



## PROSIDING

# Konferensi Nasional Komunikasi

## Konstruksi Realitas Berita Kampanye Pilpres 2014 di Koran Pos Kupang dan Timor Espres

Eduardus Dosi<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Widya Mandira  
JL. Jenderal A. Yani No. 50-52 Kupang – Nusa Tenggara Timur – Indonesia

\*Korespondensi: dosi\_edu@yahoo.com)

### Abstrak

Surat kabar lokal membentuk pemahaman pembaca tentang kampanye pemilihan umum (pemilu). Maka dapat ditanyakan apakah penyebarluasan informasi itu dapat dianggap sebagai refleksi dari aspirasi yang hidup dalam masyarakat? Hasil kajian menunjukkan, terdapat ideologi kapitalisme yang berada di balik wacana media dalam kemasan teks berita pencalonan Presiden RI tahun 2014 di Nusa Tenggara Timur. Peristiwa itu dikemas menjadi pertarungan antarkekuasaan dua kelompok calon presiden RI dalam hal ini Prabowo-Hata dan Jokowi-Jusuf Kalla. Jokowi dikemas dalam bingkai sebagai pemimpin yang santun dan merakyat. Jokowi dan Jusuf Kalla dikemas dalam bingkai bahwa mereka menampilkan cerita baru lewat karya-karyanya yang tidak hanya duduk di belakang meja, tetapi langsung terlibat dengan masyarakat. Kemasan citra pertarungan kekuasaan merupakan eksploitasi media yang merepresentasi para pemain di dalam media dan di luar media untuk memperoleh posisi kekuasaan yang strategis dalam struktur masyarakat.

**Kata kunci:** Konstruksi Realitas, Koran Lokal, Berita, Wacana, Pemimpinan Umum Presiden,

**Copyright © 2018 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved**

### Pendahuluan

Media massa berperan penting dalam kehidupan politik. Aktivitas konstruksi media dalam melaporkan peristiwa-peristiwa politik sering memberi dampak yang amat signifikan bagi perkembangan politik. Media bukan saja sebagai sumber informasi politik, melainkan juga kerap menjadi faktor pendorong (*trigger*) terjadinya perubahan politik.

Pers Indonesia, menjelang dan sesudah “Revolusi Mei 1998” telah berubah menjadi sebuah pers yang bebas dari kekuasaan politik rezim penguasa. Tetapi “Revolusi Mei 1998” itu sendiri sebenarnya merupakan bagian dari revolusi yang lebih besar, yakni revolusi kapitalisme global yang bersumber pada kaidah-kaidah neo-liberalisme dan yang menghendaki liberalisme ekonomi global. Sebagai bagian dari proses liberalisme ekonomi global tersebut, kebebasan pers kita amat mungkin akan semakin mengarah kepada suatu kebebasan pers yang berpihak kepada kepentingan ekspansi dan akumulasi modal, dan karenanya tidak sepenuhnya fungsional bagi proses-proses demokratisasi yang mengisyaratkan peran media sebagai bagian dari suatu *public sphere* bagi pertumbuhan sebuah masyarakat madani (Hidayat N.Dedy, Gazali Efendi, Suwardi Harsono, S.K.Ishadi,200:445). Tak mustahil situasi perubahan ini melahirkan konglomerasi media.

Konglomerasi media di Indonesia kini menunjukkan pengaruhnya yang signifikan bagi penerbitan media di daerah. Misalnya Grup Jawa Pos yang diperkirakan memiliki lebih dari 100 media lokal, kian membentangkan bisnis medianya ke daerah. Begitu pula Grup Kompas yang diperkirakan

memiliki lebih dari 50 produk media yang beragam, mulai dari media cetak, radio, dan televisi swasta nasional. Sementara itu di beberapa wilayah, media lokal juga dimiliki oleh konglomerat atau elit lokal yang seringkali berafiliasi dengan partai politik, dan bahkan ada juga yang memiliki beberapa media cetak lokal. Sehingga dengan modal besar yang ditanamkan lewat industri media lokal, otomatis pertimbangan bisnis dan kepentingan yang menyertainya akan menjadi salah satu bentuk operasi media lokal.

Ini juga akan mempengaruhi corak pemberitaannya. Bahkan pemberitaan tersebut terkesan berpihak pada arus pasar dan arus kepentingan (LSPP, 2005: 7). Surat kabar lokal yang dikaji yakni Pos Kupang dan Timor Express merupakan media yang turut menumbuhkan suasana kondusif bagi perubahan masyarakat daerah Nusa Tenggara Timur (NTT). Kedua surat kabar lokal inipun telah terkondisi pada konteks pers yang mengalami perubahan ke arah ekspansi dan akumulasi modal.

Permasalahan pokok yakni bagaimana surat kabar lokal menyajikan liputan berita dan pendapat tentang pilpres 2014 di NTT?

Kehadiran surat kabar lokal disadari sebagai wadah informasi dan pendapat. Liputan berita dan pendapat oleh surat kabar lokal membentuk pemahaman pembaca tentang proses kampanye, maka dapat ditanyakan apakah penyebarluasan informasi melalui surat kabar lokal dapat dianggap sebagai refleksi dari aspirasi yang hidup dalam masyarakat dengan nilai-nilai sosialnya, ideologi, budaya, ekonomi, politik, realitas kesejarahannya.

## Kerangka Teori

**Konstruksi realitas politik media massa.** Pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi ceritera atau wacana yang bernakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah ceritera atau wacana yang bermaakna ( Tuchman; Gitlin, Todd, 1980).

Dalam proses konstruksi terhadap suatu kenyataan yakni melakukan suatu persepsi terhadap suatu obyek. realitas, bahasa adalah unsur utama. Proses konstruksi realitas dimulai ketika seorang konstruktor melakukan obyektivikasi terhadap suatu kenyataan yakni melakukan persepsi. Selanjutnya hasil dari pemaknaan melalui proses persepsi itu diintranalisisasikan ke dalam diri seorang konstruktor. Dalam tahap inilah dilakukan konseptualisasi terhadap suatu obyek yang dipersepsi. Langkah terakhir adalah melakukan eksternalisasi atas hasil dari proses permenungan secara internal tadi melalui pernyataan – pernyataan. Alat membuat pernyataan tersebut tiada lain adalah kata-kata atau konsep atau bahasa (Berger, Peter L dan Thomas Luckman, 1967:34-36).

