

JURNAL KOMUNIKASI

Volume 4, Nomor 1, Oktober 2009

ISSN 1907-848X

Halaman 01 - 102

DAFTAR ISI

Editorial

**Netralitas dan Keseimbangan Pemberitaan Surat Kabar Daerah
dalam Pilkada DIY 2005 Tahap Kampanye Terbuka
(Analisis Isi Harian Kedaulatan Rakyat dan Kompas Yoga)**

Anang Hermawan
(01 - 24)

Mengupayakan Manajemen Media Massa yang Menghargai Jurnalis

Bambang MBK
(25 - 38)

Benturan Kepentingan dalam Manajemen Berita Televisi

Mite Setiansah
(39 - 50)

Literasi Media Keluarga Desa

Diyah Hayu R.
(51 - 62)

Blog: Menuju *Virtual Public Sphere*?

Muzayin Nazaruddin
(63- 72)

"*Online Culture*"

Luthfi Adam
(73 - 84)

**Perempuan dalam Narasi Pascakolonial
(*Novel Bekisar Merah Karya Ahmad Tohari*)**

Anhar Widodo
(85 - 94)

**Tentang Judul Itu...
(Menyoal "*Matinya*" Ilmu Komunikasi)**

Iwan Awaluddin Yusuf
(95 - 102)

Netralitas dan Keseimbangan Pemberitaan Surat Kabar Daerah dalam Pilkada DIY 2005 Tahap Kampanye Terbuka (Analisis Isi Harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Jogja*)

*Anang Hermawan*¹

Abstract

*This research analyzed neutrality and balance of two local newspapers, especially for election reporting during public campaign period (June 9-22, 2005) in three cities of Yogyakarta Special Province (Bantul, Sleman, Gunungkidul). The research used quantitative content analysis methods, and the objects of the research were selected news in *Kedaulatan Rakyat* and *Kompas Jogja*. The neutrality aspect was measured by dramatization that indicated from the existence of personalization, emosionalism, hyperbola, and irrelevance details. Then, the balance aspect was measured by presentation in some aspects of cover both sides principle, including avoidance of slant and source bias. This research found the lack of neutrality presentation and balance dimension. The highest aspect contributed by hyperbolic and irrelevance details. On the other hand, the imbalance reports occurred by source bias, showed by high percentage of slant and domination of candidates supporter groups.*

Keywords:

District election, public campaign, impartiality, neutrality, balance.

Pendahuluan

Bulan penyelenggaraan kampanye terbuka merupakan tahap krusial dalam rangkaian proses pemilihan umum kepala daerah (pilkada). Para kontestan pilkada akan mengoptimalkan segala upaya kemenangan persaingan pada fase tersebut, termasuk di antaranya dengan melibatkan surat kabar daerah sebagai wahana kampanye baik secara langsung maupun terselubung. Wajar apabila jumlah pemberitaan harian daerah mengalami peningkatan seiring mengemukanya kontestasi dan memanasnya semangat para kontestan untuk menjadi yang paling dikenal dan diminati calon pemilih. Di sisi lain, intensitas konsumsi informasi pilkada oleh calon pemilih dapat dipastikan meningkat pula pada bulan tersebut. Peningkatan intensitas itu menguat seiring dorongan untuk memilih calon kepala daerah yang paling tepat berdasarkan informasi terbaru yang mereka inginkan.

Apabila dihubungkan dengan tuntutan netralitas pers lokal dalam pemberitaan pilkada, masa kampanye terbuka pun tidak urung menjadi fase paling kritis. Tahap kampanye terbuka pilkada menyediakan ruang bagi eskalasi pemihakan terhadap salah

¹ Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

satu pasangan yang berkompetisi. Adalah masuk akal jika tahap kampanye terbuka pilkada menjadi ajang terakhir penyikapan media terhadap salah satu tokoh atau kandidat yang tengah berkampanye. Preferensi media terhadap salah satu calon sangat mungkin mengemuka, sehingga praktik dukungan maupun penolakan pun menyembul dalam presentasi pemberitaan.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan wilayah pertama penyelenggaraan pemilihan kepala daerah secara langsung di Indonesia. Pada bulan Juni 2005, pilkada diselenggarakan serentak pada tiga kabupaten di DIY: Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Gunungkidul. Penelitian ini dilakukan terhadap dua surat kabar yang terbit di Yogyakarta, yaitu harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya*. Pilihan terhadap *Kedaulatan Rakyat* dilandasi oleh tertingginya oplah harian daerah tersebut, sehingga harian ini boleh dikatakan merupakan *leading local newspaper* di DIY. Harian *Kedaulatan Rakyat* boleh disebut menjadi salah satu ikon Yogyakarta, disebabkan oleh karena digemarinya surat kabar ini sebagai bacaan harian berbagai lapisan masyarakat di DIY.

Sementara, harian *Kompas Yogya* dipilih karena harian ini merupakan bagian dari harian nasional *Kompas* yang terbit di DIY, sehingga distribusi *Kompas Yogya* pun melekat dengan institusi induknya. Dari sisi gaya pemberitaan, kedua harian ini relatif memiliki cita rasa yang berbeda. Harian *Kedaulatan Rakyat* sekian lama mengusung gaya jurnalisme komunitas yang berupaya melibatkan sebanyak mungkin peristiwa yang berlangsung di wilayah DIY ke dalam pemberitaannya, mulai dari informasi yang memiliki signifikansi tinggi sampai dengan informasi yang remeh-temeh. Sementara, harian *Kompas Yogya* yang secara kelembagaan merupakan anak kandung dari harian nasional *Kompas*, dikenal lebih selektif dalam mengangkat isu maupun peristiwa yang diberitakan, sekaligus dengan gaya pemberitaan yang lebih datar dan dingin.

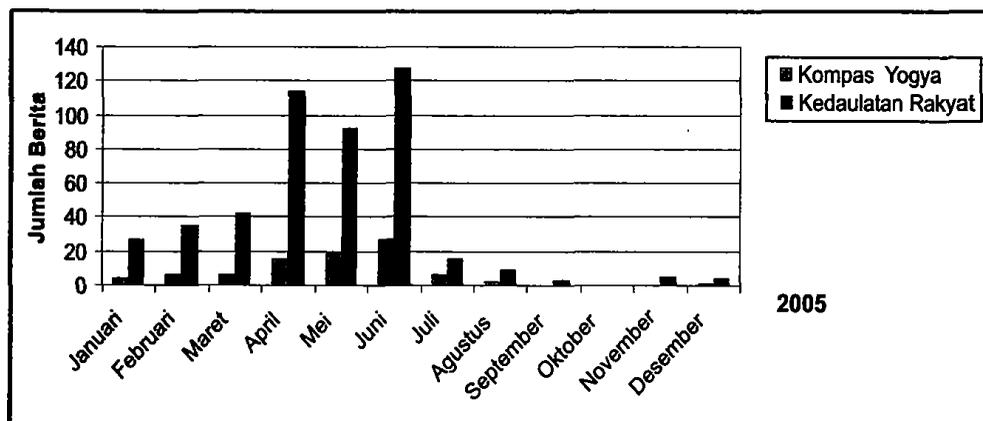
Penelusuran awal terhadap jumlah berita pada kedua harian terpilih menunjukkan tingginya frekuensi pemberitaan pilkada pada fase-fase menjelang pemilihan. Dari 563 judul berita yang dilansir selama penyelenggaraan pilkada tahun 2005, tercatat 155 judul berita (28%) dilansir pada bulan Juni ketika berlangsung tahap kampanye terbuka, sebagaimana tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 1.
Frekuensi Berita Pilkada DIY Tahun 2005
Harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya*

Bulan	<i>Kedaulatan Rakyat</i>	<i>Kompas Yogya</i>
Januari	27	4
Februari	35	6
Maret	43	6
April	114	16
Mei	92	19
Juni	128	27
Juli	16	6

Bulan	<i>Kedaulatan Rakyat</i>	<i>Kompas Yogya</i>
Agustus	9	2
September	3	0
Oktober	0	0
November	5	0
Desember	4	1
	476	87
Total berita	563	

Visualisasi perbandingan secara lebih mudah dapat dicermati pada grafik berikut:



Grafik 1.

Perbandingan Pemberitaan Pilkada DIY Tahun 2005
Harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya*

Tinjauan Pustaka

1. Pilkada dan Netralitas Pemberitaan Pers Lokal

Peristiwa pilkada yang biasanya menguras energi sumber daya lokal pun pada akhirnya mendapat perhatian yang begitu besar dari pers daerah atau pers lokal. Berita-berita pilkada akan lebih banyak disajikan dalam surat kabar daerah dibandingkan dalam surat kabar nasional. Hal ini tentu wajar, karena dalam perspektif jurnalistik, masyarakat akan cenderung tertarik membaca berita-berita yang dekat dengan dirinya, baik secara geografis, kultural, sosiologis, maupun kedekatan psikologis. Dengan demikian, bagi masyarakat yang ingin mengetahui proses pelaksanaan pilkada di wilayah mereka, maka pilihan masyarakat setempat akan lebih banyak tertuju pada berita-berita yang disajikan oleh pers atau surat kabar daerah.

