

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Politik tak lepas dari yang namanya pemerintahan karena dengan adanya politik, pemerintahan dapat membuat keputusan-keputusan yang menyangkut kebijakan dan aturan lembaga negara yang tidak dapat melaksanakan roda pemerintahan atau menjalankan negara ini tanpa adanya kontrol politik, dan upaya mencapai tujuan pemerintah harus menggunakan legitimasi sebagai alat kekuasaan. Salah satu hal yang patut dicatat di berbagai perubahan tersebut, adanya peran masyarakat atau *civil society* dalam proses demokrasi sangat menentukan alur politik pemerintahan yang melalui aspirasi masyarakat. Peran masyarakat semakin kuat dalam dunia politik, dimana masyarakat memiliki hak suara di dalam pelaksanaan pemilu.

Pemilu merupakan proses dimana para pemilih memilih orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik beraneka ragam mulai dari presiden, wakil rakyat di berbagai tingkat pemerintahan hingga kepala desa. Sistem pemilu di Indonesia menggunakan asas langsung, adil, umum, bebas, rahasia serta adil dan jujur.

Pemilu 2019 sebagai salah satu pesta demokrasi 5 tahunan dimana akan diselenggarakan pada tanggal 17 april 2019, masyarakat diberikan hak memilih dewan Legislatif, DPRD RI, DPD RI, dan DPD serta Presiden dan wakilnya, pemilihan umum juga menunjukkan seberapa besar partai berpartisipasi dalam politik masyarakat.

Pemilihan presiden (Pilpres) 2019 merupakan momentum penting dalam sejarah politik indonesia dimana pada tahun ini pemilihan presiden di laksanakan secara bersamaan dengan pemilihan calon legislatif dengan sistem pemilihan oleh rakyat langsung. Namun dapat terlihat gejolak dalam masyarakat mengenai siapakah sosok yang pantas untuk dijadikan presiden 2019 yang akan memimpin 5 tahun kedepan?, dapat di lihat bahwa pemilihan presiden memiliki 2 calon yaitu calon pertahanan Jokowi dengan koalisi partainya yaitu PDIP, Golkar, Nasdem, PKB, PPP, Hanura, Perindo, PSI dan PKPI, tahun ini calon pertahann Jokowi didukung 9 partai politik yang dapat membuatnya lebih kuat dari pemilihan presiden tahun 2014 silam, dan Prabowo hanya memegang partai Koalisi yaitu Gerindra, PAN, Demokrat dan PKS namun hal ini tidak membuat pemilihan presiden tahun ini terlihat biasa saja.

Dalton & Waterbag (2000) menyatakan bahwa koalisi pemerintah perlu dibentuk bersarkan partai-partai mayoritas demi terjaminnya stabilitas pemerintah. Terdapat beberapa aspek kunci yang dimiliki oleh partai politik untuk menyelenggarakan pemerintahan yang stabil. *Pertama*, partai politik menciptakan kekuatan mayoritas dalam pemerintahan jika suatu partai tidak mampu mendominasi suara pemilu, maka beberapa partai dapat membentuk

koalisi. Partai politik merupakan aktor-aktor utama dalam proses ini. Namun demikian format pemerintah yang dibentuk berdasarkan koalisi partai masyarakat terjadinya distribusi sumber daya dan posisi di antara partai-partai anggotanya. *Kedua*, mengorganisasikan pemerintahan. *Ketiga*, melaksanakan sasaran kebijakan dan memastikan janji-janji kampanye terpenuhi. *Keempat*, partai politik diluar pemerintah bertugas mengelola kekuatan ataupun opisisi pemerintah. Biasanya partai-partai diluar pemerintah adalah minoritas dan menawarkan perubahan lebih baik sebagai pemerintahan yang baru saja melakukan pemilu. *Kelima*, memastikan tanggung jawab atas apa yang dilakukan oleh pemerintah. *Keenam*, mengendalikan administrasi pemerintah termasuk dalam menyusun kabinet pemerintah. *Ketujuh*, memperkuat stabilitas dalam pemerintah. (Ganjar, 2015:13). Koalisi sebagai alat kekuatan partai politik untuk memenangkan pemilu, semakin banyaknya partai berkoalisi maka diharapkan sebagai sumber dukungan terhadap calon presiden. Adanya koalisi di partai politik untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan menciptakan hubungan antar partai untuk saling menguntungkan satu sama lain, kekuatan dalam berkoalisi untuk menciptakan suara tertinggi dalam pemilu serta untuk kekuatan pemerintah.

