I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilukada secara langsung di Sumatera Barat pertama kali dilaksanakan pada tahun 2005 yaitu dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur. Sedangkan kota Padang yang merupakan pusat pemerintahan di provinsi ini baru pada tahun 2008 melaksanakan Pemilukada secara langsung untuk memilih Wali Kota dan Wakil Walikotanya. Tidak berbeda dari pemilihan Wali Kota Padang tahun 2008 lalu, meski jadwal pemilihan Wali Kota Padang ditentapkan pada tanggal 30 Oktober 2013, namun kesibukan politisi dan peminat menduduki jabatan Wali Kota Padang pengganti Fauzi Bahar, sudah bermunculan menyuarakan diri melalui selebaran, stiker, logo, foto yang tersebar dan tertempel di tempat umum, hingga peliputan berita di media massa baik media cetak maupun elektronik.

Saat ini saja berdasarkan hasil Lembaga Survei Institute for Community Studies (InCoSt) wilayah Sumatera Barat pada tanggal 24 hingga 27 Maret 2013 mendeteksi 29 nama kandidat Wali Kota Padang dan Wakil Walikota Padang, hal ini tentunya akan berdampak pada semakin ketatnya persaingan untuk mendapatkan suara pemilih. Para bakal calon Wali Kota Padang mulai memilih jalannya sendiri untuk dapat menarik perhatian masyarakat Kota Padang. Tidak cukup beriklan di tempat-tempat umum, para bakal calon pun memanfaatkan media massa cetak maupun elektronik sebagai sarana pemberitaan dirinya yang

dianggap cukup potensial untuk melakukan pencitraan, salah satunya yang dilakukan oleh Andre Rosiade.

Dari beberapa calon kandidat Wali Kota Padang yang bermunculan di media lokal Padang, Andre Rosiade yang menarik perhatian peneliti. Andre Rosiade tersebut menarik karena yang awalnya tidak menonjol, akhirnya sosok Andre Rosiade muncul dengan baliho-baliho di sepanjang jalan di Kota Padang, aksi blusukan kemudian gencarnya pemberitaan di media.

Andre Rosiade merupakan satu dari 29 nama yang mengaku siap untuk menjadi Wali Kota Padang. Banyak ditemui pemberitaan yang dilakukan oleh Andre Rosiade salah satunya di Padang TV, dapat dilihat Andre Rosiade dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya dengan mengusung tagline "*Untuk Kota Padang Lebih Baik*". Hal ini terlihat dalam program kerja Andre Rosiade yang dipublikasikan melalui akun blog pribadinya yaitu pembenahan Pasar Raya Padang yang semeraut, pemberantasan maksiat dan pekat, membuat sebuah program pendidikan dan kesehatan gratis bagi masyarakat kurang mampu, kemudian meningkatkan kesejahteraan, pembangunan infrastruktur, memberikan rasa aman nyaman bagi warga Kota Padang dan kesejahteraan serta kinerja PNS Kota Padang dengan memberikan Tunjangan Daerah, THR, dan Rekruitment yang transparan untuk Pejabat Kota Padang (http://andrerosiade.wordpress.com diakses pada 7 maret 2013/21:46 WIB)

Peneliti melihat program kerja Andre Rosiade tersebut ditampilkan oleh Padang TV dalam bentuk program khusus pemberitaan Andre Rosiade. Dalam hal

ini peneliti memilih media massa, yaitu Padang TV sebagai media yang dianggap memiliki cakupan, jangkauan dan repetisi yang tinggi dalam menampilkan berita Andre Rosiade di Kota Padang. Media televisi (dalam Sofiah, 2001) memiliki daya tarik seperti unsur kata-kata, musik, *sound effect* dan unsur *visual* yang berupa gambar bergerak, telah menjadikan televisi sebagai teman bagi pemirsa dalam menjalani aktivitas sehari-hari, jadi jelas televisi merupakan media massa yang cukup familiar di kalangan masyarakat.

Nampaknya Andre Rosiade gencar menggunakan jasa profesional perusahaan pers yang diharapkan mampu membawa citra dirinya ke tengah-tengah masyarakat. Salah satu pemberitaannya Andre Rosiade secara terang-terangan menyatakan dirinya akan maju pada Pemilukada Padang tahun 2013 dengan terobosan dan kebijakan baru jika masyarakat memberikan amanah menjadi Wali Kota 2013-2018.