Dalam pilkada, peran pers lokal sering diharapkan netral agar tidak merugikan salah satu figur atau kelompok yang berkontestasi di panggung politik sepanjang momen pilkada. Kepentingan publik setempat harus senantiasa menjadi fokus utama pemberitaan, sehingga tidak sekadar menjadi medium yang gampang dikendalikan oleh pihak di luar pengelola pers yang bersangkutan. Sejumlah peran yang umum dijalankan

pers dalam konteks pemberitaan pilkada di antaranya sebagai pelapor (*informer*) dan penafsir (*interpreter*). Sebagai pelapor, pers berlaku sebagai mata dan telinga publik, yang melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Sementara sebagai penafsir, pers lokal dituntut mampu memberikan penafsiran atau arti terhadap suatu peristiwa (Ishwara, 2005: 7).

Prinsip netralitas media dalam pemberitaan pilkada antara lain telah ditetapkan dalam UU No. 32 Tahun 2004 Pasal 77 ayat (1), "media cetak dan media elektronik memberikan kesempatan yang sama kepada pasangan calon untuk menyampaikan tema dan materi kampanye". Demikian pula pada ayat (2), "media cetak dan media elektronik wajib memberikan kesempatan yang sama kepada pasangan calon untuk memasang iklan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah dalam rangka kampanye". Klausul tersebut memberi kesempatan pada media lokal untuk menjalankan mekanisme bisnis secara adil dan seimbang dalam hubungannya dengan para kandidat yang bersaing di dalam pilkada.

Netralitas pers lokal pada akhirnya terkait erat dengan soal independensi media secara umum. Dalam kaitannya dengan pemberitaan pilkada, independensi media bisa dimaknai sebagai sikap untuk tidak mengikutsertakan kecenderungan pribadi wartawan atau pengelola media dalam proses memotret serta mengekspos sebuah pemberitaan pilkada (Rachim, 2007). Sikap ini sebenarnya amat pribadi dan pasti hadir pada setiap benak manusia termasuk wartawan. Masalahnya adalah, sikap independen menyatakan adanya konsistensi yang mewujud ke dalam tindakan netral. Hal ini berarti bahwa di dalam pemberitaannya, secara normatif pers lokal tidak perlu menampilkan kecenderungan pemihakan ke dalam pemberitaan. Alasannya tentu saja adalah agar media atau pers lokal tidak berpretensi memengaruhi sikap dan pilihan khalayak. Di antara etika dasar jurnalistik yang mencerminkan independensi pers lokal dapat ditengarai dari sejauh mana pers lokal menyampaikan informasinya secara berimbang (*cover both sides*), akurat, dan adil (*fair*).

Berdasarkan catatan Mursito (2009), pers dalam konteks politik merupakan elemen penting penggerak demokrasi. Pers menjalankan peran nyata sebagai pembangkit partisipasi politik rakyat, apalagi di tengah laju kebebasan berpendapat yang pada era ini memperoleh gaung yang luas dibandingkan era-era sebelumnya. Hal ini relevan dengan pendapat Bill Kovach (2001: 172) bahwa media harus menciptakan dan menjadikan dirinya sebagai forum publik. Berita-beritanya harus merangsang publik untuk berdialog, berdiskusi, baik di forum-forum masyarakat maupun di forum yang ada dan diciptakan media. Hal ini dapat dimulai, misalnya, dari laporan awal yang di dalamnya wartawan mengingatkan publik akan sesuatu peristiwa atau kondisi di akar rumput. Misalnya, tentang konflik yang berlangsung di tingkat pendukung kandidat dalam pilkada. Laporan bisa saja berisi analisis yang menyebutkan dampak yang mungkin timbul. Konteks boleh jadi dihadirkan untuk perbandingan atau kontras, dan editorial yang membarenginya bisa saja mengevaluasi informasi tersebut. Di saat yang sama, kolumnis mungkin menghadirkan komentar pribadi untuk persoalan ini.

2. Mediasi dan Fungsi Tanggung Jawab Sosial Pers

Sebagai lembaga yang menjalankan tugas mediasi, pers memiliki fungsi strategis karena informasi yang disampaikannya memiliki makna sosial. Makna sosial yang timbul bukan hanya disebabkan oleh sifat dasar komunikasi lembaga pers yang sekadar informasional, melainkan juga dapat berarti instruksional, persuasif, maupun hanya sekadar menghibur masyarakat. Setiap realitas yang direpresentasikan oleh pers baik realitas psikologis maupun realitas sosiologis berpeluang melestarikan atau bahkan "memaksakan" norma sosial tertentu (Siregar, 1993).

Apabila pendapat tersebut dilekatkan ke dalam praktik pilkada, pers memiliki peran besar dalam memfasilitasi terbentuknya pendapat umum. Ibarat bola salju, opini publik bergulir searah dengan mediasi isu dan informasi. Pada tingkat tertentu, opini yang terbentuk dapat menggeser selera publik dan mengarahkan preferensi. Bernard Hennessy (1990: 207) bahkan secara tegas menyebut bahwa apa yang diperbuat media sebenarnya adalah memengaruhi keputusan politik dengan memberikan atau tidak memberikan publikasi, dan acapkali pengesahan, kepada para aktor politik dan penyelenggara kebijakan. Di aras publik, pers membantu publik untuk menyimpulkan isu-isu yang termediasi. Oleh karena itu, pers memiliki nilai strategis yang disebabkan oleh agenda-agenda yang mereka tetapkan. Secara tidak langsung, pers memiliki kekuasaan yang cukup besar dalam kehidupan politik disebabkan kemampuannya dalam menekankan, memerinci, dan memusatkan perhatian pada isu maupun tokoh tertentu dan dengan itu meningkatkannya menjadi pusat perhatian publik.

Dalam pendapat Pulitzer, pers hadir untuk menjaga keselamatan dan kesejahteraan masyarakat (Hohenberg, 1978: 9). Dalam perspektif tanggung jawab sosial, pers memiliki tanggung jawab kepada masyarakat untuk melaksanakan tugas-tugas pokok yang dibebankan kepada mereka sebagai media komunikasi umum dalam masyarakat modern. Kebebasan pers sendiri masih dipertahankan dengan penambahan tugas dan beban bahwa kebebasan yang mereka miliki harus disertai dengan kewajiban-kewajiban untuk bertanggung jawab. Berbeda halnya dengan perspektif liberal yang menempatkan pers secara bebas, perspektif tanggung jawab sosial cenderung mengedepankan kepentingan umum. Tugas pers harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat sesuai dengan fungsi-fungsi pers yang memiliki tujuan kebaikan bagi masyarakat (Rachmadi, 1990: 4).

Fungsi tanggung jawab sosial pada akhirnya melahirkan tarik ulur dalam memandang pers. Pandangan *pertama* mengatakan bahwa media berperan sebagai penyalur yang netral dan tanpa target tertentu di antara anggota masyarakat yang ingin berbicara kepada publik yang ingin dicapai. Media dengan demikian dipandang sebagai lembaga yang bebas nilai atau terbebas dari segala kepentingan (Hidayat, 1999: 47). Sedangkan, pandangan *kedua* mengatakan media bukanlah lembaga yang sama sekali luput dari kepentingan tertentu, sehingga konsep tentang netralitas tampaknya bukan saja absurd, melainkan acapkali dipandang sebelah mata. Hal ini disebabkan karena upaya netral seratus persen adalah tidak mungkin sama sekali. Adalah wajar apabila kepercayaan dan pandangan jurnalis masuk ke dalam pemberitaan baik samar atau terbuka. Latar belakang pendidikan, sosial, budaya, nilai-nilai personal maupun preferensi politik menjadi faktor-faktor yang turut memengaruhi muatan media.

Sekalipun demikian, Weaver dan Wihoit (dalam Shoemaker dan Reese, 1996: 78) menyatakan bahwa kemungkinan pengaruh latar belakang kepentingan jurnalis atas muatan media (nilai dari suatu berita) relatif kecil, karena adanya pengaruh kepentingan organisasional dan batasan-batasan yang diberikan. Di sisi lain, media seringkali dihadapkan pada serangkaian persoalan yang harus disikapi secara strategis baik karena tuntutan pasar atau situasi dan kondisi sosial dan politik tertentu. Pekerjaan mengemas berita adalah sebuah kegiatan bisnis, sehingga isi media tak dapat mengelak dari hukum pasar demi kelangsungan hidupnya. Isi media merupakan komoditas yang harus laku dijual ke pasar, sehingga muatan informasinya pun acapkali tunduk pada kemauan pasar (Littlejohn, 1995: 330).