**Faktor-faktor yang mempengaruhi isi media.** Dalam memproduksi isinya, media dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor, yaitu faktor internal, dari dalam institusi media sendiri dan faktor eksternal, di luar institusi media. Shoemaker dan Reese membagi faktor-faktor tersebut dalam lima level yaitu individual, media routines, organizational, extramedia, ideological. Level individual dipengaruhi oleh level yang lebih besar, demikian seterusnya hingga level terakhir yaitu ideological level (Shoemaker, Pamela, 1966:139-142).

**Ideologi.** Antoine Destutt de Tracy (1754-1836) adalah orang yang pertama kali menggunakan istilah ideologi dan mencoba menggarapnya secara sistematis (Larrain, 1996). Destutt de Tracy memandang ideologi sebagai ilmu pengetahuan tentang ide (Giddens, 1979; Thompson, 1990; Eagleton, 1991; Hawkes, 1996; Larrain, 1996). Di sini ideologi adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang dianggap netral. Bidang kajiannya meliputi asal-usul ide, mengapa suatu ide muncul, bagaimana berkembangnya, dan strategi-strategi apa yang dapat dilakukan untuk menyebarkan ide itu.

Van Dijk menjelaskan keterkaitan antara ideologi, masyarakat dan diskursus. *Pertama*, ideologi dipelajari dalam pengertian kognisi sosial, *kedua*, ideologi menunjuk tidak saja dalam pengertian kognisi sosial tetapi juga dalam pengertian sosial politik, budaya dan historis. *Ketiga*, ideologi dibentuk, diubah

dan direproduksi melalui diskursus dan komunikasi. Keterkaitan antara ketiga sudut pandang itu yaitu bahwa diskursus harus dihubungkan secara eksplisit dengan struktur dan strategi personal dan pikiran masyarakat sesuai dengan situasi sosial, interaksi sosial dan struktur masyarakat. Dengan cara yang sama kognisi harus dihubungkan dengan diskursus dan kondisi masyarakat. Demikian juga struktur sosial akan mudah dinyatakan secara eksplisit melalui struktur diskursus (Van Dijk, 1998: 1).

**Analisis wacana kritis.** Littlejohn (1996: 226-227) mengemukakan tiga ciri esensial ilmu sosial kritis: (1) para ilmuwan sosial kritikal percaya tentang pentingnya memahami pengalaman hidup dalam konteks masyarakat nyata; (2) pendekatan kritis menguji kondisi sosial untuk mengungkap tatanan yang rusak yang biasanya tersembunyi di balik peristiwa sehari-hari; (3) ilmu sosial kritis berusaha melakukan penyadaran dengan memadukan teori dan praktik.

Menurut Littlejohn terdapat empat posisi diskursif yang merentang di antara aliran strukturalis dan Pascastrukturalis: (1) wacana representasi (*discourse of representation*); (2) wacana pemahaman (*discourse of understanding*); (3) wacana kecurigaan (*discourse of suspicion*); (4) wacana kerentanan (*discourse of vulnerability*).

Posisi wacana tiga dan empat masuk dalam kelompok teori komunikasi yang kritis melihat bahwa realitas media adalah semu, dan apa yang disajikan media merupakan pertarungan ide atau kepentingan yang berubah-ubah.

Penelitian ini lebih dekat dengan kelompok wacana kerentanan (*discourse of vulnerability*) yang melihat bahwa ada sebuah pertarungan, bukan pertarungan antar ideologi monolitik tapi pertarungan ide atau kepentingan yang berubah-ubah (Littlejohn, 2002: 208-209). Tak ada struktur yang nyata dan struktur yang menindas hanya sementara karena berubah-ubah. Maka penelitian ini menggunakan pemikiran Foucault tentang wacana, hubungan kekuasaan-pengetahuan yang lebih dekat dengan wacana kerentanan. Dalam hubungan dengan realitas media, kelompok teori kritis Teori yang digunakan sebagai landasan untuk memahami penyusunan atau pembentukan isi media ialah teori *diskursus kritikal* sebagaimana dikemukakan oleh Fairclough (1995); Mills (1997), Van Dijk (1998).

Pendekatan analisis CDA merupakan pendekatan interdisipliner terhadap teks, yang berpandangan bahwa teks adalah suatu bentuk dari gejala sosial. Tokohnya antara lain, Norman Fairclough, Paul Chilton, Tun van Dijk, Chistina Schaffner, Ruth Wodak, Peter Teo, Roger Fowler, Gunther Kress, Mary Talbot, Robert Hodge. Pendekatan CDA dipengaruhi oleh teori kritik sosial dari Marx, Gramsci, Althusser, Habermas, Foucault dan Bourdieu, yang melakukan kritik ideologi dan relasi kuasa yang melekat dalam diskursus (Munawar, 2007: 120).

## Metode Penelitian

Metode dalam perspektif kritikal menggunakan prinsip dialogis/dialektikal, suatu metode yang mengembangkan terjadinya dialog dan dialektika antara peneliti dan sumber data. Analisisnya dilakukan secara komprehensif, kontekstual dan multilevel serta menempatkan peneliti sebagai aktivis/partisipan dalam proses transformasi sosial. Dalam perspektif kritis, kualitas penelitian yang baik harus memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi, politik, etnik dan mampu mendorong perubahan sosial (Denzin dan Lincoln, 1994 dan 2000).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam perspektif teori kritis dengan metode analisis isi kualitatif, suatu upaya untuk memelihara (*to preserve*) bentuk dan isi tingkah laku manusia dan untuk menguraikan (*to analyze*) kualitas-kualitasnya (Lindlof, Thomas, 1995: 21). Metode dalam perspektif kritikal menggunakan prinsip dialogis/dialektikal, suatu metode yang mengembangkan terjadinya dialog dan dialektika antara peneliti dan sumber data. Analisisnya dilakukan secara komprehensif, kontekstual dan multilevel serta menempatkan peneliti sebagai aktivis/partisipan dalam proses transformasi sosial.

