

**EFEK EKSPLOITASI MEDIA MASSA
TERHADAP POPULARITAS
PRESIDEN AMERIKA SERIKAT BARACK OBAMA
DI KALANGAN AKTIVIS MAHASISWA
DI KOTA MAKASSAR**

*The effect of mass media exploitation on
US Presiden Barack Obama popularity among
student activists in Makassar*

Nanda Sukmawati Kartika

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media massa terhadap isu popularitas Obama dalam Pemilihan Presiden Amerika Serikat dari tahun 2009 hingga 2013, dan pengaruh berita-berita yang dieksploitasi terhadap pendapat para aktivis mahasiswa di Makassar. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui analisis data yang direduksi, dipresentasikan, dan disimpulkan yang diperoleh dari hasil interview. Para informan adalah para mahasiswa dari Universitas Hasanuddin, Universitas Islam Indonesia, Universitas 45, Universitas Negeri Makassar, dan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Unit analisisnya adalah berita-berita media massa tentang Obama dari pertengahan tahun 2008 sampai awal tahun 2009 dan tipe isu yang menyangkut tentang identitas ras Obama, latar belakang kehidupan Obama, Pandangan dunia Islam, dan masa anak-anak Obama di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan media massa memiliki pengaruh yang signifikan meski dalam jumlah kecil kapan saja masyarakat memperoleh informasi secara kontinyu. Penelitian ini juga menemukan bahwa media massa memiliki pengaruh yang kuat terhadap pendapat para aktivis mahasiswa misalnya dari televisi, internet, dan surat kabar. Dari aspek kategori sosial terhadap pendapat para aktivis mahasiswa cenderung sama terhadap pengaruh media.

Kata kunci ; Pengaruh, eksploitasi media, Obama, aktivis mahasiswa

ABSTRACT

This research aims to find out the effect of mass media on the significant of issues of Obama's popularity in the US President election from 2009 to 2013 and the effect of news exploitation in the form of student activist's opinion in Makassar. This research was descriptive qualitative study through analysis of data reduction, data presentation, and data conclusion obtained through interview. The informans were student from Hasanuddin University, Indonesian Moslem University, 45 University, Makassar State University, Alauddin State Islamic University of Makassar. The unit of analysis were mass media news on Obama from mid 2008 to early 2009 and types of issues on Obama's racial identity, Obama background, and Moslem world, Obama's childhood in Indonesia. The result show that mass media have a significant effect even in a small amount when the public was informed continually . It is also found that certain mass media give strong effect to student activist's opinion such as television, internet, and newspaper. Then social categories in sama level in this case Makassar student activist's tent to have similar response to media effect.

Keywords ; effect, media exploitation, Obama, Student activists.

Pendahuluan

Media adalah segala sesuatu yang dapat kita lihat, dengar, tertulis dan hingga dunia maya. Ketika Presiden Habibie pada tahun 1999, men-canangkan era reformasi bebas media massa membludak hingga ber-jumlah ratusan. Tanpa memperdulikan kondisi krisis moneter dan naiknya harga barang, tidak menyurutkan orang membuat bisnis media berita.

Di Indonesia surat kabar masih memainkan peran penting sebagai disseminator informasi. Beberapa surat kabar nasional yang ada di Indonesia adalah Republika, Kompas, Media Indonesia, Seputar Indonesia, dll. Selain media nasional, di beberapa propinsi di Indonesia juga memiliki surat kabar lokal, diantaranya surat kabar yang terbit di Makassar adalah Fajar, Tribun Timur, Berita Kota Makassar, dll. Meskipun surat kabar masih menjadi kebutuhan utama masyarakat dalam mendapatkan informasi, televisi pun tak kalah dalam memberikan informasi terlebih sebagai fungsi menghibur. Bermunculannya stasiun televisi nasional yang tidak lagi dimonopoli TVRI, seperti RCTI, SCTV, ANTV, Indosiar, dll., selain itu juga terdapat stasiun tv lokal seperti Makassar TV, dan Fajar TV di Makassar.

Pertumbuhan media massa yang begitu pesat dikarenakan fungsifungsi media massa sebagai berikut: Fungsi pengawasan (*surveillance*), penyediaan informasi tentang lingkungan; Fungsi penghubung (*correlation*), dimana terjadi penyajian pilihan solusi untuk suatu masalah; Fungsi pentransferan budaya (*transmission*), adanya so-sialisasi dan pendidikan; Fungsi hiburan (*entertainment*) yang diperkenalkan oleh Charles Wright yang mengembangkan

Media massa mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membangun masyarakat multietnik karena perannya yang sangat potensial untuk mengangkat opini publik sekaligus sebagai wadah berdialog

antarlapisan masyarakat. Terkait dengan isu keragaman budaya (multikulturalisme), peran media massa seperti pisau bermata dua, berperan positif sekaligus juga berperan negatif.

