

LAPORAN PENELITIAN
KONTRAK NOMOR : 082/RUTIN/VIII/1997

Judul :

**PEMBERITAAN KAMPANYE PEMILIHAN UMUM
OLEH PERS NASIONAL YANG TERBIT DI JAKARTA
SELAMA MASA KAMPANYE 27 APRIL - 23 MEI 1997**

Oleh :

1. ILHAMDI TAUFIK, S.H. (Ketua)
2. SALDI ISRA, S.H. (Anggota)
3. TARMIZI HOSEN, S.H. (Pembimbing)



DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
Lembaga Penelitian UNIVERSITAS ANDALAS
Dibiayai Dengan Dana Rutin
Universitas Andalas

Pemberitaan Kampanye Pemilihan Umum Oleh Pers Nasional Yang Terbit Di Jakarta Selama Masa Kampanye 27 April-23 Mei 1997)

(Ilhamdi Taufik, Saldi Isra dan Tarmizi Hosen, Fakultas Hukum Universitas Andalas Padang, 32 halaman, Dana Rutin Unand 1997 / 1998)

ABSTRAK

Berdasarkan PP Nomor 37 Tahun 1990 yang kemudian diperbaiki dengan PP Nomor 74 Tahun 1996 tentang "Pelaksanaan UU Pemilihan Umum", Pemilu dilaksanakan mencakup kegiatan :Pendaftaran pemilih./Jumlah WNI, Penetapan jumlah anggota yang dipilih untuk tiap daerah pemilihan, pengajuan nama dan tanda gambar organisasi, pengajuan calon, kampanye pemilihan umum, pemungutan suara, penetapan hasil pemilihan dan pengambilan sumpah anggota Dewan Perwakilan Rakyat".

Dari rangkaian proses pelaksanaan pemilu, masa kampanye menjadi tahapan yang paling banyak mendapat perhatian masa pemilih. Pada tahap ini Organisasi Peserta Pemilu (OPP) berusaha mendapat dukungan yang lebih luas dari masyarakat untuk memenangkan pemilu. Kampanye diadakan dalam bentuk Rapat Umum, Pertemuan Umum, Penyiaran melalui RRI dan atau TVRI dan Penyebaran Kepada Umum dan atau pemasangan di tempat umum Kompas Poster, Plakat, Surat Selebaran, Slide, Film, Kaset Piringan Video, Spanduk, Brosur, Tulisan dan Penggunaan Media Cetak, serta penyebaran dengan alat peraga lainnya.

Melihat bentuk kampanye tersebut, peran media masa terutama pers mempunyai posisi yang strategis. Karena keadaan tersebut, menimbulkan masalah yang paling krusial selama ini yaitu keberpihakan pers terhadap OPP yang dekat dengan "sumbu kekuasaan". Ini sangat mencemaskan untuk mewujudkan keseimbangan dalam pemberitaan (*fairness*). Pers sangat ampuh untuk mempengaruhi pendapat umum (*Public Opinion*).

Dengan teknik *Purposial Sampling*, penelitian ini mengambil "Kompas", "Media Indonesia" dan "Republika" untuk melihat penyampaian berita Kampanye oleh Pers Nasional yang terbit di Jakarta selama masa kampanye 27 April - 23 Mei 1997. Dengan sifat deskriptif dan mengambil bahan-bahan sekunder oleh ketiga media tersebut, didapat hasil, bahwa pemberitaan pers pada masa kampanye pemilu 1997, lebih berimbang. Kalaupun ada yang mendapat berita lebih luas, itu bukanlah OPP yang lebih dekat dengan "sumbu kekuasaan".

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilu telah menjadi tradisi yang amat penting di negara modern dewasa ini, bahkan kehadirannya cenderung disakralkan sebagai sarana partisipasi politik rakyat yang akan memberikan warna dalam kehidupan ketatanegaraan bangsa.

Di Indonesia, pemilu adalah "mesin" awal yang akan menggerakkan mekanisme ketatanegaraan lima tahunan. Dimana hasil pemilu akan bermuara pada terbentuknya Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR). Lembaga inilah yang akan membuat arahan pelaksanaan ketatanegaraan Indonesia lima tahun ke depan. Dengan demikian pelaksanaan pemilu harus semakin ditingkatkan kualitasnya.

Dalam TAP MPR Nomor II/MPR/1993 tentang "Politik Dalam Negeri" Sub e disebutkan bahwa :

"Pemilihan Umum sebagai sarana kedaulatan rakyat dalam demokrasi pancasila diselenggarakan oleh presiden/Mandataris MPR berdasarkan asas langsung, umum, bebas dan rahasia, perlu terus ditingkatkan kualitas penyelenggaraan dengan memberi peranan yang efektif kepada organisasi peserta pemilihan umum, baik dalam kegiatan perencanaan, pelaksanaan maupun pengawasan pemilihan umum dari tingkat pusat sampai daerah".

Secara teknis, pelaksanaan pemilu tidak hanya diartikan sebatas pada kegiatan pemungutan suara (pencoblosan), tetapi mencakup seluruh kegiatan penyelenggaraan pemilu mulai dari pendaftaran pemilih sampai terbentuknya Badan Perwakilan Rakyat. Jadi, pemilu

merupakan sebuah proses untuk mewujudkan kedaulatan rakyat.