Dalam perspektif kritis, kualitas penelitian yang baik harus memperhatikan konteks historis, sosial, budaya, ekonomi, politik, etnik dan mampu mendorong perubahan sosial (Denzin dan Lincoln, 1994 dan 2000).

## Hasil Penelitian

**Analisis pada level teks. Bingkai Jokowi pemimpin santun dan merakyat.** Dalam terang perangkat analisis teks dari Gamson dan Modigliani (1982) pengemasan pemberitaan Pos Kupang dalam bingkai “ibu-ibu sumbang Jokowi-JK Rp 2,4 Juta” (Pos Kupang, Kamis, 5 Juni 2014) merupakan perspektif atau sudut pandang yang digunakan untuk mengangkat isu kampanye santun dan tidak dinodai politik uang lewat kekuatan perempuan.

Bingkai ini dibentuk oleh instrumen pembeding: *metaphor* tergambar dalam kata “kampanye putih dan kampanye hitam”, *catchphrases* yang merupakan pernyataan dari Frans Leburaya, Ketua Partai PDIP NTT sekaligus gubernur NTT “Frans Lebu Raya dalam sambutannya mengatakan, deklarasi ini menunjukkan adanya dukungan yang besar bagi Jokowi-JK”, “Relawan Keluarga Nusantara tidak hanya mendeklarasikan diri mendukung Jokowi-JK tetapi sejumlah ibu-ibu secara sukarela mengumpulkan sumbangan sebesar Rp 2,4 juta”. Exemplars “Deklarasi dilakukan di Taman Nostalgia Kupang, yang di hadiri ratusan relawan yang umumnya berasal dari makasar yang telah lama menetap di Kupang” dan depiction “Untuk menang lanjutnya, tidak hanya deklarasi di tempat ini tapi harus keluar mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat bahwa mereka tidak perlu taut pada intimidasi dan kekerasan”.

Instrumen penalaran yang mendasari teks pemberitaan Pos Kupang ini secara eksplisit maupun implisit mengungkapkan sebab akibat (kausalitas) yang pada intinya menegaskan bahwa Jokowi dengan gaya kepemimpinannya yang santun dan merakyat lewat blusukan diharapkan bisa tertular kepada para pendukungnya. Pakain berwarna putih dengan lengan yang digulung menjadi simbol kampanye putih tanpa politik transaksional. Sehingga ketika terpilih bisa langsung bekerja dengan baik.

Dengan core frame “Ibu-ibu Sumbang Jokowi-JK Rp 2,4 Juta”, Pos Kupang melanjutkan wacana tentang dukungan positif untuk Jokowi. Jokowi dinilai menjadi figure sederhana dan sahaja melalui blusukannya, Pos kupang menggambarkan perempuan-perempuan NTT yang rela member sumbangan. Pertanyaan pun muncul, kenapa harus para wanita, sebab wanita menjadi lambing kesederhanaan dan ketulusan. Spirit ini dinilai sesuai dengan kepribadian Jokowi.

Lebih lanjut, ketua tim pemenang Jokowi-JK di NTT Frans Leburaya, menghendaki (*appeal to principles*) agar pendukung pasangan Jokowi-JK senantiasa mengamalkan pesan Jokowi untuk melakukan kampanye yang bersih. Tidak hanya itu kubu pendukungnya harus juga mengajak seluruh masyarakat NTT untuk menjauhi politik transaksional. Para saksi juga diminta untuk mengawal pemilihan sampai pada perhitungan suara di TPS.

Mengikuti kerangka analisis Fowler dan kawan-kawan (1996: 4-5), Kata “Transaksional, kampanye putih” sengaja di angkat. Dalam teks berita tersusun kalimat, Tidak menghina orang atau pasangan lain alias berkampanye putih, Dan yakinkan kepada mereka bahwa kita mau pemilihan ini bersih, tidak dinodai politik uang atau transaksional. Kalimat ini merupakan kalimat afirmatif yang terus saja didengungkan, untuk menjawab isu pihak lawan menggunakan aparat TNI untuk melakukan tindakan intimidasi.

**Bingkai Jokowi dan Jusuf Kalla menampilkan cerita baru lewat karya-karya yang tidak hanya duduk di belakang meja, tetapi langsung terlibat dengan masyarakat.** Bertolak dari perangkat analisis teks dari Gamson dan Modigliani (1982) ditemukan isu tentang pembangunan wilayah kawasan Indonesia Timur dalam pemilihan calon presiden dan wakil presiden dalam Timor Express edisi Timex, Selasa, 19 Juni 2014 JK: Satu Tahun Memimpin Listrik KTI Beres dikemas dengan bingkai JK: *Satu Tahun Memimpin Listrik KTI Beres* sebagai perspektif atau sudut pandang.

Bingkai ini dibentuk dengan menggunakan instrumen pembeding yaitu *metaphor* “JK mengaku heran dengan kebijakan nasional yang ternyata saat ini mengebiri masalah listrik”, *catchphrases*

“Terkait target kemenangan Kristo optimistis pihaknya menargetkan 65-70 persen Jokowi-JK menang di NTT. Optimisme itu didasarkan pada modal utama yaitu lima partai pendukung yang memiliki massa, relawan yang banyak bekerja, hasil survei di beberapa tempat di NTT”, ”Komitmen sudah ditunjukkan JK dengan menjadikan komodo sebagai new seven wonder. Dan bukan komodo saja, komitmen JK dan capres Jokowi ditunjukkan dalam banyak hal. Jokowi-JK sudah membuat cerita baru bagi bangsa Indonesia dimana yang muda tidak harus tampil di belakang yang tua.

