

**PROGAM TV LOKAL SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PEMILU KADA  
(Studi Kasus Ratih TV Kebumen dalam Sosialisasi Pemilu Kada Kebumen  
Tahun 2010)**



Oleh:

**ARIEF INDRAWAN WALUYO**

**D 0205043**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2011**

*commit to user*

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**PROGRAM TV LOKAL SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PEMILU KADA**

**(Studi Kasus Ratih TV Kebumen dalam Sosialisasi Pemilu Kada Kebumen**

**Tahun 2010)**

Oleh

**Arief Indrawan Waluyo**

**D0205043**

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Pembimbing

**Drs. Mursito, SU**

NIP. 19530727 198003 1 001

*commit to user*

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini Telah Diuji dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Pada hari :  
Tanggal :  
Panitia Penguji :



1. Dra. H. Sofiah, M.Si. ( )  
NIP.19530726 197903 2 001 Ketua
2. Tanti Hermawati, S.Sos, M.Si. ( )  
NIP. 19690207 199512 2 001 Sekretaris
3. Drs. Mursito, SU ( )  
NIP. 19530727 198003 1 001 Penguji

Mengetahui

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Drs. H Supriyadi SN, SU.**  
**NIP. 19530128 198103 1 001**

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PROGRAM TV LOKAL SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PEMILU****KADA**

**(Studi Kasus Ratih TV Kebumen dalam Sosialisasi Pemilu Kada Kebumen  
Tahun 2010)**

Adalah karya asli saya dan bukan plagiat baik secara utuh atau sebagian serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lain. Saya bersedia menerima akibat dari dicabutnya gelar sarjana apabila ternyata di kemudian hari terdapat bukti-bukti yang kuat, bahwa karya saya tersebut ternyata bukan karya saya yang asli atau sebenarnya.

Surakarta, November 2010

Arief Indrawan Waluyo  
NIM. D 0205043

*commit to user*



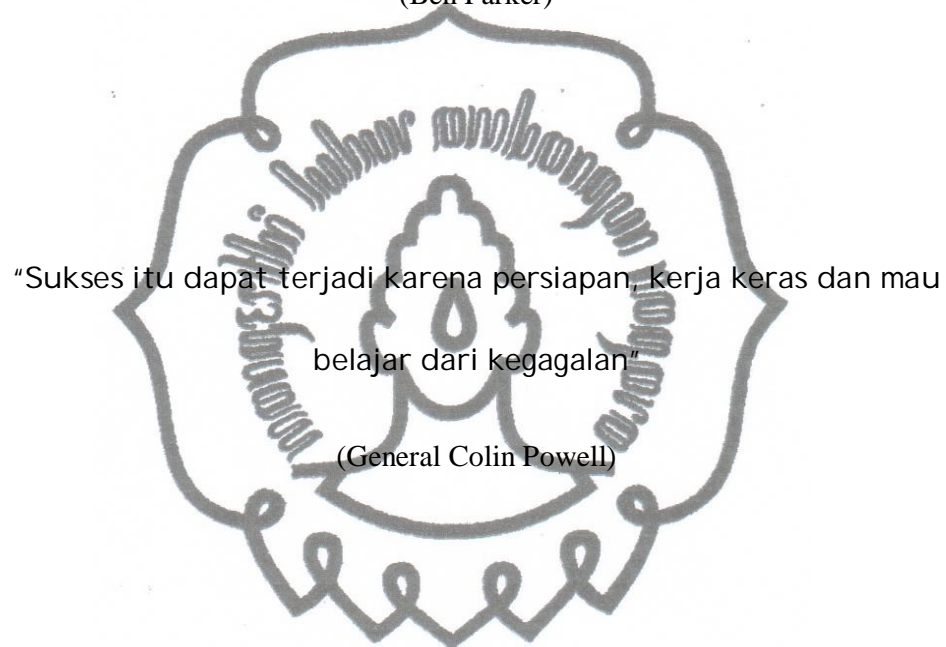
**Karya ini saya persembahkan kepada :**

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta yang tak henti-hentinya memberikan doa serta kasih sayang dengan tulus dan ikhlas
- ❖ Kakak-kakakku : Mas Ambang, Mbak Nurul, Mas Kalimin, Mbak Anik yang selalu memberikan dukungan selama ini
- ❖ Almamaterku  
*commit to user*

## MOTTO

"With the great power, comes great responsibility."

(Ben Parker)



(General Colin Powell)

"Usaha, tawakal, sabar, syukur, ikhlas dan khusnudhon merupakan kata kunci yang insyaAllah membawa kita terhadap keridhoanNya"

(penulis)

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **PROGRAM TV LOKAL SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI PEMILU KADA (Studi Kasus Rafih TV Kebumen dalam Sosialisasi Pemilu Kada Kebumen Tahun 2010)** dengan baik.

Skripsi ini disusun dan diajukan guna memenuhi tugas-tugas dan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Sege nap kerja keras yang penulis lakukan, tidaklah cukup untuk menyelesaikan skripsi ini bila tanpa bantuan dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Mursito, SU selaku dosen pembimbing skripsi yang telah tanpa lelah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
2. Dra. Prahastiwi Utari, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret
3. Drs. Supriyadi SN, SU selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

4. Dra. Christina Th M.Si selaku pembimbing akademis yang telah memberikan saran dan nasehat kepada penulis.
5. Bapak Muchriyanto, Bapak Daryanto, Mbak Dian, Mbak Etik yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan kepada penulis dalam memperoleh data skripsi.
6. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama kuliah di Fisip UNS.
7. Teman-teman Komunikasi '05 yang telah memberikan semangat dan menemani penulis selama menyelesaikan studi di UNS.
8. Seseorang yang telah menjadi bagian hidupku, terima kasih telah menjadi penyemangat bagiku.
9. Pihak - pihak lain yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini, hal itu tak kurang dan tak lebih merupakan proses pembelajaran bagi penulis. Skripsi ini masih membutuhkan masukan ataupun saran dan semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, November 2010

Penulis



## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Tinjauan Teoritis.....	8
1. Komunikasi .....	8
2. Komunikasi Massa .....	11
3. Media Massa .....	13
4. Komunikasi Media Televisi.....	15

5. Komunikasi Persuasif .....	20
6. Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi .....	23
F. Kerangka Berfikir .....	30
G. Metode Penelitian .....	31
1. Jenis Penelitian .....	31
2. Lokasi Penelitian.....	34
3. Sumber Data.....	34
4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
5. Teknik Pengambilan Sampel .....	36
6. Validitas Data .....	37
7. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB II DESKRIPSI INSTANSI</b>	
A. Sejarah Berdirinya Ratih Tv .....	42
B. Visi dan Misi Ratih Tv .....	44
C. Arti Logo Ratih Tv .....	44
D. Semboyan Ratih Tv .....	45
E. Format dan Materi Program Siaran Ratih Tv .....	45
F. Lokasi dan Jam Penyiaran Ratih Tv .....	48
G. Jaringan Transmisi dan Jangkauan Siaran .....	49
H. Targer-Target Audiensi .....	49
I. Susunan Organisasi Ratih Tv .....	50

## BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Rativ Tv Sebagai Media Televisi Milik Pemerintah Daerah .....	56
B. Ratih Tv sebagai mitra KPUD.....	62
C. Sikap Ratih Tv sebagai Lembaga Penyiaran.....	64
D. Progam acara Ratih Tv sebagai media sosialisasi Pemilu Kada .	68

## BAB IV Kesimpulan dan Implikasi

A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA.....	86
---------------------	----

LAMPIRAN



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Berfikir .....	31
Gambar 1.2 Model Interaktif Miles dan Huberman .....	41



## ABSTRAK

**Arief Indrawan Waluyo, D0205043, Program TV Lokal Sebagai Media Sosialisasi Pemilu Kada (Studi Kasus Ratih TV Kebumen dalam Sosialisasi Pemilu Kada Kebumen Tahun 2010), Skripsi, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2011, 87 halaman.**

Sosialisasi Pemilu Kada Oleh Ratih TV Kebumen merupakan upaya Pemerintah Kabupaten dalam meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat mengenai pentingnya berpartisipasi dalam Pemilu Kada. Keefektifan sosialisasi dirasa penting karena masih rendahnya tingkat pemahaman dan tingkat antusiasme masyarakat Kebumen. Ratih TV sebagai lembaga penyiaran milik pemerintah merasa bertanggungjawab untuk ikut dalam mensukseskan Pemilu Kada Kabupaten Kebumen.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian yang bercorak diskriptif sebagai prosedur dalam upaya pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan fenomena atau keadaan objek penelitian dengan menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis untuk mempermudah pemahaman dan penarikan kesimpulan. Objek dalam penelitian ini adalah Ratih TV Kebumen dikarenakan media tersebut merupakan ujung tombak dari sosialisasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposiv sampling yakni memilih orang-orang karena dianggap berdasarkan penilaian atau kriteria tertentu yang memiliki populasi serta teknik snowball sampling yaitu memilih orang berdasarkan informan sebelumnya. Data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi dan telaah dokumen. Untuk menjamin validitas data yang digunakan penulis menggunakan teknik triangulasi data dan analisa pemikiran yang digunakan adalah analisa model interaktif yaitu reduksi data, pengumpulan data dan penarikan simpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, sosialisasi yang dilalukan oleh Ratih Tv Kebumen melalui Program Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis, Kampanye Monologis, dan Siaran Berita. Pesona Kandidat adalah program pengenalan bakal calon bupati yang akan maju dalam pemilu kada. Kampanye dialogis adalah program dialog talk show yang mempertemukan dua pasang calon bupati untuk mengupas lebih dalam tentang visi dan misi. Kampanye monologis yaitu program singkat dimana pasangan calon memperkenalkan dirinya kepada masyarakat kebumen. Program berita yakni program penyampaian informasi seputar Kebumen dan sekitarnya termasuk informasi tentang Pemilu Kada. Ratih Tv yang merupakan televisi milik pemerintah daerah telah mampu untuk menempatkan diri sebagai media publik yang netral. Kenetralan tersebut diwujudkan dengan pembagian space iklan yang adil, tayangan siaran yang berimbang, pemberitaan yang wajar dan peliputan berita seluruh peserta kampanye Pemilu Kada

## ABSTRAK

**Arief Indrawan Waluyo, D0205043, local television program as local election socialization (case study Ratih Tv kebumen in election socialization kebumen year 2010), skripsi, Department of Communication Sciences, Faculty of Social and Politics Science, Sebelas Maret University, Surakarta, 2011, 87 pages**

Local election socialization by ratih tv kebumen be regency government efforts to increase society comprehension level hits the important participate in local election. Socialization effectiveness is felted important because still the low comprehension level and society enthusiasm level in kebumen. Ratih television as government property broadcasting institution felts responsible to come along in make successful election regency kebumen.

This research uses watchfulness descriptif methodology as procedure in the effort trouble-shooting that delved with describe phenomenon or watchfulness object conditon with analyze and present fact systematically to simplify comprehension and conclusion. Object in this research, ratih tv kebumen caused by media is spear end from socialization. sample taking technique uses purposiv sampling that is choose ones because assumed based on evaluation or certain criteria that has population with technique snowball sampling that is chooses person based on previous informant. data in this research is got from interview, observation and study document. to guarantee data validity that used author uses technique triangulasi data and thinking analysis that used model analysis interaktif that is data rediction, data collecting and withdrawal conclusion.

Based on research result, socialization by ratih television kebumen is pesona kandidat, kampanye dialogis, kampanye monologis, and news. Pesona kandidat is identification program future regent candidate that will progress in election. Kampanye Dialogis is talcum powder dialog program show that confront two pairs of regent candidate to peel deeper about point of view and mission. Kampanye Dialogis is program short where does candidate pair introduce self to society kebumen. News program is information delivery program around kebumen and vicinity belongs information about election kada. ratih television that be local government property television has caned to laid self as neutral public media. beutrality realized with distribution space fair advertisement, proportional broadcast presentation. Natural news release and message pervasion entire election campaigne

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pasca runtuhnya rezim Orde Baru, Indonesia mengukir sejarah dalam proses demokratisasi yang ditandai oleh beragam desain kelembagaan. Pada babak awal, desain kelembagaan yang ditempuh adalah melalui pembukaan kran multipartai, dan adanya pemilihan umum (pemilu) yang bebas dan adil. Desain lainnya adalah pemberian kekuasaan dan otoritas yang lebih besar kepada lembaga perwakilan rakyat (DPR dan DPRD). Maksudnya untuk menciptakan situasi checks and balances antara eksekutif dan legislatif.

Sepuluh tahun setelah reformasi, pemilihan kepala daerah memasuki babak baru dengan disahkannya UU No 32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah. Setelah bisa memilih wakil-wakil rakyat, presiden, dan wakil presiden secara langsung, masyarakat juga bisa memilih pemimpin di daerahnya secara langsung.

UU no 32 Tahun 2004 tersebut menjadi tonggak sejarah Pemilu Kada langsung dalam demokrasi lokal dimulai Juni 2005. Komisi Pemilihan Umum Daerah bertanggung jawab kepada publik dalam pelaksanaan pemilu kada langsung. Mendagri hanya mempunyai kewenangan dalam penetapan kepala daerah yang sudah terpilih.

Definisi tentang Pemilihan Lokal (Pilkada) menurut Choi, Nanyang<sup>1</sup> mengatakan bahwa :

*“the rationale for direct election varies across different sosial, economic and political setting. to many decentralization promise to remedy the problems of an unresponsive central government by allowing more direct participation at local level, a coomon assumption is that decentralization allows greater popular participation in public decision making and undoubtedly efficiency, responsiveness and a accountability of local government”.*

(alasan untuk pemilihan lokal bervariasi sosial yang berbeda, pengaturan ekonomi dan politik. lokal banyak berjanji untuk memperbaiki masalah pemerintah pusat yang tidak responsif dengan mengizinkan partisipasi lebih langsung di tingkat lokal, sebuah asumsi adalah bahwa pemilihan lokal memungkinkan partisipasi rakyat yang lebih besar dalam pengambilan keputusan publik dan tidak perlu diragukan efisiensi, responsivitas dan akuntabilitas pemerintah daerah).

Selama jangka waktu enam tahun, Pemilu Kada (Pemilihan Umum Kepala Daerah) secara langsung sudah terjadi di ratusan tempat di seluruh Indonesia. Namun, ada gejala mencolok yang cukup mengkhawatirkan yang terjadi dalam masyarakat. Antusiasme publik dan tingkat partisipasi masyarakat luas dalam PemiluKada itu cukup rendah. Ukuran paling mencolok dari rendahnya keterlibatan publik itu adalah rendahnya tingkat *Voter Turnout*

---

<sup>1</sup> Choi, Nanyang. "Local Elections and Democracy in Indonesia : The Riau Arhipelago." *Journal of Contemporary Asia* 37 (3), 326-345 (2007)



(partisipasi pemilih yang mencoblos di TPS pada hari pemilihan). Golput masih lebih tinggi dibandingkan dengan pemilihan presiden tahap kedua. Tingkat partisipasi pemilih di atas 90 persen di 111 kabupaten/kota (telah melaksanakan pemilu kada) hanya 69 persen. Sisanya, partisipasi pemilih hanya 70-90 persen, bahkan ada yang di bawah 70 persen.<sup>2</sup>

Secara hukum, rendahnya tingkat partisipasi publik itu tidak membatalkan pemilu. Sejak awal negara kita menganut asas suka-rela dalam partisipasi politik di dalam pelaksanaan pemilu. Para pemilih boleh mendaftarkan diri sebagai pemilih, boleh juga tidak. Bahkan pemilih yang sudah memiliki kartu pemilih boleh untuk datang atau pun tidak datang ke tempat pemilihan. Partisipasi politik itu dianggap menjadi hak warga negara bukan kewajiban dari warga negara.

Tetapi, bagi negara demokrasi yang baru dan juga baru dalam menjalankan demokrasi di negaranya maupun negara yang baru berdiri, rendahnya tingkat partisipasi pemilih cukup mengkhawatirkan.

Konsekuensi rendahnya tingkat partisipasi dalam Pemilu Kada dapat menyebabkan terpilihnya kepala daerah yang berbeda. Untuk suatu daerah yang sangat kompetitif, acap kali jarak kemenangan satu kandidat atas kandidat lainnya di bawah 20 persen. Dalam sistem multipartai dan acap kali jumlah kandidat yang ikut serta lebih dari dua, cukup normal jika selisih persentase dukungan atas kandidat pemenang dan saingan terdekatnya di bawah 20 persen. Hanya dalam kasus khusus saja selisih itu di atas 20 persen.