Terlepas dari dampak negatif eksploitasi media massa, ia juga mampu memberikan popularitas bagi individu ataupun kelompok. Berita keikutsertaan Obama dari kubu Demokrat dalam Pemilihan Presiden Amerika Serikat 2009-2014 dan kemenangan beliau menjadi orang nomor satu di negeri Paman Sam bahkan di seluruh dunia menjadi *headline* di beberapa media cetak nasional dan lokal belakangan ini. Tidak hanya media cetak, media elektronik seperti radio dan televisi juga ramai memberitakan. Dalam situs pencari internet *yahoo!*, terdapat sekitar 655,000,000 informasi untuk Barack Obama dan sekitar 113,000,000 6 berdasarkan hasil telusur dengan menggunakan *google*.

Dan secara cerdas, internet dimanfaatkan Obama dengan efektivitas yang tak dapat ditandingi kandidat lain. Berita Obama tersebut pun menjadi topik hangat yang diperbincangkan oleh hampir setiap orang, terlebih ketika masyarakat mengetahui bahwa ia pernah tinggal dan mengenyam pendidikan di Indonesia. Tak lama kemudian, terbit buku-buku cetak tentang Obama baik yang ditulis oleh beliau sendiri—*The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming The American Dream*, ataupun oleh orang lain hingga buku cetak yang berisikan tentang kumpulan artikel tentang Obama yang diterbitkan oleh detikcom.

Fenomena Obama ini merupakan gambaran dari betapa kuatnya pengaruh media massa dalam menggiring khalayak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap pembentukan opini masyarakat. Bahkan, Ketenaran Obama akhirnya membuat McCain mengeluh bahwa porsi pemberitaan Obama berlebihan. Ia

menuding Obama dan media terlibat *love affair*.

Banyaknya penelitian tentang efek media massa dewasa ini disebabkan media massa sebagai kekuatan strategis dalam menyebarkan informasi dan merupakan salah satu otoritas sosial yang berpengaruh dalam membentuk sikap dan norma sosial suatu masyarakat serta mampu menyuguhkan teladan budaya yang bijak untuk mengubah perilaku masyarakat. Bernard Cohen dalam Severin dan Tankard, Jr (2001:265) mengemukakan bahwa:

“pers mungkin tidak sering berhasil memberi tahu orang apa yang harus dipikirkan, tetapi surat kabar luar biasa berhasil dalam memberi tahu pembacanya apa yang harus dipertimbangkan.”

.Sebagai kelompok khalayak informasi potensial yang menaruh minat terhadap pemberitaan Obama di media massa adalah kalangan mahasiswa. Demikian pula dengan para aktivis mahasiswa di Makassar yang juga menjadikan beberapa media massa seperti surat kabar, buku, televisi, dan internet sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Sebagai aktivis mahasiswa, mereka memiliki daya kritis yang tinggi untuk menyikapi persoalan politik atau sosial masyarakat baik yang terjadi dalam negeri ataupun luar negeri.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka ada dua permasalahan pokok yang dirumuskan:

1. Bagaimana media massa dalam mem-beritakan kampanye Pilpres Amerika Serikat 2008 hubungannya dengan popularitas Obama?
2. Bagaimana efek eksploitasi media massa tentang Obama terhadap pembentukan opini publik dikalangan aktivis mahasiswa di Makassar?

Kajian Konsep dan Teori

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah berkomunikasi dengan massa (audiens atau khalayak sasaran). O’Sullivan dalam Lorimer (1994:21) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah *the practice and product of providing leisure entertainment and information to an unknown audience by means of corporately financed, industrially produced, state regulated, high technology, privately consumed commodities in the modern print, screen, audio and broadcast media*.

Dari kutipan diatas, dapat penulis asumsikan bahwa konsep komunikasi massa itu sendiri pada satu sisi mengandung pengertian suatu proses dimana organisasi media memproduksi dan menyebarkan pesan kepada publik secara luas dan pada sisi lain merupakan proses dimana pesan tersebut dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh khalayak. Komunikasi massa dapat definisikan dalam tiga ciri (Severin, 2001:4):

1. Komunikasi massa diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim; 13
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota khalayak secara serempak dan sifatnya sementara;
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Wright, 1959:15).

Efek Eksploitasi Media

Massa di Indonesia

Media massa memang tidak dapat mempengaruhi orang untuk merubah sikap, tetapi media massa cukup berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan orang. Ini berarti media massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang dianggap

penting. Media massa memilih informasi yang dikehendaki dan berdasarkan informasi yang diterima, media massa mengemasnya dalam berbagai bentuk penyajian secara terus-menerus sehingga opini khalayak yang terbentuk sama dengan apa yang ingin diarahkan oleh media massa.

