

DESKRIPSI KUALITATIF TERHADAP PERAN MEDIA TV SWASTA DALAM MENSOSIALISASIKAN KANDIDAT PILWALI DI KOTA MAKASSAR

*QUALITATIVE DESCRIPTION OF THE ROLE OF PRIVATE TV MEDIA IN SOCIALIZING
PILWALI CANDIDATE
IN THE CITY OF MAKASSAR*

Emilsyah Nur

Balai Besar Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi
dan Informatika Makassar

Email : emilsyah.nur@gmail.com

Abstrak, Media TV sebagai media elektronik bertindak sebagai penyalur informasi seputar Pemilu maka maupun sebagai media sosialisasi aktor politik untuk memperoleh dukungan. Meskipun media TV dapat diakses oleh setiap lapisan masyarakat, namun pengetahuan masyarakat terhadap politik maupun kesadaran untuk menggunakan hak pilihnya masih rendah. Permasalahan penelitian ini bagaimanakah peran TV Swasta dalam mensosialisasikan Kandidat Pilwali Kota Makassar. Sedangkan tujuan penelitian untuk mengetahui peran TV Swasta dalam mensosialisasikan Kandidat Pilwali Kota Makassar. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan peran media televisi dalam mensosialisasikan kandidat calon walikota Makassar menunjukkan bahwa kemampuan untuk memahami dan mengeksploitasi kemungkinan sebagai tawaran dari media massa untuk memproyeksikan profil seseorang sekaligus mencapai serta memanipulasi publik massa. Oleh karena, eksistensi TV swasta dianggap berpotensi untuk mengkonstruksi wajah politik di Kota Makassar. Peran media televisi swasta di Kota Makassar dapat dilihat dari netralitas dalam mensosialisasikan kandidat calon Walikota Makassar dapat dilihat dari netralitas televisi dalam menyampaikan visi dan misi. Netralitas media televisi dalam kapasitas sebagai media sosialisasi tercatat sebagai pendukung pasangan kepala daerah khususnya di Kota Makassar. Konsep netralitas belum mampu mendukung peran televisi dalam mensosialisasikan calon walikota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari keberimbangan (*balance*), ketidakberpihakan (*impartiality*), keadilan (*fairness*), dan obyektivitas (*objectivity*) kurang mampu terlaksana dengan baik.

Kata Kunci : Peran Media TV, Sosialisasi, Kandidat Walikota

Abstract, TV Media as an electronic media acts as a channel of information about the General Election and as a media for the socialization of political actors to gain support. Even though TV media can be accessed by all levels of society, the public's knowledge of politics and awareness to use their voting rights is still low. This research is a qualitative research using interview and observation data collection techniques. The results showed the role of television media in socializing the candidates for Makassar

mayor candidates showed that the ability to understand and exploit the possibility of various offers from the mass media to project one's profile while reaching and manipulating the mass public. Therefore, the existence of private TV is considered to have the potential to construct a political face in Makassar City. The role of private television media in Makassar City can be seen from the neutrality in socializing candidates for the Mayor of Makassar, it can be seen from television neutrality in conveying the vision and mission. The neutrality of the telecommunication media in its capacity as a socialization media was recorded as supporting regional head pairs, especially in Makassar City. The concept of neutrality has not been able to support the role of television in socializing Makassar mayor candidates. This can be seen from the balance (balance), impartiality (impartiality), fairness (fairness), and objectivity (objectivity) less able to be implemented properly.

Keywords: Role of TV Media, Socialization, Candidates for Mayor

A. PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah merupakan pemilihan langsung kepala daerah oleh masyarakat sebagai perwujudan demokrasi. Sebelum 2005 pemilihan kepala daerah dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau disingkat Pilkada dan pertama kali diselenggarakan pada bulan juni Tahun 2005. Dipilihnya sistem pemilihan kepala daerah secara langsung merupakan sebuah koreksi atas pilkada terdahulu yang menggunakan sistem perwakilan oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Digunakannya sistem

pemilihan langsung ini menunjukkan perkembangan dan penataan format demokrasi daerah yang berkembang dalam kerangka liberalisasi politik.

