

Respon Penonton Terhadap Kontestasi Pilpres *Audience Response To The Election Contest*

Sabiruddin¹

Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda¹

Nindiyah Lamiatul Lutfah²

Universitas Mulawarman Samarinda²

Nindi Rochmadiana Akhirawati³

Universitas Mulawarman Samarinda³

Wahidatul Jannah⁴

Universitas Mulawarman Samarinda⁴

Abstrak

Awal perdebatan konten media di Indonesia mengemuka ketika kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014. Pertarungan jilid pertama Jokowi dan Prabowo dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2014 menjelma menjadi panggung bebas Metrotv dengan program *Prime Time* dan Program *Kabar Petang* milik Tvone sebagai produsen makna. Penelitian ini memproblematisasi kedua tanyangan tersebut dengan cara meletakkan penonton sebagai penentu otoritas makna. Secara metodologis, penelitian ini adalah kajian tentang penonton dengan menggunakan pendekatan interpretatif dengan menggunakan Teori *Decoding Encoding* yang dipernalkan Stuart Hall sebagai alat analisis. Peneliti memilih empat informan mahasiswa yang memiliki latar belakang sosial dan keilmuan yang berbeda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *encoding* penonton berada pada posisi *dominan hegemonik* terlihat pada Rizki Pratama, Julia Mandani dan Sitti Rohmani. Sedangkan Muhammad Miftahul Mubarak dengan latar belakang aktivis berada pada posisi *resisten*.

Kata Kunci: Penonton, Pemilihan Presiden

Abstract

The beginning of the debate over media content in Indonesia surfaced during the 2014 Presidential and Vice Presidential election contestation. The first volume of Jokowi and Prabowo's fight in the 2014 Presidential and Vice-Presidential Election turned into a free stage for Metrotv with the Prime Time program and Tvone's Kabar Evening program as meaning producers. This study problematic both questions by placing the audience as a determinant of the authority of meaning. Methodologically, this research is a study of the audience using an interpretive approach using the Decoding Encoding Theory introduced by Stuart Hall as an analytical tool. Researchers selected four student informants who have different social and scientific backgrounds. The results of this study show that the audience's encoding is in a dominant hegemonic position seen in Rizki Pratama,

Julia Mandani and Sitti Rohmani. Meanwhile, Muhammad Miftahul Mubarak with an activist background is in a resistant position.

Keywords: *Audience, Presidential Election*

PENDAHULUAN

Pemilihan Presiden (Pilpres) dan Wakil Presiden 2014 dan 2019 menyisahkan ragam cerita di balik media. Kontestasi politik melalui pemilihan umum tidak hanya diramaikan para tim sukses, kader partai politik, dan relawan dalam melakukan manuver politik untuk memenangkan kandidat mereka menuju kursi presiden. Tapi peristiwa politik tersebut menjadi industri bisnis yang dikomoditaskan dan direproduksi sebagai konsumsi media (televisi). Tak bisa dipungkiri, televisi telah memberikan warna bagi wajah politik di Indonesia

Membicarakan politik dalam kaca mata televisi merupakan diskusi yang menarik di Indonesia. Pasca reformasi 1998, televisi seakan menemukan kembali nafasnya dan menghembuskan perannya, sebagaimana yang termaktub dalam UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dan UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers. Secara normatif, media massa seperti televisi, melalui produk teksnya -berita dan siaran program, berperan sebagai penghubung antara masyarakat dengan pemerintah, pengontrol kekuasaan, pengawal demokrasi, dan penyeimbang informasi.

Masyarakat sebagai bagian penting dari kehadiran televisi kerap mempertanyakan peran televisi dengan nada skeptis. Apakah televisi mampu memainkan perannya secara objektif tanpa ada tendesi ekonomi dan politik, termasuk ketika televisi menyampaikan peristiwa politik yang terkait dengan Pilpres. Rasanya sulit menghindari subjektivitas televisi sebagai industri, Noam Chomsky dan Edward S.Herman secara kritis

melihat media (televisi) sebagai sebuah pertarungan kepentingan bisnis. Mereka menilai bahwa media tidak sedang memainkan perannya sebagai transmisi pesan dari komunikator (pencipta pesan) ke komunikan (penerima pesan) tetapi lebih mengutamakan keuntungan ekonomi politik. Salah satu pertarungan politik yang paling kental terlihat pada pilpres 2014 adalah stasiun televisi Tvone dengan Metrotv dengan merepresentasikan Kubu Prabowo-Hatta Rajasa versus Jokowi-JK.

Dukungan Partai Golkar terhadap pasangan nomor satu, Prabowo Subianto-Hatta Rajasa menjadi penanda 'perselingkuhan' media dengan politik. Sebagaimana diketahui bahwa Abu Rizal Bakrie (ARB), sang Ketua Umum memiliki kepentingan politik untuk mengantarkan Prabowo-Hatta menjadi presiden dan wakil presiden. Oleh karena itu, ARB akan memaksimalkan sumber daya yang ia miliki, termasuk memanfaatkan bisnis media yang ia miliki. ARB memiliki Tvone, sehingga konten yang disajikan Tvone mengarah kepada kepentingan pencitraan positif Prabowo Subianto-Hatta Rajasa dan menegasi berita negatifnya.

Kubu berbeda. Metrotv mencoba memainkan peran ganda dalam memberitakan hiruk pikuk pilpres 2014 mendatang. Surya Paloh selaku pemilik Metrotv dengan jabatan Komisaris Utama adalah Ketua Umum partai NasDem. Sikap politik partai NasDem mendukung pasangan Capres Cawapres Joko Widodo-Jusuf Kalla. Melihat mata rantai tersebut, maka tidak mengherankan jika Joko Widodo banyak menghiasi pemberitaan Metrotv dengan aksi blusukannya bersama pasangannya, Jusuf Kalla.

