

4-1-2004

Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Studi Pesan Politik dalam Media Cetak pada Masa Pemilu 1999)

Ibnu Hamad

Universitas Indonesia, abumawla@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/hubsasia>

Recommended Citation

Hamad, I. (2004). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Studi Pesan Politik dalam Media Cetak pada Masa Pemilu 1999). *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 8(1), 21-32. <https://doi.org/10.7454/mssh.v8i1.77>

This Original Research Article is brought to you for free and open access by UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Makara Human Behavior Studies in Asia by an authorized editor of UI Scholars Hub.

KONSTRUKSI REALITAS POLITIK DALAM MEDIA MASSA (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)

Ibnu Hamad

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Depok 16424, Indonesia

E-mail: abumawla@yahoo.com

Abstrak

Selama kampanye Pemilu 1999 umumnya media massa Indonesia mengkonstruksikan partai politik ibarat grup musik; dan menjadikan para tokohnya sebagai selebritis. Pada masa itu, koran-koran nasional menggambarkan partai politik sebagai alat pengumpul massa. Sementara fungsi parpol sebagai perantara (*broker*) dalam suatu bursa ide-ide (*clearing house of ideas*) dalam kehidupan berdemokrasi tidak terlihat dalam pengkonstruksian tersebut. Menariknya, hal itu terjadi dalam kondisi dimana setiap media memiliki motivasi yang berbeda-beda, entah itu ideologis, idealis, politis, ataupun ekonomis, dalam membuat berita politik.

Abstract

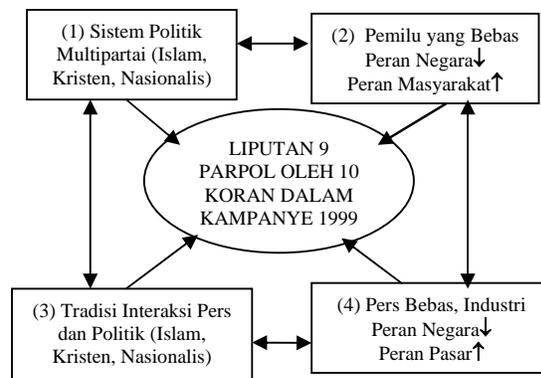
During the 1999-campaign period generally the mass media in Indonesia constructed political parties like a music group; and present the politicians acts as celebrities. At that time, national newspapers describe political parties as the instrument to harvested masses. Meanwhile the political party functions, as broker within the clearinghouse of ideas in the democratic lives didn't appear within the political party's discourse. In spite of the media have different interests one each other in news making the political parties, such as ideological, idealism, political, and economic or market factors.

Keywords: Mass media, politics, construction of reality, public opinion, critical discourse analysis (CDA)

1. Pendahuluan

Dalam kurun waktu tahun 1999 sekurang-kurangnya ada empat momentum penting yang terkait dengan liputan politik, khususnya *event* Kampanye Pemilu 1999. Keempat momentum itu, seperti terlihat dalam bagan 1, adalah (1) Sistem politik yang bebas dengan jumlah partai yang banyak (48 dari 141 parpol ikut Pemilu 1999) serta asas partai yang beragam : Islam, Kristen, Nasionalis, Sosialis, Kerakyatan, Pancasila; sebuah kenyataan politik yang mengingatkan kita pada masa Liberal tahun 1955-1959 (Budiardjo, 1998; Feith, 1999; dan Litbang Kompas, 1999). (2) Penyelenggaraan Pemilu 1999 yang bebas, dalam arti naik atau besarnya peran masyarakat sehingga hampir-hampir meniadakan peran negara. Banyak yang menilai Pemilu 1999 sama demokratisnya dengan Pemilu 1955 (Benedanto, 1999). (3) Pada tahun itu pula seakan hidup kembali tradisi interaksi pers dan partai politik yang sempat marak pada masa politik Liberal tahun 1955-1959. Koran-koran nasional kala itu menaruh keberpihakan pada salah satu atau lebih partai atas dasar aliran atau kesamaan

kepentingan antara keduanya (Said, 1988 dan Hanazaki, 1998). (4) Dalam tahun 1999 itu juga, di satu sisi pers kita sedang menikmati kebebasannya sementara di sisi lain pers kita sudah berada dalam era pers bisnis.



Bagan 1 : Ranah Penelitian Liputan Parpol dalam Pemilu 1999

Dalam kondisi seperti ini, pengaruh negara terhadap pers sangat kecil; sementara faktor pasar semakin menguat---perbedaan yang signifikan dengan pers pada tahun 1955-1959 yang dalam kurun waktu tersebut belum menjadi pers industri (Surjomihardjo, 2002).

Dalam situasi tarik menarik antara kebebasan politik dan kebebasan pers di satu pihak dan adanya kepentingan ideologis, idealis, politik dan ekonomi media massa di pihak lain, timbullah pertanyaan-pertanyaan penelitian: *Seperti apakah pengkonstruksian realitas-realitas politik (baca, partai-partai politik) oleh pers kita pada masa kampanye 1999 itu? Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengkonstruksian realitas partai-partai politik itu? Apa yang menjadi motif masing-masing media mengkonstruksikan setiap parpol secara berbeda-beda satu sama lain?*

Atas dasar *research questions* tersebut, tujuan penelitian ini: (1) menemukan pola pengkon-struksian masing-masing parpol dan implikasinya terhadap citra parpol tersebut (2) mengungkapkan faktor dan orientasi masing-masing media sebagai indikator motif mereka dalam mengkonstruksian parpol. Adapun ke-10 koran dan ke-9 parpol yang menjadi obyek kajian tercantum dalam Tabel 1.

Kerangka Teori

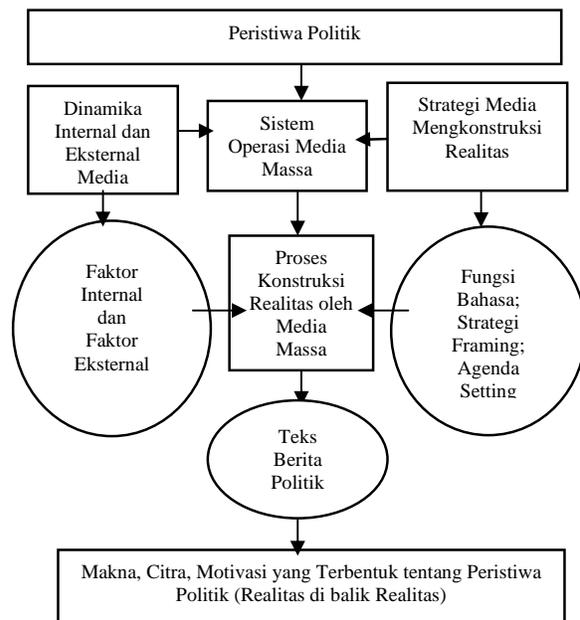
Dewasa ini, di satu sisi, politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*); di sisi lain peristiwa politik, tingkah laku dan pernyataan para aktor politik, sekalipun bersifat rutin, selalu mempunyai nilai berita sehingga banyak diliput oleh media massa (Hill, 1995).

Liputan politik juga cenderung lebih rumit ketimbang reportase bidang kehidupan lainnya. Pada satu pihak, liputan politik memiliki dimensi pembentukan pendapat umum (*public opinion*), baik yang diharapkan oleh para politisi maupun oleh para wartawan. *Karenanya, berita politik bisa lebih dari sekadar reportase peristiwa politik, tetapi merupakan hasil konstruksi realitas politik untuk kepentingan opini publik tertentu. Dalam komunikasi politik, aspek pembentukan opini inilah yang justeru menjadi tujuan utama, karena hal ini akan mempengaruhi pencapaian-pencapaian politik para aktor politik* (McNair, 1995 dan Nimmo, 1978).