---

<sup>2</sup> www.unisosdem.org

Namun, apa yang terjadi jika pemilih yang datang ke tempat pemungutan suara di bawah 70 persen, apalagi di bawah 50 persen? Itu berarti sejumlah 30-50 persen pemilih tidak mencoblos. Jika mayoritas yang tidak mencoblos itu adalah pendukung kandidat tertentu yang paling kuat, niscaya pemenang PemiluKada berubah. Tokoh tertentu dikalahkan dalam pemilih langsung bukan karena ia kalah populer, tetapi semata karena mayoritas pendukungnya tidak datang ke tempat pencoblosan.

Penyebab rendahnya partisipasi pemilih dalam PemiluKada di Indonesia memang dapat disebabkan banyak hal, mulai dari yang paling teknis sampai kepada yang sangat politis. Yang paling teknis, itu disebabkan oleh persoalan logistik belaka seperti pendistribusian kertas suara dan alat pencoblosan. Sedangkan hal politis yang menyebabkan rendahnya tingkat partisipasi yakni mengenai kebijakan pemerintah. Keterlambatan turunnya dana ke KPUD dapat menyebabkan tidak sempurnanya semua tahapan pemilu.

Pemilihan kepala daerah merupakan mekanisme politik yang secara langsung melibatkan masyarakat. Berbeda sebelumnya, dimana pemimpin daerah hanya bisa diputuskan dan dipilih oleh legislatif. Pemilu Kada membuka peluang selebarnya bagi siapapun menentukan pemimpinnya. Dalam konteks Pemilu Kada, masyarakat tidak lagi sekedar menjadi sebagai obyek politik, akan tetapi melainkan sebagai subyek.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang merupakan wujud kedaulatan masyarakat lokal dalam membentuk sejarah politik yang dapat mengubah paradigma berfikir terhadap demokrasi pada masyarakat lokal.

Sebagai bentuk menumbuhkan kesadaran masyarakat sebagai bagian dari proses politik, dan ada yang mengatakan bahwa pemungutan suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS) adalah bentuk partisipasi politik yang paling minimal.

Pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah sebagai bentuk partisipasi yang kecil bagi terciptanya budaya politik rakyat lokal menjadi jalan pembuka untuk menuju jalan kearah partisipasi politik yang lebih jauh.

Partisipasi menjadi kunci terjawabnya suatu bentuk demokrasi, terbukti dengan hampir semua kegiatan yang membutuhkan partisipasi. Sehingga dapat ditarik suatu kongklusi, bahwa antara demokrasi dan partisipasi merupakan dua dasar dengan nilai intitas yang sama, konsep demokrasi tumbuh melalui partisipasi, dan asumsi dasar kita bahwa demokrasi berasal dari partisipasi.

Kabupaten Kebumen menyelenggarakan PemiluKada periode 2010-2015 pada tanggal 11 April 2010 dan putaran kedua pada tanggal 7 Juni 2010. Kabupaten ini yang mempunyai luas wilayah sebesar 128.111,50 ha atau 1.281,11 km<sup>2</sup> dengan kondisi beberapa wilayah merupakan daerah pantai dan pegunungan, namun sebagian besar merupakan dataran rendah. Daerah tersebut terbagi dalam 26 kecamatan, 449 desa dan 11 kelurahan.<sup>3</sup>

Menyadari cakupan wilayah yang cukup luas, maka pemerintah Kabupaten Kebumen memerlukan media sebagai sarana informasi dan komunikasi yang bisa menjadi jembatan antara pemerintah dan masyarakat.

---

<sup>3</sup> [www.id-wikipedia.com](http://www.id-wikipedia.com)

Salah satu media yang dianggap paling strategis untuk menjembatani pemerintah dan masyarakat adalah melalui media televisi.

Penggunaan Televisi sebagai bagian dari media massa memiliki daya tarik sendiri dalam menyiarkan informasi politik. Televisi tidak hanya memberikan informasi dan hiburan, tetapi juga memberikan pendidikan dan sarana aktualisasi diri. Televisi merupakan perangkat yang paling potensial daya capainya serta memberikan dampak di berbagai aspek kehidupan. Selain itu, televisi merupakan media yang mudah diakses oleh masyarakat kecil baik di perkotaan ataupun di pedesaan.

Kabupaten Kebumen adalah salah satu wilayah di Indonesia yang telah memiliki media massa lokal yaitu televisi. Dara Putih Televisi atau yang lebih dikenal dengan nama Ratih Tv ini mulai mengudara pada 25 Oktober 2003. Ratih Tv adalah televisi lokal kebanggaan masyarakat Kebumen yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen. Ratih Tv tidak hanya sekedar sebagai icon dan kebanggaan daerah, akan tetapi telah menjadi bagian dari urat nadi penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan publik yang mengedepankan prinsip-prinsip good governance. Di dalamnya termasuk penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan publik yang partisipatif, aspiratif, informatif, transparan, dan terkontrol. Ratih Tv mempunyai karakteristik yakni, sebagai media informasi yang akurat, tajam dan lugas bagi masyarakat dan pemerintah, sekaligus sebagai penyedia hiburan berkualitas, yang memberikan dampak positif dan

kemajuan (progresif) yang berarti bagi perkembangan aspek pendidikan, kebudayaan dan dunia usaha serta berbagai aspek kehidupan.

Dengan waktu yang relatif singkat, tentu saja ini menjadi pekerjaan berat bagi KPUD untuk menyiapkan segala hal yang berkaitan dengan PemiluKada 2010 ini, baik secara teknis atau non-teknis. Termasuk mensosialisasikan PemiluKada 2010 kepada masyarakat Kabupaten Kebumen. Dengan adanya sosialisasi yang cukup maka diharapkan PemiluKada dapat terlaksana dengan baik dan tingkat partisipasi masyarakat dalam PemiluKada juga semakin tinggi.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap Ratih Tv Kebumen sebagai Lembaga Penyiaran lokal dalam sosialisasi Pemilu Kada Kabupaten Kebumen tahun 2010?
2. Apa saja dan bagaimana progam acara Ratih Tv Kebumen sebagai media sosialisasi Pemilu Kada tahun 2010?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara rinci dan benar sikap Ratih Tv Kebumen serta progam acara Ratih Tv Kebumen yang menjadi media sosialisasi Pemilu Kada kabupaten Kebumen.

#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian tentang program Ratih Tv Kebumen dalam sosialisasi pemilu kada tahun 2010, antara lain :

- 1 Memberikan informasi tentang program dan strategi acara Ratih Tv Kebumen dalam sosialisasi Pemilu Kada Kabupaten Kebumen tahun 2010.
- 2 Memberi saran dan masukan terhadap program acara Ratih Tv Kebumen dalam sosialisasi Pemilu Kada Kabupaten Kebumen.

#### E. Tinjauan Teoritis

##### 1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatus* yang artinya adalah “berbagi” atau “menjadi milik bersama”. Komunikasi pada prinsipnya harus bersifat dua arah dalam rangka pertukaran pikiran (idea) dan informasi menuju pada terbentuknya pengertian bersama. Unsur-unsur dari proses komunikasi ialah, adanya isyarat dan lambing-lambang yang mengandung arti.

Komunikasi mempunyai banyak arti dan sifat serba ada. Fenomena komunikasi adalah sesuatu yang konstan dan tidak berubah tetapi hanya pemahamannya saja yang berubah. Astrid Susanto merumuskan komunikasi sebagai berikut : “Suatu kegiatan pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna yang perlu dipahami bersama oleh pihak-pihak yang terkait dalam suatu kegiatan.”<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Astrid Susanto, Komunikasi dalam Teori dan Praktek Jilid I, Bina Cipta, Bandung, 1996, hal 31.

Dari definisi di atas, dapat dikatakan bahwa komunikasi itu mempunyai beberapa pengertian pokok, yaitu :

- a. Komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penurunan dan pengolahan pesan. Membentuk pesan, artinya menciptakan sesuatu ide atau gagasan.
- b. Pesan merupakan produk utama komunikasi, pesan dapat berupa lambang-lambang yang menyelesaikan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktek atau tindakan. Bentuk bisa berupa kata-kata, gerak-gerik, atau tingkah laku.
- c. Komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, diantara beberapa orang atau banyak orang.
- d. Komunikasi mempunyai tujuan tertentu, yang artinya komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya.

Sedangkan menurut Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi disini sebagai : “proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya dalam bentuk lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).”<sup>5</sup>

Komunikasi menurut Onong Uchana Effendy (1992:5) adalah proses penyampaian pesan oleh suatu orang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Deddy Mulyana MA.Ph.D., Pengantar Ilmu Komunikasi, 2001, hal.62

<sup>6</sup> Onong Uchana Effendy, Dinamika Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992, hal 5.

Komponen-komponen sebagai syarat terjadinya komunikasi adalah:

- a. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan
- b. Pesan : Pernyataan yang di dukung oleh lambang
- c. Komunikan : Orang yang menerima pesan
- d. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- e. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan

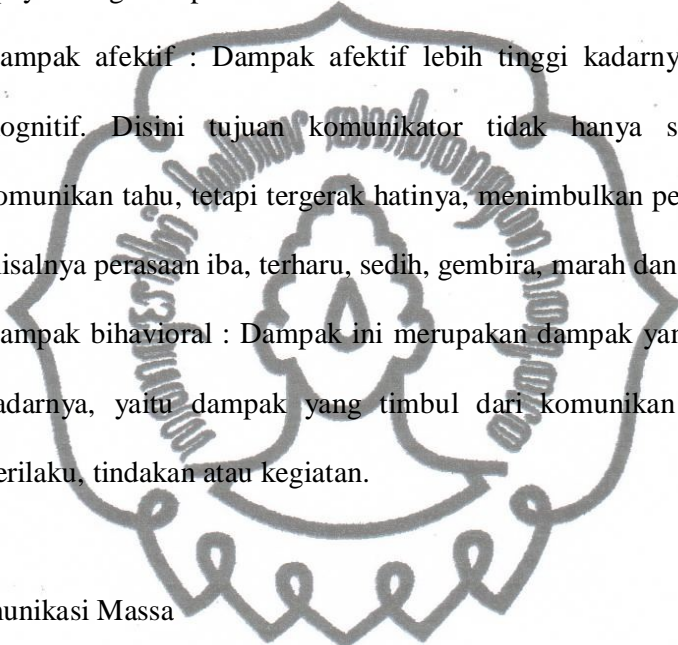
Dari pengertian-pengertian diatas, hakekat dari komunikasi merupakan suatu proses alih pesan yang berlangsung secara dinamik yang dilakukan dengan sengaja oleh pemberi maupun penerima pesan. Hal tersebut senada dengan Richard E. Porter dan Larry A. Samovar menyebutkan bahwa : “komunikasi merupakan proses dinamika transaksional yang mempengaruhi perilaku dalam mana sumber dan penerimanya dengan sengaja menjadi (to code) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka salurkan lewat suatu saluran (channel) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu.”<sup>7</sup>

Yang penting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat di klasifikasikan menurut kadarnya, yakni :

---

<sup>7</sup> Dedy Mulyana dan Jalaludin Rakhmat, Komunikasi Antar Budaya, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1990, hal 15.



- 
- a. Dampak kognitif : Dampak yang ditimbulkan pada komunikan yang menimbulkan dia menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan dengan kata lain, tujuan komunikator hanya berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.
  - b. Dampak afektif : Dampak afektif lebih tinggi kadarnya dari dampak Kognitif. Disini tujuan komunikator tidak hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
  - c. Dampak bihavioral : Dampak ini merupakan dampak yang paling tinggi kadarnya, yaitu dampak yang timbul dari komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

## 2. Komunikasi Massa

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa. Frasa "komunikasi massa" diadopsi dari istilah bahasa Inggris "mass communication" atau komunikasi media massa (mass media communication), yang berarti komunikasi dengan menggunakan media massa atau "mass mediated", komunikator tak dapat bertatap langsung dengan khalayak.<sup>8</sup>

Secara sederhana, definisi dari komunikasi masa adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar,

---

<sup>8</sup> Mursito BM, Memahami Institusi Media, Lindu Pustaka dan SPIKOM, Surakarta, 2006, hal 2.

heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.<sup>9</sup>

Pendapat lain dikemukakan oleh Gerbner yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry.<sup>10</sup>

Proses produksi dan distribusi dalam komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh kebutuhan dan kepentingan audience. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Little John bahwa komunikasi massa merupakan proses dengan mana organisasi-organisasi media memproduksi dan mentransmisikan pesan-pesan kepada public yang besar, melalui proses dimana pesan-pesan itu dicari, digunakan, dimengerti, dan dipengaruhi oleh audience.<sup>11</sup>

Dari pendapat-pendapat di atas, pada hakekatnya komunikasi massa adalah berkomunikasi dengan massa (audiens atau khalayak sasaran). Massa disini dimaksudkan sebagai para penerima pesan (komunikan) yang memiliki status sosial dan ekonomi yang heterogen satu sama lainnya. Pada umumnya, proses komunikasi massa tidak menghasilkan “feed back” (umpan balik) yang langsung, tetapi tertunda dalam waktu yang relatif. Menurut Wawan Kuswandi, ciri-ciri massa yaitu : (1) Jumlahnya besar, (2)

---

<sup>9</sup> Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2008, hal 189.

<sup>10</sup> *Ibid* hal 188.

<sup>11</sup> Mursito BM, *Op .Cit.*, hal 3.

antara individu, tidak ada hubungan organisatoris, (3) memiliki latar belakang sosial yang berbeda.<sup>12</sup>

### 3. Media Massa

Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia, tidak lepas dari jalannya pembangunan nasional di segala sector kehidupan masyarakat. Kecenderungan misi media massa ditujukan untuk mendukung pembangunan, menempatkan media massa pada posisi terpenting dalam perumusan pola kebijakan pembangunan nasional.

Media massa, khususnya pers pembangunan, pada hakikatnya berupaya memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan. Pers bukan saja menjadi mediator antara pemerintah dengan masyarakat, tetapi sekaligus patner pemerintah dan agen pembaharuan dalam segala kekompleksitasnya yang beroorientasi pada pembangunan nasional.

Dalam kerangka itulah perencanaan pembangunan tidak terlepas dari konsep perencanaan komunikasi, kehadiran media massa dalam konsep komunikasi dan informasi global menghendaki kejelasan peranan, sehingga misi media massa akan mencapai sasaran yang dituju dan jauh dari spekulasi.

Media massa, sebagai barometer kehendak masyarakat, dapat menjadi tolak ukur dalam melihat kemajuan pembangunan, meneropong kepincangan birokrasi memberikan alternative baru yang pada hakikatnya

---

<sup>12</sup> Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa – Sebuah Analisis Media Televisi, Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hal 16.

menjadikan media massa bagian yang tak terpisahkan dari esensi pembaharuan dalam arti luas.

Sedangkan media memiliki karakteristik sebagai berikut :<sup>13</sup>

- a. Penyampaian pesan (melalui media massa) ditujukan ke khalayak luas, heterogen, anonim, tersebar serta tidak mengenal batas geografiskultural.
- b. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum, bukan perorangan atau pribadi.
- c. Pola penyampaian pesan cenderung berjalan satu arah.
- d. Kegiatan komunikasi massa dilakukan secara terencana, terjadwal dan terorganisir.
- e. Penyampaian pesan dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
- f. Isi pesan yang disampaikan mencakup berbagai aspek kehidupan (sosial, ekonomi, politik, budaya dan lain-lain), baik yang bersifat informatif, edukatif, ataupun hiburan.

Menurut Dye dan Zeigler, terdapat lima fungsi politik media massa, yakni:<sup>14</sup>

- a. Pemberitaan (*newsmaking*). Media massa mengamati dan melaporkan
- b. Interpretasi (*interpretation*). Menganalisis dan memberikan penilaian terhadap kejadian-kejadian.
- c. Sosialisasi (*socialization*). Media mengindoktrinasikan khalayak sehubungan dengan nilai-nilai yang berlaku.

---

<sup>13</sup> Mursito BM, *Op. Cit.*, Hal 13

<sup>14</sup> Mursito BM, *Memahami Institusi Media*, Lindu Pustaka dan SPIKOM, Surakarta, 2006, hal 18.

- d. Persuasi (persuasion). Media berusaha mempengaruhi perilaku khalayak seperti dalam masa kampanye pemilu.
- e. Fungsi agenda setting. Media menentukan apa yang ditentukan berkenaan isu-isu penting, mendefinisikan masalah serta mengajukan saran pemecahan masalah.

