

## EFEKTIVITAS PARODI POLITIK SEBAGAI MEDIUM KOMUNIKASI POLITIK : STUDI KASUS DEMOCRACY DI METRO TV

**Yuri Alfrin Aladdin**

Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, Jakarta  
yurialaddin@yahoo.com

***Abstract.** Television as one of the mass media, has now become an indispensable and important part of human life . Many people who spent more time in front of the television than the time spent on chatting with the family or their partner . Increasingly rampant competition in the television world , the more rapidly as competition private television stations and local vying to attract audience by creating event programs that are more creative and innovative. This article aims to know the phenomenon of political parody as a medium for political communication . This is a descriptive qualitative study , using the case study method democracy program on Metro TV . The results showed democracy events program has been effective as a medium for political communication . The program also provided political education to the public so as to invite viewers to take a decision on the message that had been Democracy.*

*Keywords: political communication, parody*

**Abstrak.** Televisi sebagai salah satu media massa, saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama didepan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. Televisi membujuk kita untuk mengkonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Semakin maraknya persaingan dalam dunia pertelevisian, maka semakin pesat pula persaingan televisi-televisi swasta maupun lokal yang berlomba-lomba menarik *audience* dengan membuat program-program acara yang lebih kreatif dan inovatif. Artikel ini bertujuan mengetahui fenomena parodi politik sebagai medium komunikasi politik. Studi ini bersifat deskriptif kualitatif, menggunakan metode penelitian studi kasus pada program Democracy di Metro TV. Hasil penelitian menunjukkan Program acara democracy sudah efektif sebagai medium komunikasi politik. Program ini juga memberikan pendidikan politik kepada publik sehingga mampu mengajak pemirsanya untuk mengambil keputusan dari pesan yang telah Democracy.

Kata kunci : komunikasi politik, parodi politik

### PENDAHULUAN

Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu. Televisi membujuk kita untuk mengkonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita ingin menjalani hidup ini. Ringkasnya televisi mampu memasuki relung-relung

kehidupan kita lebih dari yang lain (Morissan, 2005).

Stasiun televisi adalah tempat kerja yang sangat kompleks yang melibatkan banyak orang dengan berbagai jenis keahlian. Juru kamera, editor gambar, reporter, ahli grafis, dan staf operasional lainnya harus saling berinteraksi dan berkomunikasi dalam upaya untuk menghasilkan siaran yang sebaik mungkin.

Televisi merupakan salah satu medium terfavorit bagi para pemasang iklan di Indonesia. Media televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya, kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya sumber daya manusia yang memadai. Pada umumnya televisi dibangun tanpa pengetahuan pertelevisian yang memadai dan hanya berdasarkan semangat dan modal yang besar saja (Morissan, 2005).

Faktor atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran. Arti program siaran itu sendiri adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya.

Jenis-jenis program acara *variety* parodi politik *show* dengan konsep yang hampir sama dengan program acara "Democracy" yang ada di televisi swasta nasional antara lain : Republik Mimpi di Metro TV, Benar-Bener Membangun (BBM) di RCTI, Negeri Impian di TV One, Baru Bisa Mimpi di Indosiar.

Menurut Lebon (2009) : " program acara Democracy dan semacamnya, bisa disebut juga program acara *Variety Parodi Show*, karena program acara tersebut beragam / bervariasi macam jenis musik, *interview* dan diselengi dengan lelucon / gurauan."

Sekarang ini semakin banyak program acara seperti "Democracy" dipertelevisian Indonesia, semuanya dengan gaya yang hampir sama, namun sedikit berbeda, baik itu dari pengaturan panggung maupun pengisi acara yang ditampilkan sehingga dapat menjadikan suatu ciri khas yang dapat dilihat oleh masyarakat. Bahwasannya dalam memperbincangkan yang bertemakan politik di televisi, itu tidak semestinya / tidak harus kaku dalam penyampaian opininya, melainkan dibawa santai bahkan diselengi dengan lelucon-lelucon atau gurauan-gurauan yang menjadikan situasi dan kondisinya menjadi santai.

Program acara Democracy di Metro TV, sering menyampaikan tentang sosial-politik yang sedang dialami bangsa Indonesia, yang dikemas secara unik sehingga masyarakat dan pemerintah "melek mata" terhadap semua hal yang sedang dialami bangsa Indonesia.

Democracy, tayangan parodi politik yang disiarkan Metro TV setiap Minggu malam. Acara ini sebenarnya bukan pertama kali di pertelevisian Indonesia. Acara yang serupa pernah dikemas Indosiar. BBM, Baru Bisa Mimpi judulnya. Dipandu oleh Denny Chandra, menghadirkan Alm. Taufik Savalas sebagai presiden dan Ucup Kelik sebagai wakil presiden. Effendi Ghazali juga berperan dalam acara ini, sebagai ahli komunikasi.

Banyolan yang segar dan konyol dari presiden dan wapres bbm membuat acara ini sempat mendapat rating yang tinggi. Namun, acara ini terpecah dua, Alm. Taufik Savalas tetap mempertahankan acara ini di Indosiar, berganti nama Istana BBM. Dan Effendi Ghazali membuat acara serupa, kantor Berita Republik Mimpi, News Dot Com.

Dalam perjalanannya, News Dot Com lah yang paling banyak mencuri hati pemirsa. Menghadirkan Si Butet Yoga (SBY) sebagai presiden, Jarwo Kwat sebagai WaPres, Suharta sebagai Soeharto, Megakarti sebagai Megawati, Gus Pur sebagai Gus Dur, si Guru Bangsa, Anya Dwinov sebagai Sekretaris Republik Mimpi, Effendi Ghazali sebagai penasehat kepresidenan sekaligus kepercayaan Wapres, dan beberapa pemeran pendukung lainnya.

Bukan saja celotehan dan spontanitas dari pemeran News dot com yang kocak, namun wajah dan suara yang mirip dengan tokoh aslinya mampu menghadirkan komedi yang segar. Belum lagi, sentilan dan sindiran terhadap kebijakan pemerintah kita, mampu dihadirkan dalam cara yang "kreatif".

Hal yang menarik pada program acara Democracy di Metro TV dengan program

acara yang serupa yaitu memiliki *setting* panggung seperti layaknya diruang persidangan, terdiri dari hakim ketua, wakil ketua, penasehat hukum dan juga moderator. Dalam tayangan persidangannya pun jika ingin rehat iklan, seorang hakim ketua mengetuk palu dua kali layaknya persidangan ditunda dan jika telah selesai tayangan, maka hakim ketua mengetuk palu tiga kali. Namun, dalam persidangan, biasanya dihadiri oleh jaksa atau pembela, tapi dalam program acara *Democracy* menghadirkan para perwakilan partai politik, disimbolkan dengan partai-partai besar di Indonesia.

Mengingat program acara *Democracy* yang mengedepankan para aktor partai politik dalam persidangannya, partai yang dihadirkan diantaranya : partai kambing hitam, partai bonsai, partai ketupat, dan partai “main mata”, serta partai tambahan, sehingga hal yang perlu diperhatikan cara berkomunikasi politik.

