

Media Lokal versus Pemilukada

REPRESENTASI KEPENTINGAN POLITIK DI RUANG PUBLIK?

Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) secara langsung – yang mulai digulirkan pada tahun 2005 – memang bisa menimbulkan berbagai bentuk kerawanan di daerah, karena terjadinya benturan (konflik) kepentingan. Karena itu, pembelajaran penting bagi proses penguatan demokrasi di tingkat lokal ini, tentu saja tidak disia-siakan oleh media cetak nasional maupun media cetak lokal (setempat).

HAL ini bukan saja karena media (pers) melihat ada potensi nilai berita dari pemilukada seperti nilai dampak atau konflik, tetapi di sisi lain bagi media, pemilukada jadi lahan tersendiri bagi mereka menanggung keuntungan melalui peningkatan omzet pemasangan iklan dari para kontestan (calon kepala daerah) yang akan bertarung dalam pemilukada.

Begitu juga dengan eskalasi "nafsu" ekonomi politik media lokal menjelang pemilukada (Pilgub) Sumsel 2013, sejumlah kepentingan berlomba "menguasai" ruang publik guna menciptakan opini publik yang dianggap sebagai bukti penerimaan publik terhadap gagasan mereka. Disinilah media cetak lokal menjadi amat berperan, bahkan menentukan.

Sejalan dengan konteks sangat berperan dan menentukan itu, posisi media lokal dalam menciptakan bahkan menguasai ruang publik selama tahapan pelaksanaan Pilgub Sumsel, telah memunculkan berbagai analisa atas kuatnya indikasi dominasi penguasaan media sebagai ruang publik oleh kandidat-kandidat yang bermodal kuat dalam konteks sosialisasi dan pencitraan politik kandidat menjelang pelaksanaan pilgub.

Dugaan dominasi itu, jika dicermati

dengan seksama, memang cukup beralasan. Apalagi jika indikator dominasi itu dilihat dari sisi bahwa *space* sosialisasi untuk para kandidat dalam mempengaruhi sikap dan pilihan calon pemilih, baik berupa berita maupun advertorial, lebih didominasi atau bahkan "dikuasai" oleh kandidat tertentu.

Apalagi jika menilik "kandidat tertentu" tersebut memang dipandang memiliki modal politik (dukungan parpol besar) serta kemampuan finansial yang kuat dan besar. Maka, dominasi itu atau bahkan dugaan keberpihakan media cetak lokal tersebut menjadi tak terhindarkan. Secara lebih tegas dapat dikatakan, dominasi kandidat yang memiliki modal politik dan finansial yang kuat tersebut dalam menguasai *space* sosialisasi di media, seiring-sejalan dengan upaya media untuk mencengkramkan kepentingan politik dan ekonominya.

Dalam pemilu, media juga mempengaruhi perilaku masyarakat sebagai calon pemilih. Secara luas, media lebih cenderung menguatkan tujuan-tujuan yang ada dalam pemungutan suara daripada mengubahnya. Peran utama media dalam suatu pemilu ialah menfokuskan perhatian masyarakat pada kampanye

yang sedang berlangsung serta berbagai informasi seputar kandidat dan isu politik lainnya. Walaupun mungkin tidak memberi dampak langsung untuk merubah perolehan jumlah suara, namun media tetap mampu mempengaruhi banyaknya suara yang terjadi dalam suatu pemilu.

Singkatnya, media mempunyai poisisi yang paling strategis di antara elemen negara yang lain seperti birokrasi, eksekutif, legislatif, yudikatif bahkan sampai partai politik karena media mempunyai senjata yang ampuh yaitu dapat mempengaruhi opini publik dan menggiring persepsi masyarakat untuk mencapai tujuannya.