Dari rangkaian proses pelaksanaan pemilu,¹⁾ masa kampanye akan menjadi tahapan yang paling banyak mendapat perhatian masyarakat, apalagi Organisasi Peserta Pemilu (OPP). Pada tahap ini OPP berusaha menarik sebanyak mungkin dukungan dari massa pemilih (voter). Menurut Saratri Wilonuyudho, kampanye pada hakekatnya adalah upaya "menjual" keyakinan. Dan seperti dalam Hukum Dagang, maka si penjual keyakinan itu akan berupaya agar si pembeli percaya terhadap kualitas barang dagangannya.²⁾

Kampanye dilakukan dalam bentuk Rapat Umum, Pertemuan Umum, Penyiaran melalui RRI dan atau TVRI dan penyebaran kepada umum dan atau pemasangan di tempat umum Kompas Poster, Plakat, Surat Selebaran, Slide, Film, Kaset Piringan Video, Spanduk, Brosur, Tulisan dan *Penggunaan Media Cetak*, serta penyebaran dengan alat peraga lainnya.³⁾

1) Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 1990 Tentang "Pelaksanaan UU Pemilihan Umum". Pemilu dilaksanakan mencakup kegiatan; pendaftaran pemilih/Jumlah WNI, Penetapan Jumlah Anggota yang dipilih untuk tiap daerah pemilihan, pengajuan nama dan tanda gambar organisasi, pengajuan calon, penelitian calon, kampanye pemilihan, pemungutan suara, penghitungan suara, penetapan hasil pemilihan dan pengambilan sumpah anggota Dewan Perwakilan Rakyat. Bandingkan dengan PP No. 74 Tahun 1996 Tentang "Pelaksanaan UU Pemilihan Umum".

2) Saratri Wilonoyudho. *Ritual Kampanye Ala Indonesia*, Harian Kompas, 3 Mei 1997, hal. D.

3) Lihat Keppres Nomor 99 Tahun 1996 Tentang "Penyelenggaraan Kampanye Pemilihan Umum".

BAB V
HASIL PENELITIAN

1. Judul Berita

1.1. Judul Berita Utama (headline)

Bila kita amati dengan seksama judul berita (headline) tiga media cetak yang terbit di Jakarta didominasi oleh judul berita head line untuk Partai Persatuan Pembangunan (lihat tabel 5.1).

Tabel 5.1. Judul Headline

NO.	M E D I A	P P P		G O L K A R		P D I		N E T R A L		J U M L A H	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	K O M P A S	6	42,8	2	14,3	1	7,1	5	35,7	14	100
2.	MEDIA INDONESIA	11	52,3	2	9,5	2	9,5	6	28,6	21	100
3.	REPUBLIKA	9	50,0	3	16,6	1	5,5	5	27,8	18	100
		26	49,0	7	13,2	4	7,5	16	30,2	53	100

Hasil penghitungan menunjukkan pada Kompas judul berita head line untuk PPP 6 judul (42,8%), Golkar 2 judul (14,3%) dan PDI 1 judul (7,1%) serta selebihnya 5 judul netral (35,7%).

Sementara pada Media Indonesia, PPP tetap menduduki peringkat pertama yaitu 11 judul (52,3%), sedangkan Golkar dan PDI masing-masing 2 judul (9,5%) serta netral 6 judul (28,6%). Jumlah keseluruhan 21 judul.

BAB VI

P E N U T U P

A. Kesimpulan

Bila kita telaah kembali keseimbangan pemberitaan yang disampaikan oleh tiga media yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, kita sampai pada suatu kesimpulan bahwa kecemasan, pers akan memihak pada partai pemerintah (baca : Golkar) pada penyampaian berita kampanye dalam pemilu 1997 tidak terbukti benar, karena ketiga media tersebut menyampaikan relatif lebih seimbang. Kalaupun ada penyajian berita yang lebih banyak itu tidak terjadi untuk partai pemerintah, tapi Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan ini adalah sesuatu yang wajar karena PPP mampu membawa fenomena menarik selama masa kampanye. Walaupun akhirnya keunggulan PPP dalam pemberitaan tidak tercermin pada hasil pemilihan.

Berdasarkan indikasi yang dipergunakan untuk melihat keseimbangan pemberitaan dalam kampanye pada pemilu 1997 dapat disimpulkan :

- a. Judul berita, Kompas menampilkan judul PPP sebanyak 37 (16,9%), Golkar 28 (12,8%), PDI 27 (12,2%) dan judul netral 77 (35,1%). Media Indonesia PPP 97 (28,4%), Golkar 82 (23,9%), PDI 84 (24,5%) dan judul netral 59 (17,2%). Sedangkan Republika PPP 67 (34,9%), Golkar 51 (26,5%), PDI 45 (23,4%) dan netral 29 (15,1%).

DAFTAR PUSTAKA

- Edward C. Smith, *Sejarah Pembredelan Pers di Indonesia*, Grafiti Pers, 1983.
- Faisal Siagian, *Peranan Pers Dalam Meningkatkan Kualitas Pemilu*, Harian Kompas, 25 April 1997.
- I. Taufik, *Sejarah dan Perkembangan Pers di Indonesia*, PT. Triyindo, Jakarta, 1977.
- JCT. Simorangkir, *Hukum dan Kebebasan Pers*, Bina Cipta, Bandung, 1980.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Alumni, Bandung, 1986.
- Muchtar Lubis, *Pers dan Pembangunan*, Dewan Pers, Jakarta, 1977.
- Oemar Senoadji, *Pers dan Aspek-aspek Hukum*, Airlangga, Jakarta, 1977.
- Sanafiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, Rajawali Pers, Jakarta, 1992.
- Saratri Wilonoyudho, *Ritual Kampanye Ala Indonesia*, Harian Kompas, 3 Mei 1997.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, CV. Rajawali, Jakarta, 1986.
- Wina Armada, *Menggugat Kebebasan Pers*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1983.