Pemilihan presiden tahun ini partai koalisi dari petahan dengan mengantong 9 partai sedangkan dari penantang hanya mengantongi 3 partai. Namun tidak membuat penantang merasa kalah, meski diketahui semakin banyak partai berkoalisi maka akan semakin tinggi suara yang akan didapat.

Tahun 2019 saat ini terlihat suhu politik di Indonesia sedang memanas, hampir setiap hari situasi politik dalam negeri ini menghiasi media, baik media *online* maupun media cetak, berita yang menjadi *headline* pada umumnya memuat berita tentang para calon presiden. Pertarungan dalam merebutkan kursi presiden dan wakilnya pada pemilu ini sangat sengit dikarenakan kedua calon adalah calon presiden yang sama di tahun 2014 silam. Sehingga terjadinya pertarungan kembali dengan kandidat yang sama, membuat isu-isu politik di tahun ini menjadi semakin menarik dan semakin diperbincangkan oleh publik yang tak lepas dari pemberitaan di media, mulai dari hal yang baik maupun mengkritisi pemerintahan.

Keberadaan media partisan saat ini terlibat di dalam pertarungan politik, banyaknya media saat ini yang pro terhadap salah satu calon presiden bisa terlihat pada media yang lebih cenderung memberitakan salah satu calon karena kepemilikan media merupakan seorang politisi yang partainya berkoalisi dengan salah satu calon presiden.

Seperti halnya media *online* partisipan milik MNC group dan media online Metro News, media tersebut merupakan media partisipan dan cenderung memberitakan salah satu calon presiden, diketahui pemilik MNC group dan Metro News merupakan seorang partai politik yang berkoalisi dengan salah satu partai calon presiden sehingga pemberitaan yang dilakukan lebih cenderung pada hal-hal yang sudah dikerjakan oleh pemerintahan selama ini.

Adanya keterlibatan pemilik media sebagai salah satu aktor politik membuat media tidak dapat terpisah dan menjadikan sebagai aktivitas utama para aktor dalam memberitakan suatu berita demi menciptakan citra baik dari salah satu calon presidennya, kendati demikian partai politik selalu menggunakan media sebagai alat paling manjur dalam memperkenalkan partainya, keterlibatan pemilik media menunjukkan adanya kekuasaan untuk mempengaruhi masyarakat dengan ideologi mereka, namun kekuasaan selalu berhubungan dengan kontrol sehingga kekuasaan dapat segalanya sesuai dengan harapan pemilik dalam memberitakan suatu pemberitaan.

Disatu sisi adanya media non partisipan yang ikut terlibat dalam pemberitaan politik namun terlihat cenderung lebih berpihak pada salah satu calon presiden, hal ini dapat juga terjadi karena pemilik media cenderung berpihak pada salah satu calon presiden atau adanya hal lain, seperti media dari suara.com.

Media suara.com merupakan media non partisipan, media baru yang memang cukup di kenal dalam kalangan masyarakat, namun media suara.com cenderung berpihak di salah satu calon presiden, isi pemberitaan mengenai politik 2019 lebih dominan pada peningkatan citra politik dan secara tidak langsung untuk branding politik, hal-hal positif serta aktifitas yang dilakukan calon presiden dari kubu 02, terlihat bagaimana pemberitaan media non partisan ini dalam mengkritisi pemerintahan sekarang ini.

Saat ini media sangat penting dalam kehidupan politik dan proses demokrasi, yang memiliki jangkauan luas dalam penyebaran informasi

sehingga mampu melewati batas wilayah, saat ini media mulai gencar-gencarnya memberitakan para calon presiden, dari media yang mulai mengkritisi masing masing calon hingga meningkatkan citra baik dari masing-masing calon sehingga media sangat berpengaruh besar dalam pembentukan opini publik, dimana literasi bangsa indonesia saat ini sangat minim sehingga banyak sekali publik yang percaya akan berita yang di sampaikan di media massa.

Peran media dalam menyebarkan informasi guna mendorong *eleksabilitas* calon sangat krusial. Melalui media para kontestan pemilu dapat membangun opini, membagikan informasi dan menggiringkan kedalam sebuah prespektif baru guna kepentingan elektoral. Kesadaran masyarakat modern melalui kekuatan informasi tersebut didukung oleh cepatnya teknologi informasi dan komunikasi, serta mudahnya akses internet terlebih lagi dengan adanya media social yang semakin memanjakan pengguna dengan berbagai fitur-fitur penciptaan konten dan perluasan *audience* menjadi faktor penting yang mendasari perubahan pola arus informasi.