Perebutan makna antar dua stasiun televisi (Tvone dan Metrotv) melalui sajian program acara atau berita nuansa politik adalah kenyataan. Dilihat dari aspek komunikasi politik, baik komunikasi maupun politik

memiliki tujuan utama yang sama yaitu menciptakan pesan. Pesan berfokus pada pengenalan produk barang, jasa atau ide. Konstruksi pesan yang ditawarkan televisi kepada penonton tidak hanya sekedar memperkenalkan sosok Capres Cawapres tapi secara tersirat mempengaruhi sikap dan pengetahuan penonton, termasuk dalam menentukan pilihan Presiden. Pendapat tersebut tidak bermaksud mengeneralisir televisi, tetapi model tersebut umum terjadi ketika aktor politik menguasai media televisi. Dengan demikian, penontonlah sebagai objek dari pertarungan kedua media tersebut penting dihadirkan.

Penonton seharusnya tidak diposisikan sebagai objek dari pola dan cara kerja televisi yang berorientasi pada kepentingan ekonomi politik. Media, memiliki tanggung jawab sosial dan pendidikan termasuk pendidikan politik. Oleh karena itu, penonton harus diposisikan setara dengan televisi sebagai pencipta pesan. Setara dalam artian, pesan yang ditawarkan televisi itu bebas kepentingan. Sehingga penontonlah yang memiliki hak penuh atas tafsiran pesan yang ditawarkan media. Tugas televisi hanya melaporkan berbagai hiruk pikuk politik secara berimbang terkait peristiwa politik menjelang pilpres.

Dengan demikian, wilayah penonton perlu dilihat secara lebih jauh atas berbagai praktik pertarungan media. Pemosisian penonton sebagai objek media dalam kontestasi politik, termasuk Pilpres perlu ditelaah secara kritis yang diawali dengan melakukan kategorisasi penonton, pada akhirnya terlihat model konsumsi penonton. Tema penonton dalam penelitian ini merujuk pada mahasiswa. Mahasiswa dalam struktur sosial memiliki distingsi pengetahuan lebih dibanding masyarakat biasa. Oleh karena itu, pengalaman dan interaksi mahasiswa dinilai mampu

membangun daya kritis dalam mengonsumsi media terkait kontestasi Pilpres.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini menunjukkan posisi penonton dalam mengonsumsi sajian berita Metrotv dan Tvone sebagai instrumen demokrasi melalui sajiannya sebagai bagian kontestasi Pilpres

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan perspektif interpretatif dalam mengartikulasikan kegiatan menonton dalam sebuah aktifitas tontonan. Respon penonton difokuskan pada dua teks media, Metrotv dan Tvone. Penulis mendokumentasikan berita audio-visual tahun 2014. Selanjutnya meminta informan untuk menonton kembali tanyangan agar memperkuat memori mereka pada tahun 2017 (saat penelitian ini dilakukan)

Tahap selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan informan untuk menemukan informasi pengalaman mereka, baik yang berkaitan dengan status sebagai mahasiswa dengan latar belakang sosial budaya yang beragam. Keragaman belakang seperti suku bangsa, keilmuan, dan aktivitas organisasi, dan asal daerah memiliki peranan atas praktik konsumsi berita Pilpres

Informan yang dipilih adalah Ridwan asal Bontang dengan Jurusan Teknik Mesin di Politeknik Negeri Samarinda. Rizki Pratama Julia Mandani mahasiswi Politeknik Negeri Samarinda. Sitti Rohmani Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda asal Lombok, dan Muhammad Miftahul Mubarak Presiden BEM Unmul periode 2016-2017.

Teori *Encoding-Decoding*

Audiences atau penonton merupakan elemen penting dalam sebuah praktik menonton. Produsen media menciptakan teks berdasarkan kerangka yang dimiliki (*encoding*), selanjutnya teks dibaca penonton berdasarkan setting kulturalnya (*decoding*). Oleh penonton, teks media seperti berita direspon penonton secara beragam berdasarkan pengalaman sosial dan personalnya. Stuart Hall mengidentifikasi tiga posisi penonton dalam berbagai kegiatan menonton; pertama posisi ***dominan-hegemonik***.

“Dominant-hegemonic position. When the viewer takes the connoted meaning from, say, a television newscast or current affairs programme full and straight, and decodes the message in terms of the reference code in which it has been encoded, we might say that the viewer is operating inside the dominant code”.

Posisi pertama tersebut akan tercipta manakala terjadi kesetaraan antara *encoding* dan *decoding*, makna tercipta sesuai yang dikehendaki produsen makna, seperti yang terjadi dalam news room. Hal tersebut dapat terlihat dalam sebuah tayangan program acara sebuah televisi yang akan secara mudah diterima oleh penonton sesuai dengan apa yang ingin disampaikan. Pada posisi seperti inilah, penonton memiliki kecenderungan pasif tanpa terlibat dalam kerja kultural dan terhegemoni.

Kedua, posisi ***negosiasi***. Kode ini terjadi ketika penonton memiliki alternatif penafsiran. Artinya, penonton mengonsumsi secara umum terhadap apa yang diawarkan media, akan tetapi pada saat tertentu dapat menolak atau menerima makna teks media. Kode yang dinegosiasikan beroperasi melalui apa yang disebut logika yang dikondisikan dan sifatnya partikuler. Logika ini dipertahankan oleh relasi yang tidak setara dan

berbeda terhadap wacana dan logika kekuasaan. Posisi ini menitikberatkan pada penandaan yang abstrak dan adaptasinya pada situasi tertentu.