Oleh

Hendra Alfani

Direktur Eksekutif Lingkar Prakarsa
Insitute dan Staf Pengajar
FISIP UNBARA

Media juga dapat menjadi sarana yang efektif untuk mengkonstruksi *image* atau citra bahkan menjatuhkan lawan politik tertentu pun dapat dilakukan dengan strategi penguasaan media. Media juga dapat berperan untuk mengalihkan perhatian publik dari isu-isu sensitif yang menyangkut kebijakan pemerintah, misalkan pemerintah sedang menggodok kebijakan tertentu, media mempropaganda masyarakat dengan isu kasus video mesum mirip artis terkenal dan lain sebagainya. Sehingga pada saat ini terdapat adagium yang berlaku yaitu "barangsiapa yang ingin menguasai dunia maka kuasailah media".

Pemilu merupakan suatu

instrumen yang tidak dapat dipisahkan dari demokrasi, karena pemilu merupakan tonggak bagi tegaknya demokrasi. Begitu juga halnya dengan keberadaan Pemilukada. Pemilukada secara langsung merupakan tonggak sejarah yang sangat penting bagi pengembangan demokrasi di daerah, setelah pada masa sebelumnya dilakukan secara perwakilan oleh DPRD yang dalam praktiknya sarat dengan manipulasi dan politik "dagang sapi" antarelit.

Dalam khasanah ilmu politik, media massa sering dikatakan sebagai "kekuasaan keempat" (*the four estate*) setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Media massa juga dikatakan sebagai pilar demokrasi yang bisa memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Selain itu media massa juga dijuluki sebagai anjing penjaga (*watch dog*).

Memang dalam perkembangannya, media tak dapat menolak ekstase godaan kue iklan politik yang begitu menggirikan. Apalagi godaan itu berkelindan dengan mulai tumbuh-suburnya nafsu media untuk terlibat secara "eksplisit" dengan urusan-urusan yang berbau politik, demi menyalurkan kepentingan ekonomi

media, yang dalam satu dasawarsa terakhir telah menjadi ideologi utama media massa di Indonesia.

Terlepas dari semua itu, sebagai khalayak (publik), tentu tak salah jika kita melontarkan pertanyaan mendasar seperti: "Apakah dalam konteks perhelatan pemilukada media massa mampu menjadi ruang komunikasi yang bersifat multi-arah bagi publik?" Atau dalam konteks pemilukada: "Apakah media massa "bersedia" merepresentasi kepentingan sosial dan politik khalayak di ruang publik?"

Harapan kita, jawabannya: "Ya!" Terlepas bahwa media massa lokal tak dapat mengabaikan syahwat kepentingan politik dan ekonominya yang sudah menjadi *trending topic* ketika masa pemilu atau pemilukada terhampar di

depan mata. Tetapi ada sisi dan presisi yang tetap harus dijaga serta dikedepankan oleh media: menjadi representator kepentingan sosial dan politik khalayak di ruang publik. Semoga! (*ce3)



SUPEMEN PEMILUKADA Sumatera Ekspres

Dewan Redaksi: H Subki Samawi, Muwarni, Yunita Ayu, H Mahmud, Agus Srimudin, St Reno Irawan, A Rosidi, **Tim Redaksi:** Nursari Marwah, Karsono, Martha Hendratmo, Sri Mulatsari, Andri Irawan, Novia Rina Rianti, Edward Desmamora, Muhammad Irfan Bahri, Chuzairin, Abdul Malik, Evan Zumarli, Kris Samiaji, **Copy Editor:** J Faradilla, Burmansyah, Muhammad Azhari, Lia, Linda, **Design Grafis:** Erwan Tri Cahyo, Dimas Sagala Iklan, Dwitri Kartini, Lisa Lestari, **Pemasaran:** Rappi Darmawan, Nova Ibtaba, **Pracetak:** KM. Hailendi, Muhajir, Edi Pumomo, Dandy Andreas, Mario Alfiansyah, Widi Jenery, Debby Kamando.

Alamat Redaksi/Sirkulasi/Iklan: Gedung Graha Pena Palembang, Jl Kol H Barlian No 773, Telp (0711) 411768, 415263, 415264, 419503. Fax (0711) 420066. <http://www.sumeks.co.id> email:redaksi_harian@sumeks.co.id
Pencetak: Percetakan PT Sumex Intermedia (Isi di luar tanggung jawab percetakan)