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara langsung akan digelar secara serentak pada bulan Oktober 2020 di bebarapa daerah di Indonesia. Di Tahun 2020 pula, Pilkada telah memasuki periode keempat sejak dimulai pada Tahun 2005. Semenjak Tahun 2005, berbagai evaluasi dan kritik terhadap pelaksanaan Pilkada di ratusan daerah kabupaten/kota dan provinsi telah ditelaah. Namun demikian, ide pelaksanaan pemilihan kepala daerah serentak merupakan konsekuensi sebagai pembelajaran dari hasil evaluasi yang menekankan pada aspek efektifitas dan efisiensi pun mulai diimplementasikan di Tahun 2020 ini. Pemilihan kepala

daerah secara serentak dilaksanakan sesuai amanat Undang-Undang No 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Wali Kota. Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa pemilihan gubernur, bupati, dan wali kota dilaksanakan secara serentak dan bertujuan untuk menghemat anggaran Negara.(Drajat, 2015:21)

Sebagai media yang menjangkau publik paling luas, peran televisi sentral dalam mengenalkan figur ataupun partai politik pada publik. Inilah mengapa televisi dan berita televisi khusus jadi ruang pertarungan politik untuk memperebutkan hati publik. Hubungan tegak lurus antara masifnya kampanye politik di media terhadap keputusan politik warga negara pada Pemilu telah dibuktikan lewat berbagai penelitian, seperti yang terjelaskan pada penelitian berikut: “penelitian yang dilakukan oleh Institut Studi Arus Informasi (ISAI), TIFA, dan Media Development Loan Fund pada Pemilu 2004 menunjukkan bahwa kecenderungan frekuensi kemunculan seorang politikus di media berbanding lurus dengan jumlah perolehan suara rakyat. Begitu pula riset ISAI dan TIFA lima tahun kemudian, yakni pada Pemilu 2009. Kemenangan

pasangan SBY-JK pada 2004 dan SBY-Boediono pada 2009 dilatari oleh aktivitas tampil di media dengan jumlah terbanyak. Maka bisa jadi kemenangan politik bermula dari kemenangan menguasai media”.

Media TV dalam melaksanakan fungsi dan peran tersebut di atas mengandung makna bahwa dalam berbagai pemberitaan harus bersifat netral, baik pemberitaan sosial, hiburan bahkan sampai pada berita politik daerah maupun nasional. Netralitas media massa selalu menjadi bahan perdebatan tiap kali berlangsung kontestasi politik, tidak terkecuali dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada). Hal itu menunjukkan masyarakat memiliki harapan bahwa media bisa menjaga jarak dengan semua pihak yang terlibat dalam kompetisi politik tersebut. Semua pasangan kandidat memperoleh sorotan yang sama dari media, baik dari sisi positif maupun negatif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diah Novianasari dan Samsuri (2016) menunjukkan bahwa: (1) peran media massa dalam meningkatkan partisipasi politik para aktivis HMP PKn di Yogyakarta mengarah pada tipe gerakan moral dan tipe budaya politik partisipan; (2) faktor pendorongnya meliputi: kebutuhan perkuliahan dan kesadaran diri para aktivis; (3) faktor

penghambatnya meliputi: keterbatasan kebebasan berpendapat, keterbatasan keterbacaan tulisan, keefektifan kerja nyata di HMP PKn, kepadatan aktivitas kampus, dan keterbatasan publikasi melalui media koran

Media diinginkan tidak menjadi instrumen propaganda dari calon tertentu. Konsep netralitas yang populer dalam media menurut (Eriyanto, 2016: 7) adalah keberimbangan (*balance*), ketidakberpihakan (*impartiality*), keadilan (*fairness*), dan obyektivitas (*objectivity*). Selanjutnya, netralitas sebagaimana ditulis Oxford Advanced Learner's Dictionary dalam (Shafaat, 2016: 15) adalah keadaan tidak membantu salah satu pihak dalam ketidaksepakatan, kompetisi, dan sebagainya. Media cetak tidak hanya sekedar menghadirkan realitas berita dihadapan publik pembacanya melainkan juga menyertakan sejumlah penilaian atau evaluasi atas fakta berita yang dikonstruksikan dalam suatu kemasan sikap politik tertentu.

Namun yang terkadang media TV kurang menunjukkan sikap netralitasnya sehingga berpihak pada salah satu calon. Salah satu contoh penggunaan media ini pun tidak lepas dari politik pencitraan

(*imaging policy*) atau pencitraan politik (*political imaging*), berkembang di Indonesia, sejalan dengan perkembangan demokrasi, terutama pada masa awal pelaksanaan pemilihan umum, sebagai buah reformasi tahun 1998. Politik pencitraan atau pencitraan politik berasal dari perkataan politik dan perkataan pencitraan. Sedang pencitraan berasal dari kata dasar, citra. Jika diartikan sebagai gambar atau gambaran maka pencitraan dapat diartikan juga sebagai penggambaran (Rahadian, 2016:32)

Hasil penelitian Eriansyah (2019) menunjukkan bahwa peran media elektronik dalam menyampaikan visi, misi, dan program kerja jika terpilih sangat membantu dalam merekrut pemilih. Hal ini dikarenakan media elektronik dapat menjangkau seluruh pemirsah disegala pelosok tanah air.