Mereka juga menampilkan cerita baru lewat karya-karyanya yang tidak hanya duduk dibelakang meja, tetapi langsung terlibat dengan masyarakat, ”katanya”, ”Bahkan JK berjanji dalam satu tahun masalah listrik sudah teratasi jika nanti terpilih dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 9 juli nanti”, ”Terpisah, capres Prabowo subianto saat berkampanye di Manado, Sulut, Selasa (17/6) berjanji akan menjadikan Indonesia sebagai tuan rumah piala dunia (PD), bila kelak terpilih menjadi presiden ke-7 RI”, ”Dia pun berjanji akan membenahi stadion olahraga di Manado menjadi stadion bertaraf Internasional”. Kemasan isu tersebut ditambahkan dengan *depiction* atau penggambaran yaitu “Karena itu JK menilai masalah kelistrikan ini sudah dalam kategori darurat nasional”, “JK mengaku heran dengan kebijakan nasional yang ternyata saat ini mengebiri masalah listrik”.

Ide atau pemikiran yang dikembangkan dalam teks berita Timor Express edisi ini didukung dengan seperangkat instrumen penalaran yang eksplisit maupun implisit untuk mengungkapkan sebab akibat (kausalitas) yang pada intinya memperkuat kebenaran berita tersebut yaitu bahwa perekonomian masyarakat tidak akan berkembang karena ketiadaan listrik.

Dengan Core Frame “JK: Satu Tahun Memimpin Listrik KTI Beres” Timor Express mau menyoroti pesan subordinasi kawasan Indonesia Timur dalam kemajuan perekonomian. Pemerintah sebelumnya tidak terlalu memperhatikan bidang kelistrikan di kawasan Indonesia timur. Karena itu persoalan ini harus menjadi salah satu prioritas pemerintah baru. Ini sekaligus mengkritik materi kampanye Prabowo di kawasan Indonesia Timur lainnya yaitu Manado yang berjanji akan menjadikan Indonesia sebagai tuan rumah piala dunia. Hal ini dinilai tidak menjadi prioritas utama bagi masyarakat Indonesia Timur. Berita ini ditempatkan di halaman depan dengan judul yang berukuran cukup besar. Dan ada sub judulnya pula.

Dengan mengikuti teori Fowler dan kawan-kawan (1996: 4-5), tentang pemakaian kata dan kalimat dalam praktik berbahasa, tampak bahwa Timor Express menempatkan kebijakan pemerintah terdahulu atas tersubordinasinya posisi kawasan Indonesia Timur. Timor Express menyoroti kegagalan kebijakan pemerintah yang lalu yang mensubordinasikan posisi Indonesia Timur yaitu, masih banyak kawasan di Indonesia Timur yang belum dialiri aliran listrik.

**Analisis pada Level Discourse Practice.** Pada analisis isi ditemukan Faktor-Faktor yang mempengaruhi isi media, meliputi:

(1). *Individual level*: Ditemukan bahwa pekerja media cenderung bersikap netral. Seragam melalui standarisasi profesional. Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level ini melihat pengaruh aspek-aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan ditampilkan kepada khalayak (Shoemaker dan Reese,1996:190). Beny Dasman-Pemimpin Redaksi Pos Kupang Rabu, 14 Januari 2015, Pukul : 17.24 – 17. 53

*Terdapat dua peranan saya selaku pemred, pertama secara substansial. Maksudnya adalah tugas saya untuk melihat totalitas pemberitaan sehingga aspek keberimbangan dapat terjaga. Hal ini dimaksudkan agar tidak ada celah bagi masing-masing kubu untuk saling menjatuhkan. Selain itu, ini juga bias menjaga lembaga dan wartawannya agar tidak terkena dampak hokum. Kedua teknis. Menjaga agar kebijakan redaksional harus diberi tempat, sehingga bias meminimalisir kehendak bebas wartawan dalam mengemas teks berita. Selain itu, saya harus menjaga keakurasian sumber data, penulisan dan lain-lain. Misinya soal pencitraan calon presiden. Namun tetap berada pada rel independensi dan tidak memihak kepada salah satu calon. Semua calon diberi ruang yang sama dalam pemberitaan.*

(2). *Media routine* (Shoemaker dan Reese,1996:190). Ditemukan bahwa kegiatan rutinitas memiliki ketergantungan pada sumber elit politik dan perspektif elit. Kegiatan rutinitas media massa cetak lokal NTT mempunyai kesamaan proses. Laporan dari reporter disampaikan kepada masing-masing kepala desk. Para redaktur mengadakan rapat membahas laporan yang masuk guna mempertimbangkan laporan mana yang layak dan tidak layak dan jika layak ditempatkan pada halaman berapa. Setelah diputuskan berita mana yang akan dimuat, maka naskah laporan dari reporter tersebut diserahkan kepada redaktur pelaksana atau redaktur eksekutif untuk disunting oleh para redaktur penyunting. Setelah dilakukan penyuntingan maka dilakukan proses teknis menuju percetakan.

Dalam menyajikan berita tentang pencalonan Presiden Pos Kupang, Timor Express menyadari adanya faktor subyektivitas, ada kesengajaan memberikan perspektif tertentu, latar belakang dan aspek-aspek yang terkait untuk memberikan orientasi kepada para pembaca, yaitu memberi manfaat kepada pembaca sesuai dengan visi dan misi surat kabarnya masing-masing, kompetisi dalam merebut dan menjaga pasar.

Obyektivitas, netralitas terganggu oleh bayaran iklan dari pendukung capres. Wartawan punya frame sendiri terhadap capres, pertimbangan, sudut pandang sendiri, kedekatan dengan capresi. Wajah media banyak didominasi capres Jokowi. Tapi tidak signifikan peningkatan oplah.