#### 4. Komunikasi Media Televisi

Di era sekarang, televisi merupakan media komunikasi yang paling populer. Penelitian-penelitian yang berhubungan dengan televisi banyak dilakukan. Karakteristik televisi yang memiliki jangkauan siar luas dan dapat memberikan efek yang besar pula menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti.

*The thing that brought many to study television in the first place, namely a popular reach, commercial scale, political power, and cultural significance that made The Tube a metonym of society as a whole, has passed.*<sup>15</sup>

Televisi merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam komunikasi massa. Menurut Skornis dalam bukunya *Television and Society : An Incuement and Agenda* (1965) televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bias bersifat politis, informatif, hiburan dan pendidikan. Atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut.<sup>16</sup> Kelebihan

<sup>15</sup> John Hartley, Milly Bounanno : *The age Of Television and Theories*, 2009.  
<http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/479/317>.

<sup>16</sup> Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa – Sebuah Analisis Media Televisi*, Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hal 8.

pesawat televisi adalah dengan adanya satelit komunikasi, cakrawala informasi menjadi semakin luas. Peristiwa di satu tempat dapat dilihat ditempat lain melalui televisi dengan pola teknologi baru yaitu Direct Broadcasting Satellite (DBS).<sup>17</sup>

Pengertian televisi sendiri menurut Onong Uchjana Effendy adalah televisi siaran (*television broadcast*) yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa sebagaimana diuraikan di muka, yakni: berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakkan, dan komunikannya heterogen.<sup>18</sup>

Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.<sup>19</sup>

Sedangkan penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> Onong Uchjana Effendy, *Televisi Siaran Teori & Praktek*, Mandar Maju, Bandung, 2003, hal21.

<sup>19</sup> Undang-undang republik indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran

<sup>20</sup> *Ibid*

Pemenuhan kebutuhan akan program juga bisa dilihat dari fungsi televisi itu sendiri. Televisi memiliki tiga fungsi yakni fungsi penerangan, pendidikan dan hiburan.<sup>21</sup>

Pertama, Televisi dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan, karena memiliki dua faktor yang terdapat pada media audio visual yaitu faktor "*immediacy*" dan kedua faktor "*realism*". *Immediacy* mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. *Realism* mengandung makna kenyataan. Ini berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audial dan visual dengan perantaraan mikropon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan.

Kedua, berbicara mengenai televisi tentu kurang afdol jika tidak membahas tentang fungsi televisi dalam mencerdaskan masyarakat dan disebut fungsi pendidikan. Banyak acara yang secara tidak langsung berusaha meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat selama masyarakat dapat jeli memilih acara yang baik sebagai tontonan.

Ketiga, tidak dapat dipungkiri fungsi hiburan sangat dominan dibandingkan kedua fungsi televisi yang lain yang menyebabkan alokasi waktu siaran acara-acara hiburan sangatlah besar. Hal ini dapat dimengerti, oleh karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati di rumah oleh seluruh

---

<sup>21</sup> *Ibid 14*

keluarga, serta dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak mengerti bahasa asing, bahkan yang tuna aksara.

Posisi dan peran media televisi dalam operasionalisasinya di masyarakat, tidak berbeda dengan cetak dan radio. Robert K.Avery dalam bukunya “communication and the media” dan Sanford B Wienberg dalam messages – S Reader iin Human Communication”, random house, New York 1980, mengungkapkan ada 3 fungsi media yaitu :<sup>22</sup>

- a. The Surveillance of the environment, yaitu mengamati lingkungan
- b. The Correlation of the part of society in responding to the environment, yaitu mengadakan korelasi antara informasi data yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karena komunikator lebih menekankan pada seleksi evaluasi dan interpretasi.
- c. The Tranamission of the social heritage from one generation to the next, maksudnya ialah menyalurkan nilai-nilai budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya

Pada akhirnya dapat diambil kesimpulan komunikasi massa media televisi adalah proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana, yaitu televisi. Lebih diperjelas lagi tentang penyiaran televisi dalam undang-undang <sup>23</sup>, yakni media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

---

<sup>22</sup> Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa – Sebuah Analisis Media Televisi, Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hal 24

<sup>23</sup> Undang-undang republik indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran



Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Dalam komunikasi massa media tersebut, lembaga penyelenggara komunikasi bukan secara perorangan, melainkan melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta pembiayaan yang besar. Karena media televisi bersifat “transitory” (hanya meneruskan) maka pesan-pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa media tersebut, hanya dapat didengar dan dilihat secara sekilas. Pesan-pesan di televisi bukan hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak (audiovisual).<sup>24</sup>

Media televisi sampai saat ini masih diasumsikan sebagai alat informasi yang ampuh dalam mengubah sikap dan perilaku pemirsa, karena efek suara dan bentuk gambarnya secara nyata dapat disaksikan mata pemirsa dirumah.

Sudah menjadi fungsi media massa untuk menginformasikan pesta demokrasi dalam kehidupan berbangsa sebagai bentuk aspirasi dan partisipasi politik rakyat dalam menentukan masa depan bangsanya. Tetapi pada akhirnya semua pemberitaan, baik di media cetak maupun elektronik (televisi dan radio), efeknya berpulang kembali pada massa. Tentu saja tiap-tiap individu yang ada dalam kelompok massa tersebut mempunyai selektivitas masing-masing dalam memilih isu-isu politik yang ditampilkan oleh setiap organisasi peserta politik sesuai selera serta kebutuhannya, sebagai “acuan” pandangan untuk bersikap dan bertindak dalam pesta

---

<sup>24</sup> Wawan Kuswandi, Komunikasi Massa – Sebuah Analisis Media Televisi, Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hal 16

demokrasi yang akan dilaksanakan. Dengan kata lain, massa yang menjadi objek kampanye pemberitaan di koran maupun televisi mempunyai “urgensi” tersendiri terhadap berbagai bentuk alternative untuk menentukan sikap.

#### 5. Komunikasi Persuasif

Sebuah komunikasi selain bersifat informative juga bersifat persuasif. Komunikasi informative bertujuan untuk memberikan informasi kepada orang lain, sedangkan komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, perilaku seseorang. Komunikasi persuasive lebih sulit daripada komunikasi informatif.

Istilah persuasi (persuasion) bersumber pada bahasa latin yakni persuasio yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Tujuan persuasi yakni untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku dan dilakukan secara halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi. Akibat dari persuasi adalah kesadaran, kerelaan disertai perasaan senang.<sup>25</sup>

Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasaran, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi seperti komunikator, pesan, media dan komunikan.

Bagi seorang komunikator, suatu pesan yang akan di komunikasikan sudah jelas isinya, tetapi yang perlu dijadikan pemikiran

---

<sup>25</sup> Onong Uchjana Effendi, *Op. Cit.*, hal 21  
*commit to user*

adalah pengelolaan pesan (message management). Pesan harus ditata sesuai dengan diri komunikan yang akan dijadikan sasaran.<sup>26</sup>

Sedangkan tehnik-tehnik dalam komunikasi pesuasif adalah :<sup>27</sup>

a. Teknik asosiasi

Adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak. Teknik ini sering digunakan oleh kalangan bisnis atau kalangan politik.

b. Teknik integrasi

Ialah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Teknik ini sering digunakan oleh redaktur surat kabar dalam menyusun tajuk rencana. Di situ selalu dikatakan “kita”, bukan “kami”, yang berarti pemikiran yang dituangkan ke dalam tajuk rencana bukan hanya pemikiran redaksi saja, melainkan juga pendapat para pembaca.

c. Teknik ganjaran

Adalah kegiatan mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingihai yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan.

d. Teknik tataan

Adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak didengar atau dibaca serta termotivasi untuk melakukan sebagaimana disarankan oleh pesan tersebut. Teknik tataan dalam

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hal 22.

<sup>27</sup> *Ibid*, hal 22-24.

kegiatan persuasi adalah seni menata pesan dengan imbauan emosional (emotional appeal) sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi tertarik perhatiannya.

e. Teknik red-herring

Seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

Demi berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Terdapat landasan yang sering digunakan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif yakni formula AIDDA.<sup>28</sup>

A - Attention - Perhatian

I - Interest - Minat

D - Desire - Hasrat

D - Decision - Keputusan

A - Action - Kegiatan

Formula ini sering juga disebut A-A Procedure sebagai singkatan dari Attention-Action Procedure, yang berarti komunikan dalam melakukan kegiatan dimulai dahulu dengan menumbuhkan perhatian.

Berdasarkan formula AIDDA, komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian, tidak hanya dengan cara

---

<sup>28</sup> *Ibid*, hal 25

menggunakan gaya bicara yang merangsang perhatian, tetapi juga penampilan yang menarik.

Apabila perhatian sudah berhasil terbangkitkan, kini menyusul upaya menumbuhkan minat. Upaya ini bisa berhasil dengan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikan.

Tahap berikutnya adalah memunculkan hasrat pada komunikasi untuk melakukan ajakan, bujukan atau rayuan komunikator. Di sini imbauan emosional (emotion appeal) perlu ditampilkan oleh komunikator, sehingga pada tahap berikutnya komunikan mengambil keputusan untuk melakukan suatu kegiatan sebagaimana diharapkan daripadanya.

#### 6. Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi

Dalam melakukan sosialisasi, tentu saja berdasarkan suatu landasan. Landasan baku yang digunakan sebagai pedoman pelaksanaan sosialisasi yaitu Peraturan KPU nomor 65 TAHUN 2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi dan Penyampaian Informasi Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan tentunya merujuk pada UU no 32 Tahun 2002 tentang penyiaran serta Keputusan KPI no 009/SK/KPI/8/2004 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Progam Siaran.

Dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran, terdapat 5 poin penting mengenai Siaran Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah, yaitu <sup>29</sup>

- a. Siaran pemilihan umum (pemilu) dan pemilihan kepala daerah (pilkada) meliputi siaran berita, sosialisasi pemilihan, dan siaran kampanye tentang Pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Pusat dan Daerah, Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan Kepala Daerah.
- b. Lembaga penyiaran wajib menyediakan waktu yang cukup bagi peliputan pemilu dan pilkada.
- c. Lembaga penyiaran wajib bersikap adil dan proporsional terhadap para peserta pemilu dan pilkada.
- d. Lembaga penyiaran dilarang bersikap partisan terhadap salah satu peserta pemilu dan pilkada.
- e. Peserta pemilu dan pilkada dilarang membiayai atau mensponsori program yang ditayangkan lembaga penyiaran

Sosialisasi penyelenggaraan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah proses penyampaian informasi dan sosialisasi tentang tahapan dan program penyelenggaraan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Sedangkan materi-materi dalam sosialisasi adalah semua benda atau bentuk lain yang memuat program, symbol-simbol, atau tanda yang berkaitan dengan informasi semua tahapan dan program Pemilihan Umum yang disebar dan diketahui oleh masyarakat luas untuk keperluan

---

29 Keputusan KPI no 009/SK/KPI/8/2004 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran pasal 63 hal 34.

pemilu yang bertujuan agar semua orang memahami/mengerti dan untuk mengajak orang berpartisipasi dalam setiap tahapan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.<sup>30</sup>

Tujuan Sosialisasi dan penyampaian informasi dalam Pemilu Kada yaitu,<sup>31</sup>

- a. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat akan pentingnya Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dalam membangun kehidupan demokrasi di Indonesia.
- b. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang tahapan dan program Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.
- c. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang beberapa hal teknis dalam menggunakan hak politik dan hak pilihnya dengan benar.
- d. Meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya pemilih untuk berperan serta dalam setiap tahapan Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.
- e. Meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih dalam menggunakan hak pilihnya pada Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

Terdapat beberapa bentuk Siaran Sosialisasi Pemilihan Umum yang dapat dilakukan dibanyak media yaitu

- a. Siaran Informasi (Berita, Talkshow, Features);
- b. Siaran Hiburan;

---

<sup>30</sup> Peraturan KPU nomor 65 tahun 2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi dan Penyampaian Informasi dalam Pemilu KaDa

<sup>31</sup> Peraturan KPU nomor 65 tahun 2009 pasal 3

c. Jajak Pendapat.

Siaran Berita informasi (berita, talkshow, features) sebagaimana dimaksud adalah siaran yang menyajikan materi informasi tentang kegiatan Pemilu yang dilakukan oleh peserta pemilu atau juru kampanye atau oleh Komisi Pemilihan Umum, Panwaslu, Lembaga-lembaga lain, serta masyarakat luas yang diliput dan disiarkan secara langsung atau tidak langsung (siaran tunda) oleh Lembaga Penyiaran. Siaran informasi (berita, talkshow, features) berisi tentang pendidikan atau masalah yang berkaitan dengan Pemilu guna memberikan pemahaman kepada masyarakat akan hak dan kewajiban sebagai warga negara dalam Pemilu.

Siaran Hiburan adalah siaran yang menyajikan materi hiburan secara sehat guna memberikan penjelasan kepada khalayak untuk mengetahui hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam Pemilihan Umum.

Sedangkan Siaran Jajak Pendapat adalah siaran sosialisasi Pemilihan Umum yang memberikan informasi kepada khalayak mengenai perkembangan pendapat masyarakat tentang peserta pemilu.

Lembaga Penyiaran dapat menyiarkan pendapat masyarakat lewat jajak pendapat (polling) baik yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran sendiri dan/atau mengutip jajak pendapat yang diselenggarakan oleh pihak lain, yang dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya. Lembaga Penyiaran wajib menjelaskan dan menyiarkan metode jajak pendapat secara jelas dan sederhana. Lembaga Penyiaran juga dapat mengutip pendapat ahli



atau warga masyarakat tentang peserta pemilu dan menyiarkan secara berimbang serta tidak diarahkan untuk mendukung atau memojokkan peserta pemilu yang lain.

Tema yang diusung dalam sosialisasi Pemilu Kada juga telah diatur oleh KPU. Tema kunci<sup>32</sup> yang disampaikan adalah “*Pastikan anda terdaftar sebagai pemilih, suara anda menentukan nasib bangsa, dan gunakan hak pilih anda dengan bijak*”. Selain tema kunci diatas, terdapat tema pendukung (tema yang membantu menciptakan suasana yang demokratis). Dengan tema pendukung itu diharapkan dapat meningkatkan angka partisipasi calon pemilih dalam Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Tema pendukung<sup>33</sup> itu antara lain :

- a. KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota merupakan bagian dari KPU yang bersifat nasional, tetap dan mandiri menjanjikan demokrasi yang berkualitas.
- b. Pemilih cerdas memilih pemimpin yang berkualitas.
- c. Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah wujud kelangsungan Reformasi
- d. Gunakan hak pilih anda, masa depan bangsa berada di tangan anda.
- e. Kenali dan pilihlah calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah yang peduli pada aspirasi dan inspirasi rakyat.
- f. Satu suara untuk masa depan.