Penelitian yang dilakukan Gufroni Sakari (2014) menunjukkan bahwa bagaimana faktor-faktor ekonomi politik media pada era demokrasi memberikan pengaruh terhadap isi media, khususnya, bagaimana situasi politik menjelang pemilu 2014 dan bagaimana fenomena politik ini dimediasikan oleh media. Budaya media dalam dunia televisi yang cenderung mengedepankan logika pasar

menjadikan peristiwa politik sebagai hiburan. Mengemas berita politik sebagai komoditas untuk kepentingan profit semata. Modal dan kuasa menjadikan realitas politik justru untuk menciptakan kapital.

Di dalam studi ilmu komunikasi yang mekanistik, citra itu berada pada penerima (komunikator atau khalayak) sebagai efek (akibat) dari informasi yang merangsangnya baik langsung maupun melalui media. Sedangkan pencitraan merupakan tindakan atau proses membentuk citra yang dilakukan oleh sumber (komunikator) dalam proses komunikasi. Dengan demikian pencitraan berkaitan dengan pembuatan informasi atau pesan oleh komunikator (sumber), media (saluran) dan komunikan (khalayak). Pencitraan dengan menggunakan media itu lah yang mempengaruhi opini publik menjadi luas. Sedangkan opini publik merupakan tujuan awal politik pencitraan atau pencitraan politik untuk mendorong lahirnya partisipasi politik agar dapat memenangkan pemilihan umum, pemilihan presiden atau pemilihan umum kepala daerah, sehingga dapat meraih kekuasaan dan menetapkan kebijakan politik atau kebijakan publik (*public policy*) yang dikehendaki. Itu lah sebabnya

pencitraan politik tidak dapat dihentikan karena para politikus, kandidat atau pejabat negara sangat meyakini bahwa citra politik dan opini publik itu dapat dibentuk, dibangun, dibina dan diperkuat dengan melakukan politik pencitraan (*imaging politics*) atau pencitraan politik (*political imaging*). (Yansen, 2016 :34)

Media televisi juga sebagai media sosial tetap memiliki kapasitas dan kemampuan dalam memengaruhi khalayak terutama dalam membentuk citra politik dan opini publik. Media memiliki status, prestise dan kredibilitas dalam masyarakat dan sekaligus memperoleh citra nya dari khalayak yang dikenal dengan sebutan citra media yang sangat penting bagi pemakai media. Khalayak akan memilih media yang sesuai dengan citra diri nya, visi dan misi nya sebagai politikus, kandidat atau pejabat negara dalam membentuk citra politik dan opini publik. Dan salah satu keunggulan media adalah daya jangkauannya (*coverage*) yang sangat luas dan kecepatannya dalam menyebarkan informasi dan opini (Rasyid, 2015:45)

Oleh karena itu, pada umumnya surat kabar sangat berperan dalam pelaksanaan politik,

dan pada khususnya kandidat calon-calon untuk pemilihan walikota itu sendiri. Liputan berita calon walikota yang diberitakan di harian Waspada dan Analisa itu menarik perhatian penulis didasari atas keingintahuan bagaimana sebenarnya liputan berita calon walikota Makassar pada pemilihan walikota Kota Makassar tahun 2014 dilihat dari perspektif isi pemberitaan pada Harian Waspada dan Analisa. Jelaslah bahwa surat kabar telah banyak digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Untuk itu penulis dalam hal ini memfokuskan penelitian pada Harian Waspada dan Analisa, sebagai dua media yang berpengaruh di Kota Makassar. Peneliti ingin melihat apakah ada keberpihakan kedua harian tersebut terhadap para kandidat calon walikota. Peneliti beranggapan bahwa kedua harian ini dapat mewakili harian lokal lainnya di Kota Makassar.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moloeng (2007:4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari

orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Pengambilan sampel atau sumber data pada penelitian ini dilakukan secara purposive dan untuk ukuran sampel tersebut ditentukan secara snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisa data bersifat kualitatif dan hasil penelitian menekankan makna generalisasi.

Menurut Arikunto (2014), untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu dengan menggunakan:

- 1) Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan, mendengar dan mencatat berbagai masukan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan serta ikut terlibat dalam aktivitas yang dilakukan oleh informan;
- 2) Wawancara yakni dengan membacakan daftar pertanyaan

atau pedoman wawancara kepada informan dengan tujuan untuk mendapatkan keterangan yang sesungguhnya mengenai sikap dan perilaku informan. Adapun informan dalam penelitian ini adalah karyawan Fajar TV dan TV Makassar dan tokoh masyarakat di beberapa kecamatan di Kota Makassar yang aktif menyaksikan perkembangan politik di Kota Makassar melalui media televisi.