*Sebelum Pilpres, kami menargetkan penjualan oplah maupun iklan yang luar biasa. Namun yang terjadi malah di luar ekspektasi. Penjualannya memang meningkat tapi tidak seperti PilGub atau Pilleg baru-baru ini. Saya menduga mungkin ada kejenuhan pasar terhadap politik, hal ini disebabkan pemain-pemain di NTT banyak muka-muka lama. (Beny Dasman-Pemimpin Redaksi Pos Kupang Rabu, 14 Januari 2015, Pukul : 17.24 – 17. 53)*

(3). *Organizational level*: Pertimbangan-pertimbangan ekonomi dalam produksi isi media dapat membatasi pencarian berita dan memiliki pengaruh tidak langsung pada kepentingan editorial dan kemudian dapat menjadi sesuatu yang mendikte isi berita (Shoemaker dan Reese,1996:151). Daud Sutikno (Pemimpin Perusahaan Pos Kupang), Kamis, 15 Januari 2015:

*Rentang iklan politik selama masa kampanye: Tidak terlalu banyak. Pilpres kali ini hanya diikuti oleh dua pasangan calon dan lebih banyak terpusat di Jakarta. Hal ini berbeda dengan pilgub dan pileg kemaren. Porsi halaman iklan headline dan halaman dalam bagaimana: Tergantung pada permintaan yang masuk. Tidak banyak permintaan iklan yang masuk, padahal kami sudah menyiapkan spece iklan yang cukup besar. Tidak sesuai dengan ekspektasi dan target yang sudah dibuat sebelumnya.*

(4). *Extra media level* (Shoemaker dan Reese, 1996:190): Ada pasar yang luas untuk teks bingkai pencalonan presiden RI. Dari aspek demografis tidak terlihat ada indikasi yang membedakan pola konsumsi para pembaca. Pos Kupang sebagai surat kabar bisnis dibaca oleh pembaca yang heterogen menjadi rujukan atas nilai-nilai jurnalistik dari suatu liputan. Pembaca Pos Kupang lebih menyukai liputan peristiwa mendalam sehingga dapat mengetahui latar belakang peristiwa. Pembaca Pos Kupang lebih menyukai berita-berita tentang korupsi dan berita-berita tentang perjuangan menegakkan keadilan.

Timor Express melabeli namanya Timor dan konsentrasi pasarnya pada daerah Timor lebih menonjol menyajikan nuansa Timor, dikonsumsi oleh pembaca terbesar di Timor. Pembaca ingin membaca Timor Express karena kedekatannya dengan Timor. Pembaca Timor Express mengharapkan isinya mencerminkan nuansa Timor.

Adanya rubrik Timor merupakan pertimbangan atas pembaca Timor. Pembaca Timor Express juga menyukai berita-berita tentang memperjuangkan keadilan dan melawan penyimpangan kekuasaan seperti korupsi. Timor Express sebagai surat kabar yang berada pada lingkungan Kristen Protestan Timor maka banyak dikonsumsi oleh pembaca yang beragama Kristen Protestan. Khalayak ingin membaca Timor Express karena kedekatan dengan nilai-nilai Kristen Protestan.

(4). *Ideological level*: Terdapat pengiklan dan peran pasar (*revenue source*), mereka memiliki peran yang besar seperti yang dikemukakan oleh Altschull, "The pers is the piper and the tune the piper

*plays is composed by those who pay the piper*” (Shoemaker dan Reese, 1996:190). Dalam penyajian isinya media mempertimbangkan realitas pasar, memperoleh kapital material, kapital politik. Pos Kupang sebagai surat kabar bisnis lebih mementingkan unsur komersial. Flores Pos dari lingkungan bisnis Gereja Katolik (SVD), Flores Pos isinya merefleksikan bisnis gereja katolik, komunitas agama katolik, membawa ideologi yg bersumber dari agama katolik. Timor Express sebagai surat kabar bisnis, komunitas protestan lebih terbuka, lebih mementingkan unsur komersial dan komunitas protestan (Toni Kleden cs., 2007:1-12).

Dalam diskursus media massa cetak lokal NTT, korelasi isi media dan kepentingan ideologi orang atau sumber daya yang membiayai pers khusus, yang menonjol terjadi adalah: Media massa cetak lokal NTT merefleksikan ideologi kelompok pemilik media yaitu kelompok Kompas, Jawa Pos, Gereja Katolik/SVD. Media massa cetak lokal NTT merefleksikan ideologi kelompok pengiklan seperti partai politik pendukung calon presiden RI Jokowi dan Prabowo.

Chaerudin pemimpin perusahaan Timor Express (15 Januari 2014) mengungkapkan tentang hubungan antara iklan dan pilpres serta kenaikan oplah:

Tergantung pada permintaan yang masuk. Tidak banyak permintaan iklan yang masuk, padahal kami sudah menyiapkan spece iklan yang cukup besar. Tidak sesuai dengan ekspektasi dan target yang sudah dibuat sebelumnya.

**Analisis pada Level Sociocultural Practice.** Sejarah kehidupan Pers di NTT sebenarnya sudah cukup tua, khususnya Flores dengan pusatnya di Ende. Sebelum negara ini merdeka pada tahun 1925 sudah terbit majalah Bintang Timoer di Flores dengan menggunakan bahasa Melayu. Walau dikelola oleh pastor-pastor katolik dari Serikat Sabda Allah (SVD) majalah setebal 16 halaman ini isinya cukup umum. Bintang Timoer menyajikan masalah-masalah pertanian, pendidikan, berita daerah dan berita internasional. Majalah ini bertahan hingga tahun 1937. Penerbitan majalah ini dipimpin oleh P. Fries.SVD.dilanjutkan oleh P. F. Cornelissen, SVD. Ukuran 19 x 26,5 cm, tebal 16 halaman. Dicitak pada Percetakan Kanisius, Yogyakarta. Pada tahun 1928 dicetak di Percetakan Arnoldus Ende, Flores. Percetakan ini milik SVD. Alamat redaksinya: R. P. Missie, Lela, Maumere, Flores.

Bersamaan dengan Bintang Timoer, terbit pula majalah daerah pada tahun 1925 dengan nama KRISTUS RATU ITANG, dengan ukuran 21 x 14,5, tebal 16 halaman. Isinya berhubungan dengan soal keagamaan, sosial ekonomi, budaya dan pendidikan. Majalah ini mati pada tahun 1938 karena kesulitan keuangan.