Secara umum, pers memegang empat fungsi utama (Kusumaningrat, 2007: 27-29), yakni fungsi informasi, fungsi pendidikan atau *social learning*, fungsi hiburan, dan fungsi kontrol sosial. Fungsi informasi pers terkait dengan peran pers sebagai wahana pemberi informasi melalui pemberitaan kepada khalayak ramai secara teratur. Informasi yang dianggap berguna bagi masyarakat dihimpun oleh pers kemudian dimediasikan ke masyarakat. Dalam ranah ini terdapat konsensus tentang kriteria pentingnya sebuah informasi sehingga layak diberitakan. Sementara, fungsi pendidikan atau *social learning* terkait dengan peran pers sebagai *guidance* yang bertugas memberi pencerahan maupun pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Fungsi berikutnya, hiburan, mengimplikasikan peran pers sebagai lembaga penyaji hiburan bagi masyarakatnya. Sedangkan dalam fungsinya sebagai lembaga kontrol sosial, pers bertugas menciptakan keseimbangan antarstruktur sosial melalui pemberitaan yang menyadarkan masyarakat akan berbagai penyimpangan yang terjadi.

Pandangan umum mengatakan bahwa pers bebas diperlukan untuk menjaga kehidupan demokrasi. Agar tidak melampaui batas, kebebasan pers tersebut pun perlu dibatasi melalui dua prinsip kedua jurnalisme, yaitu prinsip keseimbangan dan keberpihakan. Keduanya ibarat satu koin kerja jurnalisme, sisi yang satu menjadi penyebab yang lainnya. Keseimbangan menciptakan ketidakberpihakan, dan ketidakseimbangan melahirkan keberpihakan. Keseimbangan dan keberpihakan dapat dilihat dari kandungan dan konteks fakta sosial. Pada dasarnya fakta sosial menyangkut interaksi sosial pihak-pihak (dua atau lebih) dalam struktur sosial. Jika individu yang berinteraksi itu berada pada jajaran kekuasaan yang sama, maka posisi kedua pihak seimbang. Namun, jika salah satu individu memiliki kekuasaan lebih besar dibandingkan pihak lain, maka terjadilah ketidakseimbangan (Siregar, 2001: 175).

Konsep obyektivitas sajian media perlu dikedepankan di tengah sistem media yang beraneka ragam. Sekalipun terdapat pandangan yang menyatakan bahwa berita merupakan konstruksi wartawan yang memiliki dimensi subyektivitas tinggi, bukan berarti bahwa faktor obyektivitas menjadi sama sekali patut ditinggalkan. Obyektivitas tetaplah menjadi acuan nilai yang mesti dianut oleh wartawan. Terkait dengan tarik ulur subyektivitas dan obyektivitas pemberitaan ini, Severin dan Tankard (2001) menyebutkan bahwa menjadi tugas wartawan untuk mengedepankan obyektivitas dalam rekonstruksi peristiwa yang mereka pindahkan dari realitas sosial menjadi realitas berita. Apa yang ada dalam berita mestilah sesuatu yang sifatnya faktual, kendati

di dalamnya terdapat kadar subyektivitas tertentu. Ini menyiratkan pengakuan bahwa tidak ada obyektivitas murni, tetapi juga tidak boleh bahwa kemudian subyektivitas menjadi arus utama dalam representasi isu maupun peristiwa ke dalam berita.

Dengan bahasa lain, memaknai subyektivitas bukan berarti menghilangkan obyektivitas, melainkan justru menjadi energi pendorong untuk melahirkan peliputan yang seminimal mungkin terbebas dari subyektivitas. Dengan pemahaman semacam ini, bias maupun pandangan-pandangan pribadi tidak dilekatkan secara dominan dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan penyajian sebuah berita. Sebuah informasi dikatakan obyektif manakala pelaporannya memiliki derajat faktualitas yang memadai dan dapat diperiksa kembali. Memadainya derajat faktualitas dapat ditengarai dari pemisahan yang jelas terhadap fakta di satu sisi dan interpretasi di sisi lain. Termasuk dalam konteks ini adalah penyebutan narasumber yang terpercaya, jelas, dan berimbang, khususnya pada saat berita memiliki nilai konflik tinggi. Menurut McQuail (1996: 183), obyektif dalam pemberitaan mensyaratkan adanya penghilangan bias personal, kepentingan pribadi, dan motif-motif yang diorientasikan untuk melayani para pengiklan atau kelompok ketiga.

Terkait persoalan bias pemberitaan, Robert McChesney (2004: 68) mengemukakan bahwa bias dalam praktik jurnalistik terkait dengan dua faktor penting. *Pertama*, untuk menghilangkan kontroversi yang terkait dengan pemilihan sumber berita. Kata kuncinya ada pada legitimasi, yang disandarkan melalui penempatan sumber-sumber resmi semacam pejabat pemerintah maupun tokoh-tokoh terkenal. Dalam konteks ini, pemilihan narasumber dilekatkan pada seberapa jauh narasumber tersebut memberi efek formal pada pemberitaan, atau nilai *prominence* yang tinggi. Persolan bias muncul karena efek pemberitaan melalui cara ini cenderung menjustifikasi pejabat publik maupun tokoh masyarakat sebagai pemilik agenda yang akan meluas menjadi agenda publik.

Kedua, penghindaran kontroversi melalui cantelan berita, boleh jadi berupa opini tokoh elit dengan maksud menjustifikasi standar kelayakan berita. Menurut Chesney (2004: 71), kondisi ini memunculkan semacam paradoks. Secara teoritik jurnalisme mestinya mengilhami penguraian kekusutan politik. Namun, kondisi yang terjadi justru sebaliknya, penghilangan makna politik alias depolitisasi yang berlangsung secara masif. Bias berlangsung karena praktik jurnalistik bergeser ke arah hubungan industrial. Jurnalisme politik beralih menjadi sebetulnya jurnalisme kehumasan yang melayani kepentingan kelompok elit untuk dimunculkan opininya.

Adanya keniscayaan subyektif dari presentasi berita tidak urung menyediakan kerumitan tersendiri. Bias kepentingan acapkali tidak terlalu tampak, meskipun samar-samar masih dapat dikenali. Di samping penggunaan bahasa, pola-pola pemuatan sumber-sumber berita dapat dianggap sebagai ciri-ciri penting dalam pengidentifikasian preferensi penyaji berita. Harus disadari, pemuatan sebuah berita merupakan relasi subyektivitas wartawan dengan subyektivitas pemilik media yang memberikan dorongan lembut terhadap perilaku wartawan dalam menuliskan sebuah peristiwa. Dalam konteks politik tekanan ini mengemuka manakala terdapat relasi kepentingan antara pemilik media dan pelaku politik yang pada suatu saat ingin meloloskan

kepentingan politiknya. Kolaborasi struktur kekuasaan politik dan media menyediakan tekanan halus bagi presentasi pemberitaan yang netral dan berimbang. Taruhannya berakhir pada kuantitas dan kualitas pemberitaan, yang ujungnya adalah inklusi dan eksklusi terhadap isu maupun sumber berita.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif. Dalam khasanah penelitian politik, *content analysis* merupakan metode yang lazim digunakan untuk menilai kecenderungan pesan-pesan politik melalui berbagai medium komunikasi politik. Burnham (2004: 241) mencatat keuntungan terbesar diterapkannya analisis isi, yakni kemampuannya yang tepat dan sistematis dalam menjangkau dokumentasi maupun material lain pada skala luas. Mengacu pendapat Wimmer & Dominick (1997: 112), analisis isi dapat digambarkan sebagai suatu metode kajian dalam menganalisis tindakan komunikasi secara sistematis, obyektif, dan berkala kuantitatif. Maka, analisis isi idealnya harus prediktif terhadap sesuatu yang dapat diobservasi dalam membantu pengambilan keputusan atau membantu mengkonseptualisasikan bagian realitas yang memunculkan teks yang dianalisis (Krippendorff, 1991: 15-19).