Dalam mengkonstruksikan realitas, media memanfaatkan tiga komponen: (1) pemakaian simbol-simbol politik (*language of politic*), (2) strategi pengemasan pesan (*framing strategies*) dan (3) kesediaan media memberi tempat (*agenda setting function*) Ketiganya itulah yang menentukan opini yang terbentuk.

Tabel 1. Obyek Penelitian: Parpol dan Surat Kabar Berdasarkan Orientasi

Orientasi	Nama Parpol	Nama Koran
Ideologi/Dekat ke Islam	PPP, PKB, PAN, PBB, PK	<i>Republika,</i>
Ideologi/Dekat ke Kristen	PDKB	<i>Kompas, Suara Pembaruan</i>
Nasionalis-Sekuler	PDIP, Golkar, PKP	<i>Media Indonesia, Rakyat Merdeka</i>
Pasar/Lokasi Daerah		<i>Haluan, Kedaulatan Rakyat; Bali Post; Jawa Pos, Fajar</i>



Penampang 2. Kerangka Teori Studi Liputan Politik

Padahal sebuah media juga bukan mustahil memiliki ideologi, sikap politik, dan kebijakan redaksional tertentu mengenai suatu kekuatan politik, dimana faktor-faktor ini berpengaruh terhadap penggunaan simbol politik, pengemasan pesan, dan pemberian tempat mengenai kekuatan politik tersebut. Alhasil satu peristiwa politik bisa menimbulkan opini publik yang berbeda-beda, tergantung media yang memberitakannya (Nimmo, 1978 dan McQuail, 1996).

Di pihak lain, kegiatan di bidang media massa dewasa ini termasuk di Indonesia telah menjadi industri. Dengan masuknya unsur kapital, media mau tak mau harus memikirkan pasar demi keberlangsungan hidup mereka bahkan demi keuntungan (*revenue*) baik dari penjualan maupun dari iklan. Tak terkecuali dalam menyajikan peristiwa politik, faktor modal (pasar) ini berpengaruh terhadap pengkonstruksian realitas politik (Herman, 1992).

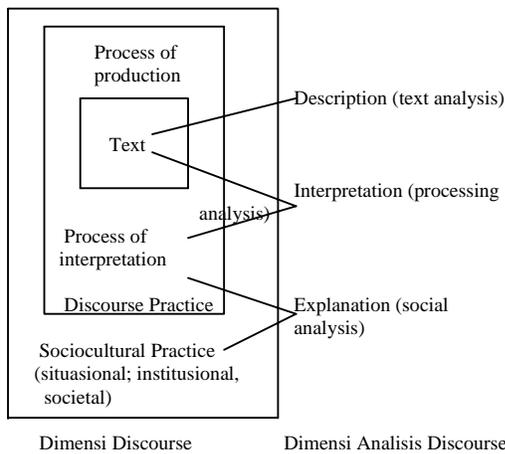
Konsekuensi dari adanya berbagai faktor eksternal dan internal media tersebut, maka liputan peristiwa-peristiwa politik --melalui *language of politic, framing strategies*, dan *agenda setting*--di Indonesia tentulah mempunyai ciri khasnya sendiri. Berbagai pertimbangan itu, seperti perkembangan politik (menurunnya peran negara dan naiknya peran masyarakat), keragaman ideologi dan aliran, kepentingan politik (membela salah satu kekuatan politik) dan perkembangan ekonomi (media menjadi industri) disamping idealisme media yang masih tersisa, tampaknya masuk kedalam liputan peristiwa-peristiwa politik oleh media massa kita. Pisau analisis ini dapat kita tuangkan kedalam sebuah kerangka kerja teoritis (*theoretical framework*) pada Penampang 2.

Dalam situasi transisi politik pasca reformasi pada kurun waktu 1999 itu, kerangka kerja teoritis ini dapat dipakai untuk memahami makna yang muncul dan citra yang melekat pada sebuah parpol sebagai hasil atau akibat konstruksi media; serta untuk menemukan motivasi dan orientasi masing-masing media di balik konstruksi realitas partai politik yang dibuatnya.

2. Metode Penelitian

Untuk menemukan pola pengkonstruksian, makna dan citra yang muncul, serta motivasi yang dimiliki masing-masing media, riset ini memakai metode analisis wacana berdasarkan kerangka analisis kritis wacana media (*critical analysis of media discourse*) dari Fairclough (Fairclough, 1997 & 1995). Lihat penampang 3.

Dalam praktik pengumpulan data, untuk aspek *Description (text analysis)* dipakai metode analisis teks eklektif, yang unsurnya diambil dari sejumlah teknik analisis wacana (Halliday, 1992 dan Gamson & Modigliani, 2001) seperti tampak dalam Tabel 2.



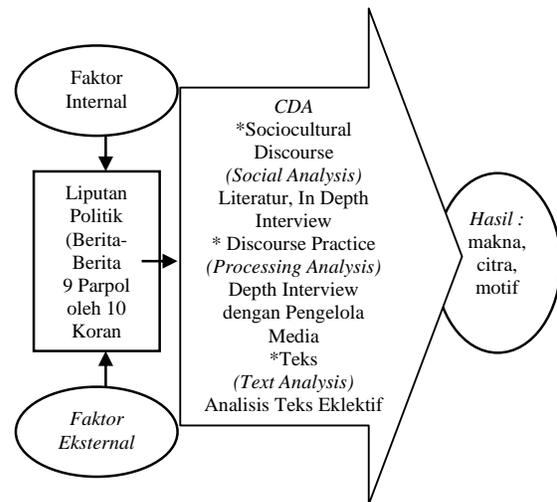
Penampang 3. Kerangka Analisis Kritis Wacana Media

Untuk aspek *Interpretation (processing analysis)*, tekniknya adalah wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan 10 “orang dalam” masing-masing koran. Untuk *Explanation (social analysis)*, digunakan data sekunder (latar belakang sejarah ke-10 koran serta penelusuran tradisi interaksi pers dan politik di Indonesia).

Cara dan alur kerja keseluruhan riset ini, tergambar dalam Kerangka Kerja Penelitian (*Research Framework*) seperti tampak dalam penampang 4. Dalam

Tabel 2. Instrumen Analisis Teks Eklektif

Unsur Kerangka Teori	Unsur Pembentuk Teks	Evidensi		
		Alat Pembuktian	Bukti Dalam Teks	Makna
Fungsi Agenda Setting	Perlakuan atas peristiwa	- Tema yang diangkat		
		- Penempatan berita		
Strategi Framing	Sumber yang dikutip	- Nama dan atribut sosial sumber		
	Cara Penyajian	- Pilihan fakta yang dimuat, dan - Struktur penyajian,		
Fungsi Bahasa	Simbol yang dipergunakan	- Verbal : kata, istilah, frase		
		- Non-verbal : foto, gambar		
Jalan Fikiran (Kesimpulan):				



Penampang 4. Kerangka Kerja Penelitian

Tabel 3. Konstruksi Parpol Oleh Haluan

PPP	PPP adalah partai Islam yang pro-reformasi, berjuang melawan status quo karena selama ini terpinggirkan oleh Orde Baru
PDIP	PDIP adalah partai PDIP adalah partai besar, partai <i>wong cilik</i> , siap berjuang memberantas KKN dan menata kehidupan politik, tapi sayang massanya urakan.
PAN	PAN adalah partai yang memiliki tokoh-tokoh reformis yang siap memberantas KKN dan Orba dengan dukungan massa yang banyak lagi tertib.
PBB	PBB adalah partai Islam yang bercita-cita menghidupkan kembali kejayaan Masyumi.
PK	PK adalah partai Islam yang santun, Islami, dengan figur yang baik, yang berjuang dan berdoa dengan ikhlas untuk membebaskan ummat
Golkar	Golkar adalah partai yang baik, tidak suka menghujat walaupun banyak dicaci maki, masih didukung oleh massa dan memiliki program yang bagus untuk kesejahteraan rakyat
PKB	PKB adalah partai yang dekat dengan Islam (ulama), reformis, berjuang memberantas KKN.
PKP	PKP adalah partai yang baik berorganisasi dan bertanggung jawab dalam berpolitik

analisis wacana seperti ini, kesibukan utama peneliti adalah mencari makna dari tanda-tanda (Berger, 2000) yang dianggap signifikan dalam sebuah teks seraya memperhatikan konteks yang berkenaan dengan teks tersebut.