- 3) Studi kepustakaan merupakan teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data melalui dokumentasi yang digunakan informan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Metode penelitian kualitatif dipandang sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang dan perilaku yang diamati. Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.

C. PEMBAHASAN

1. Deskripsi TV Swasta di Kota Makassar

Di Kota Makassar terdapat tiga media TV Swasta yang berperan dalam menyampaikan konten berita terkait dengan pemilihan Kepala Daerah di Kota Makassar. Ketiga TV Swasta tersebut adalah Makassar TV, Celebes TV dan Fajar TV. Ketiga TV swasta memiliki beberapa acara yang terdiri atas konten berita, hiburan dan talk show.

Sudah menjadi kecenderungan kekinian bagi media penyiaran televisi nasional maupun media penyiaran lokal seperti Celebes TV, Makassar TV, dan Fajar TV, untuk bersaing menayangkan peristiwa politik dalam berbagai bentuk programnya. Karena itu, sisi positif dari tayangan bertema politik ini signifikan bergantung pada idealisme media itu sendiri, yakni sejauh mana mereka mengedepankan aspek pendidikan politik bagi pemirsa/khalayak.

Hasil wawancara dengan Rini Amraeni dan Sartika mengemukakan kecenderungan bahwa; TV Swasta di Kota Makassar sebagai media 100 persen Sul-Sel dengan konten lokal yang sangat kental memiliki unsur kedekatan yang erat dengan masyarakat. Informasi yang disampaikan menjadikan masyarakat mudah memahami dan mengetahui informasi yang

berkembang di masyarakat, telah berperan untuk memberikan pendidikan politik kepada masyarakat, mensosialisasikan hal-hal yang sangat penting dalam bidang politik yang tentunya melibatkan masyarakat luas. TV swasta telah mampu memberikan edukasi politik terbukti dari respon positif masyarakat dalam setiap pemberitaan, utamanya berita politik yang disiarkan TV Swasta, sekaligus memberikan ruang kepada masyarakat melalui layanan interaktif untuk berinteraksi langsung dengan orang-orang politik dalam program-program TV Swasta.

Terkait dengan kiprah TV Swasta, Sartika Mukhtar selaku Kepala Bidang Siaran Politik di TV Fajar Makassar mengemukakan Bahwa : Sebagai salah satu media lokal di Makassar, TV Swasta terus berupaya memberikan penyajian berita yang bersifat edukatif dan tidak berbau SARA. Selain tayangan yang disajikan juga edukatif, yaitu mendidik masyarakat kita untuk menjadi cerdas dalam menyikapi segala hal yang terjadi. Sehingga kita dapat menentukan sikap dalam menghadapi fakta dan informasi yang ada mengenai segala sesuatu yang telah terjadi.

Sementara menurut Dzulkifli Kepala Humas TV Makassar mengemukakan bahwa aspek pendidikan politik dari publikasi peristiwa politik oleh media penyiaran saat ini memang dibutuhkan oleh masyarakat. Media dalam hal ini diharapkan mampu mentrans-formasikan suatu nilai pendidikan politik bagi pemirsa dalam isi siarannya. Mengingat bahwa nilai yang terkandung dalam berita politik sangat tinggi dan dapat menjadi pemicu antusiasme masyarakat secara umum. Hal tersebut dilihat pada aspek penilaian redaksi tentang dinamika politik baik dalam konteks nasional maupun lokal khususnya realitas politik di Makassar. Haeruddin tokoh masyarakat di Kelurahan Buakana Kecamatan Rappocini mengemukakan; Mendekati pemilu 2020, peta politik di berbagai daerah di Sulawesi Selatan termasuk di Kota Makassar menjadi lebih dinamis dan berwarna. Manuver dan propaganda antar partai politik dan calon kepala daerah muncul hampir dalam tiap hari pemberitaan media. Salah satu yang kerap muncul dalam pemberitaan media berkaitan dengan konfigurasi politik menjelang pemilu adalah dipublikasikannya hasil survey dari berbagai lembaga survey,

yang isinya berkisar antara partai politik dan calon kepala daerah yang memiliki akseptabilitas (tingkat penerimaan) di masyarakat pemilih.