Ketiga, posisi *oposisional*. Posisi di mana penonton memahami teks dan *connotative infection* dalam wacana televisual. Akan tetapi mendekode pesan tersebut secara umum dengan cara sebaliknya. sehingga, wacana yang diterima mengarah pada kerangka acuan alternatif.

Barker (1997) menambahkan bahwa dalam melihat penonton ada lima kerangka yang tidak dapat dipisahkan. *Pertama*, penonton dipahami sebagai produsen aktif dan memiliki pengetahuan luas dalam menciptakan makna, pemaknaan tidak melekat dalam teks yang terstruktur. *Kedua*, makna dibatasi oleh cara teks disusun dan oleh konteks domestik dan konteks kultural penonton. *Ketiga*, Penonton dipahami dalam konteks di mana mereka menonton televisi yang terikat dalam konstruksi makna dan rutinitas kehidupan sehari-hari. *Keempat*, penonton dengan mudah mampu membedakan antara fiksi dan realitas. Penonton aktif memposisikan diri dalam berbagai batas-batas tertentu. *Kelima*, proses konstruksi makna dan peran televisi dalam rutinitas kehidupan sehari-hari mengubah dari kebudayaan satu ke kebudayaan lain dalam konteks gender dan kelas terhadap komunitas kultural yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Setting Sosial Penonton di Luar Tontonan

Penelitian ini mengambil 5 orang mahasiswa sebagai informan yang sedang menempuh pendidikan di Kota Samarinda dengan disiplin ilmu yang beragam. Mereka Bontang, Bulungan, dan Samarinda. Pemilihan asal

menjadi pertimbangan karena ada keragaman pemaknaan yang dilahirkan berdasarkan pernak pernik sosial budaya yang hidup mengitari mereka. Salah satu pertimbangan mendasar pada emapt informan diatas adalah pengkategorisasian mahasiswa aktivis dan non aktivis. Lebih jelasnya, berikut deskripsi informan tersebut;

1. Muhammad Ridwan

Ridwan adalah seorang mahasiswa jurusan Teknik Mesin di Politeknik Negeri Samarinda. Berasal dari Kota Bontang, Namun sejak masih SMP, ia sudah tinggal di Kota Samarinda dan tinggal bersama tantenya. Setelah lulus dari SMK Negeri 2 Samarinda Jurusan Teknik Mesin, ia memutuskan untuk tinggal sendiri dengan *indekost* karena tidak ingin menjadi beban untuk keluarganya

Pria kelahiran tanggal 8 Juli 1996 adalah anak pertama dari 2 bersaudara. Ayahnya meninggal sejak ia masih SD Karena kecelakaan dan ibunya baru-baru saja menikah lagi walaupun Ridwan kurang menyukai ayah barunya ini. Sehari-hari Ridwan hanya pulang pergi kuliah tanpa mengikuti organisasi manapun. Di kampus, Ridwan hanya mengikuti kegiatan paduan suara, itupun karena desakan pembimbingnya.

Ridwan Kos di Jl. Slamet Riyadi Gang 6 Samarinda. Kos mengajarkannya untuk hidup mandiri dan hemat. Ia bercerita bahwa setiap bulannya, ia hanya mendapatkan kiriman sebesar Rp. 900.000,- dan harus dibagi untuk biaya tempat tinggal dan kebutuhannya sehari-hari. Kedua Orangtuanya tidak bisa mengirim lebih karena sang ayah tiri hanya bekerja sebagai pedagang bakso, dan ibu kandungnya yang hanya pedagang jamu keliling. Karena dirasa kurang, Pria beragama Islam itupun mencari

tambahan dengan aktif bekerja di sebuah perusahaan catering di Samarinda dengan penghasilan Rp 100.000,- perhari.

Kos Ridwan tidak difasilitasi Televisi. Setiap menonton tv pun, ia hanya mengandalkan streaming lewat ponselnya. Dan yang ia tonton liga spanyol karena ia sangat menyukai salah satu klub bola, yaitu Barcelona FC. Selain itu, ia memanfaatkan ponsel pintarnya untuk bermain game online (Mobile Legend). Ridwan bercerita bahwa pada pemilu 2014 kemarin, ia masuk dalam salah satu Tim Sukses pasangan calon presiden nomor urut 1, Prabowo-Hatta. Selama ia menjadi tim sukses, ia menjadi memiliki banyak teman dan mendapatkan banyak pengalaman. Namun ia tak menerangkan lebih lanjut mengenai pengalaman saat menjadi tim sukses Prabowo-Hatta.

2. Rizki Pratama Julia Mandani

Rizki Pratama Julia Mandani atau yang biasa di panggil Puput lahir di Ujung Pandang pada tanggal 22 Juli 1997. Meskipun lahir di pulau Sulawesi, Puput sejak kecil sudah tinggal di Kota Samarinda di kawasan Rawasari. Wanita ini sejak TK aktif di Sekolah Islam di Samarinda yakni TK Al-Azhar Samarinda, serta SD dan SMP di IT Cordova Samarinda. Namun jenjang SMA, ia memilih untuk bersekolah di SMA Kesatuan.

Kini, Puput adalah seorang mahasiswi Politeknik Negeri Samarinda. Ia mengambil jurusan Teknik Sipil yang dimana jurusan ini biasanya diminati oleh pria. Alasan mengapa ia memilih jurusan Teknik Sipil inipun karena dianggapnya ini adalah jurusan yang keren. Karena baginya, tidak semua orang bisa memegang alat-alat seharga ratusan juta di kampusnya kecuali mahasiswa teknik sipil. Puput pun memilih program studi rekayasa jembatan karena dianggap peluang kerjanya yang lebih menjanjikan. Uang

saku yang diterima Puput semasa kuliah berkisar antara Rp 50.000,- sampai Rp 100.000,- dan digunakan untuk beberapa hari kedepan.