Metode penafsiran atas tanda-tanda yang signifikan itu mengacu pada prinsip-prinsip yang disediakan oleh teori segi tiga makna (*triangle meaning theory*) yang lazim dipakai dalam studi tentang tanda (semiotika) (Berger, 2000). Setiap tanda yang ditemukan dicari rujukan-nya dan dimaknai sesuai kerangka teori yang dipakai dalam riset (artikel) ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Temuan. Aplikasi analisis teks eklektif pada level *description (text analysis)* menunjukkan pola masing-masing media seperti tampak pada Tabel 3 s/d Tabel 12.

Ciri khas pengkonstruksian parpol oleh Haluan (Tabel 3) adalah positif untuk semua partai, kecuali terhadap PDIP yang agak bernada negatif. Yang perlu diberi perhatian, harian ini terkesan sangat positif terhadap Golkar.

Kecuali terhadap partai Golkar, Kompas mewacanakan semua partai secara positif (Tabel 4). Baik yang berasas Islam, Kristen, Nasionalis, digambarkan dengan baik.

Republika (Tabel 5) secara tegas membedakan antara parpol Islam yang selalu diwacanakan positif dan parpol non-Islam (PDIP) yang dicap negatif. Menariknya, harian ini tampak menonjol sikap positifnya pada Golkar dan mendiskreditkan partai saingan Golkar, yaitu PKP.

Tabel 4. Konstruksi Parpol Oleh Kompas

PPP	PPP adalah partai reformis dengan massa pendukung yang banyak, di antaranya ada yang bersikap urakan. PPP tak mau kompromi dengan kekuatan statusquo.
PDIP	PDIP adalah partai yang besar karena memperoleh dukungan massa yang luas di tengah masyarakat
PDKB	PDKB adalah partai kecil, yang memiliki gagasan kuat untuk membangun masyarakat khususnya di KTI dan WNI keturunan.
PAN	PAN adalah partai reformis yang berusaha sekuat tenaga melawan Golkar
PBB	PBB adalah partai reformis yang memiliki kepercayaan diri yang kuat melawan statusquo
PK	PK dengan asas Islam adalah partai kecil, kurang memperoleh suara sehingga menyetujui penggabungan suara
GolKar	Golkar adalah partai pro status quo, tidak disukai massa dan banyak melakukan kesalahan.
PKB	PKB adalah partai reformis, dengan dukungan massa yang banyak, anti status quo
PKP	PKP adalah partai yang tidak menyukai Orba: Golkar, Habibie, Soeharto.

Tabel 5. Konstruksi Parpol Oleh Republika

PPP	PPP adalah partai Islam dengan massa yang sangat besar .
PDIP	PDIP sebagai partai yang massanya besar tapi banyak melakukan pelanggaran dan kekerasan, serta tidak memihak pada Islam. .
PAN	PAN adalah partai yang massanya besar tetapi berlaku baik, tertib
PBB	PBB adalah partai Islam partai yang kuat prinsip keIslaman dan kepartaiannya
PK	PK adalah partai Islam yang memegang prinsip Islam dengan teguh serta memiliki dukungan massa yang banyak
Golkar	Golkar adalah partai yang teraniaya, terancam oleh partai lain. .
PKB	PKB adalah partai Islam sekalipun tidak berasas Islam
PKP	PKP adalah partai yang masih harus bergulat dengan urusan internalnya, sekaligus bermasalah dengan Golkar yang mencalonkan Habibie sebagai capres.

Tabel 6. Konstruksi Parpol Oleh Suara Pembaruan

PPP	PPP adalah partai reformis dengan dukungan massa yang sangat besar, tapi banyak melakukan pelanggaran
PDIP	PDIP adalah partai reformis yang memperoleh dukungan massa yang banyak. Pelanggaran yang dilakukan PDIP adalah hasil rekayasa orang lain.
PDKB	PDKB adalah partai kecil namun reformis dan bersih
PAN	PAN adalah partai yang reformis dengan dukungan massa yang besar.
PBB	PBB adalah partai Islam, partai reformis, dengan pendukung yang banyak
PK	PK adalah partai Islam, reformis, taat pada asas Islam, toleran terhadap partai Islam;
Golkar	Golkar adalah partai yang tidak disukai publik, banyak diserang termasuk dianggap partai Orba, banyak melakukan pelanggaran,
PKB	PKB adalah partai Islam, dekat dengan ulama, reformis, walaupun massanya masih melakukan pelanggaran.
PKP	PKP adalah partai yang identik dengan Golkar serta tidak punya dukungan massa.

Suara Pembaruan (Tabel 6) yang dikenal dekat dengan Kristen, ternyata tetap menggambarkan parpol Islam secara positif. Tentu saja terhadap partai Kristen (PDKB) juga positif. Sebaliknya, Golkar dan PKP diposisikan secara negatif.

Dalam Tabel 7, tampak Media Indonesia bersikap positif untuk semua parpol. Setiap partai dikonstruksikan secara positif oleh harian ini. Golkar yang dalam banyak koran digambarkan negatif, memperoleh konstruksi yang positif dalam Media Indonesia.

Tabel 7. Konstruksi Parpol Oleh Media Indonesia

PPP	PPP adalah partai yang massanya besar, akan memperoleh suara banyak dalam pemilu, dan akan mewujudkan masyarakat Islami, bukan negara Islam
PDIP	PDIP adalah partai besar dengan massa pendukung yang sangat banyak dan pemimpinnya, Megawati yang disukai massa pendukungnya.
PDKB	PDKB adalah partai kecil reformis, yang perjuangannya akan berhasil jika melakukan aliansi dengan partai kecil lainnya.
PAN	PAN adalah partai dengan massa yang besar, reformis anti Orba, dan massanya baik, tertib,
PBB	PBB adalah partai Islam yang kuat visinya untuk menegakkan asas Islam dalam sendi kehidupan berbangsa dan berbangsa di Indonesia
PK	PK adalah partai yang Islami, baik, santun, tertib, serta proreformasi
Golkar	Golkar adalah partai yang banyak dikerjain orang lain (menjadi koban) sekalipun sebetulnya masing disukai banyak orang, sehingga perlu dibela.
PKB	PKB adalah partai yang dekat dengan nuansa Islam, bermassa besar, dan siap memegang tampuk kekuasaan.
PKP	PKP adalah partai prreformis, anti status quo, dan sangat anti Golkar;

Tabel 8. Konstruksi Parpol Oleh Rakyat Merdeka

PPP	PPP adalah partai Islam dengan massa yang besar dan siap melawan Orba/satusquo.
PDIP	PDIP adalah partai besar, hebat, kuat, dengan massa pendukung yang sangat banyak dengan tokohnya Megawati yang dekat dengan rakyat dan akan menjadi Presiden.
PDKB	PDKB adalah partai reformis untuk mencapai kedaulatan rakyat
PAN	PAN adalah partai reformis, sangat tidak suka pada Golkar; dengan dukungan massa yang besar
PBB	PBB adalah partai reformis, punya massa banyak, dengan ketua umumnya Yusril Ihza Mahendra sebagai capres termuda
PK	PK adalah partai yang mendapat dukungan massa yang banyak, anti Orde Baru, dan pro-reformasi menyerang antek-antek Orba
GolKar	Golkar adalah partai yang banyak kesalahannya, di masa lalu, masa sekarang dan berbahaya di masa datang
PKB	PKB adalah partai yang mempunyai dukungan yang sangat banyak, siap melakukan reforasi total
PKP	PKP adalah partai yang sangat anti pada Golkar dan kelompok status quo dan berkeinginan untuk membasminya.

