

# Paralelisme Politik Media dalam Pemberitaan Pemilu 2014 di Indonesia

Salvatore Simarmata

Unika Atma Jaya

Jl. Jenderal Sudirman No. 51, Jakarta 12930

Email: salvatore.simarmata@atmajaya.ac.id

**Abstract:** *Media biases may caused by various factors. One of them is called political parallelism. Political parallelism weakens the roles of media in democratic process by becoming overly one-sided leading to low quality of news news quality. The aim of this article is to investigate the presence and effect of media political parallelism on election news during the 2014 legislative and presidential elections in Indonesia, using content analysis on news items from four print media outlets. The findings show that media with certain political parallelism display high favorability in coverage of its own affiliations.*

**Keywords:** *election news, media system, news quality, political parallelism*

**Abstrak:** *Media massa memiliki sejumlah bias dalam menjalankan fungsinya menyediakan informasi kepada publik. Salah satu penyebabnya adalah paralelisme politik media. Paralelisme politik melemahkan peran media dalam demokrasi karena menjadikan media berpihak sehingga terbentuk berita dengan kualitas rendah. Artikel ini menganalisis bentuk dan efek paralelisme politik pada pemberitaan pemilu legislatif dan presiden tahun 2014 di Indonesia, dengan melakukan analisis isi berita empat media cetak. Salah satu temuannya menunjukkan bahwa media dengan paralelisme politik cenderung memberitakan kepentingan afiliasi politiknya secara lebih positif.*

**Kata Kunci:** *berita pemilu, kualitas berita, paralelisme politik, sistem media*

Media merupakan salah satu elemen demokrasi. Keberhasilan demokrasi ditentukan oleh kualitas pemberitaan media. Salah satu kendala mewujudkan pemberitaan berkualitas ini adalah kepemilikan media yang terpusat seperti di Indonesia. Konsentrasi kepemilikan media pada sekelompok elit mengancam keberagaman informasi yang tersaji di hadapan publik. Terlebih lagi ketika para elit itu juga menjadi pemimpin atau petinggi partai politik yang sering memobilisasi media menjadi alat propaganda demi

kepentingan partai dan/atau pemilik media. Akibatnya, media cenderung mengabdikan pada kepentingan partai politik dan pemiliknya, daripada kepada publik yang menjadi dasar legitimasinya.

Relasi media dan partai ini dikenal sebagai *press-party parallelism* yang awalnya ditujukan pada surat kabar saja (Seymour-Ure, 1974, h. 158). Konsep ini dikembangkan pada struktur media yang lebih luas sehingga disebut *political parallelism* (Hallin & Mancini, 2004, h. 28). Konsep ini telah digunakan untuk

memprediksi efek kedekatan media dan partai pada perilaku politik pemilih khususnya saat pemilihan umum (pemilu) (van Kempen, 2007; Carkoglu, Baruh & Yildirim, 2014). Secara konseptual paralelisme politik media dipahami sebagai “*the degree to which the structure of the media system paralleled that of party system*” (Hallin & Mancini, 2004, h. 27). Paralelisme politik mencerminkan kemiripan pada dua hal, yaitu wacana dan struktur antara media dan partai politik. Maka, paralelisme politik pada penelitian ini dilihat dari sudut pandang organisasional antara media dan partai politik, serta wacana pemberitaannya atas pemilu nasional.

Paralelisme politik yang tinggi dapat membahayakan peran media sebagai ruang publik yang menutup akses untuk masuknya keberagaman sudut pandang dalam wacana politik. Pada saat yang sama, media hanya menjadi instrumen politik pemiliknya. Pada konteks yang lebih luas, kebebasan berbicara dan akses media menjadi terbatas, serta efek yang ditimbulkan dari isi media cenderung membatasi kemajuan demokrasi. Secara khusus pada akhirnya kualitas berita media menjadi rendah.

#### **Paralelisme Politik Media**

Paralelisme politik dipandang sebagai salah satu pengekang (*constraint*) media yang membuat media terkungkung oleh struktur politik. Partai politik berupaya mengendalikan media lewat kepemilikan, kontribusi finansial dan perwakilan pada lembaga pembuat kebijakan, serta dukungan editorial pada partai politik tertentu dan

kebijakannya (Blumler & Gurevitch, 1995, h. 21). Tesis penting dalam paralelisme politik media ini adalah independensi media akan hilang ketika partai atau kekuatan politik tertentu menguasai struktur media dalam sistem politik yang demokratis. Secara normatif, media memiliki fungsi menyediakan informasi yang bermanfaat bagi proses pengambilan keputusan anggota masyarakat dan elit atas sejumlah persoalan publik. Namun pemberitaan media soal politik selalu menyimpan pembungkuan dengan sudut pandang tertentu yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor, baik pada level individu, organisasional, maupun level ideologis (Shoemaker & Reese, 1996, h. 64).

Paralelisme politik dipandang sebagai ancaman demokrasi, namun pada level mikro diyakini berkontribusi untuk *political reinforcement* pada pemilih. Faktor ini mendorong para petinggi partai cenderung memobilisasi media afiliasi mereka pada masa pemilu. Sejumlah kajian pun telah dilakukan untuk mengukur intensitas paralelisme politik media dengan mengobservasi indikator paralelisme politik. Seymour-Ure (1974, h. 173) menjelaskan empat bentuk indikator paralelisme politik media, yaitu: kedekatan organisasional partai dan pers, persetujuan pers terhadap tujuan partai, kesesuaian antara pendukung satu partai dan pembaca surat kabar tertentu, serta kesesuaian antara jumlah surat kabar dengan jumlah partai. Sementara itu, Hallin & Mancini (2004, h. 28) menegaskan secara lebih empiris indikator paralelisme politik yang mencakup *content, organizational connections, partisanship*

of media audiences, dan *journalistic role orientations and practices*. Kedua pandangan tersebut kurang lebih sama, namun usulan Hallin dan Mancini lebih lengkap dan operasional. Sebagai contoh, bagi Hallin dan Mancini (2004) isi media merupakan indikator eksplisit atas paralelisme politik, baik dalam bentuk berita maupun hiburan. Alokasi suara dan sifat liputan (*tone*) pada berita merupakan variabel dasar untuk melihat kadar paralelisme ini (Carkoglu, Baruh & Yildirim, 2014, h. 7). Ketika media sangat memihak (*favor*) dalam pemberitaannya, diasosiasikan, serta memiliki relasi historis dengan partai politik tertentu, maka paralelisme politik media tersebut tinggi (Horwitz & Nir, 2014, h. 3).

Secara umum, paralelisme politik media dikategorikan dalam tiga jenis, yaitu: paralelisme tinggi, sedang, dan rendah (Seymour-Ure, 1974, h. 174). Media yang terlalu terikat pada partai politik akan menghasilkan “*a higher proportion of ‘onesided’ political content*” untuk membangkitkan dukungan yang masif dari masyarakat (Blumler & Gurevitch, 1995, h. 23). Sebaliknya, media yang independen dari partai politik akan cenderung memilih sikap yang berimbang dan imparial.

### **Sistem Media di Indonesia**

Sebagian ahli berpandangan bahwa tipologi klasik sistem pers dalam *Four Theories of the Press* (1963) tidak cocok untuk diaplikasikan dalam konteks politik lain karena setiap negara belum tentu terwakili ketika teori abstrak itu disusun dengan dasar yang sangat filosofis di Barat (Hallin & Mancini, 2004, h. 9-10). Teori lainnya, *Comparing Media Systems* yang

ditulis oleh Hallin dan Mancini (2004) pun masih tetap bersifat kebaratan (*western*), di mana variabel-variabel struktural yang dipakai untuk kategorisasi negara ke dalam tipologi sistem media tidak relevan dengan struktur sosial dan politik negara-negara dunia ketiga atau *non-western countries* (Votmer, 2012, h. 227). Oleh sebab itu, perlu kajian spesifik yang bersifat kontekstual sesuai dengan sistem politik di suatu negara.