Seusai Perang dunia II (1942-1945), pada tahun 1946 diterbitkan dua mingguan dengan nama BENTARA mencapai tiras 3.300 eksemplar. Ukuran 25 x 32 cm, tebal 18 halaman, bergambar, tanpa kulit. Secara garis besar isinya sama dengan Bintang Timoer. Majalah ini sudah dalam bahasa Indonesia. Dipimpin oleh orang Indonesia yaitu P. Adrianus Conterius, SVD, P. Markus Malar, SVD dan Frans Tan. Dan salah satu anggota redaksinya adalah Bung Kanis Pari, tokoh pers NTT. Banyak tulisan mengenai perkembangan negara dan kehidupan masyarakat, di samping tulisan yang bersifat keagamaan (renungan-renungan). Majalah ini gulung tikar pada tahun 1959 juga karena masalah keuangan.

Bersamaan waktunya dengan kehadiran Bentara, diterbitkan juga majalah anak-anak dengan nama ANAK BENTARA. Ukurannya 21 x 14,8 cm, tebal 16 halaman dan dihiasi dengan gambar-gambar. Majalah anak-anak ini mencapai tiras 35.000 eksemplar. Orang yang berjasa untuk ANAK BENTARA adalah PG Kramer, SVD bersama para siswa Seminari Mataloko, Flores. Pada tahun 1961 terhenti karena kesulitan keuangan.

Untuk para guru diterbitkan majalah *Pandu Pendidikan* sejalan dengan sistem pendidikan Sekolah Pembangunan yang dicetuskan Menteri P dan K Masyuri. Tokoh redaksinya adalah berturut-turut P. Cornelissen, SVD, P. Swinkels, SVD, P. Lambert Lame, SVD. *Pandu Pendidikan* terbit sampai tahun 1959.

Menjelang pemberontakan Permesta pada tahun 1956/1957, di Ende terbit sebuah majalah dengan nama *Gelisah*. Majalah ini dicetak di Percetakan Arnoldus Ende. Bagaimana kelanjutannya tidak diketahui. Kira-kira pada tahun 1960 majalah ini tak terbit lagi.

Sesudah lenyapnya BENTARA, masa kekosongan hingga tahun 1960 diisi dengan terbitan beberapa majalah yang hanya berumur pendek. Antara lain, EKONOMI, SEBUK, MUDA KATOLIK, SERBUKIN, PEMUDA PENJAGA, Untuk daerah Flores pemerintah menerbitkan *Zaman Baru*, *Sinar Sembilan*.

Pada tahun 1960-an Partai Komunis Indonesia (PKI) melalui Komite Daerah Besar (CDB) menerbitkan *Mingguan Pelopor* di Kupang. *Pelopor* lahir mengikuti instruksi presiden pada saat itu, supaya setiap partai politik memiliki terbitannya sendiri. *Mingguan Pelopor* terbit dalam bentuk stensilan setebal 12 halaman. *Pelopor* berhenti terbit pada tahun 1965 sejak penumpasan G30S/PKI.

Untuk mengimbangi *Pelopor* waktu itu, Petrus Kanisius Pari selaku aktivis pemuda Katolik menerbitkan mingguan *Pos Kupang* pada tahun 1962. Kopinya dicetak di Percetakan Nusa Cendana, selebihnya dalam bentuk stensil. Selanjutnya pada tahun 1965, Kanis Pari menerbitkan *Mingguan Kompas* tapi umurnya hanya tiga bulan karena tidak mengantongi surat ijin.

Setelah 15 tahun menunggu barulah lahir Dua Minggu DIAN pada 24 Oktober 1973, dengan motto, "Membangun Manusia Pembangun". Pada mulanya terbit dwimingguan dalam format majalah. Ukuran: 30 x 22 cm, tebal 16 halaman, bergambar. Diterbitkan oleh Yayasan St. Paulus. Yayasan ini berkedudukan di Jl. Katedral No.5, Ende, Flores, NTT. Terbit berdasarkan SIT 6 Agustus tahun 1973. Sebagai perintis adalah Aleks Beding, Ben Oleona, Thomas Wigyanta, masing-masing sebagai Tokoh Redaksi, Redaktur Pelaksana, dan Sekretaris Redaksi.

Dari katanya, DIAN berarti alat penerang atau lampu kecil dengan bahan bakar minyak. Kata DIAN mengungkapkan konotasi pada tujuan dari kata itu yaitu menerangi, mencerahkan. Adapun alasan utama berdirinya Minggu DIAN ini adalah memberi informasi kepada pembaca, memberi keterangan mengenai apa yang belum diketahui, menghantar pembaca ke daerah-daerah yang belum dikenal, memberikan posisi di mana pembaca berada. Dian memiliki misi mendidik masyarakat, menyebarkan pesan-pesan pembangunan, menanamkan nilai-nilai luhur bangsa Indonesia yang menunjang pembangunan.

Sedangkan di Kupang, sebuah surat khabar mingguan KUPANG POS baru muncul Bulan Desember 1977. Dan tahun 1990-an bermunculan koran harian, majalah dan tabloid.

Surat Kabar Harian yang terbit pertama di NTT adalah POS KUPANG. Harian umum ini didirikan pada 6 Oktober 1992 di Kupang. Visi dan misi Harian ini adalah menyuarakan berbagai aspek kehidupan yang terjadi di NTT. Harian ini banyak mengangkat permasalahan sosial sehingga dapat membangun kesadaran masyarakat NTT.

Tahun 1999 berdiri harian umum Surya Timor. Kekhasan dari harian ini terbuka untuk umum, tidak ada hal yang disembunyikan, faktuan dan aktual.

Harian Umum Sasando Pos berdiri pada tanggal 22 Februari 2000. Tujuan berdirinya koran ini adalah mendorong perekonomian di NTT. Pemberitaan tentang perekonomian 60-70 persen.

NTT Ekspres berdiri pada tanggal 3 Agustus 1999. Moto HU ini adalah aktual, akurat, tuntas berdasarkan kasih. Dalam moto ini tersirat visi dan misi harian umum NTT Ekspres. Ciri harian umum ini adalah independen.

Flores Pos didirikan pada tanggal 9 Agustus 1999 oleh Yayasan Flores Media yang berpusat di Ende, Flores. Keberadaannya bertujuan untuk mengangkat persoalan-persoalan politik, ekonomi, sosial dan budaya untuk diketahui masyarakat.