Kota Makassar merupakan salah satu pertarungan elite baik pusat maupun lokal. Selain itu salah seorang pemerhati media mengemukakan; Dinamika lain yang muncul dari perhelatan Pilwalkot Makassar tentunya adalah kembali bertarungnya incumbent dan calon lainnya. Dalam hubungan ini, antusiasme pemirsa tentu menjadi pertimbangan redaksi TV swasta di Kota Makassar untuk mengkonstruksi suatu berita politik di samping berita lainnya yang juga memiliki segmentasi khalayak tersendiri. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa makna news value jurnalistik sesungguhnya adalah realitas yang direkonstruksi dan kemudian ditransformasikan oleh media tertentu mengikuti kecenderungan perspektif khalayak/audience.

Dalam konteks teori dan praktik jurnalistik, beberapa nilai atau kadar yang tinggi (*news value*) yang terkandung dalam suatu berita, antara lain; penting (*significance*), besar (*magnitude*), waktu (*time*), kedekatan (*proximity*), tenar (*prominance*), manusiawi (*human*

interest), sesuatu yang baru atau aneh. News value dalam kaitan ini merupakan salah satu indikator pertimbangan yang didiskusikan dalam rapat perencanaan redaksi Fajar Tv.

Menurut Nurtaufik masyarakat di Kelurahan Biringkanaya, indikator yang mengandung nilai jurnalistik dalam suatu peristiwa politik yakni berorientasi pendidikan politik bagi masyarakat. Sebagai contoh, sosialisasai tata cara penyaluran hak suara yang merupakan hak setiap warga negara, berisi informasi yang mendidik, mengandung unsur kedekatan atau proximity dengan masyarakat yakni berada pada wilayah tersebut dan mengandung peristiwa penting. Contoh lain tentang indikator nilai jurnalistik dalam suatu liputan peristiwa politik juga dikemukakan oleh Agung dan Ibnu Munsir. Agung misalnya menilai bahwa : Ada banyak cara yang dilakukan oleh politikus baik itu para caleg maupun para calon walikota dalam mengambil hati masyarakat seperti pengobatan gratis, kerja bakti lingkungan, bantuan rumah ibadah kegiatan lainnya yang bersifat Baksos dan Bansos dan semua yang dilakukan tersebut mengandung unsur nilai berita hanya saja tidak

semua media memiliki kebijakan untuk mempublikasikan kegiatan seperti di atas.

Dalam kasus ini Ibnu Munsir merujuk poin lebih spesifik bahwa : Redaksi Fajar Tv misalnya, melihat apa yang dilakukan para caleg hingga calon walikota pada tataran baksos dan bansos tidak lebih kepada sebuah pencitraan semata sehingga jika dipublikasikan hanya akan berdampak pada promosi untuk politikus tersebut. 33 Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan beberapa aspek yang memengaruhi pertimbangan redaksional Fajar Tv dalam proses publikasi siarannya. Beberapa pertimbangan redaksional TV swasta di Kota Makassar yang dimaksud antara lain, 1) artikulasi fungsi media massa sebagai penyebar informasi, pendidikan, hiburan, dan pengaruh, 2) dimensi normatif penyiaran, misalnya regulasi penyiaran dan kode etik jurnalistik, 3) nilai jurnalistik dalam suatu peristiwa politik, dan 4) respon khalayak atau dampak sosial terkait publikasi siaran politik

2. Peran TV Swasta terhadap Sosialisasi Kandidat Walikota Makassar

Janji politik adalah salah satu tema yang fenomenal dalam

perbincangan publik. Janji politik sering dikomunikasikan oleh para kandidat sebagai bentuk persuasi politik ketikamereka berkampanye di hadapan publik atau secara tekstual dinyatakan dalam tagline media sosialisasi maupun dijabarkan secara detil dalam program-program para kandidat. Janji politik ini pun menjadi salah satu tema yang dikedepankan TV Swasta dalam mensosialisasi kandidat Calon Walikota Makassar di berbagai acara di TV Swasta di Kota Makassar salam satu contoh konten acara dalam siaran Obrolan Karebosi.

Wawancara dengan Purwanto sebagai host acara Obrolan Karebosi dari Celebes TV, ketika menjabrakan masalah terkait tema “Janji Walikota” menekankan pertanyaan tentang proyeksi program dan realisasi kontrak politik calon Walikota kepada masyarakat Sulawesi Selatan saat terpilih nantinya. Pertanyaan host tersebut dilayangkan kepada tiga narasumber pilihan Celebes Tv di antara beberapa calon walikota yang mendaftar di DPD partai pemenang Pemilu. Berikut adalah konstruksi kalimat pertanyaan yang memicu komentar ketiga narasumber; Sudah ditetapkan pasangan calon, masyarakat mungkin juga sudah melihat banyak

spanduk bertebaran juga baligho-baligho ... masyarakat butuh penjelasan, apa sih yang ingin di bawah dari calon walikota ini. Jika dicermati, pertanyaan host di atas akan mengarahkan pemikiran masing-masing narasumber untuk merekonstruksi demikian rupapesan-pesan politik yang diusung oleh kandidatnya di hadapan pemirsa Tv. Hal ini dilihat dari variasi komentar dari ketiga narasumber yang masing-masing menekankan sisi framing yang berbeda meskipun sama-sama bermaksud mengunggulkan para kandidatnya. Husni Mubaraq sebagai narasumber yang pertama mendapatkan pertanyaan, menekankan framing tentang “citrafigur politik”, yakni Dani Pomanto sebagai sosok figur yang populer, profesional dan solid karena program-programnya.

