahun (51%), usia 20-29 tahun (38%), SES A1, A2 (40%), white collar (56%), blue collar (25%), pendidikan SLTA (58%) dan universitas (25%). Sedangkan Media Indonesia memiliki oplah rata-rata 250.000 eksemplar per harinya. Adanya kolom 'Info Lelang' pada surat kabar ini merupakan bukti bahwa harian ini tersebar di seluruh Indonesia, karena syarat dari diberlakukannya kolom ini adalah harus memiliki sirkulasi di semua kecamatan di Indonesia.

Pada sebuah pemberitaan di surat kabar *Kompas*, Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) diberitakan menyampaikan keberhasilannya selama hampir lima tahun memimpin sebagai presiden dalam kampanyenya di Jakarta (SBY Sampaikan Keberhasilannya, 21 Maret 2009). Dalam berita tersebut, yang menjadi nara sumber satu-satunya adalah SBY. Sehingga apabila dilihat dari kategori *cover both sides*, berita ini tidak objektif karena yang menjadi nara sumber dalam pemberitaan itu hanya dari satu pihak, yaitu SBY.

Contoh berita lain yang dikutip dari surat kabar Media Indonesia menyebutkan: "Upaya mencegah pelibatan anak dalam kampanye dilakukan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) di Lapangan Gasibu Bandung, Jawa Barat, kemarin, tidak berjalan optimal. Padahal PKS sengaja membangun tenda penitipan anak agar anak-anak bebas dari kampanye" (Parpol Sulit Cegah Anak dalam Kampanye, 30 Maret 2009, p.1). Terdapat opini wartawan dalam paragraf tersebut, ditandai dengan adanya kata "padahal". Dengan demikian, berita ini tidak objektif dilihat dari kategori pencampuran fakta dan opini.

Berdasarkan dua gejala tersebut, peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi mengenai sejauh mana tingkat objektivitas pemberitaan partai politik selama masa

kampanye pada media cetak surat kabar. Peneliti memilih topik objektivitas pemberitaan, karena tidak ada pemberitaan yang benar-benar objektif.

Dari segi waktu, peneliti memilih pemberitaan partai politik dari tanggal 17 Maret 2009 sampai dengan 6 April 2009. Komisi Pemilihan Umum mengeluarkan keputusan mengenai jadwal kampanye dalam bentuk rapat umum partai politik peserta Pemilu 2009, yaitu pada tanggal 17 Maret 2009 sampai dengan 5 April 2009, dan dimulai dengan kampanye damai pada tanggal 16 Maret 2009. Dipilihnya periode waktu ini diharapkan akan dapat melihat bagaimana objektivitas pemberitaan media massa terhadap partai politik di pada masa pelaksanaan kampanye.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, perumusan masalah dalam masalah ini adalah :

“Bagaimana objektivitas pemberitaan partai politik peserta Pemilu Legislatif 2009 selama masa kampanye massal pada harian *Kompas*, Jawa Pos, Suara Pembaruan, dan Media Indonesia?”

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana objektivitas pemberitaan partai politik peserta Pemilu Legislatif 2009 selama masa kampanye massal pada harian *Kompas*, Jawa Pos, Suara Pembaruan, dan Media Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan terhadap isi media massa tentang objektivitas pemberitaan partai politik ditinjau dari konstruksi kategori objektivitas yang digunakan dalam harian surat kabar dengan menggunakan metode analisis isi di bidang Ilmu Komunikasi. Konstruksi kategori objektivitas tersebut meliputi fakta sosiologis, fakta psikologis, *check* dan *recheck*, *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timelines*, *proximity*, pencampuran

fakta dan opini, kesesuaian judul dan isi, dramatisasi, *cover both sides*, evaluasi sisi negatif dan positif.

1.4.2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi media massa (*Kompas*, Jawa Pos, Suara Pembaruan, dan Media Indonesia) sebagai masukan mengenai objektivitas pemberitaan partai politik peserta pemilu 2009 pada masa kampanye 2009.

1.5. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Topik yang dibahas adalah Objektivitas Pemberitaan Partai Politik Peserta Pemilu 2009 pada Masa Kampanye di Empat Surat Kabar Nasional.
2. Surat kabar yang dipilih adalah *Kompas*, Jawa Pos, Suara Pembaruan, dan Media Indonesia. Alasan memilih surat kabar ini adalah karena keempat surat kabar ini merupakan surat kabar nasional, dan topik yang diteliti adalah pemberitaan Partai Politik Peserta Pemilu Legislatif 2009, dimana topik ini merupakan isu nasional yang menyangkut kepentingan seluruh masyarakat Indonesia.
3. Jenis berita yang diteliti adalah semua jenis berita, pada bahasan politik mulai tanggal 17 Maret 2009 sampai dengan 6 April 2009, dimana waktu tersebut merupakan waktu kampanye massal (16 Maret 2009 sampai dengan 5 April 2009).
4. Pemberitaan partai politik yang menjadi bahasan pada penelitian ini adalah pemberitaan Partai Golkar, PDI Perjuangan, Partai Kebangkitan Bangsa, Partai Persatuan Pembangunan, Partai Demokrat, Partai Keadilan Sejahtera, dan Partai Amanat Nasional. Ketujuh partai politik ini dipilih karena melewati *Electoral Threshold* pada Pemilu 2004, yaitu batasan untuk bisa mengikuti Pemilu berikutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

1. Pendahuluan

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan hal-hal atau fenomena politik dan komunikasi yang melatarbelakangi penelitian ini. Untuk itu peneliti juga mencantumkan rumusan masalah yang akan dibahas. Pada bab ini peneliti juga menjelaskan tujuan apa yang ingin dicapai, serta manfaat dari penelitian tersebut. Terdapat juga batasan penelitian, serta sistematika penulisan dalam penelitian ini.

2. Kerangka Teori

Bab II ini menguraikan teori-teori untuk pendukung penelitian yang dilakukan. Teori-teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori berita, teori objektivitas (dengan konstruksi kategori fakta sosiologis, fakta psikologis, *check* dan *recheck*, *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timelines*, *proximity*, pencampuran fakta dan opini, kesesuaian judul dan isi, dramatisasi, *cover both sides*, evaluasi sisi negatif dan positif), teori analisis isi, penjelasan tentang berita, partai politik, dan sistem pemilu Indonesia. Selanjutnya, dalam bab ini juga menguraikan nisbah antar konsep, dan kerangka berpikir.

3. Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metode dalam penelitian, yaitu definisi konseptual yang menjelaskan definisi objektivitas media dan pemberitaan partai politik, definisi operasional (dengan konstruksi kategori fakta sosiologis, fakta psikologis, *check* dan *recheck*, *significance*, *magnitude*, *prominence*, *timelines*, *proximity*, pencampuran fakta dan opini, kesesuaian judul dan isi, dramatisasi, *cover both sides*, evaluasi sisi negatif dan positif), jenis penelitian yaitu deskriptif kuantitatif, metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi kuantitatif, populasi dan sampel, metode penarikan sampel berupa *purposive sampling*, metode pengumpulan data dengan cara dokumentasi, dan teknik analisa data.

4. Analisis Data

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan tentang profil media yang digunakan, dan membahas topik penelitian menggunakan tabel tunggal dan tabel silang. Kemudian hasil dari penelitian tersebut akan dihubungkan dengan permasalahan yang diangkat pada bab pertama.

5. Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini, peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian dan saran-saran.