Dengan kata lain media massa memiliki kekuatan dalam membentuk opini khalayak, dan menjadi sumber pengetahuan bagi pemaknaan terhadap dunia kehidupan. Proses ini dilakukan lewat pemberitaan media yang secara simultan mengangkat topik-topik tertentu yang ada, penekanan pada topik tertentu, posisinya pada *headline* atau tema utama, panjang pendeknya pemberitaan serta liputan-liputan yang terkait.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan seluruh media massa yang ada di Makassar yang mana hasil penelitian ini juga dapat mengungkapkan efek kehadiran media massa dikalangan aktivis mahasiswa Makassar.

Peran media massa seperti pisau bermata dua, berperan positif sekaligus juga berperan negatif. Peran positif media massa berupa: (1) kontribusi dalam menyebarluaskan dan memperkuat kesepahaman antarwarga; (2) pemahaman terhadap adanya kemajemukan sehingga melahirkan penghargaan terhadap budaya lain; (3) sebagai ajang public dalam mengaktualisasikan aspirasi yang beragam.

Peran negatif media massa dapat berujud sebagai berikut: (1) media memiliki dan kekuatan 'penghakiman' sehingga penyampaian yang stereotype, bias, dan cenderung imaging yang tidak sepenuhnya menggambarkan realitas bisa nampak seperti kebenaran yang terbantahkan; (2) media memiliki kekuatan untuk menganggap biasa suatu tindakan kekerasan. Program-program yang menampilkan kekerasan yang berbasis etnis, bahasa dan budaya dapat mendorong dan memperkuat kebencian etnis

dan perilaku rasis; (3) media memiliki kekuatan untuk memprovokasi berkembangnya perasaan kebencian melalui penyebutan pelaku atau korban berdasarkan etnis atau kelompok budaya tertentu.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lima Perguruan Tinggi terkemuka di Makassar, yakni:

1. Universitas Hasanuddin
2. Universitas Muslim Indonesia,
3. Universitas 45,
4. Universitas Negeri Makassar,
5. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Pemilihan lokasi dan informan didasarkan atas pertimbangan bahwa kota Makassar memiliki sejumlah mahasiswa yang umumnya sangat kritis terhadap perkembangan politik yang terjadi, baik yang menyangkut isu nasional bahkan internasional.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah para aktivis mahasiswa. Jenis dan Sumber Data, yakni Data Primer, dan Data Sekunder. Penelitian ini berfokus pada pemberitaan media massa terhadap pilpres Amerika Serikat 2008 terhadap popularitas Obama sebagai salah satu kandidat. Sehingga menimbulkan perhatian, minat, ingin tahu dan akhirnya membangun opini publik dikalangan khalayak dalam hal ini adalah aktivis mahasiswa di Makassar. Teknik Pengumpulan Data, digunakan teknik gabungan wawancara, kuisisioner, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

*Mahasiswa dan Media Massa
Jenis dan Isi Media*

Para informan mengatakan bahwa surat kabar yang sering dimanfaatkan oleh mereka adalah harian local Fajar dan harian nasional Kompas. Namun demikian, tidak semuanya mampu mengakses informasi melalui surat kabar setiap hari, kecuali ada beberapa individu atau organisasi internal mahasiswa yang memang berlangganan tetap surat kabar setiap bulannya.

Untuk harian Nasional Kompas Adiyatma selaku ketua BEM FEUH mengemukakan pendapatnya sebagai berikut: “...Karena untuk Kompas sendiri menurut teman-teman dan sebagian besar mahasiswa di Ekonomi menganggap Kompas ini ulasannya cukup banyak di setiap rubrik dan segmentasinya terhadap berbagai opini ataupun wacana yang berkembang dalam skala harian atau mingguan itu cukup menarik bahkan temanteman lebih tertarik kalau di rubrik opininya... menurut teman-teman cukup objektif dalam membahasakan sesuatu walaupun ada berbagai kontroversi tapi kecenderungannya ketika kita lihat diberbagai media cetak itu beritanya hampir sama bahkan kutipan dan sumbernya itu cukup mirip tapi kalo di Kompas sendiri itu menurut teman-teman ya cukup menarik dan objektif itu yang menjadi pertimbangannya.” (Adiyatma, 17 Juni 2009).

Kesamaan pendapat juga diungkapkan oleh Hasan Basri ketua BEM FEUniv’ 45 bahwa ia dan teman-temannya lebih memilih membaca Koran Nasional Kompas karena wacananya lebih riil dan mengglobal. Bagi Ambo Ake dan beberapa informan, ia membaca Kompas dan Fajar karena Badan Eksekutif Mahasiswa berlangganan kedua surat kabar tersebut sudah secara turun-temurun.