Selain kuliah, Puput juga aktif kegiatan di luar kampus dalam bidang seni. Wanita ini menyukai seni sejak kecil sehingga ia pun tergabung di salah satu sanggar seni di Samarinda. Di sanggar itu ia diajari menari, berakting, bermain alat musik dan segala macam untuk mengisi waktunya. Ia pun bercita-cita menaikan nama Samarinda ke pentas nasional maupun internasional dengan kecintaan seni yang dimilikinya.

Walaupun dirumah ia memiliki tv, Puput sangat jarang untuk menontonnya. Walaupun sedang waktu kumpul keluarga, ia malah lebih asyik dengan ponsel pintarnya. Wanita berjilbab ini mengakui tidak terlalu tertarik dengan acara televisi masa kini baik itu sinetron maupun pemberitaan yang ada di dalamnya. Terkadang ia hanya mendengarkan berita di televisi namun tangan dan matanya tetap asik pada ponselnya

3. Sitti Rohmani

Sitti, itulah nama yang biasa digunakan oleh orang lain untuk memanggil Sitti Rohmani. Wanita yang masa kecilnya menghabiskan waktu di Penajam Paser Utara inipun bercerita bahwa orangtuanya memutuskan untuk tinggal di Samarinda demi memperoleh kehidupan yang lebih layak. Ayahnya seorang Mubaliq dan ibunya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga.

Sitti lahir di Mataram pada 8 Desember 1995. Wanita beragama islam inipun sejak kelas 1 sampai kelas 4 SD bersekolah di SD Negeri 38 Samarinda. Namun karena orangtuanya memutuskan untuk pindah rumah, dengan terpaksa ia pun harus ikut pindah ke sekolah yang berada

di dekat rumahnya yakni di SD Kebaktian. Ia pun bersekolah disana sampai lulus SD.

Wanita bersuku Lombok ini bercerita tentang masa SMPnya. Ia masuk di sekolah favorit di Samarinda yakni SMP Negeri 2 Samarinda yang dimana pada waktu itu sangat sulit bagi siswa dan siswi manapun diterima di sekolah itu. Ia sangat bangga karena menganggap tidak semua orang tidak seberuntung dirinya. Di SMP itu, Sitti memiliki banyak teman dan masih berkomunikasi sampai sekarang.

Pada masa SMA, Sitti kembali diterima di sekolah favorit di Samarinda, yakni SMA Negeri 2 Samarinda. Ia tak mau mengakui bahwa dirinya cerdas dan hanya bilang kalau dirinya hanya beruntung. Sekolah yang berada di tengah kota inipun membuatnya memiliki banyak teman. Namun ia tak ingin aktif di kegiatan ekstrakurikuler sekolah karena kegiatan sekolahnya dianggap cukup menyita waktunya.

Kini Sitti melanjutkan pendidikannya di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Samarinda. Ia bisa masuk ke Universitas Mulawarman dengan jalur undangan yang waktu itu diumumkan oleh sekolahnya. Mahasiswi angkatan 2016 inipun mengakui sejak kuliah ia mendapatkan uang saku Rp 30.000,- sampai Rp 40.000,- perhari. Wanita yang sehari-harinya mengenakan jilbab ini mengakui tidak ingin aktif di kegiatan-kegiatan kampus karena tugas-tugas kuliahnya sangat banyak sehingga sulit untuk membagi waktu.

Sitti mengakui walaupun ia adalah mahasiswi komunikasi, ia sangat jarang menonton televisi. Ia hanya menonton televisi disaat ada waktu luang. Sitti sehari-harinya lebih memilih untuk mendengarkan musik karena ia menganggap music membuatnya tenang. Wanita ini tpun

mengakui akan tertarik menonton televisi jika ada suatu isu yang menghebohkan sedang dibahas.

4. Muhammad Miftahul Mubarak

Muhammad Miftahul Mubarak lahir pada Hari Jumat tanggal 10 Januari 1997. Pria yang akrab disapa Mifta ini menghabiskan masa-masa kecilnya di Kecamatan Sekatak, Bulungan, Kalimantan Utara. Mifta menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 001 Sekatak yang berada tak jauh dari rumahnya. Setiap pulang sekolah, seperti anak-anak pada umumnya ia habiskan waktunya untuk bermain bulu tangkis di halaman depan rumahnya.

Di tahun 2008, Mifta melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Sekatak yang merupakan sekolah unggulan di Bulungan. Namun Mifta merasa kurang mendapatkan tantangan sehingga ia ingin mencoba untuk bersekolah di luar daerah. Hingga pada saat SMA, dengan modal keberanian dan usaha kerasnya ia berhasil tes masuk ke SMA 10 Plus Melati yang merupakan sekolah elit swasta yang ada di Kota Samarinda.

Selama masuk di SMA 10 Plus Melati, ia tinggal di asrama sekolah. Pria berambut klimis itupun bercerita bahwa selama bersekolah disana, ia belajar untuk nilai kedisiplinan. Peraturan di asrama sangat ketat dan apabila tidak menjalankan aturan tersebut maka seluruh teman sekamar akan di hukum. Mifta terkenal sering mengganggu teman-temannya sehingga tak jarang ia selalu di hukum oleh gurunya. Selama 3 tahun bersekolah dan tinggal di asrama, ia merasa telah banyak berubah dan menjadi disiplin.