Rakyat Merdeka (Tabel 8) tampak sangat mendukung PDIP. Dalam berita-beritanya, harian ini selalu menonjolkan PDIP dan Megawati dalam bahasa yang persuasif (provokatif?) sebagai partai yang besar dan akan memenangkan Pemilu.

Sebaliknya pada Golkar, koran ini tampaknya sangat tidak menyukainya. Cenderung memberi gambaran yang negatif, harian ini juga menjadikan partai-partai lain, baik parpol Islam maupun Kristen, dalam posisi menyerang terhadap Golkar (Orba). PKP ditempatkan sebagai musuh besar Golkar.

Di mata Kedaulatan Rakyat (Tabel 9), semua partai itu baik (mengkonstruksikan secara positif semua partai), apalagi Golkar dan PKP yang mendapat “banyak pembelaan” oleh harian ini. Koran orang Yogya ini menempatkan kedua partai tersebut sebagai partai yang dekat dengan Yogya. Maklum, kedua partai itu mencapreskan Sultan Hamengkubuwono X dalam Pemilu 1999.

Dalam menggambarkan partai-partai, Jawa Pos (Tabel 10) lebih banyak mengangkat sisi peristiwa partai itu selama kampanye 1999 itu. Dalam mengkonstruksikan parpol, harian ini jarang melibatkan penggambaran partai dari segi ideologi.

Konstruksi parpol oleh Bali Post (Tabel 11) sangat mirip dengan yang dilakukan Rakyat Merdeka. Bali Post sangat membela PDIP dan sangat menyalahkan Golkar. Penggambarannya cenderung memihak dan ideologis.

Wacana parpol di harian Fajar (Tabel 12) tak jauh beda dengan yang ditempuh Jawa Post yang dalam mengutamakan peristiwa semata.

Tabel 9. Konstruksi Parpol Oleh Kedaulatan Rakyat

PPP	PPP, partai Islam, punya dukungan massa besar, kritis terhadap ketidak-adilan dan pro reformasi
PDIP	PDIP adalah partai yang memiliki dukungan massa yang sangat besar tetapi mereka tertib dengan tokohnya yang populer di depan pendukungnya.
PDKB	PDKB, partai Kristen yang memanfaatkan sentimen keagamaan (kristen) sebagai tanda peduli pada kaum terpinggirkan
PAN	PAN adalah partai yang besar pendukungnya, reformis, nasionalis, Islam, tertib.
PBB	PBB adalah partai Islam yang masih bermasalah secara internal dan belum baik dengan partai lain
PK	PK adalah partai Islam yang bermoral baik serta memiliki program yang jelas (membela kaum wanita)
Golkar	Golkar, sebetulnya sudah berubah menjadi baik, walaupun dulu memang buruk; tapi mengapa sekarang diganggu, bukankah tokohnya orang-orang Yogya juga?.
PKB	PKB adalah partai yang dukungan massa banyak tetapi terbit; anti Orba
PKP	PKP partai yang dekat dengan orang Yogyakarta.

Tabel 10. Konstruksi Parpol Oleh Jawa Pos

PPP	PPP adalah partai Islam yang massanya sangat banyak namun suka melakukan keributan (bentrokan)
PDIP	PDIP adalah partai yang massanya yang besar, suka bikin onar, dengan tokoh utama Megawati yang sangat populer di mata massa PDIP
PDKB	PDKB adalah partai kecil yang peduli pada kaum terpinggirkan, lebih menyukai aksi nyata daripada berbicara
PAN	PAN adalah partai yang memiliki massa pendukung yang amat banyak, reformis, dan potensial memegang tampuk kekuasaan.
PBB	PBB, partai yang punya konsep dan pemikiran tersendiri dalam berpolitik dan bernegara.
PK	PK adalah partai Islam, reformis, simpatik, mempunyai kepedulian pada orang miskin.
Golkar	Golkar adalah partai yang banyak melakukan kesalahan, pelanggaran, tidak disukai, sehingga banyak mengalami gangguan dan serangan
PKB	PKB adalah partai yang berbasis NU, memiliki pendukung yang banyak dan keras terhadap Golkar
PKP	PKP adalah partai yang reformis, nasionalis, peduli pada rakyat kecil

Tabel 11. Konstruksi Parpol Oleh Bali Post

PPP	PPP adalah partai Islam dengan massa pendukung yang banyak dan optimis menang.
PDIP	PDIP adalah partai yang baik, punya massa yang sangat banyak dan setia, tertib yang bakal menang dalam Pemilu.
PDKB	PDKB adalah partai kecil yang baik, terbuka, tidak priomordialsme
PAN	PAN adalah partai reformis dan anti status quo, tapi ketuanya kehilangan pamor kenegarawannya.
PBB	PBB adalah partai PBB tidak punya massa (dan berseberangan dengan PDIP yang mencalonkan Mega sebagai presiden perempuan) yang tidak setuju dengan presiden perempuan (saat itu Mega)
PK	PK adalah partai yang reformis dengan massa yang banyak
GolKar	Golkar adalah partai yang banyak dosanya, banyak melakukan pelanggaran dan kesalahan, anti-reformasi, dan tidak ada lagi harapan untuknya.
PKB	PKB adalah partai reformis, massanya banyak, inklusif, dewasa,
PKP	PKP adalah partai kecil, kurang mendapat dukungan massa, butuh bantuan partai besar

Pembahasan. Hasil analisis teks eklektif tersebut telah dikonfirmasi dengan hasil analisis pada level *interpretation (processing analysis)* dan *level explanation (social analysis)* serta telah dirujuk kepada *theoretical framework*. Dengan memakai alur berpikir seperti telah disiapkan dalam *research framework*, maka riset ini memberikan beberapa informasi.

Pertama, selama kampanye Pemilu 1999 umumnya media massa kita mengkonstruksikan partai politik ibarat grup musik; dan menjadikan para tokohnya sebagai selebritis. Pada masa itu, media massa kita menggambarkan partai politik sebagai alat pengumpul massa. Sementara fungsi parpol sebagai *perantara*

Tabel 12. Konstruksi Parpol Oleh Fajar

PPP	PPP adalah partai Islam yang memiliki massa banyak, tapi urusan internalnya belum beres
PDIP	PDIP partai yang memiliki massa yang besar tapi tidak tertib, dan massanya suka bikin ulah.
PDKB	PDKB adalah partai kecil dengan memberi bukti-bukti nyata saja kepada masyarakat
PAN	PAN adalah partai yang massanya banyak dan tertib, reformis, berani, pelopor bagi partai lain.
PBB	PBB adalah partai yang punya massa banyak dan memiliki pemikiran tersendiri mengenai kepemimpinan bangsa ini
PK	PK adalah partai Islam yang reformis, memiliki visi keislaman dan kenegaraan yang kuat, massanya banyak dan tertib.
Golkar	GOLKAR adalah partai bermasalah yang tak lagi punya massa pendukung
PKB	PKB adalah partai yang mendapat dukungan dari masyarakat, bermassa banyak dan anti Orba
PKP	PKP adalah partai yang benci pada Golkar dan siap melakukan reformasi

(broker) dalam suatu bursa ide-ide (*clearing house of ideas*) (Budiardjo, 1998) dalam kehidupan berdemokrasi tidak terlihat dalam pengkonstruksian tersebut.