> "Sebenarnya perihal maju pada Pilwako Padang 2013, ini adalah permintaan dari teman-teman dan lapisan masyarakat agar dapat berpartisipasi di dalamnya. Jadi tentunya dengan kepercayaan dan amanah tersebut, sekarang kami akan mempersiapkan diri, mensosialisasikan dan juga mempersiapkan infrastuktur Tim Sukses untuk melobi partai-partai politik" tegas Andre Rosiade (dalam tampilan visual Detak Sumbar Padang TV edisi 16 Mei 2012 diakses tanggal 21 April 2013/11:04 WIB)

Sebagai salah satu bakal calon Wali Kota Padang, Andre Rosiade yang berlatarbelakang sebagai seorang pengusaha telah membentuk dirinya sebagai pemimpin muda yang memiliki pemikiran progresif. Andre Rosiade melalui taglinenya "*Untuk Kota Padang Lebih Baik*", tentunya sudah merencanakan persiapan strateginya dari jauh-jauh hari sebelumnya. Salah satu strategi Andre

Rosiade melalui media massa yang telah digunakannya bisa dikatakan ikut andil dalam mensosialisasikan dirinya dan memperkenalkan dirinya kepada masyarakat pada proses Pemilukada Kota Padang tahun 2013, ini terlihat pemberitaan-pemberitaan yang muncul di Padang TV periode Maret 2012-April 2013 menimbulkan resepsi tersendiri bagi masyarakat Kota Padang terhadap sosok Andre Rosiade yang akan maju pada Pemilukada Padang tahun 2013.

Media massa memiliki peranan yang amat menentukan dalam pendapat umum terhadap suatu persoalan. Sesuatu yang sesungguhnya tidak terlalu penting namun dapat diubah menjadi penting sebagai akibat dari penciptaan citra yang dihasilkan oleh media massa. Sama halnya orang yang sesungguhnya tidak terlalu menonjol akan tetapi dapat menjadi orang penting dari hasil liputan media massa terhadap dirinya. (dalam makalah Ridwan Lubis, 2004:1)

Fenomenanya saat ini, ketika Andre Rosiade melalui pemberitaan di media massa yang ada di Kota Padang mampu mendongkrak popularitasnya. Hal itu dapat dilihat dari akhir tahun 2011 rata-rata masyarakat belum mengetahui siapa sosok Andre Rosiade. Hingga awal Maret tahun 2012, media massa di Kota Padang sudah mulai dibanjiri pemberitaan yang berkaitan dengan Andre Rosiade. Menurut hasil survei yang dirilis Lembaga Survei Liberte Institute (SLI) Wilayah Sumatera Barat pada bulan Februari 2013, Andre Rosiade masuk dalam tiga besar elektabilitas tertinggi. Hal ini terlihat dari tampilan visual Padang TV dalam program berita Detak Sumbar edisi 24 Februari 2013 pukul 19.00 WIB. Perolehan angka tertinggi Andre Rosiade karena kedekatannya dengan masyarakat, selain itu

seringnya muncul di sejumlah media massa sehingga menguatkan posisi yang berpeluang meraih simpati masyarakat.

Pencitraan Andre Rosiade yang dilakukan oleh Padang TV merupakan bukti dari kekuatan media massa dalam menciptakan sebuah citra. Di mana pada saat Padang TV memberikan informasi secara berulang-ulang tentang sosok Andre Rosiade yang pada awalnya tidak terlalu menonjol menjadi terkenal di hadapan masyarakat. Pencitraan Andre Rosiade yang dibentuk oleh media massa tentunya menimbulkan resepsi di benak masyarakat.