Sejak reformasi, sistem media Indonesia lebih dominan menonjolkan ciri-ciri pers libertarian. Sejumlah alasan dapat dikemukakan untuk mendukung pandangan ini (Simarmata, 2014, h. 126), yaitu: (1) pers Indonesia menikmati kebebasan sebagai bagian dari pilar demokrasi, meskipun dalam UUD belum disebutkan secara khusus pasal tentang kebebasan berpendapat, (2) melalui kebebasan itu, pers bisa mengkritik pemerintah dan struktur politik lainnya dalam bingkai trias politika, (3) munculnya profesionalisme yang tinggi dari lembaga-lembaga pers dan jurnalis dengan dibentuknya kode etik dan organisasi profesi wartawan, sehingga wartawan makin independen dan profesional, (4) pers Indonesia lebih digerakkan oleh pasar dan berorientasi komersil, terlebih sejak dihapuskannya sistem SIUPP dalam penerbitan pers sebagai bagian dari agenda reformasi. Sistem media ini tentu tidak absolut namun dapat berubah sebelum reformasi, di mana media berada dalam sistem yang otoritarian. Dinamika ini menunjukkan bahwa media punya sifat terbuka, sekaligus menjadi indikator

kemajuan sistem demokrasi di mana media tersebut berada.

Dinamika sistem media di Indonesia sangat ditentukan oleh perubahan politik secara nasional. Melihat perkembangan demokrasi di Indonesia saat ini yang ditandai dengan pelaksanaan pemilu langsung secara reguler, kebebasan pers yang menguat, bertambahnya jumlah partai politik, kebebasan untuk memilih, dan pergeseran fungsi pers secara signifikan pada fungsi *watchdog*, dapat dikatakan bahwa pers Indonesia lebih mengarah ke sistem pers libertarian. Pilihan ini juga didukung oleh fakta menguatnya liberalisasi dan komersialisasi media sejak reformasi bergulir.

Menurut penulis, muncul tren kronologis perubahan media di Indonesia sejak era reformasi yang akhirnya bermuara pada paralelisme politik sekarang ini, yaitu: konglomerasi, konsentrasi, konvergensi. Konglomerasi terjadi ketika kepemilikan media dikuasai bersamaan dengan bentuk bisnis lainnya oleh seorang pengusaha atau satu kelompok bisnis tertentu. Konglomerasi mendorong terbentuknya orientasi *profit-seeking* media sehingga mengabaikan tugasnya untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi (Croteau & Hoynes, 2003, h. 44). Hal ini dapat terlihat melalui iklan yang lebih dominan dibanding informasi pada isi media.

Bentuk konglomerasi ini mendorong terjadinya konsentrasi kepemilikan media yang dapat berdampak pada homogenisasi isi dan produk media, serta meningkatnya

konsentrasi kekuasaan pada segelintir orang, sehingga menghambat akses secara merata terhadap media (Croteau & Hoynes, 2003, h. 47). *Merger* dan akuisisi merupakan dua proses menuju terbentuknya konsentrasi kepemilikan media. *Merger* dan akuisisi dapat dilakukan secara vertikal dan horizontal. Pola ini cocok dengan dinamika struktur kepemilikan media di Indonesia khususnya sejak reformasi. Pola ini menciptakan paralelisme politik karena faktor ikatan organisasional antara konglomerat dengan ketua dan petinggi partai politik di Indonesia. Konvergensi yang marak akibat internet, membuat paralelisme terjadi juga secara *online*.

#### **Pemberitaan Pemilu**

Terdapat empat alasan mengapa pemilu langsung 2014 merupakan pemilu yang menarik dan berbeda. *Pertama*, calon legislatif (caleg) petahana mendapat tantangan dan beban yang sangat berat mengingat buruknya kinerja anggota DPR selama ini, serta banyaknya kasus korupsi yang dilakukan para anggota dewan. Hal ini terjadi tidak lepas dari kegagalan partai politik dalam menjalankan fungsinya untuk melakukan pendidikan dan kaderisasi politik. *Kedua*, sistem pemilu proporsional terbuka membuat kompetisi antarcaleg semakin keras. Lawan seorang caleg bukan hanya dari partai lain di satu daerah pemilihan tertentu, tetapi juga sesama caleg dari partai sendiri. *Ketiga*, hadirnya dua pasangan calon presiden dan wakil presiden pada pemilu presiden (pilpres) yang mendorong persaingan makin ketat. *Keempat*, profesionalisasi politik makin

kental yang terjadi sejak pemilu 2009.

Profesionalisasi politik elektoral adalah strategi yang dikembangkan oleh partai untuk meningkatkan kesuksesan elektoral yang dilakukan lewat strategi-strategi untuk membentuk opini masyarakat (Lilleker, 2006, h. 75). Profesionalisasi politik ini ditandai dengan maraknya penggunaan survei untuk memprediksi perilaku pemilih, mengukur elektabilitas, dan menyusun strategi kampanye. Pemilu 2014 menunjukkan banyaknya lembaga konsultan politik yang terlibat dalam pemilu, serta para profesional lain seperti ahli *marketing*, *endorsers*, dan akademikus dibanding pemilu sebelumnya. Produk yang dihasilkan dari olah data dan kerja tim profesional ini adalah strategi kampanye, seperti iklan yang dipakai oleh kandidat dan partai politik untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas.

Krisis partai membuat pemilu 2014 menjadi pertarungan bersifat individual. Kualitas kandidat menjadi faktor penentu elektabilitas seseorang, ketimbang nama besar partainya. Hal ini tercermin pada menurunnya identifikasi diri (*Party ID*) masyarakat dengan partai politik. Pada tahun 2013, satu tahun jelang pemilu 2014, Pusat Penelitian Politik (P2P) LIPI menemukan masyarakat yang merasa 'sangat dekat' dan 'cukup dekat' dengan partai tertentu hanya 22% (Pusat Penelitian Politik (P2P) LIPI, 2013).

Profesionalisasi politik dan krisis pelembagaan demokrasi menjadi faktor pengaruh pada dinamika pemilu 2014. Kebutuhan akan media komunikasi

massa khususnya televisi, menjadi tinggi untuk membangun citra politik dan mendongkrak popularitas serta elektabilitas yang diharapkan. Bagi sebagian besar kandidat, kesempatan itu merupakan sebuah impian belaka karena keterbatasan biaya. Sebaliknya, pemilik media dapat leluasa menggunakan medianya untuk memaksimalkan keuntungan politik pribadinya maupun kandidat lain dari partai politik di mana dia berafiliasi, termasuk lewat jaringan media cetaknya.

Pemberitaan pemilu dapat dilakukan dalam berbagai jenis *angle* berita. *Angle* berita merupakan sudut pandang pada penulisan berita. Sesuai riset terdahulu, *angle* berita pemilu dapat dikategorisasi ke dalam empat jenis, yaitu: (1) *issue coverage*, (2) *adwatch coverage*, (3) *coverage of candidate traits*, (4) *strategy and horserace coverage* (Takens, van Atteveldt, van Hoof & Kleinnijenhuis, 2013; Dunaway, 2008). *Issue coverage* merupakan *angle* berita tentang kebijakan yang menjadi topik penting dalam masa kampanye, di mana dalam penelitian ini, cakupannya diperluas terkait isu pemilu. Sementara, liputan *adwatch coverage* yang kritis bertujuan untuk mengevaluasi kecocokan antara iklan para politikus/partai dengan realitas sosial. Selanjutnya, *coverage of candidate traits* dimaksudkan untuk memberi daya tarik pada pemberitaan yang sebenarnya menghilangkan substansi pemilu. Akibatnya, kompetensi dan rekam jejak kandidat menjadi kurang diselidiki. Terakhir, *strategy and horserace coverage* yaitu liputan yang fokus pada sisi

kompetisi dalam pemilu, seperti siapa yang teratas dalam hasil-hasil survei. Akibatnya, perbincangan tentang posisi dan program para kandidat atas sejumlah permasalahan menjadi terabaikan.