Obyek penelitian meliputi berita-berita yang dilansir oleh harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya* sepanjang pelaksanaan kampanye terbuka pilkada tanggal 9-22 Juni 2005 di Kabupaten Bantul, Sleman, dan Gunungkidul. Keseluruhan populasi (*universe*) berita sekaligus dijadikan sebagai sampel, dengan total berita berjumlah 56 judul. Rata-rata berita yang diteliti berjenis *straight news*, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2.
Frekuensi Berita Pilkada DIY Tahap Kampanye Terbuka 2005
Harian *Kedaulatan Rakyat* & *Kompas Yogya*

Wilayah	<i>Kedaulatan Rakyat</i>	<i>Kompas Yogya</i>	Jumlah
Bantul	21	3	24
Sleman	15	5	20
Gunungkidul	11	1	12
Total Berita			56

Konsep pokok yang dioperasikan ke dalam instrumen analisis adalah imparialitas (*impartiality*) alias ketidakberpihakan, yang selanjutnya dapat diturunkan dalam dua kategori penting: netralitas (*neutrality*) dan keseimbangan (*balance*). Netralitas mengacu pada sikap netral tidaknya pemberitaan yang diukur melalui pemunculan aspek-aspek evaluatif (pendapat, komentar, penafsiran fakta oleh pihak-pihak tertentu). Pada tataran ini, presentasi netralitas dapat dilihat dari sejauh mana pemberitaan mengandung opinisasi maupun sensasionalisme. Dalam konteks penelitian ini, kedua kategori yang diajukan McQuail tersebut lantas dikembangkan oleh Tim

Peneliti Dewan Pers (2006) yang mengukur sensasionalisme berdasarkan indikator: (1) dramatisasi, (2) emosionalisme, dan (3) personalisasi.

Dramatisasi pemberitaan dapat ditengarai dari bentuk penyajian atau penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis bagi pembacanya. Sama seperti aspek emosionalisme, efek dramatis dapat membantu pembaca untuk lebih 'mengalami' secara langsung peristiwa yang disajikan. Namun, objektivitas pemberitaan menuntut sebuah penyajian berita yang berhati-hati dan mengambil jarak dari fakta yang dilaporkan. Dalam penelitian ini, dramatisasi pemberitaan dicermati melalui dua indikator, yakni penggunaan bahasa hiperbolik maupun pemunculan detail yang tidak relevan dalam penyajian berita.

Emosionalisme dapat diartikan sebagai penonjolan emosi yang mencerminkan perasaan suka, benci, sedih, gembira, marah, dan sebagainya dibandingkan aspek logis rasional di dalam penyajian sebuah berita. Walaupun penggunaan emosionalisme dapat menghidupkan sebuah berita, aspek netralitas dan objektivitas dalam pemberitaan menuntut sebuah penyajian berita yang dingin dan terkendali. Dimensi lain emosionalisme adalah pemberian efek kontras, yang berarti sebagai penggambaran latar yang ekstrem dalam pemberitaan. Sebagai bagian dari aspek emosionalisme, kontras pemberitaan dapat ditengarai dari penyajian nuansa dikotomis dalam sebuah peristiwa.

Sedangkan, personalisasi pemberitaan dapat dilihat dari pemberitaan yang melihat individu tertentu sebagai aktor utama atau tunggal yang paling berpengaruh di dalam sebuah peristiwa. Personalisasi cenderung mereduksi peristiwa tertentu pada individu, seolah-olah seorang individu memiliki posisi yang paling sentral dalam penggambaran informasi. Pada derajat ekstrem, personalisasi dapat mengarah kepada kultus individu (pemujaan yang berlebihan terhadap manusia karena kelebihan tertentu yang dimiliki). Sebagai contoh, berita tentang keberhasilan kinerja pemerintah (sebagai kelompok atau lembaga) direduksi sebagai keberhasilan seorang tokoh semata.

Dimensi imparialitas berikutnya yang dianalisis adalah keseimbangan pemberitaan (*balance*). Aspek ini dinilai melalui banyaknya ruang dan waktu yang disajikan atas suatu pendapat atau kepentingan salah satu pihak. Menurut McQuail (1996) proporsi keseimbangan pemberitaan ini diindikasikan dengan dua kategori: (1) *cover both sides access* dan (2) *even handed evaluation* (evaluasi sisi positif dan negatif). Dalam penelitian ini, aspek pertama dilihat dari apakah sebuah satuan berita mengandung *source bias* atau tidak, sedangkan aspek kedua berkaitan dengan sejauh mana sebuah berita memberikan penonjolan (*slant*).

Pengukuran *source bias* dipertimbangkan dari perbandingan jumlah sumber berita dan atau jumlah gagasan sumber berita dalam satuan berita, yang idealnya disajikan secara berimbang. Sumber berita yang dikutip mestinya memiliki tingkat atau derajat yang sama. Absennya salah satu sumber dalam berita kontroversial, misalnya, akan membuat aspek *balance* berkurang. Contoh lain, dalam penyajian fakta-fakta konflik, keseimbangan dapat dinilai dengan pengutipan sumber yang pro maupun kontra demi pemenuhan aspek keseimbangan. Kategori berikutnya, *slant*, penonjolan pemberitaan, diukur dari hadirnya pujian atau kritikan terhadap pihak-pihak berupa individu, kelompok, maupun gagasan yang diberitakan. Pencantuman *slant* dapat

dilekatkan pada judul, *lead*, atau *body* berita, yang apabila disajikan secara berlebihan bisa memiliki makna sebagai penanda preferensi penulis berita terhadap seseorang, kelompok, atau gagasan tertentu.

Sebagai pendukung analisis netralitas dan keseimbangan pemberitaan, penelitian ini menambahkan aspek dominasi pemberitaan kalkulasi penempatan kelompok-kelompok sumber berita dalam isi berita. Sebagai komplemen dari analisis *balance*, hasil kalkulasi membantu melengkapi penyimpulan berimbang tidaknya harian yang diteliti.

Uji reliabilitas terhadap keseluruhan sampel menghasilkan derajat reliabilitas 86%. Angka kesepakatan ini berada di atas standar koefisien reliabilitas Chadwick yang menetapkan standar minimum 60% maupun Holsti yang menetapkan batas minimal 75% (Tim Peneliti Dewan Pers, 2006: 34). Sedangkan, apabila digunakan standar koefisien reliabilitas *kappa* Cohen, derajat reliabilitas yang dihasilkan sebesar 57%.

Hasil dan Pembahasan

Pada pilkada tahun 2005 silam, di wilayah kabupaten Bantul terdapat tiga pasang kontestan calon bupati/wakil bupati yang berkompetisi, yakni: (1) pasangan Totok Sudarto-Riswanto, (2) pasangan Idham Samawi-Sumarno PRS, dan (3) pasangan GBPH Yudhaningrat-KH. Aziz Umar. Sedangkan, di Kabupaten Sleman terdapat empat pasang kontestan calon bupati/wakil bupati meliputi: (1) pasangan Ibnu Subiyanto-Sri Purnomo, (2) pasangan Hafidh Asrom-Kusbaryanto, (3) pasangan Sukanto-Sudradjat Selorudjito, dan (4) pasangan Sutrisno-Achmad Yulianto. Sementara, di Kabupaten Gunungkidul, terdapat lima pasang calon bupati/wakil bupati meliputi: (1) pasangan Sugito-Nunie Tasnim Haryani, (2) pasangan Gandung Pardiman-Untung Santosa, (3) pasangan Siswanto-Noer Iman, (4) pasangan Yoetikno-M. Sukanto dan (5) pasangan Suharto-Hj. Badingah.

1. Netralitas Pemberitaan (*Neutrality*)

Dimensi netralitas dalam pemberitaan diindikasikan berdasarkan pemunculan personalisasi (penokohan kontestan yang berlebihan), emosionalisme, dan dramatisasi.

a. Personalisasi

Dari penelusuran terhadap keseluruhan judul berita yang dianalisis, hanya terdapat satu berita yang terindikasikan mengandung personalisasi kontestan. Bentuk personalisasinya pun tidak dilakukan melalui pemujaan yang berlebihan terhadap tokoh atau narasumber yang diceritakan dalam berita hingga mengarah pada kultus individu. Contoh personalisasi yang demikian lembut dapat ditilik melalui pernyataan sumber berita seperti halnya pada kutipan berikut (tanda garis bawah dari penulis):

“Pengasuh Pondok Pesantren An Nur, Ngrukem, Pandowoharjo, Sewon, Bantul, KH Nawawi Abdul Aziz, menegaskan bahwa masyarakat telah merasakan kepemimpinan Drs. Idham Samawi, maka sudah selayaknya jika sosok ini dipertahankan untuk kembali memimpin Bantul periode

2005-2010 mendatang.”Jika Pak Idham telah banyak memberi manfaat bagi rakyat, tidak ada salahnya jika pada Pilkada mendatang kita semua kembali memilihnya”, terangnya.”

(“Pertahankan Pimpinan yang Memberi Manfaat”, *Kedaulatan Rakyat*, 13 Juni 2005)

Dalam kutipan tersebut, penyaji berita melakukan personalisasi melalui pengutipan sumber berita. Cara seperti ini boleh jadi berarti sebagai penyembunyian pemihakan kepada tokoh yang diceritakan. Secara tidak langsung, penyaji berita memperoleh juru bicaranya melalui narasi sumber berita yang dikutip ke dalam peliputan.

b. Emosionalisme

Mirip halnya dengan personalisasi, kecenderungan emosionalisme dalam pemberitaan pun memperoleh porsi yang sedikit. Ini berarti bahwa penyajian berita secara emosional relatif dapat dihindari pada kedua harian yang diteliti. Pembahasan yang dapat dinilai emosional disajikan secara lembut, lagi-lagi, dengan menyandarkan pernyataan sumber berita. Contoh berita yang dicurigai mengandung emosionalisme samar-samar dapat diketahui melalui kutipan berikut (tanda garis bawah dari penulis):

(1) “Alokasi dana untuk operasional anggota Panwas Pilkada di Bantul masih sangat minim dan jauh dari mencukupi. Hal ini sangat memprihatinkan anggota Dewan perwakilan Daerah (DPD) GKR Hemas yang secara mendadak, Jumat (10), datang ke kantor Panwas pilkada Bantul.”.....