---

<sup>32</sup> Peraturan KPU no 65 th 2009 pasal 5 hal 6

<sup>33</sup> *Ibid*

Selain tema, materi sosialisasi juga diatur dalam peraturan KPU. Materi sosialisasi dan penyampaian informasi di klasifikasikan menjadi 8 bagian yaitu <sup>34</sup>

a. Pemutakhiran data pemilih antara lain :

- Dalam pemutakhiran data pemilih, KPU Provinsi/KPU Kabupaten/Kota
- Memutakhirkan Daftar Pemilih berdasarkan pada data kependudukan dari Pemerintah Daerah.
- Menerima masukan dan tanggapan masyarakat untuk ditetapkan dalam Daftar
- Pemilih Sementara dan Daftar Pemilih Tetap Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.
- Menyusun, menetapkan dan mengumumkan daftar pemilih tetap.

b. Pendaftaran dan Penetapan Pasangan Calon antara lain :

- Persiapan Pendaftaran.
- Masa Pendaftaran.
- Penelitian Persyaratan Administrasi.
- Pemeriksaan Kesehatan.
- Penelitian/Verifikasi Faktual.
- Penetapan Pasangan Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

---

<sup>34</sup> *Ibid* 8

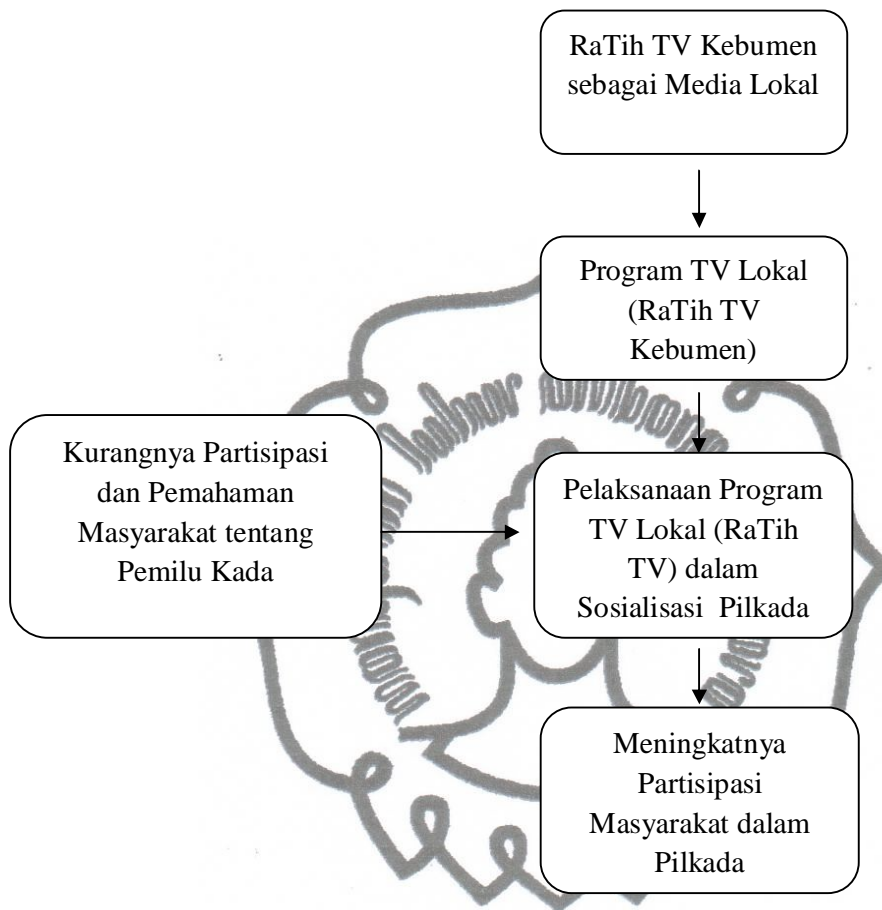
- Pengundian Nomor Urut Pasangan Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.
  - Penetapan Nomor Urut Pasangan Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.
- c. Sosialisasi visi dan misi Pasangan Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.
- d. Kampanye antara lain :
- Persiapan kampanye.
  - Pelaksanaan kampanye (termasuk debat pasangan calon).
  - Pengumuman asal dana kampanye.
  - Pelanggaran kampanye.
- e. Pemungutan dan penghitungan suara, antara lain :
- Pentingnya suara kita.
  - Tata cara pemungutan suara di TPS.
  - Tata cara penghitungan suara di TPS.
  - Rekapitulasi hasil penghitungan suara di PPK, KPU Kabupaten/Kota, dan KPU Provinsi.
- f. Sosialisasi Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah putaran kedua, antara lain :
- Penajaman visi dan misi pasangan calon.
  - Tata cara memilih pasangan calon.
- g. Penetapan pasangan calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, pengesahan, dan pengangkatan.

- h. Hak dan kewajiban warga negara paska Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.

## **F. Kerangka Berpikir**

Program sosialisasi Pemilu Kada merupakan program KPUD kabupaten Kebumen yang kemudian sebagian dalam pelaksanaannya diserahkan kepada RaTih Tv. Penyerahan sebagian program tersebut kepada RaTih Tv dikarenakan televisi merupakan media yang paling efektif dan hampir setiap masyarakat mempunyainya. Program tersebut dilaksanakan karena masih kurangnya sosialisasi Pemilu Kada Kebumen. Sasaran dari program sosialisasi ini sendiri adalah seluruh masyarakat Kebumen khususnya yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT).

Sebagai program yang tergolong baru dalam tv lokal, program sosialisasi ini diharapkan mampu meningkatkan tingkat partisipasi masyarakat dalam Pemilu Kada Kebumen. Selanjutnya, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**

**G. Metodologi Penelitian**

**1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan suatu penjelasan mengenai suatu fenomena, maka digunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang terbatas

*commit to user*

pada usaha-usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta (fact finding)<sup>35</sup>. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Metode deskriptif dapat diartikan juga sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dilakukan dengan menggambarkan keadaan atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dll) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.<sup>36</sup>

Pada tahap awal metode deskriptif tidak lebih dari pada penemuan yang bersifat penemuan fakta-fakta seadanya. Selanjutnya pemikiran dikembangkan dengan memberi penafsiran yang memadai terhadap fakta-fakta yang ditemukan. Jadi metode deskriptif tidak terbatas sampai pada pengumpulan dan menyusun data, tetapi meliputi juga analisis dan interpretasi tentang arti data itu.

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi dalam

---

<sup>35</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada University Press: Yogyakarta, 1998, hal. 31.

<sup>36</sup> *Ibid* hal 63

variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu kebutuhan.<sup>37</sup>

Hasil penelitian ini ditekankan memberikan gambaran secara obyektif tentang keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diselidiki. Peneliti hanya bertindak sebagai pengamat, dimana ia hanya membuat kategori pelaku, mengamati gejala dan mencatatnya. Deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan Ratih Tv sebagai media sosialisasi pilkada.

Kegiatan pengumpulan data dilakukan secara terarah, yang dilandasi strategi pikir fenomenologis selalu bersifat lentur, terbuka dengan menekankan analisis induktif yang meletakkan data penelitian bukan sebagai alat atau bahan dasar pembuktian tetapi sebagai modal dasar bagi pemahaman, maka proses pengumpulan data merupakan kegiatan yang lebih lentur dan dinamis.<sup>38</sup>

Dalam penelitian ini pengamatan dilakukan secara langsung pada subyek, yaitu Ratih Tv Kebumen, dalam progam-progam acara sosialisasi yang dibuat dari proses awal sampai pada khalayak (audience) yaitu masyarakat Kebumen. Pemilihan informan didasarkan pada banyak sedikitnya pengalaman dari pengetahuan informan tentang latar belakang penelitian. Maka dipilihlah informan yang dianggap paling mengetahui masalah, sehingga mampu memberikan informasi yang akurat. Namun demikian informan yang terpilih dapat juga menunjuk informan lain yang dianggap lebih tahu, maka pemilihan

---

<sup>37</sup> Dr. Lexy Moleong, M.A., Metodologi Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosda Karya: Bandung, 2002, hal 3

<sup>38</sup> HB Sutopo, Pengantar Penelitian Kualitatif Dasar Teoritis dan Praktis, Pusat Penelitian Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2006, hal 54

informan dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemantapan peneliti dalam memperoleh data.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Stasiun Ratih Tv Kebumen di Jalan Kutoarjo No. 6 Kebumen. Alasan penulis memilih lokasi penelitian di Ratih Tv Kebumen dikarenakan :

- a. Ratih Tv merupakan media Televisi yang dianggap paling sering dilihat oleh masyarakat daripada media yang lain.
- b. Tersedianya data pendukung yang diperlukan dan adanya kemudahan dalam pengumpulan data untuk penelitian
- c. Adanya kesempatan dan ijin penelitian yang diberikan pihak Ratih Tv Kebumen kepada penulis untuk melakukan penelitian.

## 3. Sumber Data

Pengambilan data pada penelitian ini secara purposive. Purposive yaitu penentuan informan/ narasumber sebagai data berdasarkan anggapan atau pendapat peneliti sendiri, karena dianggap mengetahui permasalahan sehingga mampu memberikan informasi yang lengkap dan akurat.

Sumber data ini dibedakan menjadi 2, yaitu

### a. Data Primer

Adalah data yang dikumpulkan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari sumber dilokasi penelitian,



diantaranya dengan melihat secara langsung kegiatan-kegiatan yang dilakukan Ratih Tv untuk mensosialisasi pemilu kada Kebumen 2010.

b. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari dokumen, arsip-arsip statistik, grafik dan sebagainya. Data yang dimaksud untuk melengkapi data primer.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mendatangi lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung situasi, kondisi, serta berbagai kegiatannya.<sup>39</sup> Pengamatan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Tv lokal khususnya Ratih Tv Kebumen menjadi media sosialisasi Pilkada Kebumen 2010.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>40</sup>

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, dimana wawancara dilakukan dengan mengadakan pertemuan dan perbincangan secara mendalam dengan pihak yang terkait dengan penelitian ini. Hal ini dimaksudkan untuk mengumpulkan dan

<sup>39</sup> Dr. Lexy Moleong, M.A., *Op. Cit.*, hal 125

<sup>40</sup> *Ibid* hal 135

memperoleh data yang jelas, terperinci serta mendetail mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi KPUD dan Ratih Tv dalam mensosialisasikan Pemilu Kada Kabupaten Kebumen 2010.

c. Telaah Dokumen

Dokumen berguna untuk menunjang dalam pengumpulan data. Sumber ini kebanyakan merupakan rekaman tertulis, namun bisa juga berupa gambar atau peninggalan yang berkaitan dengan suatu aktivitas atau peristiwa tertentu.<sup>41</sup> Data-data yang diperoleh dari pengumpulan dokumentasi kemudian dapat dijadikan referensi yang menunjang proses.

5. Teknik Pengambilan Sampel

a. *Purposive Sampling*

Riset kualitatif tidak memilih sampling (cuplikan) yang bersifat acak atau *random sampling*. Teknik cuplikannya cenderung bersifat *purposive* dengan kecenderungan peneliti untuk memperoleh informannya berdasarkan posisi dengan akses tertentu yang dianggap memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahannya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap.<sup>41</sup> Pilihan sampling diarahkan pada sumber data yang dipandang memiliki data yang penting yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Cuplikan ini memberikan kesempatan maksimal pada kemampuan peneliti untuk menyusun teori yang dibentuk dari lapangan. Dalam penerapan teknik ini

---

<sup>41</sup> HB Sutopo, *Op. Cit.*, hal 64.

peneliti memberikan pertanyaan pada informan yang lebih tahu tentang objek yang diteliti. Jadi peneliti berusaha mencari tahu siapa orang yang bersangkutan (objek yang mengetahui) tentang hal tersebut.

*b. Snowball Sampling*

Informan dalam hal ini dapat bertambah sesuai dengan kebutuhan dan informan tersebut dapat menunjukkan informan yang lebih tahu dalam mendapatkan data.

6. Validitas Data

Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh.

42

Hal tersebut dimaksudkan untuk pengecekan atau sebagai pembanding hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan dengan suatu penelitian. Dengan demikian keberadaan data yang satu akan dikonfirmasi dengan data yang diperoleh dari sumber data yang lain, sehingga data yang didapat dapat terjamin validitasnya.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu data atau informasi yang diperoleh melalui

---

<sup>42</sup> Dr. Lexy Moleong, M.A., *Op. Cit.*, hal 178. *commit to user*

waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Menurutnya, hal tersebut dapat dilakukan dengan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian secara pribadi.
- d. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- e. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, dan orang pemerintahan.
- f. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

## 7. Teknik Analisis Data

Penelitian Deskriptif adalah suatu penelitian yang tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis berdasarkan teori-teori tertentu. Data yang diperoleh dan dikumpulkan dari berbagai sumber kemudian ditelaah dalam upaya meningkatkan pemahaman terhadap objek yang diteliti. Analisis data dilakukan dalam suatu proses, yang berarti pelaksanaan sudah dilakukan sejak pengumpulan data yang dikerjakan.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisa data dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu menganalisa data tanpa menggunakan rumus-rumus statistik tetapi menggunakan kata-kata tertentu dan menghubungkannya secara kualitatif. Proses analisis dalam penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan secara induktif, interaktif dari setiap unit datanya, bersamaan dengan proses pelaksanaan pengumpulan data, dan dengan proses siklus (H.B.Sutopo, 2006: 114-116). Dalam model analisa ini ada 3 komponen tahap analisa data, yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga narasi sajian data dan simpulan-simpulan dari unit-unit permasalahan yang telah dikaji dalam penelitian dapat dilakukan.

b. Sajian Data

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan, sajian ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa peneliti yang merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca, akan bisa mudah dipahami. Selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi berbagai jenis

matriks, gambar/skema, jaringan kerja rakitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya.

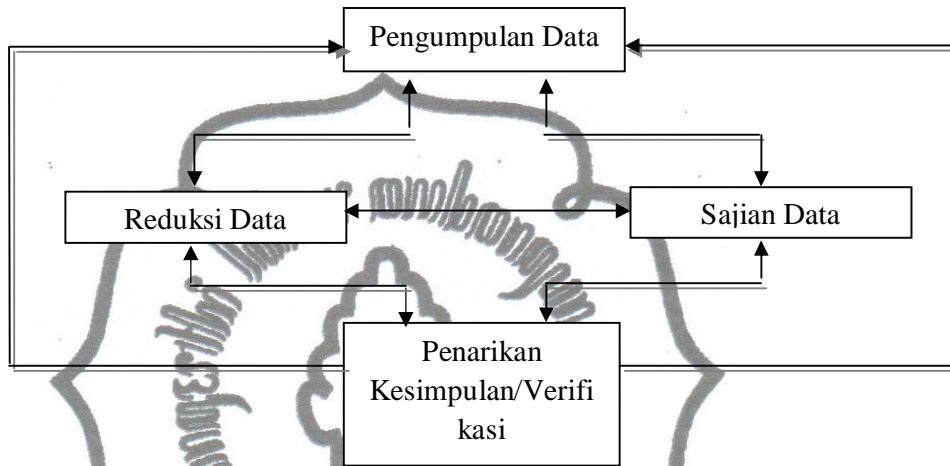
### c. Penarikan Simpulan

Setelah memahami arti dari berbagai hal yang ditemui dengan melakukan pencatatan peraturan-peraturan, pola-pola, pernyataan - pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi, akhirnya peneliti menarik simpulan. Simpulan akhir tidak akan terjadi sampai pada waktu proses pengumpulan data sudah berakhir. Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan.

Ketiga komponen tersebut aktifitasnya dilakukan dengan interaksi dengan proses siklus. Peneliti tetap bergerak diantara tiga komponen selama kegiatan pengumpulan data berlangsung. Apabila kesimpulan dirasa kurang mantap karena kurangnya rumusan dalam reduksi maupun sajian datanya, maka peneliti akan melakukan pengumpulan data dari awal. Untuk lebih jelasnya, skema dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.2

Skema Model Analisis Interaktif



Sumber :

Hb Sutopo (2006 : 120)

## BAB II

### DESKRIPSI INSTANSI

#### A. Sejarah Berdirinya Ratih Tv

Nama Ratih Tv merupakan kependekan dari Dara Putih Televisi. Maknanya bisa bermacam-macam, antara lain sebagai simbol perdamaian, simbol pembawa berita atau informasi penting (burung dara). Dara putih juga mempresentasikan “perempuan single”, waktu itu, dan simbol kepemimpinan wanita. Pendirian Ratih Tv berawal dari kerjasama antara Pemerintah Kabupaten Kebumen dengan Matari Adv. Inc, Jakarta (2002), dilanjutkan MoU dengan SCTV (2003) saat kunjungan kerja presiden Megawati, 12 Mei 2003.

Blue Print Ratih Tv direncanakan menjadi televisi lokal skala regional yang strategi pendiriannya melalui kerjasama dengan televisi yang berskala nasional. Dalam pendirian televisi lokal ini banyak persoalan yang dihadapi, diantaranya: isu politik, pendanaan, kelemahan di bidang SDM dan manajemen. Sedangkan aspek-aspek yang berpengaruh di antaranya: (a) aspek politik, berkaitan dengan Pemerintah Kabupaten Kebumen mewujudkan prinsip-prinsip good governance, (b) aspek budaya, yakni untuk mengembangkan potensi lokal, (c) aspek ekonomi, yakni untuk memperoleh/meraih pendapatan, (d) aspek pemberdayaan masyarakat.

Ratih Tv Kebumen yang bekerja melalui saluran 51 UHF (Ultra High Frequency) adalah televisi lokal pertama yang ada di Jawa Tengah, yang berkududukan di Kebumen. Televisi pertama yang mengudara pada bulan

*commit to user*



Oktober 2003 ini merupakan televisi milik Pemerintah Kabupaten Kebumen dibawah manajemen Badan Informasi Komunikasi dan Pengelolaan Data Elektronik, yang berkantor di Jalan Veteran No. 24 Kebumen. Berada dalam bidang pengelolaan media dan pengumpulan data dan informasi sub bidang media, televisi, radio. Personil Ratih Tv sendiri terdiri dari sebagian dari Pegawai Negeri Sipil (PNS). dan sebagian lagi Pegawai Tidak Tetap (PTT). Dengan jumlah keseluruhan yaitu 25 orang. Karena Ratih Tv berada dibawah Badan Informasi Komunikasi Dan Pengelolaan Data Elektronik (BIK & PDE), maka penanggung jawab Ratih Tv adalah kepala BIK & PDE.