### **Kualitas Berita**

Kualitas berita menjadi variabel penting kajian media dalam konteks demokrasi elektoral terlebih dikaitkan dengan paralelisme politik media. Paralelisme politik sebagaimana dijelaskan di awal sangat berkaitan dengan kepemilikan media. Menurut Cho, Kong & Lin (2004, h. 3) ada tiga alasan mengapa fenomena kepemilikan menjadi masalah serius. *Pertama*, terkait dengan nilai demokratis. Demokrasi membutuhkan pemilih cerdas dan rasional. Untuk mendukung kapasitas tersebut, masyarakat membutuhkan informasi yang beragam dan pandangan luas sehingga mencukupi untuk mengambil keputusan yang rasional. Oleh sebab itu, ketika kepemilikan media terkonsentrasi, maka keberagaman sudut pandang ini menjadi terbungkam. *Kedua*, terkait kompetisi vs monopoli. Kompetisi cenderung dapat menciptakan keberagaman sudut pandang dalam pemberitaan media dibandingkan monopoli. *Ketiga*, terkait dengan peraturan. Surat kabar jauh lebih bebas dibandingkan dengan televisi dan radio, khususnya dalam hal perizinan.

Kualitas merupakan keadaan yang menunjukkan nilai baik atau buruknya sesuatu. Kualitas berita diukur dengan mengobservasi indikator-indikator objektivitas berita, yaitu *cover both side*, *check and recheck*, serta adanya pemisahan antara

fakta dan opini (Eriyanto, 2011, h. 410). Konsep yang paralel dengan kualitas berita ini adalah kredibilitas. Gaziano & McGrath (1986, h. 452) menjelaskan kredibilitas memiliki dua dimensi penting yaitu akurasi dan keterpercayaan. Dimensi akurasi terdapat pada konsep objektivitas berita yang terdiri dari kelengkapan 5W+1H serta pemisahan fakta dan opini. Variabel kualitas berita diukur dengan mengobservasi indikator-indikator (1) *check and recheck*; (2) *cover both side*; (3) pemisahan fakta dan opini; dan (4) kelengkapan unsur berita (Eriyanto, 2011, h. 410).

### **METODE**

Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk paralelisme dan kualitas pemberitaan media pada pemilu di Indonesia tahun 2014. Paralelisme politik media diidentifikasi dalam bentuk organisasional dan konten berita surat kabar. Faktor hubungan organisasional merujuk pada hubungan pemilik media dan pimpinan partai, serta keikutsertaan jurnalis media menjadi peserta pemilu. Sementara, aspek konten lebih fokus pada tiga hal, yaitu representasi topik berita, sikap berita, dan kualitas pemberitaan surat kabar yang dikaji melalui dimensi-dimensi kualitas berita seperti: *check and recheck*, *cover both sides*, pemisahan fakta dan opini, serta kelengkapan unsur beritanya.

Metode yang digunakan adalah analisis isi dan studi dokumen yang relevan. Studi dokumen digunakan untuk mengidentifikasi hubungan organisasional antara partai dan media yang diobservasi. Selanjutnya, analisis isi menurut Kerlinger

adalah metode untuk mengkaji dan menganalisis komunikasi dengan cara yang sistematis, objektif, dan kuantitatif dengan tujuan mengukur variabel-variabel tertentu (Wimmer & Dominick, 2006, h. 150). Analisis isi cocok digunakan untuk melihat tren dan karakteristik-karakteristik isi media.

Subjek penelitian ini adalah surat kabar nasional yang meliputi pelaksanaan pemilu 2014. Secara purposif dengan memperhatikan kedekatan dan independensi media dengan partai politik, maka sampel penelitian ini adalah *Media Indonesia*, *Koran Sindo*, *Kompas*, dan *Koran Tempo*. Periode waktu pemberitaan adalah 11 Januari-5 April untuk pemilu legislatif (pileg) (446 berita), dan 4 Juni-5 Juli 2014 untuk pilpres (300 berita). Periode waktu tersebut merupakan masa kampanye yang ditetapkan UU, di mana aktivitas partai, kandidat DPR, dan kandidat presiden sangat tinggi, termasuk dilaksanakannya debat calon presiden (capres). Kumpulan berita terkait pileg dan pilpres selama periode tersebut akan dianalisis dengan melihat frekuensi dan persentase dari masing-masing kategori. Unit analisis penelitian ini adalah *item* berita tentang pileg dan pilpres selama periode waktu yang telah ditetapkan.

Observasi unit analisis dilakukan dengan menggunakan *coding sheet* yang memuat variabel-variabel 1) objek berita, dilihat melalui partai politik, politikus, visi-misi, kegiatan kampanye, dan lainnya; 2) *angle* berita, dilihat melalui *issue coverage*, *adwatch coverage*, *candidate*

*traits*, *horserace coverage*, dan *negativity*; 3) sumber berita; 4) *tone towards self-affiliation*, dilihat melalui *favorable*, *neutral*, *unfavorable*; 5) *tone towards others*, dilihat melalui *favorable*, *neutral*, dan *unfavorable*; 6) kualitas berita, dilihat melalui *present*, *not present*, dan *unknown* yang terdiri dari empat indikator, yaitu *check and recheck*, *cover both side*, pemisahan fakta dan opini, dan kelengkapan unsur berita. Pengukuran didasarkan pada basis *present*, *not present*, *unknown*, serta frekuensi kemunculan kategori yang dimaksud.

Pengkodean *item* berita dilakukan oleh dua *coder* dari mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Unika Atma Jaya Jakarta yang telah/sedang mengambil mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi dan pelatihan mengkode, serta wajib mengikuti pelatihan teknik analisis isi yang diselenggarakan oleh prodi. Perhitungan uji reliabilitas yang digunakan adalah rumus dari Holsti (1969, h. 140), dengan formula  $CR = 2M/N1+N2$ . Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa kehandalan alat ukur memuaskan dengan tingkat reliabilitas antara 0,61 (*angle* berita) hingga 0,99 (kelengkapan elemen berita) untuk pemberitaan pileg, dan 0,60 (*angle* berita, dan *tone* KIH) hingga 1,00 (kelengkapan elemen berita) untuk pemberitaan pilpres.

## HASIL

Hasil penelitian disajikan berdasarkan variabel-variabel yang telah diobservasi. Variabel terdiri dari topik berita, *angle* berita, *tone* berita, sumber berita, *check*

*and recheck, cover both sides*, pemisahan fakta dan opini, serta kelengkapan elemen-elemen berita dengan kategori-kategori yang telah ditetapkan pada lembar pengkodean. *Tone* berita pileg yang dimaksud adalah sikap berita yang diarahkan pada partai, caleg, pemerintah, atau penyelenggara pemilu, sementara *tone* berita pilpres diarahkan pada kubu Koalisi Indonesia Hebat (KIH) atau kubu Koalisi Merah Putih (KMP). Selanjutnya, sumber berita pada berita pileg dikategorikan secara luas seperti caleg, ketua partai, anggota partai, tim sukses, pengamat, KPU, dan seterusnya. Sementara, pada berita pilpres sumber berita dikategorikan secara dikotomis menjadi sumber KIH dan KMP. Selanjutnya akan diuraikan temuan penelitian mulai dari karakteristik pemberitaan media, bentuk paralelisme, dan kualitas pemberitaan media.