Salah satu kesalahan mutlak dalam sistem komunikasi politik di Indonesia menjelang pesta demokrasi, disebabkan oleh pandangan komunikasi politik bukan merupakan alat demokrasi, melainkan tujuan. Penafsiran demikian, mendorong mencuatnya heteronomi komunikasi, dimana masyarakat, bisa juga pemerintah selaku sasaran komunikasi, kehilangan kemampuan untuk bertahan dari serangan informasi (politik). Akibatnya, baik masyarakat maupun pemerintah berada di dalam kondisi dibawah kekuasaan komunikasi politik (*the power of political communication*), yang sarat konflik kepentingan. Baik konflik antarsesama unsur infrastruktur politik, suprastruktur politik, selain konflik antar infra terhadap suprastruktur politik (Ali, 1999).

Untuk bisa merealisasikan komunikasi politik di negeri, tidak boleh ada satu pihak pun yang seolah memiliki kekuasaan mutlak untuk mengatur pihak lain atau memandang diri sendiri, sekelompok, atau golongannya, lebih berjasa (bagi republik Indonesia), dan senantiasa lebih benar, dibandingkan pihak lain.

Unsur komunikasi politik lain adalah media politik. Sarana perjuangan kepentingan politik itu seharusnya dikelola dengan sifat-sifat interpersonal yang menonjol. Dengan demikian, media komunikasi politik mampu dimanfaatkan setiap komunikator politik, untuk berbicara langsung kepada publik sasaran tertentu, tanpa perantara. Unsur komunikasi politik lainnya yaitu pesan politik. Tumbuh dan berkembang dalam proses negosiasi politik. Kegiatan ini, bertujuan membentuk pengertian bersama di antara berbagai pihak tentang bagaimana setiap pihak seharusnya bersikap dan bertindak terhadap sesamanya. Itu berarti dalam pesan politik dimungkinkan terdapat paradoks. Sehingga dengan paradoks itu, pesan politik dimanfaatkan untuk penyelesaian konflik dan bukan semakin mempertajam konflik yang sedang atau terlanjur terjadi. Dari hal itu, isi komunikasi politik seharusnya tidak hanya berkaitan dengan kekuasaan dan pengaruh kekuasaan, tetapi juga kemungkinan terjadi konflik. Itu sebabnya, mengapa setiap komunikator politik di Indonesia seharusnya menguasai kiat mengelola konflik (*management of conflict*), karena konflik adalah konsekuensi logis komunikasi politik.

Penerapan komunikasi politik di Tanah Air dikembangkan dalam rangka memantapkan pertumbuhan sistem demokrasi pancasila dengan meningkatkan kemampuan dan kesempatan bagi masyarakat untuk mengungkapkan aspirasi dan kepentingannya, dan bagi kekuatan sosial-politik untuk menampung dan menyalurkan sehingga berkembang komunikasi politik timbal-balik antar anggota masyarakat, antara masyarakat dengan masyarakat, serta antara masyarakat dengan lembaga perwakilan rakyat dan pemerintah. Partisipasi politik pada hakikatnya merupakan kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan negara, baik secara langsung atau tidak

langsung, dan dalam rangka mempengaruhi kebijakan pemerintah (Alfian, 2003).

Komunikasi politik sebagai layaknya darah, mengalirkan pesan-pesan politik berupa tuntutan, protes, dan dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke jantung (pusat) pemrosesan sistem politik dan hasil pemrosesan itu, yang tersimpul dalam fungsi-fungsi *out-put*, dialirkan kembali oleh komunikasi politik yang selanjutnya menjadi *feedback* sistem politik. Komunikasi politik mempersambungkan semua bagian dari sistem politik, dan juga masa kini dengan demikian aspirasi dan kepentingan diskonversikan menjadi berbagai kebijaksanaan.

Sebagaimana dapat dilihat, pada tiap bagian dari sistem politik terjadi komunikasi politik, mulai dari proses penanaman nilai (sosialisasi politik atau pendidikan politik) sampai kepada pengartikulasian dan penghimpunan aspirasi, dan kepentingan, terus kepada proses pengambilan kebijaksanaan, pelaksanaannya, dan penilaian terhadap kebijaksanaan tersebut. Komunikasi politik biasanya memanfaatkan komunikasi politik itu untuk memelihara dan memperkuat kekuasaannya, termasuk sebagai senjata untuk menteror mental masyarakat agar mereka taat dan patuh kepada kekuasaannya yang menakutkan dan semena-mena itu.

Proses perkembangan komunikasi pada periode ini secara umum mengikuti pola perubahan : (1) Perubahan sudut pandang komunikasi, dari yang menitik beratkan pada pesan dan sumber bergeser pada penerima dan makna pesan; (2) Dari satu arah menjadi bolak – balik bahkan berputar (*circular*); (3) Dari statis menjadi *process-oriented* (berorientasi pada proses); (4) Dari yang menekankan pada pengiriman informasi berubah menjadi menekankan pada interpretasi; (5) Dari menekankan pada *public speaking* menjadi komunikasi yang menekankan pada konteks individu, hubungan organisasi, masyarakat, dan media (Mufid, 2007)

## KAJIAN TEORI

Komunikasi politik adalah, komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik (Scheufele, 1999; Conchie & Burns, 2008; Engstrom, 2008). Adapun kegunaan komunikasi politik adalah untuk menghubungkan pikiran politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intra golongan, institusi, asosiasi, atau sektor kehidupan politik masyarakat dengan sektor kehidupan politik pemerintah (D'Enbeau, 2011; Kandlousi et al., 2010; Ferrante, 2010; Rahman, 2007).

Dalam Penelitian ini, Peneliti memilih program acara *Variety Parodi Politik Show* "Democracy", karena sentilan dan sindiran terhadap kebijakan pemerintah mampu dihadirkan dalam cara yang "kreatif" yaitu *nyelekit* tapi menggelitik, dengan mendatangkan tokoh-tokoh partai politik yang diwakilkan dari masing-masing partainya sehingga bisa mengkritik secara langsung walaupun hanya dengan perwakilan partai politik yang dimiripkan dengan partai aslinya.

Peneliti memilih periode Maret 2009 – April 2009, karena pada acara *Variety Parodi Politik Show* "Democracy" memiliki tema yang sangat menarik yaitu mengangkat persiapan pesta demokrasi / pemilihan umum (PEMILU) legislatif, sehingga pemirsa bisa lebih mengetahui para calon wakil rakyat periode 2009-2014. Maka bagi Peneliti, pada periode tersebut sangat menarik untuk dilakukan penelitian. Berdasarkan uraian diatas, pokok permasalahan dalam Penelitian ini adalah Bagaimana efektivitas program acara Democracy di Metro TV sebagai medium komunikasi politik?

**Komunikasi politik.** Studi komunikasi politik merupakan warisan dari pemikiran Harold Laswell, yang merumuskan komunikasi sebagai *who say what in which*

*channel to whom with what effect.* Komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai segala komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya (Scheufele & Tewksbury, 2007; Croucher, 2011; Crymble, 2012).. Cakupannya meliputi studi mengenai jaringan komunikasi (organisasi, kelompok, media massa, dan saluran-saluran khusus) dan determinan sosial ekonomi dari pola-pola komunikasi yang ada pada sistem yang dimaksud (Nasution, 1990).

Sedangkan menurut Galnoor dalam Zulkarimen Nasution komunikasi politik merupakan infrastruktur politik, yakni suatu kombinasi dari berbagai interaksi sosial dimana informasi yang berkaitan dengan usaha bersama dan hubungan kekuasaan masuk ke dalam peredaran.