Dalam prespektif ekonomi politik media, ternyata media tidak bisa netral dan obyektif sebagaimana idealismenya. Media sangat terikat dan dipenagruhi oleh idealism pemiliknya. Sehingga media sangat rentan dijadikan sebagai alat kekuasaan dalam sebuah sistem politik. Disisi lain media harus menguntungkan secara ekonomi baik untuk biaya operational media itu sendiri maupun untuk keuntungan para pemilik modal. Oleh karena itu media dituntut untuk menyesuaikan pada selesar pasar agar

menarik bagi para pengiklan. Iklan merupakan salah satu nafas utama bagi sebuah media selain *audience* atau khalayak. (Setiawan, 2018)

Ekonomi politik media juga membentuk sikap politik media itu sendiri dimana sikap media itu sendiri secara eksplisit tercermin dalam tajuk rencana. Tajuk rencana adalah tulisan surat kabar yang menekspresikan pendapat editor terkait topic menarik pada saat tertentu. Sikap politik media sebagai manifestasi dari pelaksanaan fungsi media sebagai pilar keempat demokrasi. Menurut Denis dan Meril (1984) adalah hubungan antara media dan pemerintah oleh karena itu pelaksanaan fungsi *checkout government* media sering diasosiasikan sebagai hubungan yang adversial karena media di pandang bertentangan dan mengkritiki pemerintahan. (Gora dan Irwanto, 2015:40)

Politik media tidak selalu bersifat negatif, politik media juga dapat bersifat korporatif, relasi ini cenderung timbal balik bukan segaris, artinya pers telah menjalankan fungsi sebagai pilar keempat demokrasi, yaitu mengontrol pemerintahan. Selain oleh pers arus utama kontrol media terhadap pemerintahan juga di lakukan oleh media baru seperti media online dan media sosial. (Gora dan Irwanto, 2015:68)

Para pemilik media swasta secara umum memiliki kepentingan financial dan strategi yang menimbulkan upaya untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik. Tidak jarang para mereka memiliki posisi ideologis yang terbuka dan bahkan ambisi politik itu sendiri Dukungan surat kabar untuk partai politik lebih lazim, dan terkadang partai politik mengendalikan surat kabar, untuk alasan pemilu para politikus sering kali di

wajibkan untuk meminta dukungan media besar. (Gora dan Irwanto, 2015:41)

Perlu dipahami bahwa setelah reformasi laskap politik dan pola arus informasi secara fundamental telah berubah. Order baru memang menyisahkan hal buruk bagi bangsa Indonesia ketika kebebasan dan hak untuk mendapatkan informasi dibatasi, bahkan di manipulasi oleh pemerintah pada masa tersebut. Hal tersebut sangat jauh berbeda dengan kondisi saat ini , yaitu realitas politik yang sudah masuk dalamn frekuensi masyarakat awam melalui dunia maya, yang menjadi kekhawatiran terbesar di era sekarang ketika elite partai politik dan media massa memainkan ketidakbenaran informasi untuk di konsumsi atau diperdebatkan oleh kaum awam.

Kekuatan media dalam suatu perubahan terletak pada kemampuan mendefinisikan isu-isu, kebijakan-kebijakan alternatif, memfokuskan pada makna krisis baik social ekonomi maupun politik. Dengan demikian media bisa mengemas kegiatan-kegiatan seorang tokoh dari yang tak penting sekalipun menjadi menarik dan unik. Di sisi lainnya media pun dapat mengabaikan peristiwa-peristiwa genting sehingga luput dari perhatian masyarakat. Suatu fakta bisa berkembang menjadi makna yang beragam tergantung penafsiran masing-masing media. Pemberitaan media terhadap isu-isu tentang pemilu maupun calon-calon politik juga akan mempengaruhi pembentukan opini publik, dimana publik akan berfikir siapa yang nantinya pantas akan di pilih.