### Frekuensi Pemberitaan

Pemberitaan media yang menjadi objek observasi dibagi dua kategori tematik, yaitu berita pileg dan pilpres. Keseluruhan berita yang dianalisis merupakan pemberitaan media selama masa kampanye untuk masing-masing pemilu. Pada masa kampanye pileg terdapat 446 *item* berita yang dikode, sementara kampanye pilpres 300 *item* berita, sehingga total berjumlah 746 berita (Tabel 1). Persaingan politik para kontestan baik saat pileg maupun pilpres sangat berbeda, sehingga berpengaruh pada posisi media yang terwakili lewat frekuensi pemberitaan mereka. Pada bagian awal ini akan dijelaskan temuan penelitian dimulai dari pileg kemudian pilpres.

**Tabel 1 Frekuensi Berita Media**

No	Media	Jumlah Berita Pileg	Jumlah Berita Pilpres
1	Koran Sindo	95	50
2	Media Indonesia	99	86
3	Kompas	146	70
4	Koran Tempo	106	94
Total		446	300

Sumber: Hasil pengkodean

### Pemilu Legislatif

#### Topik Berita

Topik berita adalah objek pemberitaan media yang dibahas secara mendalam oleh wartawan dari berbagai sudut pandang dalam satu *item* berita. Berita pemilu merupakan berita berlanjut karena sifatnya yang berlangsung pada periode waktu yang lama, khususnya pada masa kampanye. Topik berita pemilu pun dapat berupa tokoh, partai politik, lembaga pemerintah, lembaga penyelenggara, pendukung calon, relawan, metode kampanye, pelanggaran yang terjadi, partisipasi masyarakat, pengamanan pemilu, dan lain-lain.

Pada Tabel 2, terlihat bahwa pemberitaan keempat media tentang pileg lebih fokus pada partai politik, aktivitas kampanye, visi misi dan program, peraturan pemilu, pelanggaran kampanye, pemilih, hasil survei, serta para caleg. Secara dominan, *Koran Sindo* lebih fokus pada aktivitas kampanye yang dilakukan caleg dan partai, serta visi misi dan program yang ditawarkan. Sementara itu, *Media Indonesia* lebih fokus pada topik seputar partai politik, pelanggaran pemilu dan peraturan seputar pemilu. *Kompas* sangat dominan mengangkat topik seputar partai politik. Topik yang sama terlihat juga pada *Koran Tempo* meskipun dengan intensitas yang lebih rendah.

Masa kampanye adalah periode di mana para caleg berusaha meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi misi dan program yang inovatif, masuk akal, serta bermanfaat bagi pemilih. Sayangnya, dalam pemberitaan keempat media, visi misi dan agenda program caleg tidak terlalu mendapat perhatian serius. Hal ini disebabkan kurang menariknya visi misi para caleg yang cenderung abstrak bagi media, namun bisa juga karena redaksi kesulitan mengalokasikan ruang karena jumlah caleg yang begitu besar. Hal ini tentu kurang mendukung mekanisme proses pengambilan keputusan bagi pemilih lewat penyediaan informasi terkait visi misi dan program pada caleg. Sementara itu, *Koran Sindo* sendiri yang mengangkat topik tentang visi misi dan program keseluruhannya terkait

dengan program dari caleg Hanura dan capres-cawapres WIN-HT.

### **Angle Berita**

*Angle* berita adalah sudut pandang dari suatu cerita/berita, atau perspektif yang digunakan wartawan dalam menulis dan mengulas satu objek berita. Pada pileg 2014 (Tabel 3), *angle* berita paling dominan adalah *issue coverage*, disusul oleh negativitas selama kampanye serta hasil-hasil survei dan perdebatan yang muncul akibat ketatnya persaingan. *Angle* berita yang fokus pada isu di sini (*issue coverage*), tak hanya terbatas pada ide kebijakan caleg yang muncul ke ruang publik, tetapi termasuk kebijakan dalam konteks partai politik, penyelenggara pemilu, lembaga negara, dan pemerintah selama masa kampanye tersebut.

**Tabel 2 Topik Berita Pileg**

Topik berita	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
Prabowo Subianto	0	0	1	1	2
Hatta Rajasa	0	0	0	0	0
Joko Widodo	0	3	0	9	12
Jusuf Kalla	0	0	0	0	0
Visi, misi, dan program	15	0	2	0	17
Aktivitas kampanye	25	5	14	11	55
Debat kandidat	1	0	0	0	1
Kampanye hitam	1	0	0	0	1
KPU	3	7	1	1	12
Bawaslu	1	2	1	0	4
Partai politik	9	10	40	29	88
Peraturan pemilu	4	10	4	9	27
Pemilih	4	2	1	4	11
Relawan	0	0	0	0	0
Pemerintah	1	2	1	1	5
TNI-Polri	1	1	2	0	4
Hasil <i>survey/polling</i>	5	4	3	9	21
Partisipasi masyarakat	0	0	0	0	0
Sosialisasi pemilu	2	4	0	0	6
Pelanggaran kampanye	4	7	2	5	18
Caleg	0	0	9	6	15
<i>Other</i>	2	10	9	8	29

Sumber: Hasil pengkodean

**Tabel 3 Angle Berita Pileg**

Angle	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
<i>Issue coverage</i>	41	20	53	17	131
<i>Adwatch coverage</i>	3	0	2	1	6
<i>Coverage of candidate traits</i>	6	7	6	8	27
<i>Horsrace coverage</i>	5	11	16	16	48
<i>Negativity coverage</i>	6	25	18	14	63
<i>Other</i>	10	12	14	9	45

Perbedaan signifikan pada level  $\alpha=0.05$  ( $df=15$ ;  $X^2=39.2 > X\text{-tabel}= 24.9$ ).

Sumber: Hasil pengkodean

### Tone Berita

*Tone* berita pileg menggambarkan posisi politik pemberitaan media terhadap partai politik, caleg, penyelenggara, dan pemerintah. Partai politik seringkali menjadi sorotan media karena dipandang menjadi penyebab permasalahan atas lambatnya konsolidasi demokrasi di Indonesia pasca reformasi khususnya terkait kasus korupsi dan politik oligarki. Sejalan dengan itu, caleg yang bertarung pada pileg mendapat perhatian media karena kepercayaan masyarakat yang rendah terhadap politikus, karena cenderung korup dan membela kepentingan elit politik. Penyelenggara pemilu banyak mendapat sorotan masyarakat karena isu kelengkapan data pemilih dan netralitas anggotanya saat pemilu. Sementara, pemerintah sendiri tetap disorot media karena akhir

kesuksesan pemilu menjadi tanggung jawab pemerintah yang diwujudkan lewat alokasi dan mobilisasi infrastruktur dan institusi eksekutif yang terkait dengan pelaksanaan pemilu.

Pada Tabel 4 terlihat bahwa *Koran Sindo* dominan memberikan pemberitaan positif terhadap partai politik. Namun, terhadap caleg, pemerintah, dan penyelenggara pemilu cenderung tidak menunjukkan sikap yang eksplisit. Sikap *favorable Koran Sindo* terhadap partai tersebut, secara dominan ditujukan terhadap partai Hanura. Sementara itu, *tone Media Indonesia, Kompas*, dan *Koran Tempo* terhadap partai cenderung netral. Secara menyeluruh, sikap *unfavorable* media lebih banyak ditujukan kepada pemerintah dan partai politik selama periode masa kampanye. Tetapi, terhadap caleg cenderung tidak ada *tone* pemberitaan yang eksplisit.