Rumusan Galnoor tersebut sejalan dengan pendekatan Almond dan Powel yang menempatkan komunikasi sebagai suatu fungsi politik bersama-sama dengan dengan fungsi lainnya (artikulasi, agregasi, sosialisasi dan rekrutmen) yang terdapat dalam suatu sistem politik. Bahkan dikemukakan pula bahwa fungsi komunikasi merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi tersebut (Phillips et al., 2009; Scheufele & Tewksbury, 2007; Ellison & Gibbs, 2006).

McNair memberikan batasan komunikasi politik secara lebih luas yakni semua komunikasi yang bertujuan politik. Ia memberikan tiga batasan komunikasi politik:

1. Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politikus dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan yang spesifik
2. Komunikasi yang ditujukan kepada aktor politik dari individu (non politik) seperti pemilih atau kolomnis di media
3. Komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktivitas mereka baik yang termuat dalam pemberitaan media massa

ataupun dalam bentuk-bentuk media lain.

Singkatnya, menurut McNair semua wacana politik termasuk dalam defenisi komunikasi politik. Wacana politik tersebut tidak hanya yang bersifat verbal atau pernyataan tertulis tetapi juga meliputi non verbal seperti, gaya pakaian, gerak-gerik tubuh (*gesture*) dan desain logo.

Parodi politik adalah sebuah program talk show yang memparodikan kegiatan sidang DPR. Parodi politik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Democracy yang disiarkan di Metro TV.

Masih serupa dengan acara NewsdotCom Republik Mimpi, Democracy juga dikemas secara santai dengan penuh humornya namun tetap memberikan solusi dari permasalahan yang sedang dibahas. Dalam 'sidang' perdananya acara Democracy membahas seputar persoalan Kasus Aliran Dana Bank Indonesia. Persoalan tersebut dibahas oleh 6 Fraksi yang ada, yaitu Fraksi Partai Bonsai (yang identik dengan Partai Golkar), Fraksi Partai Kambing Hitam (yang identik dengan Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan), Fraksi Partai Ketupat (yang identik dengan Partai Persatuan Pembangunan), Fraksi Partai Lidah Tak Bertulang (yang identik dengan Partai Demokrat), Fraksi Partai Main Mata, dan Fraksi Partai Tambahan.

Suasana semakin hangat dengan banyol-banyol dari masing-masing pimpinan fraksi yang hadir. Terlebih setelah pimpinan 'sidang' menghadirkan Wakil Presiden (yang diperankan oleh Ucup Kelik), suasana 'sidang' menjadi tambah seru. Untuk memberikan ulasan mengenai persoalan yang sedang dibahas, juga turut diundang Sekjen Forum Indonesia untuk Transparansi Anggaran dan Angelina Sondakh (Anggota DPR-RI dari Partai Demokrat).

Pengemasan acara Democracy ini cenderung santai dan komedikal namun tetap memberikan solusi. Ide ide lucu dan

segar akan menghiasi setiap tayangan nya seperti sidang tapi tidur, sms, telepon, uang komisi, absensi, jalan-jalan ke luar negeri, tunjangan rumah, renovasi, bagi-bagi laptop, lobi-lobi, baca koran, interupsi, korupsi, fraksi, friksi, tawuran, uang ketok palu, anggaran rumah tangga, *walk out*, bagi-bagi kapling, suap, reses, dan penyimpangan-penyimpangan lainnya. Acara ini telah ditayangkan perdana pada hari Minggu, 17 februari 2008 pukul 21.05 wib di Metro TV.

## METODE

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus (*Case Study*) yang bertujuan deskriptif (menggambarkan). Menurut Kirk dan Miller (1986:9). Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan yang dilakukan kepada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.

Dengan Pendekatan kualitatif ini diharapkan dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Bogdan dan Taylor, 1975:5).

## Efektivitas Program Acara Democracy sebagai Medium Komunikasi Politik.

Efektifkan program ini sebagai medium komunikasi politik? Menurut Bima Arya Sugiarto, pengisi acara sekaligus pengamat politik bahwa acara itu sangat efektif,

“Sejauh ini efektif, karena bisa menjangkau segmen-segmen pemirsa yang berbeda-beda, yang kalau saya kedaerah, mulai dari supir taksi, tukang becak, penjaga warung tuh mereka menonton democracy, walaupun democracy itu ada di Metro TV yang sasarannya juga kan kelas A, tapi di democracy ini kan orang-orang dikelas bawah pun menonton, jadi dalam hal itu saya kira efektif, permintaan

undangan untuk hadir dimana-mana cukup banyak, jadi orang memang senang berbicara politik dalam konteks yang santai dan tidak tegang”.

Rachmayanto, eksekutif produser Democracy pun memberikan komentar yang sama dengan Bima Arya Sugiarto, bahwa program acara ini efektif, karena dilihat dari *rating* dan *share* yakni mencapai 1,5 dan 5,3 bagi Metro TV dengan hasil setinggi itu sudah bisa dianggap sebagai acara yang berhasil dalam kata lain adalah efektif: “efektif, ini menggunakan asumsi penonton di studio atau mahasiswa *enjoy* dan bisa menikmati dari awal sampai berakhirnya syuting. Dan *rating* dan *share* acara ini rata-rata sudah mencapai 1,5 dan 5,3, Bagi Metro TV *rating* dan *share* setinggi ini sudah bisa dianggap sebagai acara yang berhasil.”

Namun, Menurut Eno, Produser Democracy bahwa program acara ini kadang – kadang masih terlihat abstrak atau pesan yang disampaikan memiliki pesan ambigu dan juga kadang – kadang pesan yang disampaikan kurang menarik, namun hal ini biasa dialami saat melakukan editing, namun untuk mengatasi itu semua biasanya akan diadakan evaluasi setelah ditayangkan dan untuk episode berikutnya diusahakan menghindari topik – topik yang demikian, berikut pernyataannya:

“Kadang – kadang, pengena seh, pengena seh ini efektif, tapi kadang – kadang masih belum kayaknya seh yaaa, dan tergantung karena kita Cuma politik, jadi kita masih menganggap, wuah koq tadi kayaknya abstrak ya, kadang – kadang kita masih suka begitu, tapi tidak sering seh, beberapa episode tuh banyak yang efektif, jadi orang yang nonton bisa mengerti, baik tanggapan dari facebook, tapi kadang dari kita sendiri pada saat editing koq abstrak banget yaa, apa kita salah mengangkat topiknya ya begitu,hehe. Jadi klo aku

sendiri menganggap masih belum tau ya, klo dikasih prosentase berapa yaaa, 60% yaaa, masih fifty-fifty seh gitu aja, hehehe”.

Tetapi jika mengutip komentar *audience* *democracy* dari <http://metrotvnews.com/democracy/cont> act bahwa program acara *democracy* merupakan program acara yang bagus, karena memberikan pengetahuan yang baru bagi pemirsa *Metro TV* pada khususnya dan pemirsa Indonesia pada umumnya, yakni dengan memberikan pendidikan dan membuka mata masyarakat awam yang buta akan masalah isu politik yang berkembang di Indonesia dan di dunia. Edi Supriadi dengan alamat email [edilagadar@yahoo.co.id](mailto:edilagadar@yahoo.co.id) melalui situs resmi [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com) mengungkapkan bahwa:

Nonton "democracy" sudah menjadi acara yg di tunggu-tunggu di setiap akhir pekan. Sungguh acara ini merupakan acara yang paling menyenangkan. Di perantauan bisa mengikuti perpolitikan di tanah air dengan penyajian parodi sungguh menjadi menu favorit buka internet. Saya yakin apa yang diparodikan betul2 apa yang terjadi di Senayan. Rasanya tidak perlu lagi baca koran online. Kerinduan nonton Democracy di internet terpaksa harus kecewa karena sejak "edisi lebaran" setiap saat buka situsnya belum pernah di up-date lagi. Saya menanti-nanti kapan akan di up-date lagi. Atau acaranya aslinya sendiri sudah tidak ada lagi? Semoga dapat segera diperbaharui. Terima kasih.