Kedua, media massa kita melakukan *labeling tertentu terhadap partai politik yang berdampak pada citra (image) masing-masing partai*. Alhasil, ada parpol yang bercitra positif dan ada yang bercitra negatif di mata-mata setiap media (lihat Tabel 13). Temuan ini sejalan dengan konsep permainan kata dalam pembicaraan politik (*the word play of political*) (Nimmo, 1978).

Baik buruknya citra setiap parpol tersebut menyangkut empat hal.

- 1) Berkaitan dengan wacana “reformis atau status quo”. Kala itu, jika sebuah partai/tokoh partai diberi label “reformis” berarti memiliki citra baik atau positif; sebaliknya bila dikatakan “status quo” maka berarti bercitra buruk.
- 2) Berkaitan dengan perilaku partai dalam melawan Orde Baru. Jika diwacanakan partai X “berjuang menghapus KKN”, “melawan Orba,” artinya partai X itu bercitra positif; sebaliknya kalau diberitakan partai X banyak melakukan KKN, mempertahankan status quo, maka artinya partai itu bercitra buruk.
- 3) Berkaitan dengan perilaku massa partai. Jika digambarkan “massa partai X itu anarkis” maka partai itu dicitrakan buruk; Kalau dinyatakan “massa partai X tertib” berarti partai itu dicitrakan positif.
- 4) Berkaitan dengan dukungan atau sambutan massa terhadap partai. Bila dikatakan partai X disambut massa, berarti positif; jika dikatakan partai X ditinggal massa, tak ada apa-apanya, dan dicaci-maki, maka itu artinya bercitra buruk.

Terkait dengan pencitraan tersebut, muncul dampak yang melahirkan opini publik tertentu. Inilah temuan

Tabel 13. Citra Parpol Dalam 10 Surat Kabar Indonesia

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Haluan	+	+ > -	O	+	+	+	+	+	+
Kompas	+	+ > -	+	+	+	+	-	+	+
Republika	+	-	O	+	+	+	+	+ > -	-
Suara Pembaruan	+	+ > -	+	+	+	+	-	+ > -	-
Media Indonesia	+	+	±	+	+	+	+	+	+
Rakyat Merdeka	+	+	+	+	+	+	-	+	+
Kedaulatan Rakyat	+	+	+	+	-	+	+	+	+
Jawa Pos	+	+ > -	+	+	+	+	-	+	+
Bali Post	+	+	+	+ > -	-	+	-	+	-
Fajar	+	- > -	+	+	+	+	-	+	+

Legenda : + untuk citra baik; - untuk citra buruk;
 +>- untuk citra baik ke arah buruk.
 1=PPP; 2=PDIP; 3=PKB; 4=PAN; 5=PBB
 6=PK; 7=Golkar; 8=PKB; 9=PKP

yang **ketiga**: Dalam mewacanakan suatu parpol, beberapa surat kabar sengaja menciptakan opini publik tertentu mengenai parpol itu. Yang dimaksud di sini publik opini adalah proses yang menggabungkan pikiran, perasaan, dan usulan atau harapan mengenai partai (Nimmo, 1978), sebagai hasil dari pembicaraan politik yang dilakukan oleh koran-koran tersebut melalui permainan kata dan strategi penyajian fakta yang mereka pergunakan.

Koran-koran yang terlibat dalam pembentukan opini ini mudah diidentifikasi dari konsistensinya dalam membangun wacana parpol-parpol yang dapat dikategorikan kontroversial, terutama antara PDIP dan Golkar. Contoh yang paling mudah dilihat dari penelitian ini adalah *Republika* (cenderung positif untuk Golkar, cenderung negatif untuk PDIP) dan *Bali Post* (serba benar untuk PDIP, serba menyalahkan untuk Golkar).

Keempat: Tiap-tiap koran memiliki orientasi masing-masing dalam pemberitaan partai politik. (Tabel 14). Dengan memperhatikan seluruh data pada setiap level CDA, dapat dikatakan diantara 10 koran itu ada yang membuat wacana yang lebih berorientasi ideologis, idealis, politis ataupun ekonomis (pasar).

Tabel 14. Orientasi 10 Surat Kabar Dalam Mewacanakan Partai Politik

Orientasi	Nama Koran
Ideologis	Republika, Rakyat Merdeka, Bali Post
Idealis	Suara Pembaruan, Kedaulatan Rakyat
Politis	Halaluan, Media Indonesia
Ekonomis	Kompas, Jawa, Pos Fajar

Pemisahan orientasi ini (Tabel 14) tentu tidaklah ketat, melainkan kecenderungan yang dapat dibaca dari wacana yang dibuatnya setelah dikonfirmasi dengan dokumen sejarah dan hasil *depth interview* dengan “orang dalam” masing-masing media.

Kategori wacana ideologis berkaitan dengan pengkonstruksian yang memihak atas nama ideologis dengan ciri-ciri “ngotot” membenarkan partai yang dibelanya dan “tak peduli” dengan partai yang tak diserangnya. Untuk ini diantaranya, adalah *Republika* (yang memihak partai-partai Islam), *Rakyat Merdeka*, serta *Bali Post* (yang membela PDIP).

Kategori wacana yang lebih idealis adalah penyajian parpol sebagai obyek untuk membawa masyarakat ini melakukan perubahan tanpa memihak pada salah satu partai, seperti dilakukan *Suara Pembaruan* dan *Kedaulatan Rakyat*.

Kategori yang bersifat politis lebih mengemb-angkan opini tentang postur politik masing-masing partai dengan menghindari penilaian hitam-putih parpol-parpol. Kelompok ini adalah *Haluan* dan *Media Indonesia*. Sedangkan *Kompas*, *Jawa Pos* dan *Fajar* lebih berorientasi ekonomis, yaitu mengembangkan wacana parpol dari sudut peristiwa factual yang menimpa parpol itu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pembaca media dan tak bermaksud ikut berpolemik mengenai kehidupan partai.

Terutama karena adanya orientasi ideologis dan politis tersebut, inilah temuan **kelima**: Dalam Pemilu 1999 beberapa surat kabar bersikap partisan. Sikap atau motif partisannya itu diperlihatkan kepada partai yang relatif sama dalam ideologis atau aliran politik. Sejarah hubungan pers dan politik masa tahun 1955-1959 tampaknya hidup kembali dengan nuansa yang berbeda. Dalam Pemilu 1999, secara umum sikap partisan itu terbagi kedalam dua bagian: (1) partisan terhadap partai Islam (antara lain dilakukan oleh *Republika*, *Haluan*) versus partisan bagi partai non-Islam (*Bali Post*, *Rakyat Merdeka*); (2) partisan terhadap partai reformis (*Kompas*, *Suara Pembaruan*, *Rakyat Merdeka*, *Jawa Pos*, *Bali Post*, *Fajar*) versus, partisan untuk partai non-reformis/Golkar (*Haluan*, *Republika*, *Media Indonesia*, *Kedaulatan Rakyat*).

Sebagai konsekuensi dari motif partisan ini, muncul pula temuan **keenam**: *Dalam memberitakan partai-partai politik, setiap koran bersaing untuk menonjolkan parpol partisannya.* Sebagai kelanjutannya, dalam situasi seperti ini terjadi kompetisi makna mengenai parpol-parpol di tengah publik. Walaupun mesti diukur (disurvey) untuk mengetahui pihak mana yang memenangkan adu wacana politik ketika itu, dari perpektif analisis wacana kritis dapat dikatakan bahwa liputan-liputan parpol sedemikian rupa kala itu ditujukan untuk membela atau sebaliknya untuk mengalahkan wacana (*discourse*) salah satu atau lebih parpol. Hal ini disebabkan ketika itu berlangsung proses “Discourse” (dengan D besar) oleh ke-10 koran yang bersifat mendaya-gunakan bahasa untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas masing-masing partai (Gee, 1999).