**Tabel 4 Tone Berita Pileg**

Media	Frekuensi <i>Tone</i> Berita															
	Terhadap Partai				Terhadap Caleg				Terhadap Pemerintah				Terhadap Penyelenggara			
	F	N	U	A	F	N	U	A	F	N	U	A	F	N	U	A
Koran Sindo	41	28	3	11	5	2	0	71	0	3	3	65	0	15	3	62
Media Indonesia	7	21	10	24	3	2	5	62	0	11	11	53	0	16	1	51
Kompas	21	44	2	44	0	13	0	108	0	18	6	94	0	22	0	107
Tempo	0	62	1	15	0	5	7	83	0	11	2	73	0	18	1	67

F=Favorable, N=Neutral, U=Unfavorable, A=Absent/Not present.

Sumber: Hasil pengkodean

## Sumber Berita

Sumber berita merupakan landasan penulisan berita terkait aktivitas kampanye dan persiapan pemilu yang dilakukan oleh penyelenggara, pemerintah, caleg, dan partai politik peserta pemilu. Ketokohan seseorang merupakan dasar penting bagi media untuk memilih sumber berita. Pada sistem paralelisme media yang tinggi, media cenderung mengutip sumber berita yang berasal dari afiliasi politiknya, atau tokoh lain yang mendukung pilihan politik afiliasi partai media tersebut.

Ketua umum partai menjadi sumber berita paling dominan dalam pemberitaan media, disusul oleh anggota partai, caleg, kalangan pemerintah, dan KPU (Tabel 5). Sumber berita non struktural seperti masyarakat pemilih dan relawan hampir tidak muncul sebagai sumber berita di keempat media. Nilai berita ketokohan sumber (*prominence*) menentukan pemilihan sumber berita oleh keempat media. Pola sumber berita untuk keempat media cenderung sama.

## Pemilu Presiden

### Topik Berita

Topik berita pilpres di keempat media fokus pada kandidat presiden Prabowo Subianto, aktivitas kampanye, kandidat presiden Joko Widodo, visi misi, debat kandidat dan kampanye hitam (Tabel 6). *Koran Sindo* sangat dominan memberikan ruang publikasi pada kandidat presiden Prabowo Subianto, sementara *Media Indonesia* memberikan ruang publikasi yang dominan kepada kandidat Joko Widodo. Sementara itu, pemberitaan *Kompas* dan *Koran Tempo* lebih terdistribusi secara merata sesuai ragam topik yang ada. Hal lain yang perlu digarisbawahi adalah tidak adanya pemberitaan *Koran Sindo* terkait fenomena kampanye hitam yang sangat marak pada pemilu presiden saat itu. Pada periode pilpres ini, pemberitaan media terlihat jelas perhatiannya pada kekuatan politik afiliasinya. Hal ini dapat disebabkan makin jelasnya kompetisi politik yang terjadi.

**Tabel 5 Sumber Berita Pileg**

Sumber Berita	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
Caleg	6	4	8	10	28
Ketua umum partai	11	7	33	24	75
Anggota partai	9	15	5	20	49
Tim sukses	0	0	0	0	0
Relawan/simpatian	0	0	0	0	0
Pemerintah	3	14	20	9	46
TNI-POLRI	1	2	3	0	6
KPU	10	15	12	5	42
Pengamat	0	10	5	1	16
Masyarakat umum	0	1	0	1	2
Media lain	0	0	0	0	0
<i>Other</i>	0	2	1	0	3

Sumber: Hasil pengkodean

**Tabel 6 Topik Berita Pilpres**

Topik Berita	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
Prabowo Subianto	23	2	7	1	33
Hatta Rajasa	1	0	0	1	2
Joko Widodo	1	19	8	2	30
Jusuf Kalla	0	0	0	1	1
Visi, misi, program	3	8	4	5	22
Aktivitas kampanye	3	4	18	7	32
Debat kandidat	3	3	7	3	16
Kampanye hitam	0	7	7	4	18
KPU	0	1	0	0	1
Bawaslu	0	0	0	1	1
Peraturan pemilu	1	6	3	1	11
Pemilih	1	0	0	0	1
Relawan	0	0	0	3	3
Pemerintah	1	0	0	3	4
TNI-Polri	2	2	2	1	7
Hasil <i>survey/polling</i>	2	3	2	7	16
Partisipasi masyarakat	2	3	0	0	5
Sosialisasi pemilu	0	0	0	0	0
Pelanggaran pemilu	1	3	0	5	9
<i>Other</i>	2	2	3	6	13

Sumber: Hasil pengkodean

### Angle Berita

Secara keseluruhan, perspektif yang digunakan media dalam meliput masa kampanye pilpres cenderung didasarkan pada negativitas (seperti kekerasan fisik, perpecahan, kampanye hitam), disusul oleh liputan isu dan hasil-hasil survei politik (Tabel 7). Secara khusus, *Koran Sindo* tidak terlalu mencolok dalam melihat masa kampanye tersebut dari perspektif

konflik, sebaliknya lebih fokus pada sudut pandang persaingan (*horserace*), dengan menonjolkan kandidat presiden Prabowo Subianto jauh di depan dibanding kandidat lainnya. Sudut pandang isu juga tinggi. Tren tersebut terjadi karena *issue coverage* di sini mencakup kebijakan-kebijakan seputar pemilu baik yang menjadi wewenang pemerintah, penyelenggara dan pengawas pemilu.

**Tabel 7 Angle Berita Pilpres**

Angle	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
<i>Issue coverage</i>	8	23	13	8	52
<i>Adwatch coverage</i>	0	0	0	0	0
<i>Coverage of candidate traits</i>	7	1	9	2	19
<i>Horserace coverage</i>	10	8	1	9	28
<i>Negativity coverage</i>	5	22	10	21	58
<i>Other</i>	3	7	3	11	24

Perbedaan signifikan pada level  $\alpha=0.05$  ( $df=15$ ;  $X^2=79.3 > X\text{-tabel}=24.9$ ).

Sumber: Hasil pengkodean

### Tone Berita

Media yang memiliki afiliasi dengan kubu koalisi pada pilpres cenderung memberikan *tone* positif terhadap kandidat dari kubu masing-masing dan memberikan *tone* negatif terhadap kandidat dari kubu lain. Pada Tabel 8 terlihat *tone* berita *Koran Sindo* *favorable* terhadap KMP, dan pada saat yang sama secara signifikan *unfavorable* terhadap KIH. Sebaliknya, *Media Indonesia* memiliki *tone* yang dominan *favorable* terhadap KIH dan cenderung *unfavorable* terhadap KMP. Media-media yang independen seperti *Kompas* dan *Koran Tempo* cenderung memberikan *tone* netral dan/atau tidak ada *tone* yang eksplisit dalam pemberitaannya.

### Sumber Berita

Pemilihan sumber berita menjadi salah satu strategi bagi media untuk membentuk strukturberitayangakanditulisolehwartawan.

Media yang memiliki afiliasi dengan salah satu kandidat presiden dan wakil presiden cenderung mencari sumber berita dari kubu koalisi masing-masing. Artinya, sumber berita *Koran Sindo* cenderung diambil dari kubu KMP, sementara sumber berita *Media Indonesia* cenderung diambil dari kubu KIH. Perbedaan pilihan sumber berita media ini secara keseluruhan terbukti signifikan secara statistik. Sementara itu, pada Tabel 9, *Koran Sindo* mengambil jauh lebih banyak sumber berita (35) dibandingkan dari sumber lainnya. Hal yang sama juga dilakukan oleh *Media Indonesia*.