## HASIL & PEMBAHASAN

**Hasil Penelitian.** Jika melihat dari periode Maret 2009 – April 2009, mengingat pada periode tersebut adalah pemilihan umum legislatif untuk anggota DPR dan DPRD periode 2009 - 2014, maka kontennya lebih banyak menyampaikan pesan tentang

pemilihan umum legislatif, berkaitan dengan itu Bima Arya Sugiarto menjelaskan perihal apakah program acara *democracy* dapat mengurangi golput? Menurutnya tidak ada data kearah itu, walau memang pesan yang disampaikan dalam *democracy* adalah mencegah orang – orang untuk melakukan golput, mendorong orang – orang menggunakan suaranya, namun untuk mengetahui program acara *democracy* dapat mengurangi golongan putih (golput) atau tidak, perlu diadakan survey berkaitan antara parabola golongan putih (golput) dengan program acara *democracy*, “Saya kira ga ada data ke arah itu ya, kita tidak tau apakah yang disampaikan *democracy* ini mengurangi golput, tapi yang disuarakan *democracy* adalah mencegah orang-orang untuk melakukan golput mendorong orang-orang untuk menggunakan suaranya, dan tentunya perlu dibuktikan keterkaitannya antara parabola golput dan program *democracy* dan salah satunya belum ada datanya” kata Bima

Bima selanjutnya menambahkan bahwa pada program acara *democracy* memang tidak berpengaruh dalam kebijakan pemerintah maksudnya adalah pesan yang disampaikan oleh *democracy* atau kritikan yang disampaikan berkaitan dengan itu tidak ada perubahan yang dilakukan pemerintah dalam kata lain “tidak digubris” tetapi mempunyai efek yang besar dan memberikan pengetahuan politik kepada masyarakat karena masyarakat jadi lebih *aware* terhadap isu – isu politik tertentu, karena mengangkat hal tersebut program acara *democracy* lebih berpengaruh kepada pemahaman politik dari masyarakat, sehingga publik – publik didaerah mulai mengikuti peristiwa – peristiwa politik :

“Sejuah ini, klo pengaruh dalam kebijakan tidak , tapi bahwa isu ini kemudian menjadi perbincangan publik itu iya, bahwa isu ini menjadi perhatian dari berbagai

macam pengamat iya, efeknya yang terbesar saya kira adalah membuat orang-orang didaerah kini menjadi lebih paham, menjadi lebih aware lagi, terhadap isu-isu politik tertentu, semenjak hadirnya *democracy* saya ini klo kedaerah selalu disambut oleh publik-publik didaerah yang memang mulai mengikuti peristiwa-peristiwa politik, jadi saya kira pengaruhnya bukan pada berpengaruh kebijakan publik tetapi lebih kepada pemahaman politik dari masyarakat.”

Dari penjelasan diatas, sudah jelas bahwa program acara *democracy* merupakan acara yang efektif sebagai medium komunikasi politik, khususnya pada *audience* *democracy* itu sendiri, dan semua *audience* Metro TV pada umumnya. Sehingga sudah bisa dilihat bahwa, pemirsa Metro TV lebih cenderung menikmati atau menerima suatu penyampaian pesan politik yang dikemas secara lebih santai dan disisipkan gurauan – gurauan atau celotehan yang sifatnya mengkritik para politisi. Bahkan *rating* dan *share* yang dicapai oleh *democracy* diatas rata – rata dari semua program acara yang ada di Metro TV dan TV lain dari program acara sejenis.

**Komunikasi Politik dalam Program Acara di Televisi.** Komunikasi politik memang dibutuhkan dalam berbagai hal, baik itu dalam mengelola pemerintahan maupun dalam berorganisasi dalam ruang lingkup yang kecil sekalipun yakni di kampus, dan lainnya. Biasanya pengetahuan atau pendidikan komunikasi politik hanya didapatkan disekolah atau kampus yang sifatnya formal maupun informal. Namun tidak hanya itu saja, untuk memberikan pengetahuan yang lebih komprehensif, komunikasi politik pun bisa disisipkan dalam suatu program acara televisi yang sifatnya informal dan bisa dijangkau oleh semua pihak.

Melihat fenomena saat ini, kecenderungan masyarakat terhadap politik semakin tinggi sehingga program acara yang sifatnya menyampaikan pesan pendidikan politik belakangan ini sangat disenangi oleh sebagian orang, mengingat perpolitikan di Indonesia semakin menarik untuk disimak dan sudah bukan hal yang tabu. Produser *democracy* pun menanggapi bahwa komunikasi politik sangat dibutuhkan dalam program acara di televisi :

“Iya, komunikasi politik saat ini dibutuhkan dalam program acara di televisi, namun tergantung juga televisinya, karena kita kan tv berita, sudah pasti yang kita beritakan adalah hiburan hanya sekian persen, namun lebih banyak adalah social politik. Jadi disitu harus ada komunikasi politik yang baik, yang bisa dicerna oleh audience kita. Dan karena kita adalah A dan B+, jadi komunikasi politiknya harus lebih dominan.”

Bima Arya Sugiarto pun angkat bicara perihal komunikasi politik dalam program acara di televisi memang dibutuhkan karena dengan ini masyarakat bisa mempunyai banyak alternatif tayangan dalam menonton televisi, namun banyak para politisi yang gagal dalam mengemas berita dan menyampaikan berita serta menghitung reaksi dari masyarakat, apalagi sekarang masyarakat sudah semakin kritis tetapi para aktor – aktor politik dalam menyampaikan pesannya terlalu serius padahal dengan cara yang lebih santai biasanya betul – betul strategis dan lebih efektif. Menurut Bima Arya:

“Karena politik sekarang sudah menjadi isu yang menarik perhatian berbagai macam elemen publik yang berbeda, karena itu harus diperhatikan cara penyampaiannya. Bagaimana mengemas berita dan

menyampaikan berita dan bagaimana menghitung reaksi dari masyarakat, ini yang sering kali gagal dilakukan para politisi, partai pejabat pemerintah, semestinya di era sekarang ketika masyarakat sudah semakin kritis, ketika aktor-aktor politik sudah semakin banyak diperlukan suatu konsep komunikasi politik yang efektif. Yang betul-betul merumuskan hal-hal yang tepat, terkait dengan komunikasi dan komunikator. Sering kali juga, pesan yang ingin disampaikan terlalu banyak misalnya, pesan yang disampaikan serius, jadi komunikasi politik itu harus memilah-milah pesan, karena daya tangkap dari publik kan terbatas, bagaimana kita memilih pesan-pesan unggulan yang bisa menancap di pikiran publik dan ingatan publik, karena sekarang ini di media berbagai macam isu bertebaran jadi politik bersaing dengan isu-isu lainnya, nah karena itu klo jumlah komunikasi politik saya kira langkah yang paling baik memilih-milih isu yang betul-betul strategis, efektif dan menarik buat publik.”