Jadi benar, bahwa dalam mengkonstruksikan parpol-parpol itu setiap koran melakukan aktivitas “Discourse”: memanfaatkan kaidah kebahasaan (linguistik) yang menjadi komponen “discourse” (dengan d kecil) bersama-sama unsur non-linguistik (non-language “stuff”) –yaitu cara beraksi, interaksi, perasaan, kepercayaan, dan penilaian, untuk mengenali atau mengakui diri sendiri dan orang lain yang bermakna dan penuh arti dengan cara-cara tertentu--untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas parpol dan media masing-masing.

Aktivitas Discourse itu sendiri dilakukan karena pada dasarnya setiap surat kabar, seperti telah diulas dalam theoretical framework, di satu sisi, memiliki berbagai pertimbangan internal (menurut riset ini berupa ideologi dan idealisme) maupun faktor eksternal (menurut riset ini berupa kepentingan politik dan ekonomi). Sementara di sisi lain sudah menjadi pekerjaan media massa memanfaatkan bahasa (linguistik) untuk membuat berita.

Secara ontologis, temuan ke-6 ini menunjukkan bahwa media massa memiliki realitas tersendiri tentang partai-partai politik sebagai hasil interaksi mereka dengan parpol-parpol. Realitas politik dalam media ini adalah realitas yang telah diperantarai dengan nilai-nilai (*value mediated findings*) (Denzin, 1994 dan Hidayat, 1999), dimana setiap media memiliki **penilaian** tertentu, atas dasar ideologi, kepentingan politik, kemauan ekonomi, kehendak idealisme mengenai suatu parpol. Hasil penilaian itulah yang disajikan media kepada publik.

Persoalannya, apakah aktivitas Discourse pada masa Kampanye 1999 itu melahirkan gejala **dominasi wacana** oleh salah satu kekuatan (parpol, surat kabar) terhadap kekuatan (parpol, surat kabar) lainnya? (Crowly, 1994). *Dalam situasi transisi demokrasi tahun 1999 itu, secara keseluruhan tampaknya tidak ada kelompok yang lebih dominan wacana politiknya dibandingkan dari kelompok lainnya.* Hal ini disebabkan

Tabel 15. Perbandingan Situasi Komunikasi Politik Masa Orba dan Reformasi (1999)

Aspek Kom-Pol	Masa Orba	Masa Reformasi
Komunikator Politik	Didominasi oleh sumber-sumber resmi dari kalangan pejabat pemerintah dan aparat (tentara)	Menyebar ke sumber-sumber dari semua kekuatan politik seperti partai, LSM, dan aktivis.
Pesan Politik	Dari segi isu cenderung seragam. Orientasinya tunggal, menekankan konsensus. Bermain dalam bahasa eufimisme. Ada usaha secara sistematis mendeligitimasi kekuatan selain Orba adalah musuh.	Isunya beragam dengan orientasi multiarah, memperlihatkan perbedaan. Menggunakan bahasa yang lebih terus terang, bahkan sering vulgar. Cenderung mendeligitimasi Orba sebagai musuh
Media Komunikasi Politik	Media massa dibawah kontrol penguasa Orba : Dalam liputan kampanye Golkar harus mendapat porsi lebih besar.	Media bebas menentukan pilihan politiknya. Pada sebagian koran terjadi pemihakan (partisan) kepada salah satu kekuatan politik
Khalayak Komunikasi Politik	Massa yang “apolitis”. Kesadaran ideologis dalam keadaan tertekan.	Massa dan sangat politis. Fanatisme pada salah satu partai dengan kesadaran ideologis yang tinggi.
Efek Komunikasi Politik	Pemerintah adalah pihak yang harus selalu dianggap benar.	Setiap kelompok politik mendapat apresiasi sesuai kekuatan politiknya.

oleh satu faktor utama, yaitu terdistribusinya kekuatan (*power*) secara horisontal (*horizontal power sharing*) di tengah masyarakat.

Ledakan demokrasi pada masa itu membuat setiap kelompok memiliki akses yang relatif sama terhadap kekuasaan. Setiap kelompok memiliki basis massa dan pengaruhnya sendiri-sendiri. Tidak ada yang memonopoli kekuasaan saat itu. Situasi komunikasi politik pada tahun 1999 jauh merupakan anti-tesa terhadap komunikasi politik sebelumnya (rezim Orba), seperti penulis ringkaskan dalam Tabel 15.

Yang terjadi kala itu adalah perang makna (*meaning attack*) antara satu kelompok dengan kelompok lain tanpa ada yang menang. Ketika itu yang terjadi adalah gentyangannya makna-makna asositif tentang parpol: yang secara umum terpecah menjadi dua bagian. Hampir dalam semua koran, Partai Golkar berasosiasi dengan Orba yang bermakna (bercitra) buruk;

sedangkan partai-partai lain berasosiasi dengan Reformasi yang bermakna bagus, positif. Dalam pemaknaan seperti itu telah terjadi proses penggantian makna lama Orba yang semula positif menjadi negatif; sementara partai-partai lain yang pada zaman Orba dianggap tabu menjadi partai baru yang perlu. Bagaikan koor, koran-koran itu menciptakan konvensi makna dalam sistem sosial politik Indonesia: Orba busuk, Reformasi bagus.

Pers dan Masa Depan Demokrasi di Indonesia. Yang patut dipikirkan lebih lanjut dari enam-temuan tersebut, sebagai segi emansipatoris dari riset ini, adalah kewajiban moralitas (*moral obligation*) pers kita dalam menumbuhkan demokrasi di Indonesia, khususnya dalam masa pemilu sebagai mesin utama demokrasi (Denzim, 1994). Hal ini mengingat delapan dari 10 koran yang diteliti –fenomena ini bukan mustahil bisa digeneralisir untuk media massa lainnya– cenderung membuat berita-berita parpol pada masa kampanye 1999 yang kalau tidak bersifat membela kepentingan kelompoknya, baik atas dasar ideologis maupun politis, maka akan lebih mengejar keuntungan (kepentingan ekonomi) belaka.

Dalam masa kampanye Pemilu 1999 itu, umumnya koran-koran kita belum menjadikan liputan kampanye sebagai sarana atau alat untuk menciptakan iklim demokratis. Koran-koran kita belum sampai menyajikan aspek substantif mengenai parpol, sehingga dari pemberitaan-pemberitaan itu publik tak bisa menilai seperti apa partai politik pilihannya.

Dari jurusan demokratisasi, koran-koran kita belum berfungsi sebagai ruang publik (*public sphere*) yang terbebas dari kepentingan politik golongan dan ekonomi-pasar dalam membuat liputan-liputan politik. Untuk demokratisasi, situasi yang penuh klaim sepihak ini jelas tidak menguntungkan, karena publik tidak memperoleh informasi yang cukup guna membuat keputusan politik mereka secara rasional tentang parpol pilihannya. Koran-koran kita belum memberi kesempatan bagi publik untuk mengetahui secara tepat (*precise*) mengenai partai-partai politik.

Situasi demikian juga tidak kondusif bagi pembentukan masyarakat yang komunikatif: masyarakat yang bebas dari kebohongan dan dominasi, pengelabuan dan pemaksaan kebenaran sebagai akibat tidak lengkapnya informasi (Hardiman, 1993).