Opini publik tumbuh dan berkembang sejalan dengan perkembangan kebebasan berekspresi (*freedom of expression*) dan kebebasan pers (*freedom*



*of the pers*) sebagai salah satu substansi penting dalam sistem politik berdemokrasi. Bahkan, Jeremy Benthan berpendapat bahwa opini publik sangat penting sebagai dasar negara berdemokrasi, karena dapat menjadi kontrol sosial. Sejalan dengan opini publik juga semakin mendapatkan perhatian dalam kehidupan politik dan kominikasi politik tatkala Alquin menyerukan “*vox populi, vox dei*” (Suara rakyat adalah suara tuhan). (Anwar, 2014:57-58) Seruan tentang “*vox populi, vox dei*” di pandang oleh Ahmad Azhar Basyir (2000:14) terlalu berlebihan, karena besar kemungkinan rakyat memiliki kemauan yang tidak sejalan dengan kemauan tuhan. Suara rakyat itu tidak selamanya merefleksikan kehendak tuhan, namun dari segi komunikasi politik suara rakyat tetap memiliki urgensi sebagai salah satu esensi dalam bentuk opini publik. (Anwar, 2014:58)

Banyaknya media yang saat ini tidak berimbang atau tidak netral, para media masing-masing memberikan berita yang selalu positif di salah satu calon presiden. Seharusnya media tetap terlihat independent dan tidak boleh memihak di salah satu calon presiden. Hal-Hal ini terlihat dengan adanya media yang terkadang menjadi dugaan provokasi karena terlalu memihak di salah satu calon presiden, mengkritisi dan memberikan citra negatif di salah satu paslon membuat publik yakin dan termakan akan berita tersebut. Adanya media massa merupakan sarana yang dapat di dimanfaatkan oleh masing-masing calon presiden dimana dengan adanya media massa calon presiden dapat mengabadikan hal hal yang di lakukannya pada masa kampanye yang akan membuat rakyat nantinya memilih calon presiden yang

didukung, media massa juga di jadikan alat utama untuk meningkatkan citra positif dari masing masing calon.

Politik pencitraan menjadi komoditas yang bisa di miliki oleh siapa saja yang turut dalam ajang kompetisi politik, apalagi di era reformasi menguatnya media massa dalam politik pemilu turut memperbesar peluang kadidat atau politisi dalam mengeksploitasi citra politiknya. (Ganjar,2016:16)

Menurut Rawnsley (2005) dalam sistem politik terbuka terdapat pelanggaran-pelanggaran dimasyarakat yang menciptakan kondisi komunikasi massa lebih bebas. Kondisi yang menyebabkan media massa dan kelompok-kelompok gerakan masyarakat terdorong untuk mengartikulasi aspirasi tanpa rasa takut adanya tindakan represif. (Ganjar, 2016:16). Dalam hal ini partai gerinda bisa di bilang merupakan partai baru dalam dunia politik, namun partai gerinda memiliki perhatian yang tinggi terhadap perubahan sistem dan perubahan dalam pembangunan ekonomi, gagasan ekonomi yang di tawarkan partai gerinda diaplikasikan melalui berbagai kekgiatan sosial seperti melaksanakn pelatihan dan peyuluhan keberbagai daerah. Hal-hal yang di tawarkan oleh partai Gerinda tidak jauh berbeda dengan partai politik lainnya yang mencakup halnya dibidang ekonomi, kesejahteraan rakyat, pertanian, perikanan, lingkungan hidup, sosial budaya, Hak asasi manusia , pertahanan, keamanan negara otonomi daerah, politik luar negeri, teknologi dan masih banyak hal lainnya. Dengan adanya perhatian terhadap

masalah tersebut partai Gerinda yakin bahwa berbagai masalah sosial diindonesia akan mudah terealisasikan.

Dalam kampanye politik pada pemilu 2019 ini, partai gerinda mengangkat isu ekonomi kerakyatan sebagai produk dari product politiknya, hal ini terlihat paa tulisan di baliho maupun bener-bener “*Indonesia adil dan makmur*” hal yang dimaksud untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi kerakyatan.

Penggunaan internet dalam pencitraan politik , telah di mungkinkan dan sangat strategis dalam masyarakat informatif. Internet telah mengubah komunikasi dengan cara yang sangat mendasar terutama banyak terlibatnya interaktivitas dalam masyarakat informasi antara komunikator dengan pengguna. Dengan melalui media online kegiatan meningkatkan citra politik dalam suatu partai dapat terlaksana dengan menyertakan jutaan orang.