Ternyata jalan Mifta untuk melanjutkan pendidikan ke bangku kuliah tidaklah mudah. Ia tidak lulus saat mendaftar di Fakultas Kedokteran

Universitas Mulawarman melalui jalur undangan. Namun bukannya putus asa, ia malah mencoba lagi mendaftar di universitas yang sama lewat jalur tes dan akhirnya diterima di Fakultas Kesehatan Masyarakat.

Selama berkuliah, Mifta tinggal di rumah kontrakan daerah Jalan Juanda dengan kiriman Rp 750.000,- perbulan. Kini ia menyibukkan diri di organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa Kesehatan Masyarakat dan terpilih menjadi Presiden BEM periode 2016-2017. Mifta mengaku mendapatkan banyak pengalaman selama aktif berorganisasi. Ia menyayangkan mahasiswa yang selama berkuliah tidak masuk ke dalam organisasi karena pengalaman yang didapatkan bisa dipakai dalam dunia kerja. Pria keturunan Bugis-Jawa inipun menuturkan pula bahwa dengan aktif berorganisasi, kita juga belajar untuk mengatur pembagian waktu.

B. *Encoding* Berita Kampanye

Aktivitas kampanye pasangan calon presiden Jokowi di tayangan berita Metrotv dan calon presiden Prabowo di tayangan berita Tvone tahun 2014 dapat menjadi contoh riil bagaimana media elektronik memosisikan berita yang seakan-akan menjadi sebuah keberpihakan kampanye pemilihan presiden 2014 lalu.

Peneliti telah memilih dua video yang berhubungan dengan aktivitas kampanye pasangan Capres dan Cawapres 2014. Video pertama diambil pada saat siaran live kampanye Jokowi di Subang di salah satu acara Prime Time Metrotv dan video kedua menampilkan siaran kampanye Prabowo di Makassar dan telah dikemas oleh Tvone.

Berita Prime Time Metrotv menayangkan pidato kampanye Jokowi di Subang. Dalam berita tersebut, Jokowi lebih banyak memaparkan tentang beberapa program kerja, salah satu diantaranya adalah menyejahterakan petani dan akan tetap blusukan jika Ia terpilih nanti sebagai presiden RI periode 2014-2019.

Berbeda dengan penayangan berita di Kabar Petang Tvone, Prabowo lebih banyak mendorong rakyat untuk menggunakan hak pilihnya di tanggal 9 Juli 2014 karena nasib negara Indonesia lima tahun ke depan berada di tangan rakyat.

Dengan demikian, pemikiran kritis dapat terjadi sebaliknya bila kita mengamati konstruksi sebuah tayangan berita di televisi dari kedua video tersebut. Melalui narasi cerita menggiring keseluruhan adegan dalam tayangan berita, pemilihan *shoot* dan *angle*, begitu juga pemilihan diksi dengan pemilihan judul yang ditampilkan kedua video berita tersebut mewakili pesan yang disampaikan oleh tayangan berita tersebut. Seperti yang ditampilkan dalam shoot berikut ini :



Gambar 1



Gambar 2

Dalam *shoot* tersebut diperlihatkan bagaimana berita itu dikemas dengan headline “Presiden Pilihan Kita” oleh Metrotv. Dalam gambar 1,

presenter mengatakan bahwa calon presiden nomor urut 2 Joko Widodo berjanji akan tetap blusukan jika ia kelak menduduki kursi presiden RI, pada *scene* ini tertera judul berita “Presiden Pilihan Kita” yang memiliki maksud perwakilan isi berita. Khusus pada kampanye Jokowi.

Kemudian, gambar 2 terlihat Jokowi selalu memperlihatkan dua jarinya sebagai simbol nomor urut pencalonannya, cukup banyak ditampilkan dalam video tersebut dan diakhir video seluruh pendukung yang hadir pada saat kampanye ikut mengangkat simbol yang sama seperti Jokowi lakukan. Adegan dalam berita ini sesungguhnya, calon presiden Joko Widodo mencoba untuk menanamkan simbol jari kepada para pendukungnya, dan para pendukungnya diharapkan dapat menyebarkan simbol kepada masyarakat lainnya.



Gambar 1



Gambar 2

Begitu juga terlihat dalam beberapa *angle* kamera dan *shoot* yang dipilih pada video berita Kabar Petang Tvone tentang kampanye Capres nomor urut 1 di Makassar. Dalam adegan gambar 1 dan 2, tertera headline berita “Presiden Pilihan Rakyat” terlihat Capres nomor urut 1 sedang melakukan orasinya di depan seluruh pendukungnya. Headline dalam adegan ini memiliki maksud sebagai perwakilan isi berita khususnya pada kampanye capres nomor urut 1. Kemudian pada gambar 4, pengambilan gambar

secara luas yang dilakukan oleh jurnalis Kabar Petang memberikan arti tersendiri yaitu memperlihatkan banyaknya antusiasme pendukung capres nomor urut 1 di Kota Makassar.

Dari makna gambar-gambar ini sesungguhnya sudah dapat tanda petik terbaca bagaimana setiap media mengemas berita tentang aktivitas kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon presiden periode 2014-2019. Meskipun narasi berita tersebut seolah-olah menyampaikan kejadian di lapangan saat kampanye namun tidak secara keseluruhan media yang seharusnya memberikan informasi secara jelas mengenai calon presiden-wakil presiden yang dapat menentukan nasib Indonesia lima tahun ke depan.

Persoalannya sekarang adalah ternyata berita di media tertentu terbukti tidak terlihat sedang “benar-benar” menginformasikan suatu berita secara netral. Namun justru memperlihatkan bagaimana media sebagai industri politik “menciptakan” realitasnya sendiri dengan memperlihatkan perbedaan pola setiap *shoot* atau *angle* yang ditampilkan masing-masing media (Metrotv dan Tvone). Pengambilan *shoot* Jokowi di Metrotv secara *close up* memberikan arti bahwa seolah-olah ingin memfokuskan pada pidato kampanye capres nomor urut 2. Berbeda dengan pengambilan *shoot* Prabowo di Tvone secara luas memperlihatkan kuantitas massa selama kampanye.