Padahal, terdapat beberapa tugas yang mesti dilakukan oleh media massa dalam mengusung demokrasi (McNair, 1995 dan Lichtenberg, 1990):

1. Media massa harus menginformasikan (*to inform*) dalam pengertian “surveillance” atau “monitoring” mengenai apa yang terjadi di sekitar masyarakatnya.

2. Media massa harus mendidik (*to educate*) mengenai makna dan manfaat dari fakta-fakta (*facts*) dengan tetap mempertahankan obyektivitasnya dalam menganalisis fakta itu.
3. Media massa harus menyediakan satu *platform* untuk publik mengenai wacana politik, memfasilitasi pembentukan opini publik, dan menyiapkan opini balikan dari mana saja datangnya.
4. Memberikan publisitas kepada pemerintah dan instansi lainnya. Di sini media massa berperan sebagai “*watchdog*”.
5. Media massa dalam masyarakat demokratis melayani sebagai suatu saluran untuk kepentingan pemberdayaan (*advocacy*) mengenai berbagai titik pandang politik.

Gejala lain, tampaknya dalam Pemilu 1999 ada di antara koran kita terutama para jurnalisnya bertindak selaku komunikator politik dalam kategori profesional – dengan memperoleh imbalan tertentu– yang terlibat dalam pengemasan realitas politik. Dalam situasi seperti itu, mereka (para jurnalis), bertindak bukan lagi sebagai pewarta yang “netral” tetapi juga sebagai pembentuk citra sebuah parpol. Mereka terlibat dengan pemberian julukan (label) kepada para aktor dan atau sebuah kekuatan politik. Dalam rutinitasnya, mereka bekerja bagai lembaga stempel yang memberi persetujuan (pembenaran) dan ketidaksetujuan (penyangkalan) terhadap partai-partai politik (Nimmo, 1988).

Jika demikian, berarti sebetulnya pers Indonesia selalu berada dalam titik kritis: melakukan pengabdian pada dua pihak saja; kalau tidak ke penguasa maka ke pengusaha. Pada masa penjajahan media massa kita mengabdikan pada penguasa. Selama Orla, silih berganti pers kita berpihak antara kepada parpol dan kepada pemerintah. Ketika Orba berkuasa, pers tunduk pada rezim saja. Memasuki reformasi, pers kita bertambah polarisasinya disamping karena ideologis dan politik, juga karena kepentingan pasar sehubungan pers kita telah menjadi industri, sehingga pengabdianannya pun berkembang pula ada yang partisan kepada salah satu kekuatan parpol, ada yang berpihak pada golongan tertentu karena alasan ideologis, dan ada pula yang lebih memikirkan pasar atau pemodal. Dalam situasi demikian, kepentingan terbesar dari publik belum terwakili oleh media massa kita.

Walhasil, media massa kita belum melakukan fungsi mediasinya (Herman, 1988) dalam kehidupan politik: belum menjadikan dirinya sebagai wadah atau penghubung antartara partai politik dengan publik. Akibatnya, masyarakat tidak memperoleh pendidikan politik yang semestinya. Kalau saja media massa mau bekerja sebagai wadah informasi politik dan lebih berpihak pada rakyat kebanyakan, salah satu langkah yang bisa ditempuh adalah mengekspose yang lebih

banyak mengenai program-program masing-masing partai dan mengurangi ekspose popularitas para figur partai dan atau kemeriahan peristiwa kampanye partai. Bila cara ini ditempuh niscaya program-program partai yang baik-baik yang selama ini tak pernah sampai ke benak khalayak menjadi diketahui oleh publik.

4. Kesimpulan

Pembuktian Tujuan Penelitian

Berdasarkan temuan-temuan data serta hasil interpretasi, diperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. *Tipologi Konstruksi*

Secara umum, tipologi pengkonstruksian partai-partai politik terbatas pada penyajian partai dari sudut pandang ideologi, massa partai, peristiwa seputar kampanye, dan pemberian label-label tertentu; belum menyentuh penggambaran dari sudut visi, misi, program dan komitmen partai.

2. *Motif (Orientasi) Di balik Konstruksi.*

Dalam mengkonstruksikan partai-partai politik media kita menyimpan motif yang berbeda-beda. Pembedaan motif ini tentu saja tidak hitam putih. Beberapa media terlibat dengan konstruksi ideologis karena pasar (khalayak pembaca) media itu *values laden* secara ideologis. Dalam keadaan demikian, sebuah media memanfaatkan sentimen ideologis untuk mempertahankan pasar. Sebaliknya, konstruksi yang bersifat politik praktis, bukan berarti sama sekali tanpa motivasi ekonomis.

3. *Faktor-Faktor Internal dan Eksternal*

Prinsipnya, kecenderungan pada motif atau orientasi dalam pemberitaan menegaskan faktor-faktor internal mana saja (ideologis, idealis) dan faktor eksternal mana saja (pasar, situasi politik) yang lebih berpengaruh terhadap pengkonstruksian parpol oleh sebuah koran. Di antara 10 koran itu, media yang lebih dipengaruhi oleh faktor ideologis adalah Republika, Rakyat Merdeka, Bali Post; Yang dipengaruhi faktor idealis adalah Suara Pembaruan, Kedaulatan Rakyat; oleh faktor politis-praktis adalah Media Indonesia dan Haluan; dan yang lebih mempertimbangkan pasar atau ekonomi adalah Kompas, Jawa Pos, dan Fajar

Dalam situasi kampanye pemilu 1999, faktor eksternal ekonomis (pembaca) di sini bisa ditambahkan dengan kekerasan massa (anarkisme massa) terhadap media massa. Dalam masa 1999 itu beberapa peristiwa kekerasan massa terhadap media, mulai dari unjuk rasa, protes, pendudukan hingga pengrusakan kantor redaksi, acapkali terjadi.

4. *"Kritikal-Normatif"*

Mengikuti semangat emansipatoris yang diamanatkan paradigma kritis yang dipakai dalam riset ini, dapat disimpulkan bahwa pengkonstruksian partai politik oleh media massa kita tampaknya belum menopang pada peningkatan kualitas demokrasi. Pengkonstruksian partai-partai dalam

Pemilu 1999 masih didominasi oleh sisi luarnya. Seharusnya liputan partai politik lebih banyak lagi mengetengahkan wacana program partai supaya calon pemilih menjadi tahu apa yang harus dilakukannya terhadap sebuah partai. Dengan mengetahui secara benar "isi" sebuah partai, maka pemilih dapat menggunakan hak pilihnya secara benar dan rasional.

Implikasi atau Manfaat Temuan

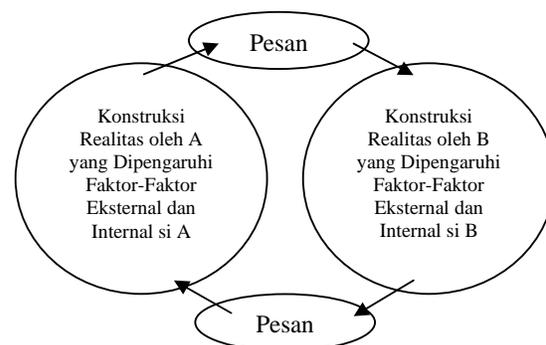
* *Teoritis/Akademis*

Dengan menggunakan analisis wacana kritis, terlebih lagi dengan mengikuti paradigma kritikal seperti yang ditempuh oleh riset ini, ditemukan bahwa terdapat sejumlah realitas yang tersembunyi atau realitas maya (*virtual reality*) di balik (sebuah) teks (*discourse*) berupa "fakta sosial" pembuat wacana berupa bermacam kepentingan ideologis (politik), ekonomis (pasar), idealis, dan politik praktis. Hal ini mengajarkan bahwa teks adalah hasil bentukan secara sadar atas pertimbangan-pertimbangan atau motif-motif ideologis, ekonomis, idealisme dan politik praktis.