Seiring dengan semangat otonomi daerah serta good governance, maka kehadiran Ratih Tv Kebumen sangat bermanfaat bagi Pemerintah Kabupaten Kebumen. Selain itu juga dapat bermanfaat sebagai sarana mendapatkan saran, informasi dan kritik, dari masyarakat tentang Pemerintah Kabupaten Kebumen. Dengan demikian, setiap masalah yang ada di masyarakat akan dapat ditindaklanjuti, dan dapat dijadikan sebagai landasan pemerintah untuk membuat kebijakan. Dengan kata lain, Ratih Tv tidak saja bermanfaat bagi pemerintah tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat, karena selain sebagai media untuk mendapatkan informasi seputar wilayah Kebumen juga sebagai media untuk menyalurkan aspirasi masyarakat. Di bidang lain, Ratih Tv juga bermanfaat bagi masyarakat pendukung industry pertelevisian, antara lain rumah produksi, periklanan dan lain-lain.

## B. Visi dan Misi Ratih Tv

### 1. Visi Ratih Tv Kebumen

Menjadikan Ratih Tv Kebumen sebagai media informasi terdepan, di Kabupaten Kebumen yang bekerja secara profesional, kreatif, bermartabat menjunjung tinggi nilai-nilai budaya Kabupaten Kebumen yang luhur, “Menjadi media transparansi informasi dan partisipasi publik.”

### 2. Misi Ratih Tv Kebumen

- a. Memberikan siaran televisi yang bermanfaat informatif untuk mencapai good local governance sekaligus menghibur dan mencerdaskan masyarakat.
- b. Mewujudkan media broadcast yang mampu membangkitkan partisipasi masyarakat
- c. Mengangkat potensi lokal

## C. Arti Logo Ratih Tv

Ratih Tv yang merupakan kependekan dari “Dara Putih Televisi” merupakan nama pemberian dari Presiden Megawati pada saat kunjungan kerjanya di Kebumen.

1. Huruf “R”, pada logo Ratih Tv dinisualisasikan burung dara yang merupakan symbol perdamaian dan simbol pembawa berita/informasi penting

2. Warna putih pada burung dara berarti mempresentasikan “perempuan single” pada waktu itu dan simbol kepemimpinan wanita.
3. Pada huruf “ATIH”, diberikan warna biru. Biru adalah warna langit, diharapkan berita dapat menjangkau ke tempat yang lebih luas bagaikan cakrawala.

#### **D. Semboyan Ratih Tv**

Ratih Tv memiliki semboyan “TV ne wong Kebumen” yang berarti Ratih Tv selalu menyajikan program-program yang mengedepankan nilai-nilai asli Kebumen yang agamis, ramah, sopan, humoris, sekaligus cerdas. TV ne wong Kebumen juga berarti Ratih Tv benar-benar berciri khas Kebumen.

#### **E. Format dan Materi Program Siaran Ratih Tv**

Format program siaran Ratih Tv lebih banyak siaran langsung dan interaktif, terutama untuk program acara yang bersifat informatif. Sedangkan untuk program lainnya, khususnya hiburan anak, banyak diproduksi dalam bentuk rekaman. Adapun format program siaran adalah sebagai berikut :

1. Live & Interaktif : 30%
2. Rekaman : 70%

Susunan program Ratih Tv berangkat dari informasi dan edukasi, disajikan dalam bentuk hiburan yang bertujuan untuk mrnjangkau seluruh pemirsa dengan motivasi program sebagai berikut :

1. News : 40%
2. Talk show : 30%
3. Entertainment : 15%
4. Lain-lain : 15%

Materi program siaran dari berbagai acara di Ratih Tv Kebumen sebagian besar adalah produksi lokal disamping program hasil kerjasama dengan mitra/klien. Adapun materi ptoqram siaran adalah sebagai berikut :

1. Produksi lokal : 84%
2. Umum : 16%

Adapun acara-acara unggulan di Ratih Tv Kebumen adalah sebagai berikut:

1. Selamat Pagi Bupati

Dialog ini adalah dialog antara masyarakat dengan unsur Pemerintah Kabupaten Kebumen yaitu Bupati dan Wakil Bupati serta unsur lainnya seperti Kepala Badan dan Kepala Dinas (Pejabat Publik). Dalam acara ini masyarakat dapat berdialog melalui pesawat telepon yang langsung untuk menyampaikan pertanyaan, pendapat, protes, penolakan, saran dan kritik yang kemudian ditanggapi oleh Bupati/Wakilnya. Untuk hari Senin sampai Sabtu, dialog yang diangkat yaitu seputar masalah pemerintahan dan sosial ekonomi kemasyarakatan. Khusus hari Minggu, boleh menyakan tentang hal yang bersifat pribadi.

- a. Format : Dialog Interaktif
- b. Bentuk Tayang : Live

- c. Durasi : 30'
- d. Airing : Daily
- e. Target Audience : Umum, M+F, 15+

## 2. Berita Kebumen

Program News yang memberikan informasi terkini yang terjadi di Kabupaten Kebumen, acara ini banyak diminati dan dinanti masyarakat khususnya Kebumen.

- a. Format : News
- b. Bentuk Tayang : Live
- c. Durasi : 30'
- d. Airing : Daily
- e. Target Audience : Umum, M+F, 12+

## 3. Dialog Interaktif

Dialog dengan nara sumber terkait untuk mengupas permasalahan atau isi-isu yang terjadi di Kabupaten Kebumen

- a. Format : Dialog Interaktif
- b. Bentuk Tayang : Live
- c. Durasi : 30'
- d. Airing : Weekly
- e. Target Audience : Umum, M+F, 15+

## 4. Pasar Reboan

Program ini merupakan program yang memberikan kesempatan kepada pemirsa untuk mempromosikan barang yang dijual dan berkirim

salam dan juga dapat memesan lagu. Tetapi acara ini dikemas dalam tampilan berbahasa Jawa

- a. Format : Talk Show
- b. Bentuk Tayang : Live
- c. Durasi : 60'
- d. Airing : Weekly
- e. Target Audience : Umum, M+F, 12+

5. Suara Rakyat (SURAK)

Program acara yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat berdialog dengan anggota DPRD untuk menyampaikan aspirasi, saran dan kritiknya terhadap suatu masalah yang berhubungan dengan DPRD.

- a. Format : Talk Show
- b. Bentuk Tayang : Live
- c. Durasi : 30'
- d. Airing : Weekly
- e. Target Audience : Umum, M+F, 30+

**F. Lokasi dan Jam Penyiaran Ratih Tv**

Lokasi Studio Ratih Tv dibangun di atas tanah milik Pemerintah Kabupaten Kebumen di Jalan Kutoarjo No. 6 Kebumen, telp. (0287) 382453, 384844, fax (0287) 385844.

Jam penyiaran Ratih Tv adalah selama 3,5 jam yang terbagi menjadi dua yaitu pagi, 1,5 jam, mulai pukul 06.00-07.30 dan sore, 2 jam, mulai pukul 16.00-18.00.

### **G. Jaringan Transmisi dan Jangkauan Siaran**

Satuan transmisi televisi adalah media antara studio televisi dengan penonton atau pemirsa. Satuan televisi berfungsi menyalurkan atau memancarkan program siaran dari studio sampai ke pesawat penerima televisi di rumah penonton. Stasiun transmisi di Ratih Tv ada satu yang ada di belakang studio Ratih Tv.

Jangkauan siaran (coverage area) Ratih Tv adalah seluruh daerah Kabupaten Kebumen dan beberapa daerah di sekitar Kebumen dan Purworejo bagian barat dan Banyumas bagian timur.

### **H. Target Audience**

Ratih Tv merupakan televisi lokal yang mempunyai komitmen kuat untuk memperjuangkan terciptanya masyarakat adil, makmur, dan sejahtera dalam segala aspek berdasarkan nilai-nilai kehidupan positif dengan menjunjung tinggi profesionalisme sehingga acara ini lebih banyak yang bersifat informatif. Mayoritas pemirsa Ratih Tv yang tersebar dalam 24 Kecamatan di Kebumen merupakan audience yang terdidik namun dengan latar belakang yang berbeda-beda sehingga menyebabkan pemirsa Ratih Tv dalam hal ini masyarakat Kebumen, sangat kritis terhadap produk dan jasa. Tetapi

mudah menerima hal-hal yang mutakhir dari segi teknologi maupun budaya. Oleh karena itu program siaran lebih banyak berupa informasi, maka target utama audience Ratih Tv adalah kalangan pejabat, politikus, LSM, pekerja, mahasiswa, pelajar, dan masyarakat lainnya dengan segmentasi umur 15 tahun ke atas. Namun ada pula program acara yang dikhususkan untuk anak-anak dan segala usia.

### **I. Susunan Organisasi Ratih Tv Kebumen**

Susunan organisasi pada Ratih Tv kebumen

#### **1. Direktur : Mukriyanto, SAP**

Tugas pokoknya adalah Menyusun rencana kegiatan dan melaksanakan kebijakan operasional sehari-hari penyelenggaraan Ratih Tv, Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak luar untuk kemajuan Ratih Tv, Menetapkan besaran tarif iklan/promosi di Ratih Tv, Mendistribusikan tugas kepada Sekretaris dan para Manager dan Membuat usulan kegiatan tahunan.

#### **2. Sekretaris : Eti Rokhyatun, ST**

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja di bidang tugasnya, Melakukan koordinasi dengan para manager agar rencana kerja dapat dilaksanakan dengan baik, Mendistribusikan tugas kepada Kepala Divisi Keuangan dan administrasi (surat-menyurat urusan rumah tangga dan kepegawaian).



3. Manager Program dan Produksi : Daryanto

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja program acara mingguan dan bulanan, Mendistribusikan tugas kepada koordinator acara, Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan program acara dan siaran harian, Mengkoordinir dan memproduksi program acara, Melakukan evaluasi secara berkala terhadap program acara dan hasil produksi, Melakukan pemasaran program acara dan mencari sponsor acara, bersama Manager Pemasaran.

4. Manager Pemberitaan : Sohiran

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja pemberitaan mingguan dan bulanan, Mendistribusikan tugas kepada Kepala Divisi News dan Divisi Talk Show, Bertanggung jawab terhadap kelancaran produksi berita/kegiatan liputan dan penyelenggaraan talk show, Mengumpulkan informasi, mengolah isu, dan menentukan topik utama pemberitaan, Melakukan evaluasi secara berkala terhadap program news dan talk show.

5. Manager Pemasaran : Juniadi Prasetya, SE

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja di bidang pemasaran, Mendistribusikan tugas kepada tim pemasaran, Melakukan survey market dan menyusun peta market, Melaksanakan pemasaran dan pencapaian target marketing secara bulanan, Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan tugas pemasaran dan pencapaian target market, Melakukan pemasaran program acara dan mencari sponsor acara, bersama

dengan Manager Program dan Produksi, Melakukan evaluasi bulanan terhadap target marketing.

6. Manager Teknik : Suwanto

Tugas pokoknya adalah Membuat program kerja di bidang teknik, Mendistribusikan tugas kepada Kepala Divisi Operasional dan Kepala Divisi Penyimpanan/Maintenance, Bertanggung jawab terhadap penyimpanan peralatan agar senantiasa siap siar, Melakukan penyimpanan dan perawatan peralatan agar peralatan lebih panjang usia dan layak pakai, Menjaga dan melakukan monitoring siaran, Melakukan survey dan kajian daya jangkau pancaran siaran.

7. Divisi Keuangan : Titi Hartini, SE

Tugas pokoknya adalah Membuat laporan administrasi keuangan secara periodic, Melakukan pembukuan pemasukan dan pengeluaran keuangan, Melakukan koordinasi dengan kepala divisi umum, Bertanggung jawab di bidang pengelolaan keuangan.

8. Divisi Umum : Rahmat Aris Pambagyo, S.ST

Tugas pokoknya adalah Melakukan kerjasama dengan Kepala Divisi Keuangan, Membuat usulan dan laporan kebutuhan di bidang administrasi umum secara periodic, Bertanggung jawab terhadap tertib administrasi umum (surat menyurat, urusan rumah tangga dan kepegawaian).

9. Divisi Program : Rina Sihotang

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja program acara, Mendistribusikan tugas kepada koordinator acara, Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan program, Merencanakan program acara off air, Membuat rundown acara mingguan dan bulanan, Melakukan evaluasi program acara secara berkala, Bertanggung jawab terhadap kontinuitas program acara.

10. Divisi Produksi : Dani Hendrawan

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja produksi program acara, Mendistribusikan tugas kepada tim produksi, Melakukan koordinasi dengan Kepala Divisi Program, Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan produksi baik in house maupun out house, Bertanggung jawab terhadap kualitas hasil produksi, Melakukan evaluasi kegiatan produksi dan hasil produksi.

11. Divisi News : Bagus Sukmawan, S.Sos

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja di bidang news, Mendistribusikan tugas peliputan, memberikan arahan dan mengendalikan Tim Liputan, Bertanggung jawab terhadap kelancaran pelaksanaan liputan, Membuat bank data dan informasi, Menyusun jadwal liputan harian dan mingguan, Menyelenggarakan rapat koordinasi harian bersama-sama dengan tim liputan

12. Divisi Talk Show : Feby Ari Kurniawan

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja program talk show, Melakukan koordinasi Kepala Divisi News, Mendistribusikan tugas

kepada presenter talk show, Menyiapkan materi dan insert yang diperlukan dalam acara talk show, Menyusun jadwal acara talk show.

13. Divisi Iklan : Dian Puspa

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja di bidang promosi dan periklanan, Melakukan survey pasar dan menyusun target marketing, Menyusun target pemasaran/penerimaan secara berkala (bulanan, triwulan, dan tahunan), Melakukan pemasaran/penawaran iklan kepada pihak ke tiga, Melakukan produksi materi produk iklan.

14. Divisi Kejasama : Hasan Luthfi

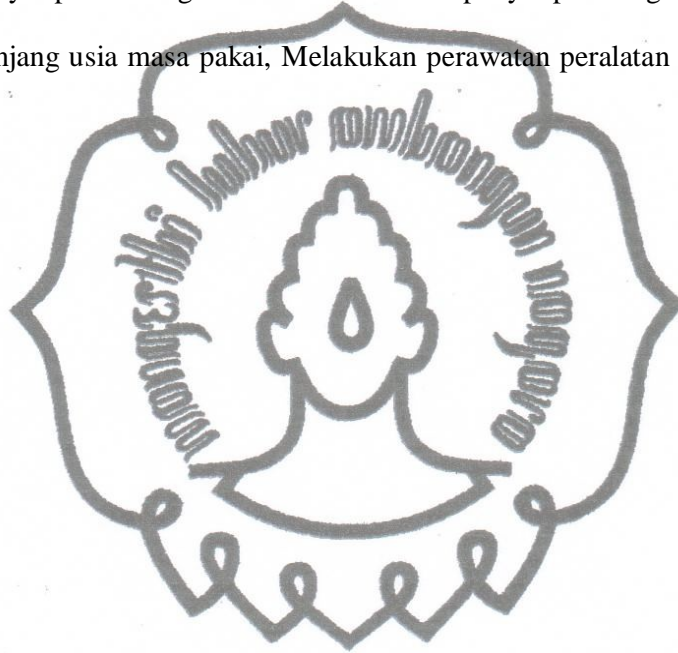
Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja di bidang promosi dan kerjasama dengan pihak ke tiga, Menyusun target pemasaran/pemasukan secara berkala (bulanan, triwulan, dan tahunan), Melakukan pemasaran/penawaran program acara pada pihak ke tiga, Memproduksi materi iklan dan materi off-air hasil kerjasama.

15. Divisi Operasional : Evi Nurulwati

Tugas pokoknya adalah Membuat rencana kerja di bidang teknik operasional siaran, Memastikan bahwa peralatan sudah siap siar, Bertanggung jawab terhadap peralatan studio agar selalu siap pakai, Melakukan evaluasi dan membuat laporan bulanan terhadap kelayakan peralatan studio, Bertanggung jawab terhadap kelancaran siaran, Memantau siaran dan segera melakukan perbaikan jika ada kerusakan.