Dalam program acara *Democrazy* sedikitnya memberikan dua pesan pendidikan politik yakni masyarakat menjadi kritis pada pemerintah, dan partai politik serta parlemen perlu didorong untuk menjalankan fungsinya secara baik, maka para wakil – wakil rakyat perlu disindir agar berkembang menjadi organisasi yang professional dan dapat menampung aspirasi rakyat, sehingga publik dan para wakil – wakil rakyat berperan aktif untuk mencapai itu semua, seperti yang dipaparkan oleh Bima Arya Sugiarto :

“Yang pertama bahwa publik harus kritis pada pemerintah. Kedua, bahwa partai politik dan parlemen itu kita dorong untuk menjalankan fungsinya secara baik, nah ini kan parodi parlemen, jadi kita mengkritisi parlemen dengan cara-cara halus, karena parlemen ini kan wakil rakyat kita, jadi disitu wakil-wakil rakyat kita disindir fokus kita dimana parlemen ini menyikapi pekerjaannya, bagaimana partai politik ini bisa tumbuh dan berkembang jadi organisasi yang professional sehingga dapat menampung aspirasi rakyat.”

Dalam perkembangannya, program acara yang berisikan tentang politik di Indonesia pasti saja ada masyarakat yang melihat ini baik dan juga hina. Karena anak muda saat ini agak alergi terhadap politik, terlihat dari faktanya bahwa anak – anak muda yang tidak memiliki *role model* atau panutan – panutan yang membuat mereka terinspirasi untuk terjun atau paling tidak mengikuti proses politik, untuk dijadikannya sebagai inspirasi dalam perpolitikan.

Politik sering kali disebut sebagai perebutan kekuasaan, perebutan kekayaan, pengaruh intrik dan sebagainya, padahal proses politik itu ikut mempengaruhi keseharian publik, menanggapi anak muda yang apatis dan skeptis melihat kondisi politik di Indonesia saat ini, menurut seorang Pengamat Politik, Bima Arya Sugiarto setidaknya ada dua hal yang mempengaruhi *mindset* anak muda, bahwa : (a) Memang anak muda kita ini agak alergi terhadap politik karena saya kira faktanya mereka tidak memiliki role model atau panutan-panutan yang membuat mereka terinspirasi untuk terjun atau paling tidak mengikuti proses politik, tidak ada atau sedikit sekali para politisi yang bisa dijadikan sumber inspirasi bagi anak muda, sedikit sekali para politisi betul-

betul politisi yang ideal sehingga mencitrakan politik sebagai suatu bidang pengabdian yang tentunya juga layak dipilih oleh anak muda; (b) Memang politik ini identik dengan hal-hal yang sifatnya negatif, seperti perebutan kekuasaan, perebutan kekayaan, pengaruh intrik dan lain sebagainya. Nah karena itu, politik itu harus dibumikan harus diletakkan dalam konteksnya, bahwa bukan politiknya yang salah tetapi orang-orangnya yang salah. Nah karena itu kebanyakan anak muda memandang politik, saya kira dari perspektif yang kurang tepat bahwa politik itu kotor, nah democracy adalah satu acara dimana berusaha untuk menampilkan wajah politik secara santai secara informal secara menarik dekat dengan keseharian publik, jadi klo kita bicara politik bukan saja bicara, hal-hal yang sifatnya abstrak, informatif atau jauh dari sehari-hari tapi politik adalah urusan sehari-hari, bahwa proses politik itu ikut mempengaruhi keseharian publik.

Untuk mengatasi hal tersebut, Bima Arya Sugiarto dalam meyakinkan anak muda yang bersifat apatis dan skeptis terhadap program acara yang berisikan komunikasi politik mempunyai cara tersendiri, yakni seorang politisi atau komunikator itu sendiri harus bisa diterima oleh komunikan, dan dalam menyampaikan pesan komunikasi politik harus jelas metodenya dan tidak boleh terlalu serius, tidak boleh menggurui, dan berbicara menggunakan bahasa yang lebih santai yakni menggunakan bahasa – bahasa anak muda yang memiliki konten – konten menarik :

“Memang harus berbicara dengan konten yang tepat dan si penyampai pesan juga harus bisa diterima oleh anak muda, berbicara dengan anak muda soal politik itu, kontennya harus jelas metodenya juga harus jelas, tidak boleh terlalu serius , tidak boleh terlalu menggurui, dan yang

berbicara kepada anak muda harus yang orang tepat. Ini sering kali yang membuat para politisi kesulitan masuk ke anak muda, karena mereka dianggap tidak representatif, tidak dihormati, mereka tidak memiliki konten yang menarik untuk anak muda, dan mereka tidak memiliki metode-metode yang efektif buat anak muda. Karena itu, kebanyakan orang-orang yang bisa meraih simpati anak muda adalah orang-orang yang memang punya integritas yang tidak diragukan kapasitasnya, berbicara dengan bahasa, bahasa anak muda dan memiliki konten-konten yang menarik buat anak muda, anak muda sering kali tidak senang bicara politik dalam konteks yang serius, politik dalam konteks yang betul-betul formal, tetapi anak muda senang bicara hal-hal yang sebetulnya juga politik tetapi juga penting seperti masalah yang sifatnya kepemimpinan, motivasi, jadi motivasi anak muda bisa masuk dalam perspektif yang lain seperti isu-isu kepemimpinan, leadership motivasi.”

*Audience* democracy mengatakan bahwa program acara democracy sudah memberikan pendidikan yang menjadikan masyarakat buta akan perpolitikan menjadi lebih mengetahui permasalahan politik, pernyataan ini didapatkan dari situs resmi [www.metrotvnews.com/democracy/contact](http://www.metrotvnews.com/democracy/contact) yakni yakni Berikut pernyataan Willy / [l1mp\\_b12k1t@yahoo.com](mailto:l1mp_b12k1t@yahoo.com) :

“Acara Democracy bagus, karena mendidik & membuka mata masyarakat awam yg buta akan masalah politik. Tetapi akan lebih baik apabila ditingkatkan lagi kualitas acaranya(baik topik yg diangkat maupun pemandu acaranya).

Saya juga berharap agar acara Democracy dapat bertahan lama dan tdk cuman seumur jagung. Maju terus Democracy & Semoga sukses.”

Memang tidak dipungkiri lagi, jika komunikasi politik saat ini sangat dibutuhkan di televisi yang kemudian dijadikan salah satu program acara yang sifatnya mendidik dalam berkomunikasi politik pada khususnya, mengingat masyarakat Indonesia saat ini sudah mulai kritis atas apa yang terjadi dalam kebijakan – kebijakan pemerintah.

Menurut Nurani Soyomukti (2007) dengan memahami keberadaan televisi (TV) sebagai sebuah kekuatan ekonomi-politik, dapat membantu kita menjelaskan berbagai macam kejadian seputar keberadaan media berteknologi audio-visual. TV, yang telah terbukti membawa dampak sangat besar bagi kehidupan masyarakat, akhir-akhir ini memang mewarnai pergulatan sosial-politik yang ada. Masyarakat pun resah. Mencontoh tayangan *smack down* yang menampilkan estetika kekerasan, sebagian anak-anak sekolah dasar (SD), menderita luka-luka bahkan ada yang menemui ajalnya. Sebagian kelompok massa, juga menggelar aksi protes dengan cara-cara kekerasan, karena tayangan TV dianggap melecehkan standar moral dan religius mereka. Beberapa tokoh ikut menghujat si kotak pintar ini, karena telah membentuk budaya gosip yang vulgar di kalangan kaum borjuis artis-selebritis (Nurani Soyomukti, 2007)

**Pembahasan.** Beberapa kasus tersebut menggambarkan protes yang berasal dari masyarakat sipil dan bukan dari negara (pemerintah). Memang, sempat ada oknum pemerintah yang merasa gerah dengan tayangan TV. Ambillah misal, ketika beberapa bulan berselang, mantan Menteri Komunikasi dan Informasi Sofyan Jalil, melakukan somasi terhadap acara parodi politik di sebuah stasiun TV. Acara itu dianggap melecehkan pemerintahannya.