(“Anggaran Panwas Sangat Minim”, *Kedaulatan Rakyat*, 11 Juni 2005)

(2) “Singgir katakan, di kawasan Bantul barat, selebaran itu dikirim orang tak bertanggung jawab tanpa mau mencantumkan identitas pengirim. Yang memprihatinkan, selebaran itu semuanya berisi upaya menjatuhkan karakter seseorang. Mulai dari soal hukum sampai hal-hal yang sifatnya pribadi. Jika ditilik secara jeli, selebaran tanpa identitas itu semuanya lebih banyak berbau fitnah daripada kenyataan”.....

(“Memfitnah Kandidat Bupati-Wakil Bupati: KPPD Temukan Selebaran Gelap”, *Kedaulatan Rakyat*, 12 Juni 2005).

c. Hiperbolisasi

Dramatisasi pemberitaan paling mudah dikenali melalui penggunaan bahasa hiperbolik dalam pemberitaan. Hiperbolisasi berita sebenarnya bukanlah sesuatu yang salah sama sekali. Penggunaan bahasa hiperbolik memang menjadikan berita memiliki daya tarik mengingat efek yang dihasilkannya dapat memikat perhatian pembaca berita. Sekalipun demikian, hiperbolisasi berita

menyimpan masalah tersendiri karena pada tingkat tertentu bahasa hiperbolik dapat membangun citra positif maupun negatif, khususnya apabila penggunaannya dilekatkan pada salah satu calon yang tengah berkompetisi. Dari pengamatan terhadap kedua harian yang diteliti, rata-rata persentase hiperbolisasi menunjukkan angka 21% atau 12 judul berita dari total 56 judul berita yang diteliti. Namun, patut dicatat bahwa angka tersebut sekadar persentase rata-rata untuk semua wilayah. Terdapat wilayah yang hiperbolisasi pemberitaannya rendah dan ada pula yang tinggi, bahkan untuk harian *Kompas* *Yogya* tidak terdapat hiperbolisasi dari ketujuh berita yang dianalisis di wilayah Sleman dan Gunungkidul.

Tabel 3.

Hiperbolisasi Pemberitaan Pilkada DIY 2005 Tahap Kampanye Terbuka
Harian *Kedaulatan Rakyat* & *Kompas* *Yogya* (9-22 Juni)

Wilayah	Jumlah berita		Hiperbolisasi KR		Hiperbolisasi <i>Kompas</i>	
	KR	<i>Kompas</i>	Jml	%	Jml	%
Bantul	21	3	4	19	1	33.3
Sleman	15	5	6	40	0	0
Gunungkidul	11	1	1	4.5	0	0

Contoh hiperbolisasi pemberitaan dapat dilihat pada kutipan berikut (garis bawah dari penulis):

Belasan ribu pendukung pasangan calon Bupati Bantul, Drs. Idham Samawi dan calon wakilnya Drs. H. Sumarno PRS yang berasal dari simpatisan dan kader Parpol Koalisi Projotamansari serta masyarakat dari 17 kecamatan se-Bantul, Selasa (14/6), memadati Lapangan Tlirenggo untuk mengikuti kampanye akbar pasangan tersebut. Sejak pagi hari gelombang massa dari berbagai.....

(“Idham Siap Dijewer, Yoetikno Mbangun Desa”, *Kedaulatan Rakyat*, 15 Juni 2005)

d. Detail yang tidak relevan

Pemaparan detail yang tidak relevan umumnya digunakan sebagai tambahan informasi dalam sebuah berita. Umumnya, pemberitaan dengan pemuatan detail yang tidak relevan berlangsung akibat penambahan informasi yang seharusnya tidak perlu. Sedikitnya informasi utama yang dimuat boleh jadi menjadi alasan penambahan informasi lain, sehingga dapat memperluas ruang tulisan. Sekalipun demikian, penyertaan detail yang tidak relevan cukup mengganggu karena menyebabkan terpecahnya fokus berita.

Sebagai contoh, beberapa penambahan detail yang tidak relevan dengan informasi utama dapat dilihat antara lain pada berita berjudul “Tinggi, Antusiasme Masyarakat Ikuti Pilkada” (*Kedaulatan Rakyat*, 9 Juni 2005), berisi

pemaparan hasil *polling* Parwi Foundation yang membeberkan tingginya antusiasme warga Bantul akan pilkada di wilayah tersebut. Paragraf terakhir berita ditambahi dengan informasi siaran pers dari PPM (Pilkada Peace Monitoring) yang menyerukan agar seluruh tim sukses calon pasangan kepala daerah Sleman, Bantul, dan Gunungkidul benar-benar melaksanakan komitmen kampanye damai yang telah disepakati bersama. Ditambahkan juga informasi tentang perlunya mengedepankan prinsip elegan dalam setiap pelaksanaan kampanyenya. Contoh lain terlihat pula pada berita berjudul "Warga Pelosok Tak Tahu Semua Calon" (*Kedaulatan Rakyat*, 9 Juni 2005), berisi paparan tentang belum diketahuinya semua calon kontestan di sejumlah daerah pemilihan di wilayah Sleman pada satu hari menjelang kampanye. Pada bagian akhir berita diinformasikan kegiatan penyuluhan oleh PPS Tirtonadi, Mlati, yang dilakukan seminggu belakangan secara maraton pada malam hari. Praktis informasi terakhir kurang memiliki relevansi dengan informasi utama tentang banyaknya warga yang belum tahu semua calon yang akan dipilih pada hari pemilihan.

Secara umum, pemberitaan dengan detail yang tidak relevan berada pada ambang rendah. Berdasarkan kalkulasi matematis, rata-rata pemaparan detail yang tidak relevan pada kedua harian yang diteliti adalah 11%, dengan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 4.
Detail Tidak Relevan Pemberitaan Pilkada DIY 2005 Tahap Kampanye Terbuka
Harian *Kedaulatan Rakyat* & *Kompas Yogya* (9-22 Juni)

Wilayah	Jumlah berita		Detail tidak relevan	
	KR	<i>Kompas</i>	KR	<i>Kompas Yogya</i>
Bantul	21	3	2	2
Sleman	15	5	1	0
Gunungkidul	11	1	1	0

2. Keseimbangan Pemberitaan (*Balance*)

Aspek keseimbangan pemberitaan diukur dengan menggunakan dua kategori pokok, yakni ada tidaknya *slant* (penonjolan berita) dan kecenderungan *source bias*.

a. *Slant*

Berbeda halnya dengan aspek-aspek *neutrality*, kedua harian yang diteliti menunjukkan derajat *slant* yang lebih tinggi. Dari ke-56 judul berita liputan periode kampanye pilkada di kelima wilayah DIY, terdapat 39 judul berita (70%) terindikasi mengandung *slant*. Apabila dikalkulasi berdasarkan rata-rata kecenderungan pada masing-masing wilayah, kecenderungan *slant* pada harian *Kedaulatan Rakyat* lebih tinggi dibandingkan dengan *Kompas Yogya*. Tercatat rata-rata presentasi *slant* pada *Kedaulatan Rakyat* adalah 70,1%, sedangkan harian *Kompas Yogya* mencatat rata-rata 43,3%.