Berikut adalah konstruksi kalimat tentang citra figur politik yang diusungnya; Kalau berbicara tentang pak calon Walikota Makassar, memang banyak yang pertama menawarkan diri untuk berpasangan dengan beberapa kandidat yang ada. Tetapi mungkin kita punya hitungan-hitungan secara politik sehingga mungkin itulah yang membuat kita bisa jadi

(host; menghasilkan paket ini). Karena memang dari sisi program juga kelihatan ada kemiripan-kemiripan terhadap visi dan misi beberapa calon yang ada saat ini.

Di pihak yang lain, Arman Manahau sebagai juru bicara Dani Pomanto diposisikan dalam rangkaian dialog pada urutan kedua. Konstruksi kalimat yang dibingkai oleh Arman Manahau cenderung bermakna sama dengan apa yang dikatakan oleh Husni Mubaraq tentang framing “citra figur politik”, bahwa kandidat yang diusungnya lebih pantas/cocok untuk kondisi kota Makassar. Kita mencoba untuk membangun kerangka seperti ini ... kita lihat kondisi Makassar, Makassar dengan kondisi seperti ini dia membutuhkan apa. Sehingga kita bisa melihat orang mana yang cocok.

Dari beragam komentar pendahuluan dari ketiga narasumber pada dasarnya bermuara pada titik yang sama, yakni sebagai upaya mereka untuk mencitrakan figur politik atau kandidatnya masing-masing. Tentu dengan kehadiran program siaran TV Swasta ini sangat menguntungkan kandidat calon walikota Makassar sebagai peluang untuk mengkomunikasikan gagasan, program, dan janji-janji politik para kandidat kepada publik. Hal itulah

yang dimaksud oleh McLuhan sebagai *"the medium is the message"*, yang bermakna bahwa media politik akan merupakan pesan politik yang akan berguna untuk pembentukan citra politik (Sukarman, 2016).

Menurut Hidayat (2015), mengatakan bahwa salah satu kriteria penting kesuksesan politik dewasa ini, terletak pada kemampuan untuk memahami dan mengeksploitasi kemungkinan berbagai tawaran dari media massa untuk memproyeksikan profil seseorang sekaligus mencapai serta memanipulasi publik massa. Oleh karena, eksistensi TV swasta dianggap berpotensi untuk mengkonstruksi wajah politik di Kota Makassar, dan tidak menutup kemungkinan akan menjadi corong kebijakan politik dari kalangan tertentu yang memiliki "kekuatan akses" dalam mekanisme keredaksian TV Swasta di Kota Makassar.

3. Netralitas TV Swasta dalam Mensosialisasikan Kandidat Calon Walikota

Kekhawatiran terhadap sejumlah media televisi yang diperkirakan akan sulit bersikap netral dalam pemilihan Kepala Daerah tahun 2020 bukan tanpa

alasan. Praktik curang ini telah terjadi pada masa pemilihan presiden sebelumnya. Sayang, hukuman bagi mereka, seperti pencabutan izin siaran, tidak dilakukan.

Dalam pemilihan pilkada nanti, semakin banyak televisi berpotensi memihak salah satu pasangan calon wali. Banyak pengusaha media kini tercatat sebagai pendukung pasangan kepala daerah khususnya di Kota Makassar. Konsep netralitas yang populer dalam media menurut (Eriyanto, 2014) adalah keberimbangan (balance), ketidakberpihakan (impartiality), keadilan (fairness), dan obyektivitas (objectivity). Dari konsep tersebut di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Keberimbangan (balance)

Media harus memperhatikan asas keberimbangan (balance) dalam menyajikan berita. Isu seputar KKN dan upaya reformasi militer misalnya, atau isu Dewan Perwakilan Daerah yang kandidatnya mencapai ribuan orang, hanya memperoleh perhatian peliputan yang sangat minim dibanding peristiwa-peristiwa lain yang diberitakan. Keberimbangan mengandung makna bahwa antara isu, peliputan dan

peristiwa-peristiwa yang diberitakan harus berimbang.