Yang menarik adalah kejadian yang terjadi belakangan, tetapi bukan di negeri kita. Merasa bahwa TV telah bertindak diskriminatif dan tidak berimbang menyangkut kebijakan pemerintahannya, Presiden Venezuela Hugo Chavez Frias, memutuskan untuk tidak memperpanjang ijin siaran stasiun TV swasta RCTV (Radio Caracas Television). Keberanian dan ketekatan Chavez, muncul bukan karena RCTV tidak mendukung upaya perubahan rakyat, bukan pula karena RCTV menjadi TV yang banyak dikenal masyarakat (bahkan internasional), karena tayangan opera sabun atau telenovela-nya. Penonton yang kritis terhadap keberadaan komunikasi tentu paham, bahwa tayangan opera sabun hanya menyajikan drama kalangan borjuis yang di dalamnya diwarnai kisah cinta dan kebencian orang-orang yang hidupnya mewah, dengan pria tampan yang dikerubungi perempuan cantik dan seksi (Nurani Soyomukti, 2007)

Tayangan semacam ini, jelas tidak mewakili realitas sejati masyarakat Venezuela yang mayoritas miskin, mereka yang sedang berjuang menuntaskan program-program kerakyatannya. Tayangan yang mengasingkan realitas sosial, tentu tidak melulu berwujud opera sabun. Ada banyak sekali ragam tayangannya. Menelisik tayangan TV di negeri kita sendiri, kita bisa melihat bahwa TV selalu saja menggambarkan dunia borjuis. Memang ada sedikit menampilkan rakyat miskin tapi, kebanyakan adalah gambaran kaum kriminal (sepagaimana dalam berita kriminal) dan juga kaum fatalis (orang miskin dan susah yang berserah diri semata pada dunia gaib: minta pertolongan Tuhan sebagai solusi di satu sisi, tapi juga memelas bantuan setan atau thuyul di sisi lainnya dalam titik ekstrim). Hegemoni yang membodohkan rakyat miskin dengan ide(ologi) fatalisme dan hedonisme semacam itu memang mendapatkan gugatan-gugatan tetapi, tidak mampu menggoyahkan nafsu TV untuk menayangkan program-program yang dipandang memundurkan cara berpikir dan

bertindak masyarakat. Yang dilakukan Chavez adalah memutus lingkaran buruk yang disebabkan oleh tayangan TV. Tindakannya konkrit, dampaknya juga sangat nyata. Itu sebabnya, ia menuai banyak protes dan kecaman: anti demokrasi, memangkas hak rakyat atas informasi. Dalam seketika, citra Chavez di mata dunia merosot drastis (Nurani Soyomukti, 2007)

Kita memang tidak bisa memandang tindakan Chavez secara hitam-putih. Kita harus mempertimbangkan aspek ekonomi-politik, misalnya, merunut sejarah konflik politik di Venezuela sejak awal, yang disebut oleh Walden Bello (2003) sebagai “konflik kelas.” Konflik kelas ini menggambarkan pertentangan antara Hugo Chavez dan pendukungnya, yang terdiri dari mayoritas rakyat miskin dan kaum oposisi, yang mewakili kalangan konglomerat atau pemilik modal swasta yang merasa rugi jika Chavez meninggalkan resep neoliberalisme yang berpilar pada sistem privatisasi dan pasar bebas.

Komposisi itu tampak dari barisan penentang Chavez, yang terdiri dari para pengusaha, artis-selebritis (pemain opera sabun), sekelompok mahasiswa, serta kelompok demokrat liberal pendukung neoliberalisme, yang terbukti merugikan rakyat Amerika Latin dan kini mulai ditinggalkan oleh banyak negara di kawasan ini.

Menurut Chavez, tindakan tidak populer yang diambilnya itu karena RCTV dianggap sering menyiarkan program yang tidak bermoral, dan cenderung pro-Amerika Serikat (AS). Selain itu, Chavez menuduh RCTV mendukung aksi kudeta terhadap pemerintah Venezuela pada 2002. Sebagai gantinya, Chavez mendirikan TVes yang dikuasai pemerintah. TV internasional yang berkiblat pada Amerika Serikat (AS), juga harus dipandang sebagai kelompok kepentingan, jika kita ingin menilai apa yang terjadi di Venezuela secara objektif dan realistis (Nurani Soyomukti, 2007)

Tuduhan Chavez bahwa TV yang dututupnya itu melakukan intrik-intrik kotor, juga harus dipertimbangkan. Sejak awal pemerintahannya, pemberitaan media yang mewakili kepentingan oposisi terus memainkan opininya untuk menyerang Chavez dan pengikutnya. Termasuk berita tentang pemogokan dan kejadian seputar penggulingan terhadap Chavez oleh kelompok oposisi (pengusaha). Setiap kali kita membaca sebuah berita, kita akan dapat melihat sudut pandang dari mereka yang menulis berita itu. Media pendukung Chavez, selain masih gagal mendominasi, juga akan menghadapi dihalangi untuk mengumandangkan berita-berita yang mengandung sudut pandang rakyat miskin.

Brian Ellsworth, wartawan Houston Chronicle pada edisi 20 Desember 2002, telah melaporkan bahwa pertarungan politik Venezuela juga berlangsung sengit dalam bidang pemberitaan, terutama di media televisi. Ia menulis bahwa televisi swasta di Venezuela, berpihak tanpa syarat pada gerakan anti-Chavez sementara, stasiun televisi pemerintah berpihak tanpa syarat pada Chavez. Ia melaporkan, liputan dari saluran televisi swasta penuh “propaganda,” sementara saluran televisi pemerintah “menyatakan kebenaran.”

Fakta tersebut memberikan keyakinan pada kita, bahwa TV memang bukan produk teknologi yang netral. Kehadiran TV itu sendiri didasari oleh, selain digunakan untuk mencari keuntungan jika dikelola oleh pengusaha, juga digunakan untuk memundurkan cara berpikir rakyat (Nurani Soyomukti, 2007). Bisa jadi, kehadiran TV justru memundurkan budaya masyarakat. Misalnya, karena dominasi budaya tonton, TV telah memundurkan budaya literer (membaca dan menulis) di kalangan rakyat.

Di negara kapitalis maju seperti Amerika Serikat (AS) sendiri, hubungan antara TV, prestasi belajar, kecerdasan, dan kemampuan baca tulis telah dipelajari sejak tahun 1960-an. Hasilnya sungguh menyedikan. Sebagaimana diungkapkan Michael R. LeGault (1996), televisi telah

menjadi biang kerok resmi dan tumpuan kesalahan dari beberapa generasi pendidik dan orangtua yang mengkhawatirkan pengaruh buruk dari si “kotak bodoh” pada anak-anak muda yang mudah terpengaruh (Nurani Soyomukti, 2007). Reputasi TV tenggelam, semakin rendah dalam tahun-tahun terakhir, sampai-sampai TV dianggap buruk untuk otak. Sebuah studi yang dilakukan oleh The National Opinion Research Center dari tahun 1974 sampai 1990 menemukan, “menonton televisi memperburuk kosakata, sedangkan membaca buku dan koran memperbaikinya”.