Tabel 5
Slant Pemberitaan Pilkada Yogya 2005 Tahap Kampanye Terbuka
Harian Kedaulatan Rakyat & Kompas Yogya (9-22 Juni)

Wilayah	Jumlah berita		KR		Kompas	
	KR	Kompas	Slant	%	Slant	%
Bantul	21	3	14	64.3	2	50
Sleman	15	5	11	73.3	4	80
Gunungkidul	11	1	8	72.7	0	0
Rata-rata				70.1		43.3

Umumnya, *slant* tersaji dalam tubuh berita, seperti pada kutipan-kutipan berikut (tanda garis bawah dari penulis):

- (1) Selain itu, menunjukkan Panwas Pilkada kurang melibatkan rakyat untuk mengawal dan mengawasi penyelenggaraan pilkada.....
 (“Tinggi Antusiasme Masyarakat Ikuti Pilkada”, *Kedaulatan Rakyat*, 9 Juni 2005)
- (2) Debat publik calon Bupati Bantul yang diselenggarakan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), KPUD Bantul dan disiarkan langsung RRI Yogyakarta, hanya dihadiri pasangan Drs. H. Idham Samawi dan Drs. Sumarno PRS. Dialog yang bisa menjadi ajang pemaparan visi misi dan program dengan fasilitator para dosen UMY yakni Bambang Eka, Iwan Satriawan dan A. Ma'ruf itu akhirnya menjadikan Idham Samawi 'pemilik panggung' dan berdebat melawan kursi kosong.
 (“Debat Lawan Kursi Kosong”, *Kedaulatan Rakyat*, 15 Juni 2005)

Selain pada tubuh berita, *slant* juga bermunculan pada judul berita, seperti pada contoh berikut (garis bawah dari penulis):

- (1) Lagi, Idham Melawan Kursi Kosong (*Kedaulatan Rakyat*, 16 Juni 2005)
- (2) Pemasangan Atribut, Sembarangan (*Kedaulatan Rakyat*, 10 Juni 2005)
- (3) Pasangan Calon Janji Datangkan Investor (*Kompas Yogya*, 15 Juni 2005)

Apabila kecenderungan *slant* ini dikaitkan dengan kontestan pilkada, maka akan tampak bahwa kedua harian akan menempatkan salah seorang kontestan lebih ditonjolkan dibandingkan dengan kontestan yang lain. Sebagai contoh, untuk pemberitaan di wilayah Bantul, pasangan calon Idham Samawi terlihat lebih ditonjolkan dibandingkan dengan pasangan yang lain. Selain penonjolan yang terselip dalam tubuh berita, dalam penempatan sebagai judul berita, tokoh ini ditempatkan lebih dominan dari yang lain. Dari keseluruhan berita yang

dilansir di wilayah Bantul, nama Idham Samawi tercatat enam kali ditempatkan sebagai judul maupun sub judul, sedangkan calon lain sama sekali tidak dilekatkan sebagai judul.

b. Source Bias

Dari keseluruhan judul berita yang dianalisis sepanjang periode kampanye terbuka pilkada, kecenderungan bias sumber berita relatif bervariasi pada kedua harian yang diteliti. Sekalipun, harian *Kedaulatan Rakyat* mempresentasikan kecenderungan *source bias* yang lebih tinggi dibandingkan dengan *Kompas Yogyakarta*.

Tabel 6
Source Bias Pemberitaan Pilkada Yogya 2005 Tahap Kampanye Terbuka
Harian Kedaulatan Rakyat & Kompas Yogya (9-22 Juni)

Wilayah	Jumlah berita		KR		Kompas	
	KR	Kompas	Jumlah	%	Jumlah	%
Bantul	21	3	12	54.8	1	16.7
Sleman	15	5	5	33.3	2	30
Gunungkidul	11	1	6	54.5	0	0

Umumnya, *source bias* pada kedua harian yang diteliti berpangkal pada tidak imbangnya pemuatan sumber berita berdasarkan pemangku kepentingan yang mestinya terlibat dalam satuan berita. Penyebab lain adalah tidak cocoknya narasumber dengan tema utama berita, sehingga pihak-pihak yang mestinya terlibat tidak dicantumkan sebagai sumber berita.

Terpinggirnya salah satu sumber berita penting dalam berita memang kemudian menjadikan tampilan liputan menampakkan kecenderungan *source bias*. Misalnya, dalam berita berjudul "Panwas Pilkada Bantul Tegur Tim Kampanye" (*Kedaulatan Rakyat* 16 Juni 2005), tidak ada pelibatan narasumber dari tim kampanye yang ditegur. Konteks berita tersebut menunjuk pada pemberitaan yang memiliki muatan konflik antara Panitia Pengawas Pilkada Bantul yang melihat bahwa pada pelaksanaan kampanye terbuka terjadi pelanggaran pelaksanaan kampanye oleh tim sukses masing-masing kontestan. Mestinya, berita tersebut menghadirkan pula pendapat dari tim sukses yang ditegur beserta penjelasan dari mereka. Kenyataannya, berita ini hanya memuat pendapat dari Ketua Panwas Pilkada Bantul tanpa menghadirkan pendapat dari masing-masing tim sukses. Hal ini mengakibatkan pemahaman yang salah pada pembaca karena makna yang dihadirkan boleh jadi membenarkan kesimpulan terjadinya pelanggaran oleh semua kelompok kontestan.

3. Pelibatan Sumber Berita

Dalam konteks pemberitaan pilkada, dimuatnya narasumber secara relatif merata merupakan bagian dari pemenuhan kaidah mendasar prinsip keseimbangan. Hal ini dapat berarti bahwa pemberitaan antarkelompok yang berkontestasi dalam proses pilkada mesti mendapat tempat yang sama dalam pemuatan narasumber. Dengan demikian, apabila terdapat salah satu kelompok yang kemunculannya memperoleh porsi yang lebih banyak, maka pemberitaan tersebut dimungkinkan mengarah kepada pemihakan atau justru sebaliknya, penolakan, terhadap kelompok tersebut. Hal ini tergantung dari sifat pemberitaan, apakah positif, negatif, atau netralnya pemberitaan. Apabila arahnya positif, kemungkinan besar terjadi pemihakan. Sementara apabila sifatnya netral, pun hal tersebut masih dapat dikelompokkan mengarah pada pemihakan manakala secara kuantitatif jumlahnya tidak berimbang alias dominan pada salah satu kelompok.

Terhadap keseluruhan sampel berita tahap kampanye terbuka pilkada DIY di ketiga wilayah kabupaten penyelenggara pilkada (Bantul, Sleman, Gunungkidul), pelibatan *stakeholder* pilkada sebagai sumber berita terklasifikasi ke dalam empat kelompok narasumber. Kelompok *pertama* adalah pemerintah, meliputi jajaran eksekutif/pejabat daerah, kepolisian/militer, legislatif/DPRD, lembaga kehakiman, lembaga kejaksaan, KPUD, dan Panitia Pengawas Pemilu. Meskipun kelompok terakhir tidak mesti terdiri dari aparat pemerintah, tetapi karena entitasnya merupakan bentukan pemerintah maka diklasifikasikan dalam kelompok pemerintah. Dalam pilkada, idealnya kelompok pemerintah bersikap netral alias tidak berpihak kepada salah satu kandidat yang sedang berkompetisi.

Kelompok *kedua* adalah partai politik pendukung salah satu kelompok kontestan. Dalam pemberitaan, pemunculan secara berulang-ulang terhadap kelompok ini dapat mengakibatkan dominasi sumber berita yang mengarah kepada pemihakan kepada kontestan yang tengah berkompetisi. Kelompok *ketiga* adalah kandidat atau kontestan pilkada, yakni pasangan calon kepala daerah yang bersaing dalam pemilihan. Pemunculan secara terus menerus dalam konteks pemberitaan yang positif atas salah satu kandidat secara tidak langsung akan secara tidak sadar mengisyaratkan pemihakan terhadapnya. Sedangkan kelompok terakhir, *keempat*, adalah masyarakat sipil. Pemunculan kelompok ini mengarah pada tiga kemungkinan, yakni sebagai bentuk dukungan, penolakan, atau netral. Kelompok ini antara lain terdiri dari lembaga swadaya masyarakat, paguyuban, anggota masyarakat, akademisi, maupun lembaga internasional.

a. Kabupaten Bantul

Untuk wilayah Kabupaten Bantul, harian *Kedaulatan Rakyat* lebih banyak memunculkan kelompok kandidat Idham Samawi-Sumarno (25%). Hal serupa juga berlangsung di harian *Kompas Yogya* yang memunculkan kelompok kandidat Idham Samawi-Sumarno senilai 20% dari total narasumber pada periode kampanye terbuka, sebagaimana tergambar dalam tabel berikut:

Tabel 7.
Pelibatan Sumber Berita Pilkada Bantul 2005 Tahap Kampanye Terbuka
Harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya* (9-22 Juni 2005)

Kabupaten Bantul		Kedaulatan Rakyat				Kompas Yogya			
No	Sumber berita	Jml	%	Jumlah narasumber pendukung kontestan	%	Jml	%	Jumlah narasumber pendukung kontestan	%
1	Pemerintah	11			20%	7			70%
2	Masyarakat sipil (netral)	9			16.40%	1			10%
3	Totok Sudarto + Riswanto	4	7.30%	11	20%	0	0%	0	0%
4	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Totok Sudarto + Riswanto	7	12.70%			0	0%		
5	Idham Samawi + Sumarno PRS	6	10.90%	14	25%	1	10%	2	20%
6	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Idham Samawi + Sumarno PRS	8	14.50%			1	10%		
7	GBPH Yudhaningrat + KH Aziz Umar	3	5.50%	10	18%	0	0%	0	0%
8	Parpol dan masyarakat sipil pendukung GBPH Yudhaningrat + KH Aziz	7	12.70%			0	0%		
Total Sumber berita		55				10			

b. Kabupaten Sleman

Untuk wilayah Kabupaten Sleman, harian *Kedaulatan Rakyat* lebih banyak memunculkan kelompok kandidat Ibnu Subiyanto-Sri Purnomo (18%). Hal serupa juga berlangsung di harian *Kompas Yogya* yang memunculkan kelompok kandidat Ibnu Subiyanto-Sri Purnomo sebagai satu-satunya kelompok narasumber yang diberitakan.