Wawancara dengan Sadli tokoh masyarakat di Kelurahan Ballaparang Kecamatan Rappocini Kota Makassar, mengemukakan : “Saat ini media khususnya TV belum mampu memelihara keberper

Hal ini juga dikemukakan oleh warga masyarakat sebagai pemerhati politik di Kota Makassar mengemukakan : sulit untuk TV swasta tidak berpihak dengan salah satu walikota di Kota Makassar. Karena media TV Swasta di Kota Makassar sebagian besar dimiliki oleh pengusaha yang juga sebagai pemilik dari TV swasta, jadi kalau mau tetap usahanya tetap berkembang ya... harus dukung calon walikota yang mempunyai kemungkinan besar menjabat walikota Makassar.

Peta keberpihakan televisi akan berubah pada pemilu presiden mendatang, tapi hakikatnya sama: netralitas dalam penyiaran harus ditegakkan. Pemilik dan pelaku penyiaran semestinya menyadari bahwa frekuensi yang mereka gunakan adalah milik khalayak luas. Mereka tak boleh bersikap partisan dalam memberitakan kegiatan partai politik dan pasangan calon presiden-wakil presiden.

Bila pelanggaran seperti pada pemilu lalu kembali terjadi, Komisi Penyiaran tak perlu ragu merekomendasikan agar izin siaran mereka dicabut. Kementerian Komunikasi dan Informatika pun harus berani membela kepentingan publik dengan mengambil kembali frekuensi dari pemilik televisi yang nakal. Frekuensi itu bisa dilelang lagi dengan seleksi lebih ketat.

2.Ketidakberpihakan

(impartiality)

Ketidakberpihakan

(impartiality) adalah media harus memberikan tempat yang sama pada pandangan yang berbeda. Prinsip ketidakberpihakan ini, media tidak perlu mendikte atau mengarahkan, cukup mengungkap fakta apa adanya dan masyarakatlah yang memberi penilaian.

Berikut wawancara dengan salah seorang warga masyarakat di Kelurahan Buakana mengemukakan bahwa TV swasta dalam mensosialisasikan calon kandidat Walikota Makassar belum Nampak saat ini, hal ini kita dari beberapa acara talk show dalam bentuk obrolan masih menampilkan isi yang berimbang karena belum adanya penetapan calon yang pasti sehingga masih sulit menentukan siapa peserta Pilkada nanti yang ikut

dalam konstelasi politik pemilihan calon Walikota Makassar. Tapi kalau sudah ada calon pasti dari KPU, maka TV Swasta akan mencari figure yang akan didukung.”

Wawancara lainnya dengan masyarakat di Kelurahan Mamajang Dalam mengemukakan : Kalau saya lihat agak sulit TV swasta untuk tidak terlibat dalam mendukung salah satu calon walikota di Kota Makassar, karena terkadang calon walikota memiliki hubungan atau ikatan kekeluargaan dengan pemilik TV atau hubungan emosional lainnya sehingga TV swasta tersebut mendukung salah satu kandidat.”

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa aspek keberimbangan dalam mensosialisasikan kandidat calon walikota Makassar belum tercapai. Hal ini dikarenakan dalam menyampaikan konten berita media televisi masih berpihak dari salah satu calon, kondisi dikarenakan pihak pemilik televisi mempunyai ikatan kekeluargaan ataupun hubungan emosional sehingga para calon dapat menyampaikan visi dan misinya melalui media TV swasta yang ada di Kota Makassar

3.Keadilan (*fairness*)

Keadilan (*fairness*) merupakan media harus ada

pemisahan antara fakta dan opini wartawan dalam pengungkapan isu dan berita. Demikian halnya dalam pemilihan Walikota Makassar, aspek keadilan sangat penting diperhatikan oleh TV Swasta dalam menyampaikan informasi ke masyarakat.

Hasil wawancara dengan warga masyarakat di Kelurahan Karuwisi Utara mengemukakan : kalau saya lihat acara-acara TV swasta di Kota Makassar terkait dengan informasi penyampaian informasi kandidat calon walikota Makassar pasti tidak adil, kita lihat mi baru-baru ini pemilu, masih ada TV swasta yang mendukung salah satu pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden apalagi kalau walikota pasti kembali seperti itu.”

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa aspek keadilan belum terpenuhi dalam mensosialisasikan kandidat Calon Walikota Makassar. Isi berita yang disampaikan ke masyarakat sering menyampaikan visi dan misi calon walikota yang akan ikut dalam pemilihan Walikota Makassar. Seringnya menyampaikan visi dan misi dari salah satu calon menunjukkan bahwa TV Swasta tersebut mendukung salah satu calon peserta pemilihan Walikota.