#### 16. Divisi Penyimpanan/Maintenance : Puji Prihantono

Tugas pokoknya adalah Melakukan penyimpanan dan perawatan peralatan, Menginventarisir dan mengadministrasikan peralatan, Melakukan pengecekan peralatan setelah dipakai, Melakukan penyimpanan dengan baik sesuai standar penyimpanan agar peralatan lebih panjang usia masa pakai, Melakukan perawatan peralatan secara periodic.



### BAB III

#### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan disajikan hasil penelitian serta pembahasan dari penelitian ini dengan mengacu pada rumusan permasalahan yang diteliti. Dalam rumusan masalah yang sudah dikemukakan, penelitian ini mengacu pada masalah yang ingin diteliti yaitu Program apa saja yang terdapat di Ratih Tv Kebumen sebagai media sosialisasi pemilukada tahun 2010.

Dalam pembahasan penelitian ini, di bagian awal akan dijelaskan terkait Ratih Tv sebagai media televisi lokal. Hal ini penting dikarenakan untuk melihat dan menggambarkan keadaan Ratih Tv kebumen sebagai suatu media tv lokal satu-satunya di kabupaten Kebumen. Dengan memahami ini, maka akan diketahui kondisi terkini yang ada di Ratih Tv. Juga status ratih tv saat ini yang masih tergabung di bawah Dinas Infokom dan Telematika.

Pada bagian selanjutnya dari bab ini akan difokuskan pada bagaimana Ratih tv berperan sebagai mitra KPUD dan menjaga kenetralannya sebagai media meskipun Ratih Tv masih berstatus sebagai media pemerintah daerah. Selanjutnya akan dipaparkan mengenai program-program acara dan hambatan serta hambatan yang terjadi seputar program acara sosialisasi di Ratih Tv.

##### **A. Ratih Tv sebagai Media Televisi Milik Pemerintah Daerah**

Tidak dapat disangkal bahwa kemajuan teknologi komunikasi berupa televisi (TV) mempunyai dampak yang luar biasa dalam proses perubahan sosial manusia modern, termasuk dalam proses transisi politik dari

*commit to user*

otoriterisme kepada demokrasi. Berkat tabung gelas ajaib tersebut, fakta-fakta aktual yang terjadi dapat dihadirkan sedemikian jelas, lengkap dengan cuplikan-cuplikan peristiwa sebenarnya, hanya sesaat setelah kontak listrik dengan pesawat televisi dilakukan.

Berbeda dengan media cetak, "dampak televisi lebih dahsyat". Di mana letak kedahsyatan itu? Media informasi audiovisual seperti televisi dapat dinikmati oleh jumlah pemirsa yang secara teoritis dapat tidak terbatas (karena tidak terjebak oplah), praktis oleh hampir semua kalangan, termasuk yang buta huruf, walaupun tingkat efektifitas dan kedalaman pengaruhnya bisa saja berbeda-beda. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Muchriyanto, SAP dirut Ratih Tv Kebumen,

“iya mas, daripada membaca berita di Koran masyarakat lebih milih nonton televisi. Selain dapat informasi kan juga dapat hiburan. Ya intinya media televisi lebih diminati lah” (wawancara 21 Agustus 2010)

Pendapat senada juga disampaikan oleh Dian, dari divisi program Ratih Tv Kebumen,

“gimana ya, sekarang kan hampir setiap rumah pasti mempunyai tv, dan dari anak kecil sampai orang tua pasti suka nonton tv” (wawancara 21 Agustus 2010)

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media yang diminati oleh masyarakat Kebumen. Mengacu hasil Penelitian Akses Informasi Publik terhadap 273 responden di Kebumen, 84% di antaranya melihat televisi, sedangkan 81% mendengarkan radio. Artinya, media televisi lebih diminati dibanding radio. Masih mengutip penelitian tersebut, warga yang tidak memiliki televisi pun tetap melihat di tetangga

atau saudara. Jika diprosentase, responden yang menonton televisi mencapai 95%. (suara merdeka edisi 5 September 2004)

Begitu banyaknya masyarakat Kebumen yang melihat televisi menjadi alasan Pemerintah Daerah untuk membuat televisi lokal yang diberi nama Ratih Tv. Dara Putih Televisi atau yang lebih dikenal dengan nama Ratih Tv ini mulai mengudara pada 25 Oktober 2003. Ratih Tv adalah televisi lokal kebanggaan masyarakat Kebumen yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen. Ratih Tv tidak hanya sekedar sebagai icon dan kebanggaan daerah, akan tetapi telah menjadi bagian dari urat nadi penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan publik yang mengedepankan prinsip-prinsip good governance. Secara administrasi, kelembagaan Ratih Tv masih dibawah Pemerintah daerah, di bawah Dinas Inforkom dan Telematika. Jadi secara keseluruhan program akan dipertanggung jawabkan kepada Pemerintah Daerah.

Media televisi dengan visualisasinya memiliki kekuatan pengaruh yang lebih besar dari koran dan radio. Visualisasi dapat membangkitkan imajinasi dan imitasi dengan sangat mudah. Itu sebabnya, jika media televisi tidak mempertimbangkan dan menyadari tanggung jawab sosialnya, sungguh kehadiran media televisi bukanlah menjadi berkah bagi masyarakat justru akan menjadi malapetaka.

Sebagai media televisi lokal, Ratih Tv mempunyai peranan yang penting sebagai media yang berada di tengah-tengah masyarakat dan



pemerintah untuk mewujudkan good governance di Kabupaten Kebumen. hal ini sesuai dengan pernyataan dari Daryanto, Manager Program dan Produksi

“Ratih Tv kan berbeda dengan televisi Lokal di daerah lainnya yang kebanyakan dimiliki oleh swasta. kalau Ratih Tv kan milik pemda jadi ya sudah sewajarnya kalau tujuannya untuk menciptakan transparansi, mendekatkan pemerintah dengan masyarakat. Seperti program Selamat Pagi Bupati” (wawancara 29 Agustus 2010)

Dari hasil wawancara diatas Ratih Tv mempunyai peran yang penting dalam menciptakan good governance dalam pemerintah Kabupaten Kebumen tidak hanya sebagai media bisnis atau media hiburan. Hal serupa juga di jelaskan oleh Muchriyanto

“Ratih Tv itu pada dasarnya didirikan sebagai media, istilahnya jembatan antara Pemkab sama masyarakat. Oleh karena itu, awal-awal berdirinya dulu, waktu ada bu rustri, langsung dibuat acara selamat pagi bupati. Itu tujuannya kan biar masyarakat bisa langsung ngomong, apa yang jadi unek-uneknya.” (wawancara 21 Agustus 2010)

Disini lah fungsi dasar dari berdirinya Ratih Tv Kebumen, yakni sebagai jembatan antara Pemerintah Daerah dan masyarakat. Ratih Tv sebagai media televisi milik pemerintah daerah sudah seharusnya menjadi media pendidikan yang tidak hanya mengejar keuntungan dari menjual hiburan semata. Dengan sekedar menjadi unit bisnis maka penyelenggaraan siaran televisi akan menjadi sangat pragmatis, hanya soal untung rugi dan mengabaikan nilai dan prinsip serta pendidikan publik. Dengan sekedar menjadi media hiburan maka media televisi berorientasi kepada pasar, menyenangkan publik tanpa memperdulikan apa yang disajikan benar atau tidak, baik atau tidak dan perlu atau tidak.

Ratih Tv sebagai media televisi lokal yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah pada dasarnya tidak mengejar bisnis ataupun hiburan semata. Tapi lebih mementingkan fungsi sebagai media pendidikan bagi masyarakat Kebumen. hal ini sesuai dengan pernyataan dari Muchriyanto , S.AP selaku direktur utama Ratih Tv Kebumen.

“wah disini kami tidak mengejar bisnis mas, namanya juga tv pemerintah. Jadi, yaa biaya operasionalnya banyak yang ditanggung pemerintah juga” (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Daryanto mengenai fungsi pendidikan dan biaya operasional dari Ratih Tv. Daryanto mengemukakan bahwa dengan pembiayaan yang minim, peralatan yang kurang, tapi Ratih Tv tetap ingin bermanfaat bagi masyarakat Kebumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Ratih Tv bukan televisi yang mengejar nilai bisnis, walaupun juga masih menerima pengiklan sebagai pemasukan tambahan. Tapi televisi yang lebih menekankan pada aspek pendidikan dan kemanfaatan bagi masyarakat Kebumen.

Sebagai televisi pemerintah, Ratih Tv mempunyai dua peran. Yang pertama, media televisi lokal hadir sebagai sarana pencerdasan publik. Pencerdasan public disini maksudnya, Ratih Tv bisa sebagai media pendidikan bagi masyarakat. Hal ini bisa melalui berbagai program-program yang ditayangkan antara lain dialog interaktif, berita seputar Kebumen pagi dan sore. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Daryanto

“di dialog interaktif kami selalu menghadirkan narasumber yang berbeda. Terkadang dari berbagai Dinas yang ada di Kebumen, dari pihak RSUD. Yaa, jadwalnya gentian. Misalnya kalau pas dari Dinas Kesehatan, biasanya materi yang disampaikan tentang cara-

*commit to user*

cara penanganan kehamilan, melahirkan, dan peran bidan desa dalam bahasa Kebumen sangatlah penting dalam rangka mengurangi angka kematian ibu di Kabupaten Kebumen” (wawancara 29 Agustus 2010)”

Kedua, media televisi dapat berfungsi sebagai pengkritik bagi kepentingan demokrasi. Dengan adanya kebebasan pers setelah era reformasi maka seharusnya kehadiran media untuk terus menerus mengkritik dan memberi masukan kepada kebijakan pemerintah.

Media televisi dapat mengungkapkan opini, wacana dan diskusi publik untuk memberikan kritik bagi pemerintah. Kritik kepada pemerintah tidak harus dikemas dalam film-film dokumenter tentang kemiskinan untuk menyerukan pemerataan pembangunan dan kesejahteraan secara adil tetapi juga dalam bentuk talkshow. Dengan begini maka demokratisasi akan tetap terpelihara di negara yang kita cintai ini. Daryanto kembali menambahkan

“Program-program kami banyak yang memiliki format talkshow yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara masyarakat dan pemerintah. Contohnya pada program Selamat Pagi Bupati (SPB), dialog pagi. Disini masyarakat bisa menyampaikan aspirasinya, kritik-kritik dan pemerintah terbantu dalam mengetahui masalah yang ada” (wawancara 29 Agustus 2010)

Karena itulah peran televisi lokal dalam sosialisasi pemilu kepala daerah sangat besar. Televisi lokal dapat berfungsi sebagai media informasi yang sangat tepat untuk mensosialisasikan pemilu kepala daerah melalui berbagai macam program ataupun iklan yang ditayangkan. Hal tersebut tidaklah sangat muluk dikarenakan hampir setiap orang mempunyai televisi.

Sebagai satu-satunya media televisi publik Ratih Tv merasa memiliki sebuah tanggung jawab untuk mensosialisasikan pemilu kepala

daerah secara terbuka dan netral. Keberadaan Ratih Tv di tengah sistem politik menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari sistem politik itu sendiri. Hal tersebut seperti diungkapkan oleh Muchriyanto, S.AP selaku direktur utama Ratih Tv Kebumen.

“memang benar, dalam pemilu kepala daerah tahun ini kami sebagai media public, merasa harus ikut andil dan berkontribusi pada pemilu kada, dengan menghadirkan program-program acara televisi. Program-program tersebut mulai dari awal pengenalan calon bupati dan wakilnya sampai pada hasil akhir pemilu ini. Pokoknya kami berusaha sebisa mungkin agar bisa mensosialisasikan agar pemilu kepala daerah ini sukses, tingkat partisipasi masyarakatnya juga tinggi” (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal senada juga dikemukakan oleh pak Daryanto

“sejak januari, kita sudah ancap-ancang untuk membuat program khusus pilkada. Ya, pesona kandidat, itu kan usaha kita, agar masyarakat paham dan tahu, siapa saja sih orang-orang yang akan maju nyalon bupati besok” (wawancara 29 Agustus 2010)

Dari dua pendapat diatas, dapat dilihat bahwa, ada keseriusan dan upaya dari pihak Ratih Tv untuk menjadi media sosialisasi Pemilu Kada kabupaten Kebumen.

## **B. Ratih Tv sebagai mitra KPUD**

Dengan waktu yang terbatas, KPUD kabupaten Kebumen telah berusaha untuk bisa melakukan sosialisasi secara optimal. Dengan luas wilayah yang cukup besar yakni 26 Kabupaten, dengan beragam karakter dan jenis pekerjaan orang, sebenarnya dibutuhkan waktu dan tenaga yang cukup besar. Disini lah, KPUD melihat potensi yang dimiliki oleh Ratih Tv. Mengingat bahwa media punya efektivitas yang luar biasa dalam

menjalankan peran sosialisasi pemilu kepada masyarakat pemilih, maka salah satu strategi utama yang digunakan oleh KPUD Kabupaten Kebumen dalam melakukan sosialisasi pemilu adalah dengan menggunakan media massa.

Media tv merupakan media dengan cakupan wilayah yang sangat luas, dan hampir setiap rumah pasti memiliki pesawat televisi. Terlebih lagi, Ratih Tv merupakan bagian dari pemerintah daerah, jadi tidak lah sulit untuk bisa diajak bekerja sama dalam sosialisasi pemilu kada kabupaten Kebumen. Seperti gayung tersambut, pihak Ratih Tv juga mempunyai keinginan yang sama, yakni ingin mempunyai andil dalam pensuksesan pemilu kada tahun 2010. Seperti yang disampaikan oleh bapak Muchriyanto

“Kami, Ratih Tv sebagai media publik, pada dasarnya juga ingin punya andil dalam pemilu kada, karena kami juga mempunyai tanggung jawab kepada masyarakat” (wawancara 21 Agustus 2010)

Pola kebijakan diantara Ratih Tv dan KPUD bukan top down, tetapi satu kesatuan. Setiap Rapat KPUD, Ratih tv juga diajak untuk duduk bersama membahas langkah Sosialisasinya. Bapak Mucriyanto pun menegaskan posisi Ratih Tv sebagai mitra KPUD Kabupaten Kebumen dalam menjalankan misi pendidikan pemilih.

“Posisi ratih tv disini, sebagai mitra dari KPU, dari awal, ratih tv sudah diajak duduk bersama untuk mengadakan rapat membahas sosialisasi pilkada” (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal senada juga disampaikan oleh Daryanto,

“Setiap rapat yang diadakan oleh KPUD, kita selalu di undang, dan diajak rembug bareng. Begitu juga saat membahas progam acara pilkada yang akan kita buat” (wawancara 29 Agustus 2010)

### C. Sikap Ratih Tv sebagai Lembaga Penyiaran

Prasyarat bagi terwujudnya proses demokratisasi adalah kebebasan ekspresi dan informasi, oleh karena itu diperlukan subsistem berupa media massa yang independen. Dimulai dengan memberikan informasi yang benar, relevan, dan objektif bagi masyarakat sampai pada fungsi pengawas kekuasaan terhadap kebijakan-kebijakan daerah.

Bagi setiap calon yang maju dalam pemilihan kepala daerah, tentu saja sangat memperhitungkan keberadaan media. Bagaimana tidak, media saat ini sudah sangat efektif untuk dijadikan mesin politik atau tim sukses bagi seorang calon kepala daerah. Media adalah instrumen yang bakal dimaksimalkan untuk membangun komunikasi politik yang tidak saja menyosialisasikan keberadaannya namun sekaligus menjadi "mesin pembujuk" yang luar biasa sistematis dan berpengaruh. Hal ini lah yang membuat Ratih Tv berada di posisi yang strategis. Strategis sebagai media sosialisasi juga sebagai motor politik peserta pilukada.

Mengenai aturan main tentang kenetralan media juga sudah diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran, Komisi Penyiaran Indonesia, pada bab v siaran pemilihan umum dan pemilihan kepala daerah Pasal 63 ayat (3) "lembaga penyiaran wajib bersikap adil dan proporsional terhadap para peserta pemilu dan pilkada". Serta ayat (2) "lembaga penyiaran dilarang bersikap partisan terhadap salah satu peserta pemilu dan pilkada".

Independensi media juga bisa dimaknai sebagai sikap untuk tidak mengikutsertakan kecenderungan pribadi wartawan atau pengelola media dalam proses memotret serta mengekspose sebuah pemberitaan (pilkada).