Keberhasilan Andre Rosiade masuk dalam dua besar elektabilitas tertinggi dari hasil survei yang dirilis Lembaga Survei Institute for Community Studies (InCoSt) Wilayah Sumatera Barat pada tanggal 24 hingga 27 Maret 2013 merupakan bentuk keberhasilannya dalam melakukan pencitraan. Pencitraan ini identik dengan penonjolan diri, membentuk resepsi masyarakat untuk menciptakan citra positif. Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990) (dalam Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto. 2008:111-112) mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Kesan tersebut akan dijadikan suatu penanaman ideologi, perspektif ke dalam benak seseorang.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap masyarakat pada bulan Januari 2013 hingga akhir April 2013, memberikan kesan berlebihan terhadap pemberitaan Andre Rosiade. Pemberitaan tersebut disajikan pada program berita Detak Sumbar yang disiarkan hingga setengah jam. Berikut tabel

tayangan berita Andre Rosiade di Padang TV dalam program acara Detak Sumbar:

Tabel 1.1 Penayangan Berita Andre Rosiade di Padang TV Program Acara Detak Sumbar Periode Maret 2012-April 2013

No	Tanggal/Waktu Penayangan	Judul Berita
1	9 Maret 2012/19.00WIB	Siswa Sekolah Jadi Target Gerakan Ayo Jadi Pengusaha
2	14 April 2012/19.00WIB	Gerakan Ayo Jadi Pengusaha Gelar Salawat Dulang
3	9 Mei 2012/19.00WIB	Andre Jenguk Korban Kebakaran
4	15 Mei 2012/19.00WIB	Andre Motivasi Mahasiswa UBH
5	16 Mei 2012/19.00WIB	Andre Siap Maju Dalam Pilwako
6	17 Juli 2012/19.00WIB	Expert Meeting Andre Rosiade
7	25 Juli 2012/19.00WIB	Andre Siapkan Pabukoan Untuk Warga
8	1 Agustus 2012/19.00WIB	Andre Berikan Bantuan Air Bersih
9	8 Agustus 2012/19.00WIB	Andre Buka Puasa Dengan Warga
10	11 Agustus 2012/19.00WIB	Andre Berikan Bantuan Air Bersih Lagi
11	3 September 2012/19.00WIB	Andre Dekati Dua Kelompok Masyarakat
12	4 September 2012/19.00WIB	Andre Terenyuk Dengan Pasien Stoke
13	6 September 2012/19.00WIB	Bekali Mahasiswa, Andre Berikan Kiat Jadi Pengusaha
14	14 September 2012/19.00WIB	Andre Rosiade Tanggap Bencana
15	23 September 2012/19.00WIB	Anggota HIPMI Sumbar Dukung Andre
16	3 Oktober 2012/19.00WIB	Andre Dekati Warga Dadok Tunggul Hitam
17	4 Oktober 2012/19.00WIB	Andre Motivasi Siswa SMA 2
18	10 Oktober 2012/19.00WIB	Andre Temu Ramah Majelis Ta'lim
19	18 Oktober 2012/19.00WIB	Andre Rosiade Bantu Pembangunan PAUD Mawar Cengkeh
20	19 Desember 2012/19.00WIB	Andre Rosiade Tanamkan Jiwa Usaha Pada Pensiunan PNS
21	20 Desember 2012/19.00WIB	Andre Menjemput Aspirasi Pedagang
22	9 Januari 2013/19.00WIB	Banyak Dukungan, Andre Optimis Jadi Wako
23	10 Januari 2013/19.00WIB	Andre Ikuti Gerakan Tanam Setuja Pohon

24	11 Januari 2013/19.00WIB	Andre Berbagai Ilmu Dengan Almamater
25	27 Januari 2013/19.00WIB	Andre Kian Akrab Dengan Majelis Taklim
26	8 Februari 2013/19.00WIB	Andre Janjikan 100 Hari Kerja
27	22 Februari 2013/19.00WIB	Andre Janjikan Perubahan Terhadap Padang
28	23 Februari 2013/19.00WIB	Andre Kunjungi PAUD Kuranji
29	24 Februari 2013/19.00WIB	Survei: Mahyeldi dan Andre Paling Populer
30	7 Maret 2013/19.00WIB	Andre Blusukan ke Koperasi Angkot
31	21 Maret 2013/19.00WIB	Mahyeldi Bantah Sepakat dengan Andre
32	23 Maret 2013/19.00WIB	Andre Miliki Perahu Untuk Maju Pilkada
33	23 Maret 2013/19.00WIB	Andre Dukung Tolak Pemindahan Pedagang Simpang Haru
34	25 Maret 2013/19.00WIB	Maju Jadi Cawako, Andre Minta Restu Pedagang
35	28 April 2013/19.00WIB	Ribuan Warga Jalan Santai Bersama H.Wen dan Andre
36	30 April 2013/19.00WIB	Andre Gelar Pertemuan dengan PAC Demokrat