Penilaian kritis terhadap keberadaan TV dari kasus Venezuela, justru akan memperkaya cara pandang kita. Saya sendiri tidak mempunyai hak untuk menawarkan pilihan setuju atau tidak dengan apa yang dilakukan Hugo Chavez (Nurani Soyomukti, 2007). Tetapi, kita dapat membandingkannya dengan keberadaan TV di negara kita, tentunya dalam situasi ekonomi-politik yang berbeda. Yang jelas, keberadaan TV semakin digugat dan dihujat (dikritik). Kita tentu bertanya, ada apa ini?

Pada program acara *democracy* Bima Arya Sugiarto menegaskan pula bahwa *democracy* sudah merepresentasikan dari program acara komunikasi politik dalam menyampaikan pesan – pesannya. Memang program acara *democracy* dikemas dengan konsep parodi sehingga terlihat lebih santai, karena konsep parodi tersebutlah pesan yang disampaikan bisa menjangkau semua segment masyarakat Indonesia :

“Iya, artinya *democracy* ini kan konsepnya adalah parodi, parodi ini adalah melakukan sindiran-sindiran terhadap tokoh-tokoh politik terhadap isu-isu politik, ini ibaratnya melakukan komunikasi politik kepada publik dengan mengemas isu yang serius dan lebih santai dan tidak menyerang pada sifatnya personal, karena adanya konsep parodi tadi. *democracy*

merupakan suatu cara komunikasi politik untuk menjangkau segmen-segmen masyarakat yang seharusnya bisa tertarik terhadap isu politik yaitu orang-orang yang suka nonton *infotainment*, orang-orang yang tidak suka menonton berita politik yang *hardnews* ini disuguhkan dalam konsep parodi politik.”

Sebagai kesimpulan dapat dikatakan program acara *Democracy* sudah mewakili sebagai salah satu program acara yang termasuk komunikasi politik, karena tema – tema diangkat atau pesan – pesan yang disampaikan sering berkaitan dengan isu sosial – politik yang sedang ramai diperbincangkan, walau tidak bisa dibuktikan bahwa pada periode ini dapat mengurangi golongan putih, karena tidak ada data yang mengarah untuk mengurangi golongan putih.

Sejak masa reformasi, dimana diberikannya kebebasan kepada media untuk berekspresi juga berpengaruh pada program-program televisi. Banyak program-program televisi baru yang bermunculan untuk menarik perhatian audience. Media mulai memainkan perannya sebagai pemberi informasi kepada khalayak, termasuk di bidang politik seperti tersebut di atas. Mulai era ini, selain berperan sebagai sarana pemenuhan informasi yang akan memberikan pendidikan politik bagi khalayak, media juga berfungsi sebagai alat pengawasan politik. Media berfungsi dalam pengawasan instrumental. Aktualisasinya adalah penyebaran informasi politik yang berguna bagi khalayak. Media bertugas mengawasi kinerja dan kebijakan yang dibuat pemerintah, kemudian menginformasikannya pada publik sebagai khalayak media (Nurudin, 2003 : 77).

Seiring dengan adanya kebebasan pers, program-program berbau politik seperti dialog politik, debat politik, dan talkshow juga semakin banyak. Program yang cukup menarik khalayak adalah talkshow karena

konsep acaranya yang lebih santai. Metro TV sebagai salah satu stasiun televisi yang bersegmen pemberitaan memiliki program talkshow politik yang sangat beragam, antara lain Suara Anda, Bedah Editorial, Survei Interaktif Padamu Negeri, serta Democracy. Dengan adanya tayangan-tayangan tersebut akan memberikan pendidikan politik kepada publik.

Melalui program-program politik tersebut menjadi sarana bagi publik untuk memperoleh informasi politik, mengkritik kinerja pemerintah, dan menyampaikan opininya mengenai kebijakan-kebijakan dan kinerja para pemegang kekuasaan politik negeri. Publik mulai berani mengungkapkan opininya mengenai kinerja pemerintah, baik opini yang positif ataupun negatif. Media massa, terutama televisi, menurut para ahli dipercaya secara langsung sangat mempengaruhi individu-individu (khalayak). Menurut Sproule (1989), media dianggap sangat berkuasa dalam membentuk opini publik. Berdasarkan penelitian McQuail (1991), memusatkan pada televisi sebagai media yang kekuasaannya kuat dalam mempengaruhi opini publik (Winarso, 2005 : 106-107). Peran media massa sangat efektif dalam menghimpun kekuatan dan opini publik. Peran media massa, termasuk televisi tidak hanya menjadi media penyampai informasi saja, tetapi juga menjadi sarana alternatif menyampaikan aspirasi. Wacana politik yang beredar dan tersebar luas tidak luput dari peran besar media termasuk televisi. Media televisi dapat menggalakkan partisipasi dan komunikasi sosial, mendidik, dan mengkritik, serta mampu meyakinkan publik akan porsi yang ditawarkan oleh media.

Mayoritas dari tayangan yang beredar banyak di media TV mencoba untuk mengkritisi apa yang terjadi dengan para elit politik di senayan. Misalnya saja mulai dari persoalan para anggota DPR yang mendapat jatah mobil mewah, penyediaan laptop, renovasi rumah, dan kunjungan ke luar negeri. Ditengah kondisi negara yang

dilanda banyak persoalan, para elit politik masih sibuk mengurus kepentingan diri sendiri ketimbang kepentingan rakyat. Kenyataan seperti ini yang menimbulkan banyak pergunjungan pada masyarakat luas. Pro – kontra ini memberikan persepsi dari kinerja legislatif yang dianggap bahwa etika politik para pemimpin telah terkikis. Etika politik yang seharusnya menjadi tembok atas kesewenang-wenangan politik hanya menjadi pemanis bibir oleh elit politik. Tujuan utama pemimpin politik demi kepentingan pribadi diutamakan daripada kepentingan rakyat banyak (Sugianto. 2008 : D. “Terkikisnya Etika Politik” dalam kolom “Forum”, Kompas Jawa Tengah).

Tayangan parodi politik adalah salah satu talkshow politik yang sedang diminati masyarakat. Karena selain dianggap tayangan yang menghibur, dengan menonton tayangan tersebut masyarakat tahu permasalahan dalam negerinya, serta mampu mengkritisi kinerja dan kebijakan yang dibuat pemerintah (Anonim. 2008. “Pelajar Gandrung Tayangan Parodi Politik”, dalam <http://www.pdiperjuangan-jatim.org/v02/?mod=berita&id=439>).

Metro TV salah satu stasiun TV yang tak henti – hentinya menelurkan acara kreatif nan menghibur bagi masyarakat Indonesia. Democracy merupakan sebuah program acara yang mengedepankan unsur politik nan menghibur dalam bentuk talkshow, bercerita tentang kegiatan parlemen dalam menghadapi & memecahkan masalah aktual bangsa dan terkadang mengkritik dan menyindirpara anggota legislatif.