Kemudian, perbedaan headline di masing-masing berita hanya berbeda di bagian “kita” dan “rakyat”. Hal ini dapat mengundang banyak arti di setiap benak penonton terutama pada peneliti. Peneliti menganggap bahwa headline berita yang disampaikan tidak murni sepenuhnya sebagai

informasi tetapi lebih kepada sebuah pencitraan atau intervensi kepada masyarakat Indonesia.

Pertanyaan kemudian yang muncul bagaimana sekarang bila teks media dihadapkan dengan khalayak atas peristiwa kontestasi Pilpres? Apakah khalayak juga membaca hal yang sama seperti yang diharapkan oleh media yang bersangkutan, yang tidak semata-mata untuk menyampaikan informasi mengenai aktivitas kampanye Capres. Sebaliknya, apa mungkin ada kenyataan lain dapat muncul dengan melihat tayangan berita sebagai salah satu media industri politik yang dapat merepresentasikan realitas jauh dan realitas aslinya yang terjadi di masyarakat. Bagaimana konsep sisi lain dari makna yang telah disajikan oleh dalam kedua tayangan berita sehingga peneliti hadirkan sebagai pemikiran kritis terhadap suatu tayangan berita, apakah dapat dibaca juga oleh khalayak?

C. *Decoding* dan Respon Penonton Terhadap Berita Tvone dan Metrotv

Penekanan isu yang dipilih untuk ditanyakan kepada informan berkaitan pada persoalan : Bagaimana respon penonton terhadap dua tayangan berita yang disajikan oleh peneliti dan apakah informan menyadari makna *shoot* dan *angle* dalam masing-masing tayangan berita?

Mahasiswa yang diharapkan memiliki peran penting dan ikut andil dalam mengawal perpolitikan Indonesia bersama medianya. Dari lima informan ternyata memiliki tanggapan yang berbeda-beda terhadap sudut pandang melihat dua tayangan video berita Metrotv dan Tvone. Rizki Pratama Julia Mandani alias Puput dan Sitti Rohmani alias Sitti memiliki pernyataan yang sama terhadap dua video yaitu berita Jokowi-Metrotv dan

berita Prabowo-Tvone. Mereka memiliki pendapat bahwa aktivitas kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon presiden 2014 sudah sangat baik dan ideal di media. Seperti penuturan dari Puput berikut ini tentang berita Prime Time di Metrotv:

“Melihat Jokowi *bawaanya* adem, kalem, dan *gestur* tubuhnya juga tidak berlebihan jadi apa yang disampaikan mudah untuk dicerna bagiku terutama sebagai penonton.”

Adapaun tanggapan Puput dalam terhadap tanyangan berita kampanye Kabar Petang Tvone masih senada dengan pernyataan saat menonton Metrotv. Puput memiliki memiliki kecenderungan penilaian kedua berita tersebut berdasarkan karakter yang melekat pada kedua calon presiden tersebut. Jokowi tampil dengan kebersahajaan dan Prabowo dengan ketegasan. Sebagaimana penuturan Puput berikut ini;

“Menurutku, Prabowo *sih ya gitu* keliatan *banget* orangnya tegas, keliatan *banget* dari *gestur* tubuhnya mengangkat tangannya, nada bicaranya juga tegas dan jelas, kuat *bangetlah* pribadinya.

Dalam wawancara yang dilakukan peneliti, Puput beranggapan bahwa kedua tayangan berita tersebut sudah sesuai dengan tema berita yang menceritakan aktivitas kampanye kedua calon presiden tersebut, baik pemberitaan kampanye Jokowi di Metrotv dan juga Prabowo di Tvone , informan beranggapan tayangan berita tersebut sudah pantas dan wajar dalam memperkenalkan serta menginformasikan kepada masyarakat seluruh indonesia mengenai sosok calon presiden baik no urut 1 dan nomor urut 2.

Puput dalam percakapan ini terlihat netral selama memberikan tanggapannya mengenai pemberitaan yang disajikan oleh peneliti, peneliti

melihat informan lebih banyak memberikan tanggapannya terhadap kedua sosok capres yang diberikan, baik dari sisi sikap dan penampilan. Melihat latar belakang informan sebagai salah satu seniman sanggar yang cukup terkenal di Samarinda, tidak heran puput lebih tertarik memberikan tanggapan kepada kedua sosok capres, seperti gaya bicara capres dan gestur tubuh yang digunakan. Sebelumnya informan menjelaskan bahwa banyak hal Ia pelajari ketika berada didalam sanggar seni tersebut, belajar mengenai mimik seseorang, cara berbicara, gestur tubuh, dan masih banyak lagi.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penilaian puput berkorelasi dengan aktivitas yang Ia llokoni saat itu sebagai penari. Bagi seorang penari, kekuatan mimik wajah sangat penting dalam setiap pertunjukan. Dalam konsep pemosisian Stuart Hall, Puput masuk kategori *dominan hegemonik*

Penilaian Puput masih memiliki kemiripan pola penilai Sitti. Puput memperhatikan pembawan Capres berdasarkan tampilan fisik kedua calon, sedangkan Sitti lebih menitikberatkan sisi produksi kedua media tersebut termasuk *angel* dan *shoot* pengambilan gambar serta diksi penggunaan judul dalam berita. Sitti menilai kedua media tersebut dengan cara membandingkan, misalnya dari sisi kualitas video Ia menilai Metrotv lebih baik dibandingkan Tvone. "*Pandangan saya sih, video kampanye keren, bagus mengusung tema revolusi mental*". Penilaian tersebut menunjukkan bahwa Sitti menyakini bahwa media akan membingkai sebuah peristiwa berdasarkan keinginan media itu sendiri sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Sitti