Setelah itu bermunculan surat kabar harian Suara Timor, Radar Timor, Cendana Pos, Metro Kupang, Cursor, Kupang News, Suara masyarakat, Timor Express. Khazanah pers di NTT diperkaya lagi beberapa tabloid mingguan, misalnya DIAN, KOMPAK, Rote Ndao Pos, Swara Lembata, Ngada

Pos, Flotim Pos, Suara Flobamora, Duta Flobamora, dan lain-lain. Tidak terhitung beberapa buletin atau majalah bulanan, dwimingguan, triwulan (Tony Kleden, 2007:1-11).

Pemilihan presiden tahun 2014 merupakan arena kontestasi di mana berbagai kelompok masyarakat di NTT turut bermain di dalamnya untuk tetap mengendalikan realitas sosial politik di NTT. Dalam kontestasi itu, kelompok-kelompok masyarakat menggunakan berbagai kapital yang mereka miliki. Entah kapital material ekonomi, sosial, politik.

Komponen-komponen strategis dalam relasi kekuasaan berusaha mengerahkan seluruh kapital agar dirinya bisa merupakan representasi dari masyarakat luas. Apabila dalam realitas sosial, mereka berkontestasi untuk merebut kedudukan sosial dan juga politik untuk mengendalikan realitas sosial dalam media, mereka merepresentasi melalui wacana. Wacana media merupakan kelanjutan dari kontestasi sosial untuk menguasai ruang berpikir atau ruang pengetahuan publik. Dengan bertarung di wacana media, setiap pihak mencoba mengarahkan pengetahuan publik agar setuju dengan pengetahuan yang mereka presentasikan. Wacana pencalonan presiden RI yang dipresentasikan dalam media massa cetak lokal NTT merupakan ekspresi pertarungan kepentingan di antara pihak-pihak yang terlibat.

Pencalonan presiden RI pada pemilu 2014 merupakan proses sejarah yang melibatkan kekuatan-kekuatan sosial, budaya, ekonomi, politik. Kekuatan-kekuatan tersebut bertarung untuk mereposisi diri dan menegaskan lagi kekuasaan mereka atas masyarakat. Pertarungan itu terjadi dengan motivasi yang berbeda-beda, antara lain kekuasaan politik, ekonomi. Dengan merebut kekuasaan pada aras itu, kelompok-kelompok tersebut menjadi pemain-pemain yang terus melanggengkan pengaruh mereka atas masyarakat.

Secara tekstual pertarungan itu diproduksi, diakumulasi dan disentralisasi dalam surat kabar lokal NTT. Isi komunikasi sebagai komoditas terbentuk melalui proses produksi, di mana nilai komoditas tersebut tidak saja hanya memiliki nilai pakai, tetapi juga nilai pertukaran. Dalam konteks ini, pertarungan nyata antarkomponen masyarakat dan antara anggota masyarakat dengan elit partai pendukung calon presiden RI Jokowi dan Prabowo Subiyanto. Peristiwa pemilu presiden RI dalam teks media dikembangkan oleh presentasi media yang menyiratkan gambaran pertarungan antarkekuasaan. Presentasi media mengungkapkan suatu common sense yang menarik perhatian masyarakat.

Dari common sense yang diproduksi dan dijual oleh media massa cetak lokal NTT kepada pembaca tersirat bahwa media menjadi bagian dari jaringan dalam pertarungan kekuasaan dengan mengkomodifikasi pertarungan kekuasaan politik, untuk memperoleh keuntungan kapital ekonomi, kapital politik.

Keterlibatan media massa dengan kegiatan politik, mencerminkan perhatian media terhadap politik dan menyiratkan adanya keterikatan atas dasar suatu kepentingan antara sebuah media dan kekuatan politik yang diberitakannya entah itu kepentingan ekonomi, politik, atau pun ideologis. Dengan kata lain, media tidak bisa melepaskan dirinya dari jaring kekuasaan.

Sisi komersial media berjaln dengan kepentingan pihak lain untuk merepresentasikan diri melalui media. Pihak ini adalah kalangan yang memiliki beragam kepentingan komersial dan non-komersial. Para pemasang iklan membutuhkan representasi demi kepentingan komersial. Para politisi membutuhkan media demi kepentingan politiknya. Pembaca media, pada sisi lain, merupakan campuran dari berbagai kepentingan itu. Para pengelola media tidak bisa mengelola media dengan mengabaikan kepentingan masyarakat yang menjadi ruang hidupnya.

Karena itu, banyak partai politik berusaha menguasai media (pers) untuk berbagai kepentingan: menyampaikan suara partai pengusung dan mempengaruhi massa partai; menjaga nama baik partai dan menyerang partai lain. Mereka memanfaatkan media dalam percaturan politik untuk memenangkan wacana yang diintroduksinya. Wacana politik itulah yang kelak menentukan persepsi dan opini publik terhadap sebuah partai atau penguasa, terutama berkenaan dengan soal legitimasi dan delegitimasi kekuasaan. Karena pertimbangan inilah dalam konteks Indonesia, sejak jaman kolonial Belanda dan

Jepang, hingga masa Orde Lama dan Orde Baru serta Era Reformasi, setiap pemerintahan berusaha sekuat tenaga untuk mengendalikan pers.

Dalam dimensi kapital politik, sosial, peristiwa pencalonan presiden diproduksi sebagai isu yang melegitimasi suatu posisi strategis kekuasaan elit partai pendukung calon presiden RI. Media dan wartawan terbawa dalam pencitraan calon presiden RI yang positif yang didukungnya. Isu itu dikemas menjadi tidak pasti, tidak bening, tapi menarik bagi publik dan karena itu dibeli. Media secara hampir tak terhindarkan mengukuhkan atau memperkuat kepercayaan, sikap, nilai, dan opini itu. Komunikasi yang dikira mengubah sikap, sering kali hanya merupakan pengukuhan terhadap sikap yang sudah ada (Joseph A. DeVito, 196).

Media massa cetak lokal ini tunduk pada kepentingan pasar dan tunduk pada kekuasaan partai pendukung calon presiden RI. Sebab itu, media massa cetak lokal NTT menyajikan berita pencalonan presiden RI dalam *metaphor* pertarungan.