Pengemasan acara Democracy ini cenderung santai dan komedikal namun tetap memberikan solusi. Ide ide lucu dan segar akan menghiasa setiap tayangannya seperti sidang tapi tidur, sms, telepon, uang komisi, absensi, jalan-jalan ke luar negeri, tunjangan rumah, renovasi, bagi-bagi laptop, lobi-lobi, baca koran, interupsi, korupsi, fraksi, friksi, tawuran, uang ketok palu, anggaran rumah tangga, walk out, bagi-bagi kapling, suap, reses,

dan penyimpangan-penyimpangan lainnya. Acara ini telah ditayangkan perdana pada hari Minggu, 17 februari 2008 pukul 21.05 wib di Metro TV. Dan akan ditayangkan setiap hari dan jam yang sama seperti diatas.

Tayangan parodi politik “Democracy” menerima pro dan kontra. Yang pro menganggap bahwa tayangan ini merupakan sarana pendidikan politik bagi masyarakat, menjadi sarana penyampaian opini publik kepada pemerintah, kritikan kepada pemerintah, dan bentuk realita yang ada. Sedangkan yang kontra (pihak pemerintah) beranggapan bahwa parodi politik “Democracy” itu merupakan suatu bentuk pelecehan terhadap pemerintah. Pemerintah mengajukan somasi kepada “Democracy” karena dianggap menghina para pemimpin negeri. Karenanya, reaksi yang datang dari pemerintah tentu saja mencerminkan ketakutan karena legitimasinya dirong-rong sedikit demi sedikit secara konsisten oleh para ‘tukang kritik’ yang kali ini memakai gaya humor dan parodi. Siapa yang tak kenal Butet Kertarajasa yang terkenal sebagai ‘tukang kritik’ sejak jaman Orde Baru yang akhirnya tumbang karena telah menekan kebebasan rakyat untuk berekspresi dalam ekonomi, politik, dan kebudayaan.

Menurut Djamaluddin Malik dan Subandy Ibrahim (1997: 61), keistimewaan bahasa adalah karena kehadirannya dalam jagad makna yang bisa digunakan untuk ‘membahasakan’ simbol-simbol yang lain. Bahasa yang telah terkontrol dan distandardisasi ini pada gilirannya menjadi instrumen kontrol perilaku dan jagad makna yang membangunkan kesadaran kita terhadap realitas sosial-politik yang ada. Ideologi bahasa yang ditebarkan oleh ‘DEmocracy’ juga tak kalah dahsyatnya ditambah dengan muatannya yang nampaknya menggiring penonton untuk menertawakan setiap tindakan, kebijakan, watak pemerintah khususnya dan elit-elit politik pada umumnya. Dan sebenarnya itu

adalah khas psikologi parodi atau lawakan, yaitu selalu menertawakan segalanya.

Apa yang dijelaskan diatas adalah fenomena yang terjadi di masyarakat sekarang ini. Kebebasan media berekspresi akan mendorong kebebasan memberikan opini pula. Penilaian atau opini publik terhadap pemerintah harus benar-benar sesuai dengan realita yang terjadi. Tayangan parodi politik “Democracy” bisa menjadi salah satu referensi untuk menjadi sarana dalam melihat dan mengkritik kinerja legislative di senayan. Tapi sebaiknya publik harus benar-benar objektif dalam memberikan penilaian atau opininya mengenai pemerintah, baik melalui informasi yang didapat dari pemberitaan media, dari program-program politik seperti parodi politik yang berisi kritikan, ataupun dengan mengamati langsung dari lingkungan. Tayangan “Democracy” telah menimbulkan persoalan sesuai dengan isi parodi tersebut yang dianggap “melecehkan” pemerintah serta memiliki potensi untuk meyakinkan audience tentang apa yang ada di dalam program tersebut mengenai kritikan dan evaluasi terhadap kinerja pemerintah.

#### SIMPULAN & SARAN

Program Democracy dapat dikatakan sudah efektif dalam menyampaikan a pesan-pesan komunikasi politik yang disampaikannya, bahkan dikemas secara parodi ditambah lagi dengan disisipkan musik – musik sehingga lebih santai dan lebih varietif, dan bisa juga dilihat dari *rating* serta *share* sudah mencapai 1,5 dan 5,3.

Saran yang dapat dikemukakan bahwa disamping program acara democracy juga mampu mengajak pemirsanya untuk mengambil keputusan dari pesan yang telah disampaikan, para *audience* yang menonton distudio pun mengikuti proses syuting acara democracy hingga berakhir, serta antusias *audience* democracy yang ingin menonton langsung ke studio cukup banyak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. Karlina, Siti (2007) *Komunikasi Massa : sebuah pengantar*. Edisi revisi
- Bidya, Dash (2009) A study on Performance Management through Recession Metrics during downturn. *Journal of Advances in Management*, 2(10), p. 27-30.
- Conchie, Stacey and Burns, Calvin (2008) Trust and Risk Communication in High-Risk Organizations: A Test of Principles from Social Risk Research. *Journal of Risk Analysis*, 28(1), p. 141-149.
- Croucher, S. M. (2011). Social networking and cultural adaptation: A theoretical model. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 259-264.
- Crymble, B Sarah (2012) Contradiction Sells: Feminine Complexity and Gender Identity Dissonance in Magazine Advertising. *Journal of Communication Inquiry* 36: 62-84
- D'Enbeau, Suzy (2011) Sex, Feminism, and Advertising: The Politics of Advertising Feminism in a Competitive Marketplace. *Journal of Communication Inquiry* 35: 53-69
- Deuze, Mark (2008). The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. *International Journal of Communication* 2: 848-65.
- Ellison, N. B., Hineo, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441.
- Engstrom, Erika (2008) Unraveling The Knot: Political Economy and Cultural Hegemony in Wedding Media. *Journal of Communication Inquiry* 32: 60-82
- Ferrante, Pamela (2010) Risk and Crisis Communication. *Journal of Professional Safety*, June 2010, p. 38-45.
- Harum; Rochajat dan Sumarno (2006) *Komunikasi sebagai suatu Pengantar*, Bandung; Madar Maju.
- Kandlousi et al. (2010) Organizational Citizenship Behavior Concern of Communication Satisfaction: The role of the formal and informal communication. *International Journal of Business and Management*, 5(10), p. 51-61.
- Morissan (2005) *Jurnalistik Tv Mutakhir*, Jakarta; Ramdina prakarsa. 2005.
- Morissan (2005) *Media Penyiaran "Strategi Mengelola Radio dan TV"*, Jakarta; Ramdina Prakarsa.
- Mufid, Muhamad (2007). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta; Kencana. cetakan ke-2.
- Mulyana, Dedy (2005). *Ilmu Komunikasi – Suatu Pengantar*, Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Nurudin (2007) *Pengantar Komunikasi massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Phillips, A., Singer, J. B., Vlad, T., & Becker, L. B. (2009). Implications of technological change for journalists' tasks and skills. *Journal of Media Business Studies*, 6(1), 61-85.
- Rahman, A (2007). *Sistem Politik Indonesia*, Jakarta; Graha Ilmu.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- Sekaran, Uma (2006) *Research Methods for Business Askill Building Approach 2 Edition*. USA : Souther Illinois University at Carbondal
- Severin, Werner. – N. Tankard, James (2005). *Teori Komunikasi* (edisi kelima), Jakarta; Prenada Media.
- Soyomukti, Nurani (15 Juli 2007) *Melawan Kediktatoran Televisi*. Harian Indprogress

Sugianto (2008). Terkikisnya Etika Politik. dalam Kompas Jawa Tengah, 11 April 2008, kolom Forum : D.

Suprpto, Tommy (2006). Pengantar Teori Komunikasi. Yogyakarta : Media Pressindo.