"Sepengetahuan saya, setiap televisi itukan punya dukungan terhadap beberapa kaum politik dan penguasa lainnya, tapi kalau Metrotv

menyajikan beritanya sih lebih *real* dan apa adanya *aja*, tidak dilebih-lebihkan dalam mencitrakan Jokowi”

Beralih ke video berita Prabowo di Tvone , Sitti juga memberikan tanggapan yang berbeda setelah menonton video berita kampanye Prabowo di Tvone, sebagaimana penuturan Sitti berikut ini :

“...Menurutku berita Tvone ini, kameramen sering sekali mengubah *style shoot* pengambilan gambar, dari yang jarak dekat memfokuskan ke Prabowo, setelah itu mengambil jarak jauh memperlihatkan massa pendukung yang begitu banyak, menurutku ini memiliki arti bahwa Tvone ingin memperlihatkan antusiasme pendukung Prabowo saat kampanye dilakukan. Sedangkan di berita Jokowi tadi, kameramen lebih banyak mengambil dengan jarak dekat, yang lebih memfokuskan Jokowi yang melakukan orasi kampanye, disini saya mengartikan bahwa Metrotv ingin lebih memfokuskan kepada konten isi dari pidato kampanye Jokowi”

Selain hal diatas. Sitti juga memprobelematisasi penggunaan Judul Metrotv “*Presiden pilihan Kita*” dan Judul “*Presiden pilihan Rakyat*” yang ditulis Tvone. Bagi Sitti, penggunaan diksi ‘*rakyat*’ berkesan memaksa. Dengan demikian, secara keseluruhan peneliti menilai bahwa sikap kritis yang dimiliki Sitti tidak proporsional. Ketika menanggapi berita Tvone, Sitti sangat resisten. Namun ketika bicara Metrotv ia menilai hal wajar.

Sitti lebih banyak membicarakan tentang makna dari setiap sajian berita mengenai kampanye kedua Capres dimasing-masing media, Sitti selalu memberikan makna tersendiri yang ia peroleh dari awal sampai akhir kedua tayangan berita tersebut. Melihat latar belakang informan sebagai seorang Mahasiswi Jurusan Ilmu komunikasi, tidak heran jika Sitti lebih tertarik membahas setiap makna yang ia tangkap dari kedua sajian tayangan berita tersebut, hal ini juga dibenarkan oleh informan, ia

beralasan bahwa hal ini didukung karena ia mempelajari beberapa materi mengenai suatu makna dalam suatu tayangan, ia menyakini bahwa simbol atau potongan gambar memiliki makna tersendiri, Itulah alasan penguat yang disampaikan Sitti, lebih tertarik membahas makna dari kedua sajian tayangan berita antara Tvone dan Metrotv tentang kampanye calon presiden RI.

Hal senanda tentang penilaian konten kedua berita diperoleh dari informan Ridwan. Ridwan secara tegas mengkritisi kedua media tersebut, Ridwan berpendapat bahwa berita yang ada di acara *Prime Time News* Metrotv lebih menyangkan sosok Jokowi yang pro rakyat kecil dengan tetap blusukan. Namun Ia menyayangkan Metrotv memberitakan Capres tapi yang dihadirkan hanya Jokowi, sebagaimana penuturannya;

“Saya tidak pernah menonton televisi. Namun setelah melihat tayangan ini, saya jadi tau bahwa Metrotv memihak ke Jokowi. Disitu tulisannya “Presiden Pilihan Kita” tapi *kok* yang dimunculkan hanya Jokowi saja sedangkan Prabowo tidak. Presenter pun juga tidak terlihat membacakan berita untuk kedua calon. Hanya membacakan Jokowi saja, *angle* di berita itu juga memperlihatkan bahwa Jokowi pro kepada petani. Padahal tidak! suara-suara pendukung Jokowi saat itu saya rasa dinyaringkan agar terlihat massa yang mendukung sangat ramai.”

Setelah berkomentar tentang tayangan berita Jokowi, peneliti pun memperlihatkan tayangan berita Tvone. Ridwan pun berkomentar seperti di bawah ini:

“Sangat kentara sekali kalau Tvone membela Prabowo. Apalagi dari judul beritanya “Presiden Pilihan Rakyat” . presenternya bilang “Prabowo rela *berpanas-panasan*” itu sudah kelihatan sekali bahwa Tvone menjagokan

Prabowo. Dan sama saja, tidak ada pula tanda-tanda yang memperlihatkan mereka akan menyangkan Jokowi. Baru pidato Prabowo yang diambil itu di bagian rela berpanas-panasan saja. Sedangkan tema lain yang dibicarakan tidak terlalu dimunculkan. Gambar yang *dishoot* pun memperlihatkan Prabowo sedang berdiri berkampanye menyuarakan suaranya. Tidak dillihatkan Prabowo sedang duduk beristirahat. Itu artinya pengeditan gambar di Tvone sudah disetting sedemikian rupa. Saya melihat sosok Prabowo ditayangkan sangat berwibawa dan pantas untuk menjadi seorang Presiden karena bagi saya di video ini ia pun terlihat sangat karismatik”.