4. Obyektivitas (*objectivity*)

Profesionalisme dalam berita mensyaratkan beberapa kondisi, terutama obyektivitas. Dalam konsepsi yang cenderung positivistik ini, definisi obyektivitas dirumuskan dalam prinsip kesesuaian dengan kenyataan (*factuality*).

Dalam mensosialisasikan kandidat Calon Walikota perlu diperhatikan aspek obyektivitas, hal ini dimaksudkan agar informasi yang diberikan sesuai dengan kenyataan yang ada. Berikut wawancara dengan salah seorang warga masyarakat di Kelurahan Kapasa mengemukakan bahwa terkadang informasi yang disampaikan oleh TV terkait dengan calon walikota tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Misalnya calon menjanjikan pendidikan gratis dan sekolah gratis terkadang tidak masuk akal tetapi tetap juga disiarkan oleh TV swasta. Contoh ini bukan tidak obyektif tapi karena TV swasta ini mendukung salah satu calon ikutmi juga memberikan informasi yang kurang obyektif.

Prinsip *factuality* terdiri dari dua unsur, yaitu benar (*truth*) dan relevan (*relevance*). Unsur benar (*truth*) ditentukan oleh ketepatan (*accuracy*) dalam mendeskripsikan fakta. Kebenaran akan kuat jika disertai akurasi pada seluruh unsur

berita (5W+1H). Netralitas, sebagaimana ditulis Oxford Advanced Learner's Dictionary dalam (Shafaat, 2008: 28), adalah keadaan tidak membantu salah satu pihak dalam ketidaksepakatan, kompetisi, dan sebagainya. Dari rumusan yang serba ringkas itu, netralitas memuat pengertian tentang kemampuan subjek sosial dalam menjaga jarak ketika terjadi pertikaian atau persaingan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa peran media televisi dalam mensosialisasikan kandidat calon walikota Makassar menunjukkan bahwa kemampuan untuk memahami dan mengeksploitasi kemungkinan sebagai tawaran dari media massa untuk memproyeksikan profil seseorang sekaligus mencapai serta memanipulasi publik massa. Oleh karena, eksistensi TV swasta dianggap berpotensi untuk mengkonstruksi wajah politik di Kota Makassar

Peran media televisi swasta di Kota Makassar dapat dilihat dari netralitas dalam mensosialisasikan kandidat calon Walikota Makassar dapat dilihat dari netralitas televisi dalam menyampaikan visi dan misi.

Netralitas media televisi dalam kapasitas sebagai media sosialisasi tercatat sebagai pendukung pasangan kepala daerah khususnya di Kota Makassar. Konsep netralitas belum mampu mendukung peran televisi dalam mensosialisasikan calon walikota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari keberimbangan (*balance*), ketidakberpihakan (*impartiality*), keadilan (*fairness*), dan obyektivitas (*objectivity*) kurang mampu terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Drajat, 2015, *Pemilukada Langsung dan Masa Depan Demokrasi*, Averroes Press, Malang.
- Eriansyah, 2019. "Hubungan Aktivitas Komunikasi dengan Tingkat Keberdayaan Kader Posdayadi Kota dan Kabupaten Bogor". Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol. 05, No.5 Tahun 2012, Hal 1-9
- Eriyanto, 2014. *Studi Komparatif terhadap Peran Media Elektronik dalam Mengembangkan Pemahaman Politik Makassar*, Bandung Tesis Universitas Padjajaran.
- Gufroni Sakari, 2014. *Faktor-faktor Yang Mendorong Kebijakan Redaksional Jawa Pos Dalam Penulisan Berita Dari Sumber Berita Asing Dan Prosedur Pengambilan Beritanya*. Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Hidayat, 2015. *Otonomi Daerah Dalam Negara Kesatuan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Moleong, Lexy J. 2007 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya. Offset, Bandung
- Rahadian, Ahmad, 2016, *Pemilukada Langsung Problem dan Prospek Sketsa Singkat Perjalanan Pemilukada 2005*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Rasyid, 2015. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Shafaat, 2016. *Jurnal : Otonomi Desa Merupakan Otonom yang Asli, Bulat dan Utuh*. Jakarta: Dirjen Dikti.
- Sukarman, 2016. *Pemilihan Kepala daerah langsung, Filosofi, Sistem dan Problema Penerapan di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Undang Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah
- Undang Undang Nomor 8 tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur dan Walikota
- Yansen, D. 2016, *Jurnal : Pemilukada Langsung : Demokratisasi Daerah dan Mitos Good Governance*, Jakarta, Partnership, Bandung: Public Relations Universitas Islam Bandung.