Tabel 8.
Pelibatan Sumber Berita Pilkada Sleman (2005) Tahap Kampanye Terbuka
Harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya* (9-22 Juni 2005)

Kabupaten Sleman		Kedaulatan Rakyat				Kompas Yogya			
No	Sumber berita	Jml	%	Jumlah narasumber pendukung kontestan	%	Jml	%	Jumlah narasumber pendukung kontestan	%
1	Pemerintah	7			31.80%	10			71.40%
2	Masyarakat sipil (netral)	8			36.40%	3			21.40%
3	Ibnu Subiyanto + Sri Purnomo	2	9.10%	4	18.20%	0	0%	1	7.10%
4	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Ibnu Subiyanto + Sri Purnomo	2	9.10%			1	7%		

5	Hafidh Asrom + Kusbaryanto	2	9.10%	2	9.10%	0	0%	0	0%
6	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Hafidh Asrom + Kusbaryanto	0	0%			0	0%		
7	Sukamto + Sudradjat Selorudjito	1	4.50%	1	4.50%	0	0%	0%	0%
8	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Sukamto + Sudradjat Selorudjito	0	0%			0	0%		
9	Sutrisno + Achmad Yulianto	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
10	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Sutrisno + Achmad Yulianto	0	0%			0	0%		
Total Sumber berita		22				14			

c. Kabupaten Gunungkidul

Di wilayah pemberitaan Kabupaten Gunungkidul, harian *Kedaulatan Rakyat* lebih banyak memunculkan kelompok kandidat Gandung Pardiman-Untung Santosa (15%). Sementara harian *Kompas Yogya* hanya memunculkan satu berita kelompok kandidat Sugito-Nuniek TH.

Tabel 9.
Pelibatan Sumber Berita Pilkada Gunungkidul (2005) Tahap Kampanye Terbuka
Harian *Kedaulatan Rakyat* dan *Kompas Yogya* (9-22 Juni 2005)

Kabupaten Gunungkidul		<i>Kedaulatan Rakyat</i>				<i>Kompas Yogya</i>			
No	Sumber Berita	Jml	Persentase	Jumlah sumber pendukung kompetitor	Persentase	Jml	Persentase	Jumlah sumber pendukung kompetitor	Persentase
1	Pemerintah	12			60%	0			0%
2	Masyarakat sipil (netral)	0			0%	0			0%
3	Sugito-Nuniek TH	1	5%	1	5%	1	100%	1	
4	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Sugito-Nuniek TH	0	0%			0	0%		
5	Gandung Pardiman-Untung Santosa	3	15%	3	15%	0	0%	0	0%
6	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Gandung Pardiman-Untung Santosa	0	0%			0	0%		
7	Siswanto-Noer Iman	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
8	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Siswanto-Noer Iman	0	0%			0	0%		

9	Yoetikno-M. Sukamto	1	5%			0	0%		
10	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Yoetikno-M. Sukamto	1	5%	2	10%	0	0%	0	0%
11	Suharto-Hj Badingah	2	10%			0	0%		
12	Parpol dan masyarakat sipil pendukung Suharto-Hj Badingah	0	0%	2	10%	0	0%	0	0%
Total Sumber berita		20				1			

Terdapat kecenderungan yang relatif sama pada kedua harian yang diteliti dalam memberitakan berita-berita pilkada pada periode kampanye terbuka, yakni jajaran pemerintah menjadi sumber rujukan dalam intensitas yang cukup tinggi. Hal ini dapat berarti bahwa kepentingan pihak pemerintah ditempatkan sebagai salah satu kecenderungan narasumber utama dalam pemberitaan. Apabila pendapat narasumber dari lingkungan kekuasaan pemerintah ini kemudian ditempatkan secara diametral dengan kepentingan masyarakat, maka akan tampak perbedaan mencolok mengingat sedikitnya narasumber yang diberitakan dari kelompok terakhir. Dari keseluruhan pemberitaan pada kedua harian yang diteliti, terlihat bahwa hanya dalam pemberitaan *Kedaulatan Rakyat* di wilayah Sleman saja yang memunculkan pendapat masyarakat sipil lebih banyak daripada pemerintah, itupun dengan selisih yang tidak terlalu tajam dibandingkan narasumber dari pemerintah (36% : 32 %).

Kesimpulan

Pengujian dimensi *impartiality* pemberitaan, yang diukur berdasarkan perspektif netralitas dan keseimbangan pemberitaan, menghasilkan sejumlah temuan menarik. Dari perspektif dramatisasi yang menjadi domain netralitas, kedua harian yang diteliti menunjukkan kecenderungan yang bervariasi. Pemunculan aspek personalisasi dan emosionalisme pemberitaan dapat diminimalkan oleh kedua harian yang diteliti. Dari keseluruhan berita yang dianalisis hanya terdapat satu judul yang terindikasi berkecenderungan menampilkan personalisasi, yakni pada harian *Kedaulatan Rakyat*. Modus personalisasinya pun tidak disimpulkan langsung oleh penulis berita, melainkan dengan meminjam pernyataan sumber berita. Penyaji berita menunjuk narasumber sebagai juru bicara untuk menokohkan salah seorang kontestan di salah satu wilayah pemberitaan. Penyajian ini boleh jadi merupakan penyembunyian awal atas preferensi media yang diteliti.

Sekalipun demikian, bukan berarti preferensi tersebut tersembunyi sama sekali. Pada saat ditimbang dengan aspek dramatisasi lainnya, hiperbola dan pemunculan detail berita yang tidak relevan, kedua harian mulai menunjukkan gelagat menurunnya netralitas. Harian *Kedaulatan Rakyat* menunjukkan hiperbolisasi yang lebih tinggi dibandingkan harian *Kompas Jogja*. Pada ranah *balance*, yang diukur berdasarkan ada tidaknya *slant* dan *source bias* dalam pemberitaan, perhitungan statistik menunjukkan bahwa kedua harian relatif belum menyajikan pemberitaan secara berimbang. Indikasi *slant* pada harian *Kedaulatan Rakyat* menunjukkan derajat yang lebih tinggi

dibandingkan dengan *Kompas Yogya* menurut rata-rata pemberitaan di ketiga wilayah pilkada. Melalui *slant* pemberitaan, dapat ditarik benang merah preferensi keberpihakan harian terhadap salah satu kontestan. Hal ini linier dengan indikasi keseimbangan lain, yaitu *source bias*. Masing-masing harian memberikan penekanan yang berbeda terhadap setiap kontestan di tiap-tiap wilayah pilkada.

Di sisi lain, terdapat indikator lain yang dioperasikan untuk memperlihatkan sejauhmana keseimbangan pemberitaan dengan mempertimbangkan perbandingan narasumber yang dilibatkan dalam pemberitaan. Melalui cara ini terdapat temuan menarik bahwa berdasarkan perbandingan pelibatan narasumber pendukung masing-masing kontestan, terdapat kecenderungan dominasi pemuatan narasumber dari salah satu kelompok kandidat di masing-masing wilayah pilkada. Alhasil, pemberitaan mengindikasikan potensi pemihakan kepada kelompok kandidat yang pemuatannya diindikasikan paling banyak atau dominan. Asas penempatan jumlah sumber berita yang idealnya imbang kurang diterjemahkan dengan baik dalam kinerja pemberitaan.

Temuan lain, kedua harian yang diteliti juga menunjukkan lebih tingginya pemuatan narasumber dari lingkungan pemerintah dibandingkan dengan kelompok masyarakat sipil. Hal ini dapat berarti bahwa pemberitaan pilkada masih berorientasi pada otoritas kekuasaan pemerintah. Seolah, pilkada masih menjadi kebutuhan pemerintah. Padahal, idealnya pilkada juga menjadi milik masyarakat sipil, sehingga orientasi pemberitaan juga menampilkan narasumber masyarakat sipil sejajar dengan narasumber dari lingkungan pemerintah. Jika ditarik garis diametral antara pemerintah versus masyarakat sipil, maka temuan demikian menjadikan kepentingan pemerintah dalam pilkada lebih mendapatkan tempat. Aspirasi masyarakat sipil sebagai pelaku penentu pilkada terpinggirkan dengan sendirinya di ranah pemberitaan media.