Apabila kita melihat tanggapan dari Ridwan, ia lebih banyak mengomentari judul berita dari kedua video tersebut yang berbicara tentang *Presiden Pilihan Kita* namun kedua tayangan berita dari televisi tersebut hanya menampilkan sosok dari masing-masing dukungan mereka. Isi dari pemberitaan tersebut pun dianggap Ridwan berbicara tentang citra baik yang ditampilkan oleh kedua capres dengan melihat Jokowi lebih pro dengan petani dan melihat Prabowo lebih merakyat. Latar belakang Ridwan sebagai mantan Tim Sukses Pemenangan Prabowo pada tahun 2014 kemarin tidak menganulir sikap kritis Ridwan terhadap kedua tayangan media tersebut. Ridwan menyadari bahwa kontestasi politik memiliki afiliasi terhadap media. Hal menarik dari sikap Ridwan adalah penilaian kritis yang dialamatkan pada kedua media tersebut, padahal Ridwan menurut bukanlah seorang aktivis.

Informan yang berlatang belakang aktivis lainnya adalah Muhammad Miftahul Mubarak. Dunia kampanye bagi Mobarok merupakan realitas politik yang akan dijalani oleh setiap kontestan politik. Diantara informan

yang diteliti, hanya Mobarok yang memiliki memori dan pengetahuan yang komprehensi tentang kedua calon Presiden tahun 2014 lalu. Hasil wawancara peneliti menunjukkan bahwa Mubarak berada pada posisi resisten terhadap semua tanyangan yang diproduksi media massa. Posisi resisten Mobarok tergambar dalam pernyataan sebagai berikut;

“Kebanyakan orang disana mungkin berpikiran kenapa Metrotv-Jokowi terus Tvone-Prabowo mungkin karena setiap masing-masing stasiun itu pemimpinnya adalah pemilik partai yang sedang mengusung calonnya masing-masing. Surya Paloh mengusung Jokowi dari Nasdem dan Aburizal Bakrie mengusung Prabowo di Koalisi Merah Putih.

Bagi Mubarak, TV sebagai alat penyebar informasi berpretensi melahirkan kode tertentu. Dengan latar belakang Mubarak sebagai Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat dan pernah secara aktif daalam proses politik ala kampus. Mubarak membangun pemaknaan berdasarkan kode-kode atau simbol yang ditampilkan termasuk daam kedua video yang dihadirkan peneliti.

“Walaupun yang biasanya kita tidak punya pilihan tapi karena kita sering melihat *gaya-gaya* dari *gesture*-nya atau karena melihat Metrotv dan Tvone mungkin yang terbersit adalah tangan nomor dua pak Jokowi atau Baju warna putih Pak Prabowo dan kata-kata yang dibilang rela berpanas-panasan bersama rakyatnya.”

Posisi penonton yang ditempati Mifta memiliki kemiripan berdasarkan pengalaman empiriknya ketika mencalonkan diri sebagai Presiden BEM di Unmul. Kehidupan politiknya kampus yang pernah dilakoni Mubarak memberi warna terhadap pemaknaan dan penggunaan simbol tertentu.

KESIMPULAN

Program acara Prime Time Metrotv dan Kabar Petang Tvone melalui dua tahap penting, yaitu *Encoding* dan *Decoding*. *Encoding* yang dihadirkan kedua berita tersebut pada masa kampanye menunjukkan bahwa tidak ada netralitas kedua siaran tersebut dengan cara menunjukkan sisi baik masing-masing calon yang diusung oleh pemilik media tersebut. Selanjutnya, penonton melakukan *decoding* secara beragam dengan rincian sebagai berikut.

1. Latar belakang Rizki Pratama Julia Mandani sebagai penari sangat berkontribusi dalam meresepsi pesan yang dihadirkan kedua media tersebut. Puput, sapaan Rizki Pratama Julia Mandani, secara eksplisit menilai Prabowo dan Jokowi berdasarkan tampilan alami yang dimiliki kedua Capres tersebut dengan pertimbangan mimik wajah mereka, sehingga Puput berada dalam posisi *dominan hegemonik*
2. Latar belakang aktivis tidak berarti memiliki sikap kritis terhadap teks media, kecuali Muhammad Miftahul Mubarak yang resisten terhadap tayangan berita politik. Sedangkan Ridwan, mahasiswa non aktivis, berada pada posisi resisten dan lebih kritis dibandingkan dengan Sitti Rohmani dengan latar belakang aktivis sekaligus mahasiswa Ilmu Komunikasi. Sitti Rohmani berada pada posisi *dominan hegemonik* ketika membicarakan berita Pilpres Metrotv

DAFTAR REFERENSI

- Ang, I., 1985, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London: Routledge Kegan & Paul.
- Barker, C, 2009, *Cultural Studies: Teori dan Praktek*. (Judul Asli: *Cultural Studies, Theory and Practice*), Yogyakarta: Kreasi Wacana.

- Creswell, J. W., 2009, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Judul Asli: *Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approach. Third Edition*), Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fiske, J., 1990, *Introduction to Communication Studies Second Edition*, London: Routledge.
- Hall, S., 1980, "Encoding/Decoding" dalam *Culture, Media, Language* (eds. Hobson, D. Lowe, Andrew. and Willis, Paul), London: Routledge.
-, 1990, "Cultural Identity and Diaspora" dalam *Identity, Culture, Difference* (ed. Jonathan Rutherford, London: Lawrence dan Wishart.
- Herman, Edward S and Chomsky, Noam, 1998, *Manufacturing Consent : The Political Economy of the Mass Media*, London: Vintage Publishing
- McQuail, D., 1997, *Audience Analysis*, California: Sage Publications Inc.
- Morley, D., 2003, "Active Audience Theory Pendulums and Pitfalls" dalam *Television: Critical Concepts in Media And Cultural Studies* (ed.) Miller, Toby. London: Routledge.
- Ott, B.L. dan Mack R. L., 2010, *Critical Media Studies an Introduction*, Singapore: Wiley-Blackwell.