### Paralelisme Politik Media: Berita dan Personil

Paralelisme politik media dalam riset ini dilihat dari dua aspek yaitu konten berita dan hubungan organisasional. Hubungan organisasional secara eksplisit tampak pada kaitan antara pemilik dan pekerja

**Tabel 8** *Tone* Berita Pilpres

Media	Frekuensi <i>Tone</i> Berita							
	Terhadap KMP				Terhadap KIH			
	<i>F</i>	<i>N</i>	<i>U</i>	<i>A</i>	<i>F</i>	<i>N</i>	<i>U</i>	<i>A</i>
Koran Sindo	22	5	0	1	0	10	7	13
Media Indonesia	1	9	18	35	26	11	0	23
Kompas	3	9	0	24	7	11	0	18
Koran Tempo	0	30	5	13	77	27	1	14

*F*=Favorable, *N*=Neutral, *U*=Unfavorable, *A*=Absent/Not present

Sumber: Hasil pengkodean

**Tabel 9** Sumber Berita Pilpres

Media	Kategori Sumber Berita (Frekuensi)		
	Koalisi Merah Putih (KMP)	Koalisi Indonesia Hebat (KIH)	Independen
Koran Sindo	35	18	24
Media Indonesia	22	39	44
Kompas	36	37	32
Koran Tempo	47	49	40
Total	140	143	140

Perbedaan signifikan pada level  $\alpha=0.05$  ( $df=6$ ;  $X^2=14.7 > X\text{-tabel}=12$ ).

Sumber: Hasil pengkodean

media dengan partai politik khususnya saat pemilu. Hasil studi dokumen menunjukkan ada kaitan antara pemilik media dengan partai politik, serta adanya pekerja media (wartawan) dari media terkait yang dicalonkan menjadi calon anggota DPR pada pileg lalu. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 10.

Saat pilpres, media yang memiliki hubungan organisasional dengan partai politik cenderung memiliki pemberitaan yang intensif, bersifat positif atas partai afiliasinya dan kandidat politik yang dicalonkan partai tersebut saat pemilu 2014 (Tabel 11). *Koran Sindo* dan *Media Indonesia* menunjukkan karakteristik paralelisme yang kuat pada dimensi hubungan organisasional.

### Kualitas Berita

Kualitas berita menunjukkan kredibilitas media. Indikator yang umum digunakan untuk mengukur kualitas berita adalah prinsip-prinsip objektivitas dalam penulisan berita. Pada penelitian ini, alat ukur untuk kualitas berita ditentukan berdasarkan variabel *present* atau *not present* karakteristik-karakteristik penulisan berita berdasarkan prinsip objektivitas pada *item* berita yang diteliti, yaitu *check and recheck*, *cover both side*, adanya pemisahan fakta dan opini, serta kelengkapan unsur berita itu sendiri.

Seperti terlihat pada Tabel 12, berita-berita media pada masa kampanye pilpres memiliki kualitas yang baik. Sayangnya, pada masa kampanye pileg (Tabel 13) kualitas

**Tabel 10 Hubungan Organisasional (Personil) Media dan Politik**

Media	Partai Afiliasi	Hubungan Personal	Pekerja Media Calon Kandidat Anggota DPR
Koran Sindo (MNC Group)	Hanura	Hary Tanoesoedibjo pemilik Koran Sindo menjadi kandidat wapres dari Partai Hanura (bersama Wapres Wiranto)	Arief Suditomo (Pemred Sindo TV dan RCTI) mencalonkan diri (caleg) dari partai Hanura, pada pileg 2014 (Riswan, 2013).
Media Indonesia (Media Group)	NasDem	Suryo Paloh pemilik Media Indonesia, sekaligus ketua partai NasDem	Djadjat Sudrajat, wartawan senior Media Indonesia (Wakil Pemimpin Umum Lampung Post) menjadi caleg partai NasDem di Bandar Lampung pada pileg 2014 (Sitopu, 2014).

Sumber: Hasil pengamatan dan data sekunder

**Tabel 11 Afiliasi Politik dan Pola Berita Media**

Media	Afiliasi Politik	Frekuensi/Alokasi Pemberitaan		Frekuensi <i>Tone Favorable</i> atas Afiliasi	<i>Angle</i> Dominan Berita
		Untuk Afiliasi Sendiri	Untuk Pihak Lain		
Koran Sindo	Partai Hanura, Hari Tanoesoedibjo, Wiranto, Caleg Hanura; capres Prabowo-Hatta	24/46 (52%)	1/46 (2%)	22/28 (78%)	<i>Issue coverage; horserace coverage; negativity coverage</i>
Media Indonesia	Partai NasDem, Suryo Paloh, Caleg NasDem; capres Jokowi-Kalla	19/63 (30%)	2/63 (3%)	26/60 (43%)	<i>Issue coverage; horserace coverage; negativity coverage</i>

Sumber: Tabel 6, 7, 8; Data berdasarkan berita masa pilpres

berita media menurun, khususnya pada dimensi *check and recheck*, *cover both sides*, serta pemisahan fakta dan opini. Penurunan kualitas ini terlihat saat pileg, di mana semua berita menerapkan ketiga prinsip, kemudian saat pilpres tidak seluruh berita menerapkan ketiga prinsip tersebut. Bisa dilihat pada Tabel 13 terdapat enam berita yang tidak

menjalankan *check and recheck*, 16 berita yang tidak melakukan *cover both side*, serta enam berita yang tidak memisahkan fakta dari opini. Tren penurunan kualitas tersebut terlihat lebih menonjol pada media-media yang punya afiliasi dengan pasangan kandidat presiden dan wakil presiden, yaitu *Koran Sindo* dan *Media Indonesia*.

**Tabel 12 Kualitas Berita Pileg**

Kualitas	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
<i>Check and recheck</i>					
Ada	72	83	100	94	349
Tidak ada	0	0	5	0	0
Tidak jelas	1	0	4	0	5
<i>Cover both sides</i>					
Ada	56	64	82	94	296
Tidak ada	0	0	0	0	0
Tidak jelas	5	0	6	0	11
Pemisahan fakta dan opini					
Ada	74	80	124	91	369
Tidak ada	0	0	0	0	0
Tidak jelas	0	0	0	0	0
Kelengkapan unsur berita					
Lengkap	91	96	145	93	425
Tidak lengkap	0	0	0	0	0
Tidak jelas	0	0	0	0	0

Sumber: Hasil pengkodean

**Tabel 13 Kualitas Berita Pilpres**

Kualitas	Frekuensi				Total
	Koran Sindo	Media Indonesia	Kompas	Koran Tempo	
<i>Check and recheck</i>					
Ada	25	62	45	67	199
Tidak ada	3	2	1	0	6
Tidak jelas	1	1	1	0	3
<i>Cover both sides</i>					
Ada	19	50	52	70	191
Tidak ada	8	5	3	0	16
Tidak jelas	1	3	5	1	10
Pemisahan fakta dan opini					
Ada	19	63	51	61	194
Tidak ada	4	2	0	0	6
Tidak jelas	1	1	0	0	2
Kelengkapan unsur berita					
Lengkap	49	85	70	82	286
Tidak lengkap	0	0	0	0	0
Tidak jelas	0	0	0	0	0

Sumber: Hasil pengkodean

## PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bentuk paralelisme politik media pada pemilu nasional 2014 di Indonesia, dengan mengobservasi empat surat kabar nasional sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan, yaitu paralelisme dan independen. Paralelisme politik media umumnya dipahami sebagai tingkat kemiripan dan hubungan antara agenda media dan partai politik. Isi media (khususnya berita) dipandang sebagai indikator terpenting dari paralelisme politik suatu media. Wujudnya bisa berupa alokasi ruang dan *tone* pemberitaan, serta hubungan organisasional media dengan partai politik tertentu.

Paralelisme politik media dapat terjadi karena hubungan organisasional. Hubungan organisasional media dan partai dapat terjadi dalam dua bentuk: (1) pemilik media merupakan ketua atau petinggi partai politik peserta pemilu, dan (2) masuknya sejumlah jurnalis dari media tertentu menjadi anggota partai politik sebagai bagian dari peningkatan jenjang karir. Sementara itu, pada dimensi isi, media yang memiliki paralelisme politik tinggi akan menghasilkan berita yang *segmented* dan dukungan *favorable* yang kuat pada partai afiliasinya.