Sumber: Redaksi Padang TV/ 16 Mei 2013

Dari observasi awal ini, terlihat pemberitaan Andre Rosiade di Padang TV dibandingkan calon-calon kandidat lainnya sering mengisi pemberitaan. Terbukti juga dari data keredaksian Padang TV pada penayangan periode Maret 2012 hingga akhir April 2013, jumlah penayangan berita Andre Rosiade mencapai 36 berita, sementara berita bakal calon wali kota lainnya tidak cukup sering. Tayangan berita Andre Rosiade di Padang TV ditampilkan dalam bentuk rangkaian kegiatan pendekatan dan sosialisasi Andre Rosiade kepada masyarakat Kota Padang, dengan perkiraan tiga sampai lima berita dalam satu bulan yang disiarkan dalam program berita Detak Sumbar pukul 19.00 WIB. Masyarakat tentunya membuat pemaknaan tersendiri sesuai dari sisi mana mereka melihatnya.

Masyarakat menilai terkesan berlebihan, karena seperti kita ketahui pukul 19.00 WIB merupakan *prime time* bagi masyarakat untuk menyaksikan tayangan-tayangan yang ada di Padang TV, sehingga setiap kali masyarakat menonton Padang TV sudah pasti sosok Andre Rosiade yang muncul dalam tayangan Detak Sumbar. Dari hasil observasi awal, peneliti mewawancarai beberapa masyarakat mengenai frekuensi berita Andre Rosiade di Padang TV. Faktor frekuensi yang lebih banyak dibandingkan calon kandidat yang lain membuat masyarakat sudah mulai bosan selalu saja sosok Andre Rosiade yang muncul di Padang TV.

Tayangan berita yang ditampilkan oleh Padang TV selama periode Maret 2012 sampai April 2013 menampilkan sosok Andre Rosiade yang melakukan pendekatan dengan masyarakat, diantaranya dengan mendatangi Majelis Taklim, kemudian mengisi beberapa acara kuliah umum di beberapa universitas di Kota Padang guna memotivasi mahasiswa untuk jadi pengusaha, hingga akhirnya Andre Rosiade menyatakan kesiapan dan kemantapannya untuk maju dalam Pemilukada Kota Padang Oktober 2013.

Dapur redaksi Padang TV mengolah berita dan menampilkan Andre Rosiade selama periode Maret 2012-April 2013 sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat. Tayangan berita ini ditampilkan pada *prime time* pukul 19.00 WIB dalam program berita Detak Sumbar secara berkala hingga lima berita dalam satu bulan. Pada titik ini, citra Andre Rosiade pun bisa berbeda-beda di mata masyarakat, baik mendapatkan simpati bahkan membuat kehilangan pamor di mata masyarakat. Berbagai berita Andre Rosiade yang muncul dengan tampilan

visual yang berbeda-beda menimbulkan berbagai resepsi yang berbeda pula pada setiap individu yang menonton. Saat ini masyarakat telah mampu memberi resepsi sendiri terhadap tayangan berita dengan keadaan yang sesuai dengan kehidupan sosial dan latar belakang budaya mereka dan sesuai dengan pengalaman subyektif mereka dalam kehidupannya.

Berita yang merupakan program dalam sebuah media massa yang memberikan pesan kepada audiens tentunya memberikan beragam interpretasi. Stuart Hall mengemukakan dalam Teori Pemaknaan (*Reception Theory*) bertujuan untuk menemukan bagaimana khalayak membuat bermacam-macam pengertian tetang isi media. Peran aktif penonton dalam memaknai teks juga dapat terlihat pada model *encoding/decoding* Stuart Hall, yaitu model yang menjelaskan bahwa sebuah pesan yang sama dapat dikirimkan atau diterjemahkan lebih dari satu cara. Model ini fokus pada ide bahwa audiens memiliki respon yang bermacam-macam pada sebuah pesan media karena pengaruh posisi sosial, gender, usia, etnis, pekerjaan, pengalaman, keyakinan dan kemampuan mereka dalam menerima pesan (Ang dalam Downing, Mohammadi, dan Sreberng, [eds] 1990:160-162).