Dalam semangat kapitalisme calon presiden RI direpresentasikan dalam pencitraan media sehingga media massa cetak lokal NTT merepresentasikan peristiwa pencalonan presiden RI dalam bingkai calon presiden RI. Maka media massa cetak lokal NTT berusaha menjaga hubungan yang baik dengan pasar sambil tetap dalam format positif tentang calon presiden.

## Kesimpulan

Kehadiran surat kabar lokal di NTT: Pos Kupang dan Timor Expres disadari sebagai wadah informasi dan pendapat. Liputan berita dan pendapat oleh surat kabar lokal membentuk pemahaman pembaca tentang proses kampanye pilpres RI. Penyebarluasan informasi melalui surat kabar lokal dapat dianggap sebagai refleksi dari aspirasi yang hidup dalam masyarakat dengan nilai-nilai sosialnya, ideologi, budaya, ekonomi, politik, realitas kesejarahannya. Jawabannya terungkap dalam hasil penelitiannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ideologi kapitalisme yang berada di balik wacana media dalam kemasan teks berita pencalonan Presiden RI tahun 2014 di NTT.

Peristiwa pencalonan Presiden RI dalam teks surat kabar dikemas menjadi pertarungan antar kekuasaan dua kelompok calon presiden RI dalam hal ini Prabowo-Hata dan Jokowi-Yusuf Kala. Kemasan citra pertarungan kekuasaan merupakan eksploitasi media yang merepresentasi para pemain di dalam media dan di luar media untuk memperoleh posisi kekuasaan yang strategis dalam struktur masyarakat. Pada level produksi latar belakang dan orientasi media memberi warna pada representasi media. Peranan dominasi pekerja media dalam merepresentasi wacana dipengaruhi oleh kekuasaan pasar. Pada level konsumsi media, publik lebih menggemari hal-hal yang berhubungan dengan kekerasan. Pada level sosial-kultural praktis media melakukan refleksi atas praktek politik.

## Daftar Pustaka

- Almond, Gabriel 1960, Introduction A.Functional Approach to Comparative Politics. Boston: Little Brown.
- Berger, Peter L dan Thomas Luckman, The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge, (New York: Anchor Books, 1967) hal.34-36.
- Dant, Tim. *Knowledge, Ideology and Discourse*, (London, New York: Routledge, 1991)
- Denzin, Norman K. and Lincoln, Yvonna S. (Eds.) *Handbook of Qualitative Research*. (London : Sage Publications, Inc., 1994.)
- DeVito, Joseph A., *Human Communication*, (New York: HarperCollins Publishers Inc, 1996).
- Dedy N. Hidayat; Effendi Gazali; Harsono Suwardi; Ishadi S.K. *Pers Dalam Revolusi Mei-Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. (Jakarta: Gramedia, 2000)
- Diane Macdonell, *Theories of Discourse*. (Oxford: Blackweel, 1986).
- Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta: Penerbit LkiS, 2002)

- Fairclough, Norman & Wodak, Ruth, "Critical Discourse Analysis". Dalam Teun.van Dijk (ed), *Discourse as Social Interaction : Discourse Studies a Multidisiplinary Introduction*, Vol.2. (London:Sage Publication,1997.)
- Foucault, Michel. "The Order of Discourse". Dalam Robert Young(ed), *Untying the Text: A Poststructuralist Reader*. London:RKP,1981)
- Gamson, WA dkk. *Media images and the social constructions of reality*, dalam Anmu.Rev Sosial, 19373-393, 1992.Press. 1986.)
- Golding, Peter and Graham Murdock. Ideology and The Mass Media: The Question of Determination. Dalam Peter Golding and Graham Murdock, *The Political Economy of Media*. Volume I, Cheltenham, UK. Brookfield, US: The International Library of Study and culture. 1997
- Hamad Ibnu, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*, (Jakarta:Granit, 2004).
- Hidayat, Dedy N. "Jurnalis, Kepentingan Modal, dan Perubahan Sosial". Dedy N Hidayat dkk (ed). *Pers Dalam "Revolusi Mei " Runtuhnya Sebuah. Hegemony*. (Jakarta: Gramedia, 2000)
- Kleden Toni, *Pos Kupang Suara Nusa Tenggara Timur*, ( Kupang: PT Timor Media Grafika, 2007).
- Liliwari, Alo et al. (eds). *25 Tahun NTT. Apa Kata Mereka?* (Kupang: DPD I KNPI NTT, 1988).
- Littlejohn, Stephan W, *Theories of Human Communication*, (Belmont Cal: Wadsworth Publishing Comp, 1996)
- McQuail, Denis,*Teori Komunikasi Massa*, Terjemahan, (Jakarta: Erlangga, 1994)
- Mosco, Vincent., *The Political Economy of Communication*. (London: Sage Publication. 1996)
- Ritonga, Rajab, Endah Murwani, Syafruddin Ritonga. (2017). Gender Awareness of Maria Hartiningsih as Kompas Reporter. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. Vol. 2(2): 82-91
- Ritzer, George. *Modern Sosial Theory. Fourth Edition*. (New York: The McGraw-Hill Co.Inc. 1996)
- Shoemaker, Pamela J dan Stephen D Reese. *Mediating the Message. Theories, of Influence on Mass Media Content*, (New York dan London: Longman, 1996)
- Tuchman, Gaye. *Making News A Study in The Construction of Reality*. (London: The Free Pers, 1980).
- Tuchman; Gitlin,Todd, *The Whole World is wathcing, Mass Media in The Making & Unmaking of the New Left*, ( University Calivornia Press, 1980).
- Van Dijk, Teun A., *News as Discourse*, (Hillsdale: Lawrence Erlbaun Associates, Inc. 1988)
- B. Jurnal/ Disertasi/Laporan Penelitian/ Media Massa/ Internet
- Ali, Fachry, "Golkar, Pemilu, dan Perubahan Sikap Politik Masyarakat", Kompas, 25 Maret 1987.
- Dhakidae Daniel, "Political Economy of Indonesian News Industry", *Disertasi*. Cornell University, 1991