Sikap ini sebenarnya amat pribadi dan pasti hadir pada setiap benak manusia termasuk wartawan. Cuma sikap ini butuh konsistensi untuk terwujud dalam tindakan netral alias tidak mewujudkan kecenderungan pilihan pribadi ke dalam pemberitaan yang dikhawatirkan akan mempengaruhi sikap dan pilihan khalayak.

Besarnya penggunaan media di dalam ajang Pemilu Kada tentu saja sangat rentan terhadap penyalahgunaan media sebagai sarana “main mata” antara pemilik media dan elit politik daerah. Mulai dari kesepakatan transaksional untuk menyediakan space iklan politik, meliputi pelantikan pejabat daerah, hingga publikasi yang mem-blow up aktivitas kampanye pemilu. Kondisi ini lebih parah jika kebetulan pemilik media atau orang kuat di struktur organisasi media adalah salah satu kandidat peserta pilkada. Yang terjadi tidak lain pers menjadi aparatus kepentingan sesaat guna menggalang konstituen di daerah komunitasnya.

Dalam menjalankan perannya sebagai media sosialisasi, Ratih Tv juga melakukan koordinasi dengan Bawaslu dan KPI. Daryanto menegaskan,

“iya, kita selalu melakukan koordinasi dan evaluasi, yak karena kita kan juga ndak mau kalo nanti kita dapat teguran. Tapi untungnya selama musim pilkada kemarin, kita tidak pernah dapat teguran” (wawancara 29 Agustus 2010)

Hal ini dilakukan untuk menjaga kenetralan siaran program. Bawaslu sebagai pemonitor siaran pemilu kada, dan KPI sebagai pemonitor format

*commit to user*

siarannya. Muchriyanto juga mengemukakan bahwa dengan adanya kerjasama dari beberapa lembaga diatas menyebabkan program-program yang disiarkan oleh Ratih Tv Kebumen menjadi lebih baik dan terjaga netralitasnya.

Obyektifitas atau kenetralan Ratih Tv untuk tidak menjadi partisipan dari calon tertentu merupakan kata kunci yang harus dipertahankan sampai kapanpun. Walaupun hal tersebut sangatlah sulit untuk dilakukan, tetapi sikap netral dan keinginan untuk selalu bersikap obyektif harus menjadi amunisi yang tidak pernah padam dalam diri insan pers, hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Muchriyanto, S.AP

“wah iya, untuk bersifat netral itu sangat sulit. Diawal siaran, sudah banyak anggapan bahwa kami akan berpihak pada salah satu pasangan, karena Ratih Tv masih sebagai media milik pemerintah dan terdapat pasangan incumbent yang maju lagi dalam bursa pemilihan bupati” (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal senada juga di jelaskan oleh Daryanto,

“oiya, kemaren pas pak Nasirudin maju, itu kita juga sangat sulit, kita mesti hati-hati dalam membuat progam, membuat brita. Pak nasirudin sebagai calon bupati, juga sebagai pengisi acara utama di selamat pagi bupati, jadi kita mesti jeli dan hati-hati saja” (wawancara 29 Agustus 2010)

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa Ratih Tv sudah berkomitmen dari awal bahwa akan selalu menjaga netralitas sebagai media publik milik masyarakat kabupaten Kebumen. Namun tekad yang disampaikan oleh Muchriyanto dan Daryanto, mendapatkan ujian yang cukup berat. Bupati yang saat itu menjabat, juga mencalonkan diri kembali untuk maju dalam pemilihan calon bupati kebumen periode berikutnya. Tentu saja



hal ini menjadikan posisi Ratih Tv sebagai media lokal milik PemKab semakin sulit. Tekanan untuk bisa lepas dan menjadi media netral semakin deras mengalir.

Berbagai masalah pun dihadapi oleh Ratih Tv Kebumen, seperti saat program Pesona Kandidat baru muncul. Pesona kandidat adalah program yang mengupas lebih dalam tentang bakal calon bupati kabupaten Kebumen. Setelah tayangan perdana itu, Ratih Tv banyak mendapatkan protes dari berbagai kalangan, seperti dari tim sukses calon yang lain dan kalangan umum. Mereka menilai pembawa acara tayangan pesona kandidat terlalu melebih-lebihkan dan terlalu mengunggulkan salah satu pasangan calon bupati. Namun dengan cepat Ratih Tv merespon masalah itu. Pihak Ratih Tv kemudian mengkonfirmasi dengan pihak yang bersangkutan. Dan memang benar, pihak tersebut ternyata masuk dalam tim sukses di salah satu pasangan calon bupati. Kemudian dalam siarannya, pihak Ratih Tv menyatakan tidak terlibat lagi dengan orang atau pihak yang bersangkutan. Seperti yang disampaikan oleh Muchriyanto.

“di penayangan awal pesona kandidat, kami menerima protes dari banyak pihak, banyak yang menyatakan acara itu terlalu melebih-lebihkan, setelah kami evaluasi dan mengkonfirmasi dengan pihak terkait, ternyata benar, ada indikasi keberpihakan terhadap salah satu pasang calon. Dengan kata lain, orang tersebut menjadi tim sukses dari salah satu pasangan. Dan kami akhirnya, memutuskan untuk tidak lagi bekerja sama dengan pihak tersebut, karena kami ingin menjadi media yang menjaga netralitasnya”. (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal senada juga disampaikan oleh Daryanto,

“iya, waktu acara pesona kandidat, kita memang sedikit kecolongan, ternyata ada tim kita yang menjadi tim sukses salah satu pasangan,

*commit to user*

tapi setelah itu, kami mengevaluasi dan lebih hati-hati-hati lagi”  
(wawancara 29 Agustus 2010)

Dari wawancara di atas, terlihat bahwa sangat rentannya suatu media lokal terhadap tindakan kecurangan sebagai media Pemilu Kada. Tapi disini Ratih Tv telah berusaha untuk bersikap netral dan tidak partisan kepada salah satu pasang calon.

#### **D. Program acara Ratih Tv sebagai media sosialisasi Pemilu Kada**

Selama periode Februari – Juli 2010, merupakan periode dengan tema besar Pemilu Kada. Ajang sebesar ini, tentu saja tidak akan dilewatkan oleh Ratih Tv, selaku satu-satunya media televisi lokal di kabupaten Kebumen. Terdapat banyak program yang disiarkan oleh Ratih Tv yakni, Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis, Kampanye Monologis, Siaran Berita, Siaran Kampanye terbuka dan Dialog Interaktif. Namun penulis sendiri hanya mengangkat Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis, Siaran Berita dan Dialog Interaktif. Hal tersebut didasarkan dari pengertian siaran sosialisasi pemilukada yang berbeda dengan siaran kampanye. Kedua hal tersebut telah diatur dalam Peraturan KPU no 65 tentang Pedoman Pelaksanaan Sosialisasi dan Penyampaian Informasi Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan Peraturan KPU no 69 tentang Pedoman Teknis Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Dari 2 sumber tertulis tersebut, penulis melihat bahwa Siaran Kampanye Monologis sangat mengarah ke pengertian siaran Kampanye, karena dalam

acara itu hanya terdapat perorangan dari calon kepala daerah yang menyampaikan visi misi dan ajakan untuk memilih dirinya.

Secara garis besar, terdapat 3 program acara Sosialisasi pemilu kada, di samping program berita. Ketiga program itu yakni Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis dan Kampanye Monolog. Seperti yang disampaikan oleh Muchriyanto,

“kita punya beberapa program untuk Pemilu Kada ini, yakni Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis dan Kampanye Monolog. Selain itu kita juga melakukan liputan dan dibentuk menjadi sebuah berita” (wawancara, 21 Agustus 2010)

Hal senada juga disampaikan Dian, Divisi program Ratih Tv Kebumen,

“sebenarnya acara utama kita, hanya ada 3, yakni Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis dan Kampanye Monolog. Oiya, selain itu kita juga tetap meliput semua kegiatan yang dilakukan dalam rangka Pemilu kada ini. Semua itu kita siarkan dalam bentuk berita” (wawancara, 21 Agustus 2010)

#### 1. Pesona kandidat.

Pesona Kandidat merupakan salah satu program siaran yang mensosialisasikan tentang para bakal calon yang akan maju dalam pemilu kada Kebumen. program ini disiarkan untuk menghilangkan desas desus yang berada di masyarakat. Pesona Kandidat diselenggarakan Ratih Tv Kebumen dalam proses pengenalan awal bakal calon Bupati dan Wakil Bupati. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Muchriyanto selaku dirut Ratih Tv,

“kalo kita liat, dulu di pinggir-pinggir jalan banyak tu, poster atau gambar orang, tapi banyak masyarakat yang belum mengerti dan paham, itu siapa orang mana, tujuannya apa. Yang ada Cuma desas

desus kalo mereka-mereka itu bakal calon bupati nanti.” (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal senada juga disampaikan oleh Daryanto selaku Manager Program dan Produksi

“sebelumnya kan di masyarakat itu beredar siapa saja yang akan maju untuk menjadi Bupati. Untuk menjawab rasa penasaran itulah maka kami membuat dan menyiarkan program ini” (wawancara 29 Agustus 2010)

Dari penjelasan di atas, tujuan utama dibuatnya program acara Pesona Kandidat adalah untuk menjawab pertanyaan masyarakat tentang calon yang akan maju dalam bursa Pemilu Kada Kebumen. Selain itu, program acara ini juga bertujuan untuk mengupas lebih dalam tentang bakal calon bupati kabupaten Kebumen. Bahkan program Pesona kandidat telah dilaksanakan sejak 25 Januari 2010, jauh sebelum ada pengumuman KPUD tentang pendaftaran calon bupati Kebumen.

Pesona kandidat akan menampilkan figur para kandidat bupati Kebumen yang akan bersaing dalam bursa pemilu kada 2010. Dalam acara ini, para bakal calon bupati kebumen boleh membawa tim suksesnya. Para bakal calon akan menjawab pertanyaan yang telah disiapkan oleh Ratih Tv Kebumen dan disampaikan oleh host/pembawa acara. Selain itu, juga disediakan waktu untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat Kebumen. Masyarakat bebas bertanya apa saja. Interaksi tersebut berlangsung bisa melalui telepon atau sms. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Daryanto

“Pesona Kandidat ini kita format dengan sebaik-baiknya dengan melibatkan masyarakat Kebumen. masyarakat Kebumen bisa

*commit to user*

bertanya mengenai apa saja dengan para bakal calon melalui telepon atau sms” (wawancara 29 Agustus 2010)

Hal serupa juga disampaikan oleh Dian,

“pesona kandidat memang kita desain dengan format talkshow, dengan tujuan agar lebih dekat dengan penonton. Ini kan sarana agar masyarakat tahu dan mengenal siapa-siapa yang akan maju dalam pemilihan bupati.” (wawancara 21 Agustus 2010)

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa program acara Pesona Kandidat memang sengaja didesain dengan format talkshow sehingga masyarakat juga bisa menilai dan mengukur seberapa besar tingkat pemahaman para bakal calon bupati terhadap berbagai macam persoalan yang terjadi di Kebumen, baik masalah yang bersifat politis maupun hal-hal yang bersifat konkrit seperti sektor pertanian, pendidikan, perdagangan, olahraga, keagamaan, dan bidang-bidang sosial kemasyarakatan.

Pesona kandidat di adakan sebanyak 10 kali, dengan 5 pasang bakal calon bupati Kebumen, selama periode 25 Januari 2010 sampai dengan 15 Februari 2010. Kelima bakal calon yakni :

- a. KHM. Nashiruddin Al Mansyur pada tanggal 25 Januari 2010 dan 6 Februari 2010
- b. H. Rustriyanto, SH pada tanggal 27 Januari 2010 dan 8 Februari 2010
- c. Achmad Marzoeki, ST pada tanggal 30 Januari 2010 dan 10 Februari 2010
- d. H. Poniman Kasturo pada tanggal 1 Februari 2010 dan 13 Februari 2010

e. H. Buyar Winarso pada tanggal 3 Februari 2010 dan 15 Februari 2010

Dalam Program Acara Pesona Kandidat siapa saja yang berkeinginan untuk menjadi calon akan mendapatkan kesempatan untuk mengenalkan diri mereka kepada masyarakat melalui Ratih Tv. Pelaksanaan Pesona Kandidat diatas juga tidak terlepas dari berbagai masalah selama masa produksinya. Masalah yang ada antara lain tidak datangnya salah satu nama calon pada jadwal yang telah ditentukan. Ketidakterdatangan tersebut bukan merupakan kesalahan dari Ratih Tv, karena kami sudah mengadakan komunikasi. Hal tersebut lebih dikarenakan adanya keperluan lain yang dimiliki oleh salah satu calon. Untuk mengatasi hal tersebut, kami tetap mengosongkan jam tersebut. Dengan kata lain, jam tersebut tidak kami berikan kepada calon lain. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari Dian, Divisi progam Ratih Tv Kebumen,

“iya, dalam pelaksanaan pernah ada yang tidak datang salah satu kandidat bakal calon. Ya mengatasinya, kita ganti dengan acara yang lain”. (wawancara 21 Agustus 2010)

Muchriyanto sendiri juga menambahkan Hal tersebut dilakukan demi menjaga netralitas dan keadilan jam tayang yang sebelumnya telah dibagi rata kepada semua pasang calon.

“kalo ada pasangan calon atau tim kampanye yang tidak datang untuk mengisi acara di Ratih Tv, padahal itu adalah jadwalnya, ya kita tidak bisa apa-apa, terpaksa kita ganti acara, dengan acara musik atau kita ganti dengan rekaman acara lainnya.”

## 2. Siaran Berita

Selain Program Pesona Kandidat, sosialisasi dalam pemilu kada Kebumen juga dilakukan melalui program-program berita yang dilakukan oleh Ratih Tv Kebumen. Informasi tersebut disampaikan melalui program acara berita seputar Kebumen. Program ini ditayangkan sebanyak dua kali dalam sehari.

Penyiaran berita tentang pemilu kada Kebumen tersebut meliputi segala hal yang ada hubungannya dengan pemilu kada. berita tersebut disampaikan secara proporsional dan tanpa memihak salah satu pasangan calon. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Daryanto

“berita tentang Pemilu Kada Kebumen kami sampaikan melalui berita seputar Kebumen yang disiarkan pagi dan sore. Ya isi beritanya tentang semua hal yang berkaitan dengan pilkada. Harus adil juga dalam melakukan pemberitaan” (wawancara 29 Agustus 2010)

Hal senada juga disampaikan Dian,

“untuk program berita, kita sampaikan pagi dan sore. Isinya ya tentang kegiatan pilkada, dari kampanye para peserta sampai kegiatan KPUD sendiri.” (wawancara 21 Agustus 2010)

Melalui siaran berita tentang pemilu yang disiarkan oleh Ratih Tv Kebumen sangat membantu untuk berbagai pihak yang berhubungan dengan pemilu kada baik itu KPU, Panwaslu, para calon. KPU sangat terbantu dalam masalah sosialisasi kepada masyarakat. Panwaslu terbantu dengan terungkapnya berbagai macam pelanggaran selama proses pemilukada. Para calon juga terbantu dengan berbagai kegiatannya yang diliput oleh media. Berita-berita yang pernah disiarkan oleh Ratih Tv Kebumen antara lain :

*commit to user*

a. Semua Balon Lengkapi Persyaratan, Rabu, 10 Maret 2010 | 07.20 |

Selasa 10 maret 2010 merupakan batas akhir penyerahan persyaratan bagi bakal pasangan calon bupati dan wakil bupati Kebumen. Setelah sebelumnya semua persyaratan pasangan calon bupati dan wakil bupati diterima, KPUD kemudian memberi waktu untuk melengkapi persyaratan yang masih kurang. Dari 4 balon yang ada rata-rata kekurangan persyaratan menurut anggota KPUD Kebumen, Paulus, ada pada kelengkapan SK dari partai yang berisi tentang proses penjarangan bakal pasangan calon oleh internal partai pengusung. Namun semua balon selasa pagi sudah dilengkapi. Salah satunya dari PDI-P yang mengusung pasangan calon bupati dan wakil bupati Rustriyanto dan Rini Suprpto. Sementara itu untuk persyaratan lainnya seperti test kesehatan dari bakal calon bupati dan wakil bupati saat ini juga sudah diterima Kpud Kebumen. Namun tidak dijelaskan secara rinci bagaimana hasil dari test kesehatan yang dilakukan 4 balon di RSUD Kebumen beberapa waktu lalu itu.

b. Ikrar Damai Balon Bupati Kebumen, Kamis, 11 Maret 2010 | 18.20 |

Empat pasangan bakal calon bupati dan wakil bupati kebumen ber-ikrar damai dan siap kalah dalam Pemulikada Kebumen 11 April mendatang. Ikrar dibaca serempak dan disaksikan ribuan umat Islam yang mengikuti sema'an Alquran dan mujahadah Dzikrul Ghofilin di halaman Mapolres Kebumen. Dalam kesempatan itu pula masyarakat diingatkan untuk tidak mudah diprovokasi apalagi berbuat anarkis.