Hasil analisis membuktikan bahwa terdapat paralelisme politik pada dua media yang diobservasi yaitu: *Koran Sindo* dan *Media Indonesia*. *Koran Sindo* terbukti memiliki afiliasi politik dengan partai politik Hanura dan para caleg yang dicalonkan partai tersebut pada pileg.

Pada masa pileg, Hary Tanoesoedibjo dan Wiranto menyatakan akan maju sebagai pasangan kandidat untuk pilpres. Media yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo termasuk *Koran Sindo* cenderung *favorable* terhadap partai Hanura dan calegnya. Selain itu, media tersebut juga mengusung wartawan dari internal grup mereka (*MNC Group*) untuk maju menjadi kandidat anggota DPR melalui partai politik Hanura. Sementara saat pilpres, Hary Tanoesoedibjo cenderung mendukung pasangan calon presiden dan wakil presiden dari kubu KMP, yang mengusung Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa dan didukung oleh partai-partai seperti Gerindra, PAN, PPP, PKB, PKS, dan Golkar. Sementara itu, *Media Indonesia* memiliki afiliasi politik dengan partai *NasDem* dan caleg yang dicalonkan partai tersebut, serta pasangan calon presiden dan wakil presiden, Joko Widodo dan Jusuf Kalla, yang diusung kubu KIH. Wartawan dari *Media Indonesia* juga diusung menjadi caleg dari partai *NasDem*.

Paralelisme politik media juga terlihat pada perspektif media dalam membingkai berita. *Media Indonesia* dan *Koran Sindo* terlihat memberi penekanan pada *angle issue coverage*, *horserace coverage*, dan *negativity coverage*. Pemberitaan terkait kebijakan seputar penyelenggaraan pemilu banyak diangkat oleh kedua media. Selanjutnya, perspektif penulisan berita *horserace* digunakan untuk meliput hasil survei seputar pemilu dengan menonjolkan kelebihan caleg serta kandidat presiden dan wakil presiden dari kubu afiliasinya seperti *approval rating* dan elektabilitas. Media ini pun lebih meliput

survei yang hasilnya memosisikan kandidat afiliasinya ada di barisan depan atau lebih tinggi dibanding kandidat lain. Sementara itu, *negativity coverage* dipakai untuk menciptakan kesan negatif atas isu atau kegiatan tertentu yang diarahkan atau sedang dilakukan kandidat lawan atau kubu lainnya maupun pemerintah.

Paralelisme politik media yang tinggi menyebabkan pemberitaan atas pileg dan pilpres menjadi berorientasi pada kepentingan politik partai, caleg, dan kandidat presiden-wakil presiden yang dicalonkan partai afiliasinya. Akibatnya, kualitas berita media dengan afiliasi politik cenderung rendah khususnya pada masa pilpres. Hal ini disebabkan karena faktor kekuatan politik yang bersaing makin jelas antara lawan dan kawan (dua kandidat saja), sehingga ada dorongan untuk memaksimalkan sarana politik yang ada termasuk media sendiri. Media yang memiliki afiliasi politik dengan partai dan kandidat politik yang berkompetisi pada pileg dan pilpres cenderung memberikan dukungan langsung dalam pemberitaannya, baik lewat dimensi judul berita, *tone* berita, maupun sumber berita yang dipilih. Namun pada saat pileg, dukungan lewat representasi (judul berita) tidak terlalu terlihat karena sistem pemilu yang cenderung terbuka, sehingga persaingan menjadi sangat cair dan tidak menonjol. Hal ini tentu kurang menarik bagi media karena dipandang kurang memiliki nilai berita.

Media yang punya paralelisme politik bisa saja kurang kredibel di mata publik. Kredibilitas media yang rendah

menghasilkan kualitas berita dan informasi yang rendah. Kredibilitas berita biasanya dilihat dari aspek *fair, unbiased, tell the whole story, accurate, respect people privacy, watch out after people's interests, concerned about community well-beings, separate fact and opinion, can be trusted, concerned about public interest, factual,* dan *have well-trained reporters* (Gaziano & McGrath, 1986, h. 454). Media-media yang punya paralelisme politik tentunya tidak atau kurang mengindahkan nilai-nilai tersebut, sehingga menciptakan karakter media yang tidak kredibel. Meskipun demikian, paralelisme politik media di Indonesia saat ini, dengan melihat konteks yang lebih luas, baru terjadi pada level pertama paralelisme. Level ini merujuk pada kedekatan antara partai tertentu dengan surat kabar tertentu, belum sampai pada tingkat kedua yang lebih sistemik antara sistem politik dan sistem persnya (Seymour-Ure, 1974, h. 173). Hal ini juga didukung oleh adanya beberapa media yang independen, baik media cetak, elektronik, maupun *online*. Artinya, sistem media di Indonesia yang cenderung liberal dan didukung oleh sistem partai multipartai dengan sistem pemilu terbuka, afiliasi politik media menjadi sangat dinamis dan beragam. Faktor pendukung lainnya yaitu tingkat profesionalisme pekerja media di media yang berhasil mempertahankan kredibilitasnya di hadapan pembaca/*audiens* yang sangat heterogen.

Pada akhirnya paralelisme politik media ini menciptakan instrumentalisasi media. Instrumentalisasi media berarti pengendalian media oleh kekuatan aktor-aktor eksternal

seperti partai politik, politikus, kelompok sosial, atau kekuatan ekonomi yang berupaya untuk mendapatkan pengaruh politik (Hallin & Mancini, 2004, h. 37). Tiga bentuk umum dari instrumentalisasi ini yaitu: 1) menjadikan media massa sebagai alat untuk pembentukan *image (image building)* atau penghancuran *image (image destroying)*; 2) menjadikannya alat untuk intervensi proses pengambilan keputusan; dan 3) sebagai mesin penarik uang dari negara khususnya dalam bentuk pembiayaan iklan pemerintah dan kabinet (Mancini, 2012, h. 273). Pengalaman pemilu masa lalu menunjukkan bahwa instrumentalisasi media sebagai *brand building* sangat kuat. Usaha tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan *awareness*, elektabilitas kandidat yang didukung, serta *image destroying* lewat pemberitaan kritis dan/atau negatif atas kandidat lawan dengan maksud untuk menghancurkan kandidat lawan politik tersebut.

Pola pemberitaan yang paralel dengan kepentingan politik tertentu dimaksudkan untuk memengaruhi opini pemilih lewat *political enforcement* (van Kempen, 2007, h. 305), atas kandidat yang diusung oleh partai politik afiliasi media tersebut. Oleh sebab itu, paralelisme politik merupakan sifat buruk pada media dalam konteks demokrasi. Kuatnya paralelisme politik media secara empiris memberi penguatan pada pemilih atas pilihan politik mereka. Paralelisme politik media menjadi penggerak partisipasi politik masyarakat. Maka, eksposer terhadap berita-berita media yang paralelisme politiknya tinggi akan meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu (van Kempen, 2007; Horwitz

& Nir, 2014; Carkoglu, et al., 2014), sebab media berita sebagai kekuatan yang pervasif pada masa kampanye dapat memengaruhi bagaimana warga negara berpikir tentang politik serta mengevaluasi para kandidat yang berkompetisi (Kahn, 1991, h. 349). Persoalannya adalah penguatan pilihan politik terjadi secara parsial pada pengikut partai yang sepaham dengan media tersebut, dengan mengorbankan prinsip-prinsip etis jurnalisme demi kepentingan politik yang sempit. Persoalan ini yang tercermin dalam pemberitaan dua surat kabar yang punya afiliasi politik pada pemilu 2014 lalu. Pemilu yang demokratis membutuhkan ketersediaan informasi yang jujur, rasional, kritis, dan berimbang, baik pemberitaannya atas para kandidat maupun atas penyelenggaraan pemilu itu sendiri.