Keberpihakan media pada satu golongan atau kelompok semakin terasa menjelang pemilu 2019 saat ini, seolah isin media tergantung dari si pemilik atau orang yang ada di belakangnya yang hasilnya akan menjadi ketimpangan informasi, ketimpangan informasi ini yang akan merubah pola piker masyarakat dalam memilih suatu calon. Pada dasarnya media haruslah bersifat netral dalam memberitakan suatu berita sesuai dengan kode etik jurnalistik yang ada, namun faktanya masih ada media online yang tidak berimbang dalam memberitakan suatu calon presiden, bahkan *headline* dalam pemberitaan menuai kontroversi.

Kode etik dapat mengimbangi segi negatif profesi, dengan adanya kode etik ini kepercayaan masyarakat akan suatu profesi dapat di perkuat

karena setiap klient mempunyai kepastian bahwa kepentingan akan terjamin. Kode etik bisa terlihat sebagai etika terapan dalam konteks ini etika terapan memegang peranan penting.

Saat ini media online berlomba lomba dengan cepat dalam menaikkan suatu berita, kecepatan media online ini yang terkadang lepas dari kendali kode etik jurnalistik sendiri, kendati demikian masih ada media yang terkadang berimbang dalam memberikan suatu pemberitaan, kode etik jurnalistiklah yang seharusnya menjadi tanduk utama dalam suatu penulisan berita sehingga tidak adanya keberimbangan berita.

Dalam pemberitaan di media dapat terlihat dari judul hingga isi pemberitaan menonjolkan tokoh politik serta kalimat yang dapat menyudutkan dari masing masing dari calon presiden. Sebagai contohnya adalah media suara.com yang sudah di kutipan dalam media online partai gerinda. Suara.com merupakan berita online yang memuat berita tentang politik di indonesia, namun berita suara.com lebih berpihak pada calon presiden Prabowo, dalam headlinesnya pun mengundang kontroversi.

Adapun dalam kontroversi ini terjadi pada media-media non partisipan seperti suara.com, media suara.com ini merupakan media non partisipan namun berita politik yang ditayangkan cenderung berpihak pada salah satu calon presiden dalam memberitakan seperti aktivitas calon presiden dari 02, hal-hal positifnya, kampanye terbukanya bahkan dalam pemberitaannya mengkritisi pemeritahan.

Keberpihakan media pada berita yang di munculkan oleh suara.com terlihat jelas bahwa media suara.com ini, lebih memberitakan terhadap paslon nomer 2 dengan segala aktivitas maupun kampanye ataupun hal-hal yang di lakukan oleh paslon nomer 2, seperti statment Prabowo pada kampanye akbar di GBK yang menyindir Jokowi dengan menjanjikan 3 kartu saktinya atau hal lainnya janji Prabowo akan turunkan harga daging dan listrik di 100 hari pertama saat menjabat sebagai presiden, hal ini dapat di katakana sebagai branding politik untuk calon presiden nomer urut 02.

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

Bentuk teks dan wacana dalam persaingan capres 2019 pada media suara.com memiliki peranan penting dalam menggiring opini publik dengan kapasitas dan kekuatan teks media yang disajikan oleh *media online* Suara.com dan juga bagaimana konstruksi media serta kepentingan apa yang dibangun oleh media suara.com dalam memberitakan tentang politik capres 2019, selain itu melalui penelitian ini untuk mengidentifikasi berita, selain itu keberpihakan teks yang di fungsikan sebagai branding politikal partai politik seperti stetment janji dari Prabowo dimana akan menurunkan daging dan listrik dalam 100 hari menjabat serta bentuk struktur mikro dan makro pada teks pemberitaan politik capres di media suara.com.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana bentuk teks dan wacana persaingan politik capres 2019 pada media suara.com
2. Untuk mengetahui keberpihakan teks yang difungsikan sebagai branding politik partai dan capres
3. Untuk mengetahui bagaimana struktur makro dan mikro pada teks pemberitaan politik capres 2019 di media suara.com

## 1.3 Manfaat penelitian

### 1.3.1. Manfaat Teoritis

1. Sebagai kontribusi dalam kajian bidang komunikasi untuk pengembangan konsep ilmiah melalui hasil temuan penelitian.
2. Memberikan sumbangsih pemikiran pada kajian ilmu komunikasi, terutama dalam studi teks dan bahasa.
3. Sebagai bahan data analisis untuk kepentingan penelitian selanjutnya, terutama kajian ilmu jurnalistik.

### 1.3.2 Manfaat Praktik

1. Memberikan pemahaman dan pemaknaan tentang analisa teks media dan di harapkan mampu memberikan pemahaman untuk khalayak luas.
2. Memberitahu publik akan berita yang netral dan sesuai dengan kaidah jurnalistik.