- c. KPU Kebumen Tetapkan Cabup - Cawabup, Minggu, 14 Maret 2010 | 18.16 |

Minggu siang KPU Kebumen menetapkan pasangan calon bupati dan calon wakil bupati Kebumen. Penetapan tersebut dilakukan setelah diadakan rapat pleno internal yang diikuti anggota KPU. Dalam keputusan itu, telah ditetapkan 4 pasang calon bupati dan calon wakil bupati yang akan maju dalam pemilihan kepala daerah kabupaten Kebumen tahun 2010.

- d. KPU Tetapkan Nomor Urut Peserta Pemilukada, Senin, 15 Maret 2010 | 18.29 |

KPU Kebumen Senin pagi menetapkan nomor urut bagi 4 pasangan calon bupati dan wakil bupati peserta Pemilukda Kabupaten Kebumen 11 april mendatang. Untuk nomor 1 berhak disandang pasangan H Rustriyanto SH - Hj dr Rini Suprpto M.Kes, nomor 2 untuk pasangan KH Muhammad Nashiruddin Al Mansyur - H Probo Indartono SE M.Si, nomor 3 untuk pasangan H Buyar Winarso SE - Djuwarni AMd.Pd dan nomor 4 untuk pasangan Drs H Poniman Kasturo - N Afifatul Khoeriyah.

- e. Semua Cabup-Cawabup Ingin Majukan Kebumen, Kamis, 25 Maret 2010 | 18.13 |

Hari pertama masa kampanye Pemilukada Kabupaten Kebumen 4 pasangan calon bupati dan wakil bupati memaparkan visi - misi dan

programnya masing-masing dalam rapat paripurna DPRD. Dari apa yang dipaparkan semua pasangan peserta PemiluKada berusaha memaksimalkan seluruh potensi daerah untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hadir dalam rapat paripurna yang sempat tertunda 1 jam itu Plt Bupati Kebumen yang dijabat oleh H Suroso SH.

Untuk program acara berita seperti sebenarnya sangat rentan dan rawan dari tindakan tidak fair atau tidak netral . Sebagai Televisi pemerintah, Ratih Tv juga diminta untuk selalu meliput pejabat pemerintah yang sedang melakukan tinjauan atau inspeksi ke daerah-daerah. Padahal terdapat pasangan calon yang berasal dari incumbent atau kepala daerah. Dengan kata lain, calon tersebut bisa saja memanfaatkan Ratih Tv untuk meliput kegiatan-kegiatan dari pejabat tersebut, seperti yang disampaikan oleh Muchriyanto,

“Untuk berita, memang sangat susah, sebagai contohnya, pejabat x, memberikan bantuan kepada masyarakat di daerah ambal. Tentu saja, karena kita tv pemerintah, ya mesti meliput kesana. Kalo orang melihat, hal itu kan bisa disebut kampanye, apalagi diliput oleh ratih tv dan disiarkan, ujung-ujungnya kita juga yang kena imbasnya, dikira memihak salah satu pasang.” (wawancara 21 Agustus 2010)

Hal yang sama juga di kemukakan oleh Daryanto,

“sebenarnya sah-sah saja, kalo incumbent itu menggunakan media sebagai Ratih Tv, karena kan memang tugas kita sebagai media untuk meliput seluruh kegiatan. Tapi kita disini juga mesti tahu, dan fair dengan semua pasangan calon bupati yang akan maju pemilihan.”

Memang butuh tekad dan keseriusan untuk bisa menjadi sebuah media yang netral. Terlebih lagi saat terdapat even besar seperti pemiluKada seperti ini. Media harus bisa berbuat adil dan seimbang, meskipun berita

*commit to user*

yang diliput adalah berita pejabat yang mencalonkan diri. Seperti yang dijelaskan oleh Dian, Divisi progam Ratih Tv Kebumen, yang juga membawakan berita seputar Kebumen,

“Disini y memang susah, tapi bagaimana lagi. Kita kan fokus pada pemberitaannya, bukan pada sisi kampanye calon tersebut. Intinya kita tetap memberitakan yang sewajarnya, tidak melebih-lebihkan. Kalo liputan kampanye, ya kita juga meliput seluruh pasangan, jadi mesti adil di pemberitaan.”

### 3. Dialog Interaktif

Dialog interaktif diperlukan dalam memberikan informasi secara mendetail hal-hal yang berkaitan dengan pemilu. Keterlibatan beberapa pihak dalam dialog ini diperlukan baik itu dari pengamat politik, pasangan calon, dan masyarakat. dialog interaktif yang dilakukan oleh Ratih Tv Kebumen antara lain

#### a. Kampanye Dialogis

Secara teoritis, model kampanye dialogis merupakan bagian dari komunikasi politik yang menekankan komunikasi dua arah yang melibatkan pemberi pesan dan penerima pesan. Jadi dalam konteks Pemilu Kada, esensi kampanye dialogis adalah bagaimana pasangan kandidat melakukan sosialisasi kepada masyarakat atau pemilih tentang progam-program yang dikembangkan jika terpilih menjadi kepala daerah. Dalam menyampaikan progamnya, pasangan calon harus melibatkan semua stakeholders (pemangku kepentingan), dengan mengembangkan prinsip two way communication (komunikasi dua

arah) dimana antara pasangan kandidat dan pemilih terjadi pola interaktif yang pada akhirnya tercipta perspektif yang sama.

Dalam kampanye dialogis dapat terjadi proses tawar menawar program antara pasangan calon dengan pemilih, karena realitas menunjukkan bahwa tidak semua program yang disampaikan mendapat respon yang positif oleh pemilih. Karena itu idealnya para kandidat dalam merumuskan program, seharusnya melakukan pemetaan/survey tentang program yang paling mendesak untuk dikembangkan dalam kerangka kemajuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kampanye dialogis diadakan di Ratih Tv sebanyak 6 dari tanggal 29 Maret 2010 sampai dengan 7 April 2010.

Pada hari jumat tanggal 26 Maret 2010, juga di adakan dialog interaktif yang di ikuti Kadinas Inforkomtel, Ketua KPUD Kebumen dan Ketua Panwaslu Kabupaten Kebumen.

Pada pemilukada putaran pertama kampanye dialogis diadakan pada :

- Senin, 29 Maret 2010 pukul 15.00-16.00, Tim Kampanye No 1 dan Tim Kampanye No 2, dengan panelis Gunarso W,M.M (STIE Putra Bangsa) dan Mustika Aji (LSM)
- Selasa, 30 Maret 2010 pukul 15.00-16.00, Tim Kampanye No 3 dan Tim Kampanye No 4, dengan panelis Gunarso W,M.M (STIE Putra Bangsa) dan Mustika Aji (LSM)

- Rabu, 31 Maret 2010 pukul 15.00-16.00, Tim Kampanye No 1 dan Tim Kampanye No 3, dengan panelis Dawamudin MM (Pengamat Politik) dan Komper W (Pers)
- Senin, 5 April 2010 pukul 15.00-16.00, Tim Kampanye No 2 dan Tim Kampanye No 4, dengan panelis Dawamudin MM (Pengamat Politik) dan Komper W (Pers)
- Selasa, 6 April 2010 pukul 15.00-16.00, Tim Kampanye No 1 dan Tim Kampanye No 4, dengan panelis Dawamudin MM (Pengamat Politik) dan Gunarso W,M.M (STIE Putra Bangsa)
- Rabu, 7 April 2010 pukul 15.00-16.00, Tim Kampanye No 2 dan Tim Kampanye No 3, dengan panelis Komper W (Pers) dan Mustika Aji (LSM)

Sedangkan pada putaran kedua dilaksanakan sebanyak tiga kali yaitu pada

- Senin, 31 Mei 2010      Pasangan no urut 2 (Tim NAS\_PRO)
- Selasa, 1 Juni 2010      Pasangan no urut 3 (Tim B-WIN)
- Rabu, 2 Juni 2010      Pasangan no urut 2 (Tim NAS\_PRO)  
Pasangan no urut 3 (Tim B-WIN)  
KPUD    Kebumen    dan    PANWASLU  
Kebumen

#### b. Dialog Kebumen

Dialog Kebumen adalah program dialog interaktif yang mengundang para ahli atau pakar untuk mengangkat tema dan isu

*commit to user*

hangat seputar wilayah Kebumen. Tema-tema yang sering diangkat adalah pendidikan, transparansi pemerintah, kesehatan dan lain-lain. Dialog interaktif ini merupakan jadwal rutin yang ditayangkan setiap hari rabu. Terdapat 2 kali dialog interaktif yang mengangkat tema pemilukada Kebumen, yakni

- Dialog interkatif antara KPUD Kebumen dan bapak sadiyo selaku tokoh budaya Kebumen yang dilakukan pada tanggal 7 April 2010 dengan tema “Pemilihan Umum Kepala Daerah Kab Kebumen.”
- Dialog interaktif antara Ketua Panitia Pengawas PEMILU KADA Kab dengan Ketua STIE Putra Bangsa Selaku Pengamat Politik Kebumen yang dilakukan pada tanggal 14 April 2010, dengan tema “Pasca Pemilihan Umum Kepala Daerah Kab Kebumen.”

Keterlibatan masyarakat dalam dialog interaktif juga diperlukan. Masyarakat bisa menanyakan tentang semua hal yang berkaitan dengan Pemilu Kada Kabupaten Kebumen baik kepada para calon, KPUD, Panwaslu dan para pakar. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari Daryanto

“dalam kampanye dialogis kami memberikan kesempatan kepada masyarakat/pemilih untuk menanyakan kepada kandidat tentang program-program yang akan diusung. Masyarakat/pemilih bebas menanyakan apa saja baik tentang perekonomian, perpolitikan, keagamaan ataupun yang lain” (wawancara 29 Agustus 2010)

Hal senada juga dikemukakan oleh Muchriyanto,

“ya, tujuan dari kampanye dialogis itu kan seperti itu, maksudnya, namanya saja dialogis, ya kita bentuk dialog  
*commit to user*

talkshow, para calon itu bisa berdialog, masyarakatpun bisa bertanya kepada mereka”

Dari pendapat di atas dapat dilihat bahwa dalam dialog interaktif masyarakat diberi kesempatan untuk bertanya tentang berbagai hal. Hal ini juga bermanfaat bagi calon bupati, mereka bisa mengetahui permasalahan mendasar yang dialami oleh masyarakat Kebumen. Dengan begitu, pasangan calon bisa mencari formula yang tepat dan terbaik untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut.

Dialog interaktif yang dilakukan di Ratih Tv Kebumen selain bertujuan untuk mengetahui visi misi yang dimiliki para pasangan calon, tetapi juga untuk mengetahui pemahaman calon terhadap berbagai masalah yang terjadi di daerah Kebumen. Cara apa saja yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Muchriyanto,

“iya, dialog interaktif antara tim calon bupati dan wakil bupati terkadang merupakan suatu bentuk pengukuran tentang pemahaman calon yang pada akhirnya pemilih dapat berfikir dengan kritis mana yang terbaik untuk dipilih” (wawancara 21 Agustus 2010)

Dalam dialog interaktif ini, terdapat interaksi yang berkesinambungan antara para calon, pengamat politik, dan masyarakat. dari adanya interaksi ini, diharapkan dapat menciptakan Pemilu Kada yang sehat. Selain itu, adanya dua orang calon dalam dialog interaktif juga diharapkan untuk menciptakan kedamaian dan pilkada yang bebas dari konflik antar pasangan calon.

Selain dialog interaktif yang menghadirkan para tim dari pasangan calon, juga terdapat dialog interaktif yang tanpa menghadirkan tim pasangan calon. Karena program acara dialog interaktif sendiri, sudah ada setiap pekan di Ratih Tv. Tema yang diangkat dalam dialog interaktif ini juga berbeda-beda. Setiap tema akan dijelaskan secara detail agar masyarakat dapat dengan mudah memahaminya. Seperti yang dijelaskan oleh Muchriyanto,

“setiap minggu, di hari rabu pagi, kita memang punya acara, namanya dialog interaktif. Di acara itu, sering kita isi dengan perbincangan para ahli, dan mengangkat topik-topik hangat seputar Kebumen, termasuk waktu Pemilu Kada kemaren”

Dari berbagai penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa dialog interaktif sangat diperlukan. Dengan ini maka akan menciptakan keakraban antara kandidat dan masyarakat pemilih, sehingga terbentuk jaringan politik yang luas dan keterbukaan, baik dalam memahami kelemahan dan kelebihan masing-masing dan menjadi spirit untuk membangun kehidupan yang lebih baik.

Selain Pesona Kandidat, Siaran Berita dan Program Dialog, masih ada lagi program iklan yang berdurasi sangat singkat. Program iklan ini di siarkan di sela-sela acara, saat jeda untuk iklan. Iklan ini di buat oleh KPUD Kebumen yang berisikan gambar-gambar pasangan calon yang maju dalam Pemilu Kada 2010. Dalam iklan ini juga disampaikan ajakan dan imbauan untuk ikut serta dalam Pemilu Kada oleh KPUD seperti yang dijelaskan oleh Daryanto.



“Selain progam-progam seperti pesona kandidat dan lain-lain, kita juga ada iklan-iklan ajakan. Iklan ini berdurasi 30 detik, yang ngomong itu dari KPUD sendiri, kita hanya membuatkan.”

Hal sama juga disampaikan oleh Mukhriyanto,SAP

“Ada itu iklan, yang ngisi dari KPUD sendiri. Iklan ini ada setiap hari di sela-sela acara. Contohnya ya pas iklan”



## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Dari analisis data yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa

1. Progam sosialisasi yang disiarkan oleh Ratih Tv adalah Pesona Kandidat, Kampanye Dialogis, Kampanye Monolog, dan siaran Berita. Pesona Kandidat yaitu progam pengenalan bakal calon bupati yang akan maju dalam pemilu pada Kabupaten Kebumen tahun 2010. Kampanye Dialogis yaitu progam dialog talkshow yang mempertemukan dua pasang calon bupati untuk mengupas lebih dalam tentang visi dan misi. Kampanye monolog yaitu progam singkat (10 menit), dimana pasang calon memperkenalkan dirinya kepada masyarakat Kebumen. Progam Berita yaitu progam penyampaian informasi seputar Kebumen dan sekitarnya.
2. Meskipun Ratih Tv merupakan televisi milik pemerintah daerah, namun media ini telah mampu untuk menempatkan diri sebagai media public yang netral. Kenetralan itu ditunjukkan dengan
  - a. Pembagian space iklan yang adil di semua pasang calon bupati Kebumen.
  - b. Tayangan siaran yang berimbang, seperti saat kampanye dialogis setiap pasang mempunyai hak untuk tampil 3 kali dan kampanye monolog sebanyak 3 kali juga.

- c. Penyikapan masalah tentang keberpihakan kru Ratih Tv dalam acara pesona kandidat.
- d. Pemberitaan yang wajar, dengan kata lain tanpa penambahan atau pengurangan dari isi berita.
- e. Peliputan berita seluruh peserta kampanye pemilukada.

## B. SARAN

Berdasarkan pada kesimpulan di atas, maka penulis mencoba memberi saran dengan harapan bahwa nantinya dapat memberikan masukan agar program sosialisasi bisa lebih efektif. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perlunya penggunaan teknik komunikasi persuasive, berupa teknik integrasi, dimana komunikator menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Hal ini dilakukan agar Ratih Tv bisa semakin dekat dengan masyarakat Kebumen.
2. Dalam peliputan dan penyampaian berita, sangat rentan terhadap tindakan tidak netral. Pemberitaan yang berlebih atau terlalu menyoroti salah satu pasangan calon. Sikap profesionalisme sudah seharusnya menjadi urat nadi sebagai seorang jurnalis atau pun institusi media massa. Unsur 5W+1H bisa dijadikan pedoman dalam penulisan berita. Dengan adanya kemauan dan pengawasan bersama, sebuah institusi media yang netral tentu akan terwujud.