Sementara itu, media yang independen/ tanpa afiliasi dengan partai politik, yaitu *Kompas* dan *Koran Tempo* memiliki pola pemberitaan yang netral secara signifikan. *Kompas* dan *Koran Tempo* tidak memiliki afiliasi dengan partai politik mana pun, dan tidak ditemukan adanya anggota redaksi atau jurnalis yang mencalonkan diri menjadi caleg dari partai tertentu. Pada masa pileg, fokus pemberitaannya justru lebih banyak tentang partai politik, caleg, dan peraturan pemilu. Sumber berita yang dipilih pun lebih dominan dari ketua atau anggota partai dan anggota Komisi Pemilihan Umum. Pada masa pilpres, berita kedua media tersebut lebih fokus pada topik aktivitas kampanye, dengan sumber berita yang sangat berimbang antara kubu Koalisi Merah Putih dan Koalisi Indonesia

Hebat. Skor indikator kualitas berita kedua media tersebut, baik pada masa pileg maupun pilpres juga positif. Artinya, kedua media tersebut menerapkan prinsip-prinsip pemberitaan berkualitas secara maksimal.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat paralelisme politik pada pemberitaan dua media dari empat media yang diteliti, yaitu *Koran Sindo* dan *Media Indonesia*, baik pada saat pileg maupun pilpres 2014. Bentuk paralelisme tersebut terjadi dalam dua dimensi, *pertama*, pada dimensi konten berita-berita *Koran Sindo* dan *Media Indonesia* selama masa kampanye pileg dan pilpres dan, *kedua*, pada dimensi hubungan organisasional antara kedua media dengan partai politik. Dua indikator pemberitaan yang paling menonjol sebagai realisasi paralelisme media adalah *tone* dan pilihan sumber berita. *Tone* dan sumber berita yang dipilih oleh masing-masing media cenderung sangat berpihak pada kepentingan politik dari partai afiliasinya. Dua indikator yang mewakili hubungan tersebut adalah pemilik media menjadi pendukung partai politik peserta pemilu dan adanya wartawan media tersebut yang maju sebagai kandidat anggota DPR dari partai yang didukung oleh petinggi media terkait. Maka, *Koran Sindo* dan *Media Indonesia* memiliki paralelisme politik.

Paralelisme politik media tersebut menciptakan kualitas pemberitaan *Koran Sindo* dan *Media Indonesia* saat pilpres menjadi rendah khususnya dimensi *check and recheck, cover both sides*, dan pemisahan

fakta dan opini. Sementara itu, *Kompas* dan *Koran Tempo* menunjukkan kualitas yang tinggi pada pemberitaannya tentang pileg dan pilpres. Topik pemberitaannya juga lebih didominasi oleh partai dan kandidat yang berkontestasi, serta pelaksana dan aturan penyelenggaraan pemilu itu sendiri. Sumber berita yang dipilih menunjukkan pola berimbang antar kedua kubu koalisi pada masa pilpres.

## Saran

Investigasi yang dilakukan pada penelitian ini masih terbatas pada surat kabar harian saja. Tingginya konsentrasi kepemilikan media di Indonesia, di mana satu grup media menguasai beragam jenis media (cetak, penyiaran, dan *online*), maka kajian selanjutnya perlu ditujukan untuk mendeteksi paralelisme politik pada jenis media lainnya yang memiliki afiliasi yang sama dengan partai politik yang ada. Kemudian, untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan mendalam, maka observasi serupa perlu juga dilakukan pada periode pemberitaan harian, artinya di luar masa-masa kampanye pemilu. Sehingga, dasar empiris atas kategori paralelisme politik pada media makin kuat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. London, UK: Roulledge.
- Carkoglu, A., Baruh, L. & Yildirim, K. (2014). Press-party parallelism and polarization of news media during an election campaign: The case of the 2011 turkish elections. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3),295-317. DOI: 10.1177/1940161214528994.

- Cho, Y. S., Kong, Y. & Lin, H. F. (2004). *The effect of ownership on content in newspapers*. Paper presented at the midwinter conference of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, New Brunswick, US. ([http://dct.nctu.edu.tw/files/faculty\\_files/fct\\_14/The\\_effect\\_of\\_ownership\\_on\\_content\\_in\\_newspapers.pdf](http://dct.nctu.edu.tw/files/faculty_files/fct_14/The_effect_of_ownership_on_content_in_newspapers.pdf))
- Croteau, D. & Hoynes, W. (2003). *Media society: Industries, images, and audiences*. 3<sup>rd</sup> edition. Thousand Oaks, California, US: Pine Forge Press.
- Dunaway J. (2008). Markets, ownership, and the quality of campaign news coverage. *Journal of Politics*, 70(4), 1193-1202. DOI: 10.1017/S0022381608081140.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi*. Jakarta, Indonesia: Prenada Media Group.
- Gaziano, C. & McGrath, K. 1986. Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, Autumn 1986. 451-462. <<http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Quarterly-1986-Gaziano-451-621.pdf>>
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. United State of America: Cambridge University Press.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, US: Addison-Wesley.
- Horwitz, S. N. & Nir, L. (2014). How politics-news parallelism invigorate partisanship strength. *International Political Science Review*, 96(1), 57-73. DOI: 10.1177/0192512113516900.
- Kahn, K. F. (1991). Senate elections in the news: Examining campaign coverage. *Legislative Studies Quarterly*, 16(3), 349-374.< <http://www.jstor.org/stable/440102>>
- Lilleker, D. G. (2006). *Key concepts in political communication*. London, UK: Sage Publication.
- Pusat Penelitian Politik (P2P) LIPI. (2013). *Survei pra-pemilu 2014: Potret suara pemilih satu tahun jelang pemilu*.
- Mancini, P. (2012). Instrumentalization of the media vs political parallelism. *Chinese Journal of Communication*, 5(3), 262-280. < <http://dx.doi.org/10.1080/17544750.2012.701415>>
- Riswan, O. (2013, 3 Agustus). Arief Suditomo pede jadi caleg di dapil neraka. *Sindonews.com*. <<https://daerah.sindonews.com/read/768894/21/arief-suditomo-pede-jadi-caleg-di-dapil-neraka-1375533583>>
- Seymour-Ure, C. (1974). *The political impact of mass media*. London, UK: Constable & Co Ltd.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S., D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. 2<sup>nd</sup> edition. USA: Longman.
- Simarmata, S. (2014). *Media dan politik: Sikap pers terhadap pemerintahan koalisi di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Yayasan Pustaka Obor.
- Sitopu, S. M. (2014, 22 Maret). Pengalaman 20 tahun jadi wartawan, Bekal Djajat menjadi caleg. *Saibumi.com*. <<http://www.saibumi.com/artikel-1172-pengalaman-20-tahun-jadi-wartawan-bekal-djajat-menjadi-caleg-.html>>
- Takens, J., van Atteveldt, W., van Hoof, A. & Kleinnijenhuis, J. (2013). Media logic in election campaign coverage. *European Journal of Communication*, 28(3), 227-293. <[journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323113478522](http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323113478522)>
- van Kempen, H. (2007). Media-party parallelism and its effects: A cross-national comparative study. *Political Communication*, 24(3), 303-320.<<http://dx.doi.org/10.1080/10584600701471674>>
- Voltmer, K. (2012). How far can media systems travel? Applying Hallin dan Mancini's comparative framework outside the western world. Dalam Daniel C. Hallin dan Paolo Mancini (eds) *Comparing Media System Beyond the Western World*, (h. 224-245). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (2006). *Mass media research: An introduction*. Eighth Edition. Belmont, US: Thomson Wadsworth.