Berbagai proses telah dilakukan oleh Andre Rosiade untuk membentuk citranya dihadapan masyarakat Kota Padang. Tetapi di dalam dunia politik apapun yang terjadi kedepannya politisi harus siap menanggung apapun resikonya. Hingga Akhirnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) Padang menetapkan sepuluh pasang calon wali kota dan wakil walikota yang akan maju di Pemilukada tahun 2013. Berdasarkan hasil rapat pleno pada tanggal 28 Agustus 2013 diputuskan

sepuluh bakal calon yang mendaftar dinyatakan memenuhi syarat untuk ditetapkan sebagai calon wali kota dan wakil walikota. Dari daftar sepuluh calon resmi yang telah ditetapkan oleh KPU Kota Padang, Andre Rosiade tidak masuk dalam urutan nama tersebut. Itu artinya Andre Rosiade tidak dapat ikut dalam Pemilukada Kota Padang tahun 2013. Kegagalan Andre Rosiade untuk ikut menjadi kandidat calon Pemilukada Kota Padang adalah belum adanya partai yang mengusungnya pada saat pendaftaran ke KPU Kota Padang.

Berita yang ditampilkan oleh Padang TV periode Maret 2012-April 2013 dalam program berita Detak Sumbar sebagai salah satu sumber informasi yang menampilkan sosok Andre Rosiade ke tengah-tengah masyarakat dengan memberikan informasi secara berulang-ulang tentang sosok Andre Rosiade, yang pada awalnya tidak terlalu menonjol menjadi terkenal dihadapan masyarakat. Pencitraan Andre Rosiade yang dibentuk oleh media massa tentunya menimbulkan resepsi di benak masyarakat, oleh karena itu peneliti kemudian tertarik untuk meneliti tentang resepsi masyarakat pada pencitraan Andre Rosiade dalam program berita Detak Sumbar Padang TV periode Maret 2012 sampai April 2013.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **bagaimana resepsi masyarakat pada pencitraan Andre Rosiade dalam program berita Detak Sumbar Padang TV periode Maret 2012 sampai April 2013?**

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian mengenai resepsi masyarakat terhadap pemberitaan Andre Rosiade dalam tayangan Detak Sumbar Padang TV bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui resepsi masyarakat pada pencitraan Andre Rosiade dalam program berita Detak Sumbar Padang TV periode Maret 2012 sampai April 2013

1.4 Manfaat Penelitian

1. **Manfaat Akademis**

   Secara akademis, manfaat penelitian ini agar peneliti memiliki pemahaman tentang bagaimana media telah ikut mengambil bagian dalam sistem politik demokrasi di Indonesia khususnya Kota Padang. Di mana media berusaha menyebarkan informasi dari para bakal calon yang akan berkompetisi dalam Pemilukada yang bisa dikatakan dalam porsi yang cukup banyak. Bukan hanya memberikan informasi, tapi terkadang media menggunakan sedikit kekuasaannya untuk mempengaruhi khalayaknya (audiens) terhadap semua pemberitaan yang disajikannya. Penelitian juga diharapkan dapat mengembangkan teori-teori dalam disiplin Ilmu Komunikasi kemudian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) terkhususkan bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi mengenai betapa besarnya efek dari sebuah pemberitaan di media baik cetak, elektronik maupun internet. Sehingga, kita sebagai orang

berpendidikan harus mampu mengkritisi semua informasi yang disebarkan oleh media massa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan dengan adanya penelitian ini akan menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk tidak menelan mentah-mentah informasi yang disajikan oleh media massa baik media cetak, elektronik maupun internet. Masyarakat haruslah dapat cerdas dan mampu mengkritisi setiap apa yang disajikan tersebut. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan suatu sentilan bagi profesi wartawan dan redaksi berita agar dapat profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai instansi pers untuk selalu lebih objektif dalam setiap pemberitaannya. Kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan bagi pihak terkait membangun politik di Padang serta dapat dijadikan titik tolak untuk penelitian serupa dalam lingkup yang lebih luas dan lebih mendalam.