Sekalipun demikian, kesimpulan awal ini sesungguhnya masih menyimpan pertanyaan dasar terkait dengan apakah ketidaknetralan maupun ketidakseimbangan tersebut memang terjadi secara sengaja (*by design*) atau kebetulan belaka (*by chance*). Secara matematis, berdasarkan pertimbangan metodologis, memang terbukti bahwa presentasi netralitas dan keseimbangan kedua harian yang diteliti menunjukkan bukti yang sebaliknya: keduanya belum netral dan seimbang. Beberapa faktor menjadi penyebab kecenderungan tidak mampunya penyaji berita menghasilkan peliputan yang memenuhi standar netralitas dan keseimbangan yang tinggi.

Dalam salah satu catatan wartawan daerah, terdapat setidaknya lima faktor yang menyebabkan sulitnya surat kabar daerah memenuhi netralitas pemberitaan². *Pertama*, surat kabar daerah tidak mempunyai *agenda setting* yang jelas dalam melakukan peliputan. Boleh jadi pula agenda tersebut tidak terbentuk karena memang tekanan kerja jurnalis yang dikejar waktu, sehingga asas yang dipakai sekadar asas peristiwa. Realitas sekadar dilihat sebagai sekumpulan fakta, entah bersifat psikologis atau fakta empirik. Ketika fakta menunjukkan terjadi kampanye pilkada di suatu tempat maka wartawan akan merekam segala aktivitas yang terjadi untuk menjadikannya sebagai bahan berita.

² M. Djufri Rachim, "Peran dan Netralitas Surat Kabar Daerah dalam Pilkada", makalah disampaikan pada Seminar Nasional Netralitas Pers dalam Pilkada di Sulawesi Utara, diselenggarakan PWI Cabang Sulawesi Utara dan AJI Kota Kendari, 21 April 2007. Makalah lengkap terarsip di <http://firac.multiply.com/journal/item/22>.

Ironisnya, tidak ada lagi kesempatan untuk menggali fakta tersebut secara lebih mendalam akibat keterbatasan waktu yang mereka miliki. Jumlah minimal berita per hari yang harus masuk ke ruang redaksi praktis menyebabkan keterbatasan waktu untuk menggali lebih lanjut fakta-fakta yang akan mereka presentasikan ke publik.

Kedua, dimensi ekonomi politik yang tersirat melalui praktik jual beli berita antara kontestan dengan lembaga surat kabar. Secara langsung surat kabar daerah menjadi pasar baru yang menciptakan hubungan kolaboratif, keuntungan ekonomi bagi pemilik lembaga tersebut di satu sisi, dan keuntungan politik yang dihasilkan oleh kontestan melalui publisitas yang akan mereka dapatkan selama periode kampanye. Praktik jual beli itupun tidak senantiasa berlangsung telanjang, uang ditukar langsung dengan berita, melainkan melalui bagian lain di lembaga pers yang menjadi penopang eksistensinya: iklan. Tarik ulur kepentingan internal, antara bagian pemasaran/periklanan dan redaksi sering terjadi, dan bagian periklanan tidak jarang menjadi pemenang. Iklan ditukar dengan berita. Iklan berarti pemasukan bagi pers sebagai lembaga bisnis yang mesti menghidupi seluruh karyawannya, termasuk wartawan. Tekanan ekonomi pun menyebabkan wartawan tunduk kepada pemilik lembaga media yang bersangkutan, apabila mereka dipaksa untuk memberitakan para pemangku kepentingan yang membeli iklan.

Faktor *ketiga* adalah terbatasnya sumber daya manusia yang ada di lembaga surat kabar tersebut. Keterbatasan ini memengaruhi kuantitas pemberitaan yang berakibat pada minimnya sudut pandang yang bisa diceritakan kepada publik. Keterbatasan jumlah sumber daya ini acapkali tidak cukup diimbangi dengan kemampuan pemahaman lengkap tentang jurnalisme, disebabkan latar belakang pendidikan yang tidak relevan maupun oleh ketidakmampuan lembaga untuk melakukan peningkatan kualitas wartawannya. Adalah wajar apabila sebuah gaya pemberitaan hanya memenuhi standar minimal kaidah penulisan jurnalistik. Sepanjang sebuah berita dianggap telah memenuhi serangkaian nilai-nilai kelayakan berita, maka dianggap telah cukup. Padahal, sebuah isu atau peristiwa seringkali seperti fenomena gunung es. Sementara, hanya orang-orang terlatih yang dapat menelusuri bagian bawah gunung es itu untuk menemukan kebenaran di balik peristiwa, dan bukan sekadar "memotret" lantas memajangkannya begitu saja di halaman-halaman surat kabar. Di samping itu, kesadaran yang tidak senantiasa terjaga penuh manakala menghadapi sebuah peristiwa menyebabkan sudut pandang yang digunakan berdimensi tunggal. Padahal, lazimnya peristiwa politik meniscayakan dimensi majemuk sebagai konsekuensi dari relasi-relasi yang terbangun antara kelompok-kelompok pemangku kepentingan yang terlibat di dalamnya.

Keempat, tingginya ketergantungan jurnalis surat kabar daerah terhadap sumber berita, khususnya bagi mereka yang memang *talkactive*. Sumber berita yang pandai memanfaatkan kesempatan dalam setiap perjumpaannya dengan jurnalis dengan segera akan memperoleh keuntungan, dan sebaliknya mereka yang tidak pintar berkomunikasi dengan wartawan akan memiliki peluang pemberitaan yang lebih kecil. Sekiranya setiap kontestan sadar bahwa media menjadi poros pencitraan, dapat dipastikan keinginan-keinginan politik mereka dapat tersampaikan secara luas kepada calon pemilihnya, demikian pula sebaliknya. Ketergantungan kepada sumber berita ini

menyebabkan pers lokal kemudian cenderung memberitakan mereka yang memiliki kemudahan akses terhadap wartawan, dan ini mengisyaratkan bahwa pihak kelompok kontestan yang kemudian pro aktif mendekati wartawan demi meraih nilai publisitas yang tinggi.

Faktor *kelima*, kedekatan personal wartawan daerah dengan seorang tokoh publik, seperti halnya pejabat pemerintah, aktivis partai, tokoh masyarakat, dan bahkan dengan kontestan yang sedang berkompetisi. Kedekatan personal dapat menyebabkan terbangunnya ikatan emosional antara seorang narasumber atau kontestan dengan jurnalis, atau bahkan dengan lembaga pers secara keseluruhan. Terbentuknya ikatan emosional yang kuat ini boleh jadi bersumber dari kontestan yang berasal dari kalangan wartawan sendiri, maupun boleh jadi terjalin berkat hubungan interpersonal yang cukup lama, sehingga menciptakan pola-pola mediasi yang menguntungkan kontestan dan kelompoknya. Di tingkat *newsroom*, kedekatan personal juga menjadi masalah tersendiri manakala bagian redaksi memang melakukan pola inklusi dan eksklusi sumber berita sebagai bagian dari kepentingan mengunggulkan calon tertentu.

Daftar Pustaka

- Burnham, Peter, Karim Gilland, Wyn Grant dan Zig Layton-Henry. 2004. *Research Methods in Politics*. New York: Palgrave.
- Hennessy, Bernard. 1990. *Pendapat Umum*. Jakarta: Erlangga.
- Hohenberg, John. 1978. *The Professional Journalist (4th Ed.)*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2003. *Elemen-elemen Jurnalisme*. Jakarta: ISAI.
- Krippendorff, Klaus. 1991. *Analisis Isi, Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Littlejohn, Stephen W. 1995. *Theories of Human Communication (5th Ed.)*. California: Wadsworth Publishing Company.
- McChesney, Robert W. 2004. *The Problem of Media*. New York: Monthly Review.
- McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa (Edisi Pertama)*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Mursito. "Visi Jurnalisme Publik dalam Demokratisasi Politik. Dalam *Jurnal Komunikasi Massa UNS, Volume 2 No. 2, Januari 2009*.
- Rachmadi, F. 1990. *Perbandingan Sistem Pers*. Jakarta: Gramedia.
- Rachim, M Djufri. "Peran dan Netralitas Surat Kabar Daerah dalam Pilkada". Makalah Seminar Nasional Netralitas Pers dalam Pilkada di Sultra (Kendari, 21 April 2007).
- Tim Peneliti Dewan Pers. 2006. *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*. Yogyakarta: PKMBP, Dewan Pers, dan Kementrian Kominfo.
- Siregar, Ashadi. 1993. "Etika Komunikasi". *Laporan Penelitian Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM*.

- _____. 2001. *Limbah Pers di Danau Toba*. Yogyakarta: LP3Y.
- Severin, Werner J; Tankard, James W. 2001. *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in The Mass Media*. New York: Longman.
- Shoemaker, Pamela J; Reese, Stephen D. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content (2nd Ed.)*. New York: Longman.
- Wimmer, Roger D; Dominick, Joseph R. 1997. *Mass Media Research: An Introduction*. California: Wadsworth Publishing Company.