Secara teoritis hal ini memberi implikasi bahwa dalam memahami/mempelajari isi media (jurnalistik) dari aspek teknik belaka jelas tidak memadai lagi. Penjelasan tentang isi media harus menyentuh "fakta-fakta sosial" yang potensial masuk kedalam teks tersebut, baik itu aspek ideologis, politis, ataupun ekonomis.

Temuan ini juga memberi implikasi pada pendidikan dan pelatihan (diklat) jurnalistik khususnya dan wacana umumnya. Bahwasanya pembelajaran jurnalistik (wacana) dengan penekanan pada aspek teknis saja sebagaimana telah lazim dilakukan, sudah harus disempurnakan dengan strategi pengemasan pesan secara komprehensif yang memperhitungkan citra (image) serta respon publik yang akan muncul.

Kepada para peserta diklat jurnalistik tersebut sebaiknya juga diajarkan mengenai "kesadaran berwacana" agar mereka menyadari dengan baik atas karya yang dihasilkannya.



Penampang 5: Model Komunikasi Konstruksi Realitas

Diluar kontradiksinya dengan keharusan media massa untuk bersikap obyektif dalam pengemasan partai-partai politik, selanjutnya pemikiran konstruksi realitas ini dapat disumbangkan pengembangan teori komunikasi dalam hal ini tentang model komunikasi konstruksi realitas (Crowley, 1995). Untuk proses komunikasi interpersonal, mungkin modelnya dapat dibuat seperti dalam penampang 5. Dalam model ini seseorang komunikator akan mengkonstruksikan dahulu realitas yang dihadapinya baru kemudian akan disampaikan kepada komunikannya. Proses komunikasi menurut model bersifat dua arah.

Jika model ini dikembangkan untuk proses komunikasi massa, maka dapatlah dibuat modelnya seperti tampak dalam penampang 6. Melalui model ini dapat diketahui motivasi dan hasil konstruksi realitas oleh seorang komunikator serta opini publik yang akan terbentuk.

* Methodologis

Untuk dapat mengungkapkan “fakta sosial” di balik teks dengan mengikuti semangat paradigma kritikal, ternyata diperlukan penggunaan methodologi yang berganda (*multi-level analysis*). Secara methodologis, tahapan dalam riset ini bisa diterapkan untuk menemukan fakta sosial di balik peristiwa-peristiwa komunikasi lainnya seperti periklanan, hubungan masyarakat, retorika, pemasaran, komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok dan organisasi, komunikasi antar budaya, komunikasi internasional. Tahapan riset ini juga bisa dipakai untuk mengikuti “perilaku peliputan pers dalam pemilu berikutnya.

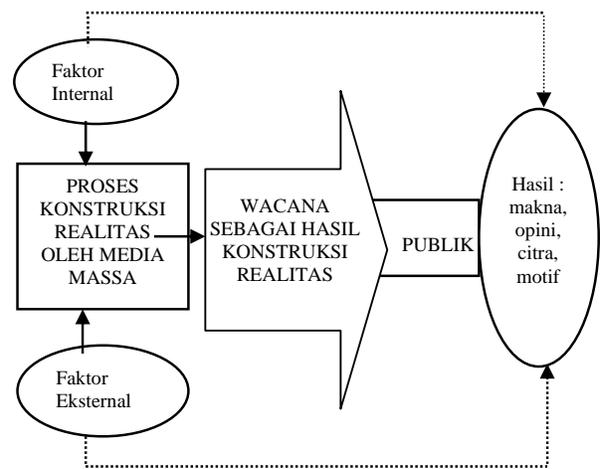
* Praktis

Karena teks itu bisa dimuati dengan berbagai macam kepentingan, maka secara praktis kita dapat belajar mengenai strategi pengemasan pesan. Melalui pemakaian simbol dan struktur penyajian, kita dapat menampilkan diri sipa diri kita di depan publik.

Nilai kepraktisan ini bisa dipergunakan untuk menyusun teks iklan, press release oleh PR, naskah pidato untuk orator/juru bicara, pengemasan produk (pemasaran), dan sebagainya. Seharusnya, nilai kepraktisan ini tidak dipakai untuk melakukan kebohongan publik oleh pihak manapun terutama pejabat pemerintah dan swasta, serta media massa.

* Sosial

Hasil riset ini menunjukkan, dalam mengkonstruksikan realitas politik, media massa kita cenderung ke peristiwa (*event*) ketimbang pada program partai. Ini menandakan bahwa media massa kita belum turut serta secara aktif membangun kualitas kehidupan politik; tetapi masih lebih suka menceritakan struktur luar (kulit ari) dari kejadian yang dilakukan oleh atau yang menimpa sebuah partai.



Penampang 6: Model Konstruksi Realitas Untuk Komunikasi Massa

Bila cara ini tidak dirubah maka sumbangan media massa terhadap kualitas demokrasi tidak akan bertambah. Di masa depan, konstruksi realitas politik seyogyanya dapat lebih banyak mengedepankan substansi (program) yang dimiliki partai agar publik dapat menilai secara seksama partai pilihannya. Kemampuan media menjadi agen (bukan lagi semata-mata sebagai saluran) akan lebih optimal fungsinya bila diarahkan untuk membentuk opini publik yang sehat tentang realitas atau partai-partai politik.

Daftar Acuan

- Benedanto, Pax (peny). 1999. *Pemilihan Umum 1999: Demokrasi atau Rebutan Kursi?* Jakarta: LSPP.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer* (terjemahan). Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Budiardjo, Miriam. 1998 (edisi revisi). *Partisipasi dan Partai Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Crowly, David dan David Mitchell. 1994. *Communication Theory Today*. Cambridge: Policy Press.
- Denzim, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (peny). 1994. *Handbooks of Quality Research*. London: Sage Publication.
- Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fairclough, Norman. 1997. *Critical Discourse Analisis: The Critical Study of Language*. London–New York: Longman.

- Feith, Herbert. 1999. *Pemilihan Umum 1995 di Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer.
- Gamson dan Modigliani. 2001. *Analisis Teks Media*, (terjemahan Alex Sobur). Bandung: Rosda Karya.
- Gee, James Paul. 1999. *An Introduction to Discourse Analysis, Theory and Method*. London: Routledge.
- Halliday, MAK dan Ruqayya Hasan. 1992. *Bahasa, Konteks dan Teks, Aspek-aspek Bahasa Dalam Pandangan Semiotika Sosial*, (terjemahan oleh Asruddin Barori Tou). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hanazaki, Yasuo. 1998. *Pers Terjebak* (terjemahan). Jakarta: ISAI.
- Hardiman, F. Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif: Ilmu, Masyarakat, Politik dan Posmodernisme Menurut Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Herman, Edward S. dan Noam Chomsky. 1992. *Manufacturing Consent, The Political Economy of The Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Hidayat, Dedy N. 1999. "Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi," dalam Jurnal ISKI Vol. III, April.
- Hill, David T. 1995. *The Press in New Order*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Lichtenberg, Judith (peny). 1990. *Democracy and The Mass Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Litbang Kompas. 1999. *Partai-Partai Politik Indonesia, Ideologi, Strategi, dan Program*. Jakarta: Kompas.
- McNair, Brian. 1995. *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge.
- McQuail, Dennis dan Sven Windhal. 1996. *Communication Models: for the Study of Mass Communication*. New York: Longman.
- Nimmo, Dan. 1978. *Political Communication and Public Opinion in America*. Santa Monica, California: Goodyear Publishing.
- Said, Tribuana. 1988. *Sejarah Pers Nasional dan Pembangunan Pers Pancasila*. Jakarta: CV Haji Masagung.
- Surjomihardjo, Abdurahman. 2002. *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.