Selain harian nasional Kompas, ada juga yang memanfaatkan harian local yang terbit di Makassar sebagai sumber informasi mereka. Seperti yang dikatakan oleh Dinul bahwa harian Fajar gaya bahasanya lebih

santai dibandingkan dengan harian nasional yang kaku dan njelimet, lagipula isi harian Fajar sesuai dengan budaya Sulawesi Selatan.

Keuntungan harian local adalah memiliki kedekatan emosional dengan khalayaknya, memiliki peluang mendapatkan loyalitas produk, memiliki peluang menciptakan fanatisme kedaerahan, mengenali kebutuhan pembacanya secara komprehensif.

Sama dengan harian nasional Kompas yang telah menyediakan versi online, harian local Fajar pun tak kalah dalam hal tersebut. Fajar Online atau www.fajar.co.id merupakan portal Harian Pagi Fajar Makassar yang dikelola secara profesional oleh manajemen PT Media Fajar, sebuah perusahaan yang bernaung di bawah bendera Jawa Pos Group.

Meskipun demikian sumber informasi elektronik lebih menonjol terlebih untuk medium televisi dan internet. “Internet. Yang pertama mudah aksesnya, karena di UIN fasilitas internet sudah ada mudah aksesnya. Yang kedua adalah mengenal teknologi. Kalau persoalan koran atau tivi kak, ternyata koran hari ini juga banyak tendensi-tendensi politiknya.” (Fachri, 3 Juli 2009).

Kini disetiap universitas telah tersedia hot spot-hot spot yang memudahkan mahasiswanya mengakses internet di dalam area kampus. Kemudahan dalam mengakses internet inilah yang menjadikan mahasiswa dapat memperoleh informasi dari segala penjuru dunia dalam waktu singkat. “kalau saya sering menggunakan media-media online, saya sering mendapatkan akses informasi lewat televisi. saya kira lewat tv lebih *qualified* data informasinya walaupun agak provokatif sedikit. kedua, saya sering menggunakan akses internet yg online sehingga semua berita-berita hari ini itu bisa terekspose semua apa yang kita cari pasti ada. kedua radio, radio kan bisa berulang-ulang

kita dapat informasinya sehingga yang dari 3 medium ini merupakan akses informasi yg sangat penting.” (Ramansyah, 4 Juli 2009).

Mengenai medium televisi disampaikan Syamsuddin “karena informasi dari media itu (televisi, pen—) bisa dikatakan fakta/kebenaran sebab sudah dipublikasikan kepada public”. Selain itu, Adiyatma yang mengatakan bahwa yang menarik dari televisi sebagai sarana penyebaran informasi karena ia “merupakan komunikasi audio visual ada gambar dan rekaman dan semacamnya dan ada tampilan bahkan sekarang juga ada text dipaparkan.” (Adiyatma, 17 Juni 2009).

Selain mengikuti perkembangan berita yang sesuai dengan kajian pendidikan, mereka umumnya mengikuti perkembangan dunia politik, pendidikan, ekonomi, hukum, dan sebagainya. “...saya tertarik sekali lagi karena mutu pendidikan kita masih jauh dari rata-rata...tidak bisa lagi dipungkiri bahwa ternyata pendidikan dijadikan lokomotif politik, dimana pendidikan sama dengan kekuasaan untuk memperebutkan status social...karena mengingat bahwa ternyata pendidikan merupakan kebutuhan mendasar manusia. Persoalannya sekarang adalah kebebasan berdemokrasi yang tidak dipayungi konstitusi yang lebih efektif sehingga banyak yang menyalah-gunakan, banyaknya obligor nakal yang kemudian muncul menyalah gunakan seperti apa itu demokrasi” (Achmad Fachri, 4 Juli 2009).

Pemberitaan Media Massa atas Isu-isu Signifikan Obama terhadap Popularitasnya dalam Pilpres AS Periode 2009-2014

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti dalam media massa cetak yakni surat kabar, majalah dan buku cetak serta media massa elektronik yakni televisi, dan media maya internet setidaknya terdapat tiga isu utama berkaitan dengan pemberitaan sosok Obama di media massa Indonesia. Ketiga isu-isu tersebut adalah identitas rasial, keyakinan

(latar belakang Obama dengan dunia Islam), dan masa kecil Obama di Indonesia.

Meskipun banyak media massa memberitakan ketiga isu tersebut, namun peneliti menentukan surat kabar Kompas yang stabil membahas isu pilpres Amerika Serikat dan Obama

• Identitas Rasial Obama

Berbagai macam media mengangkat topic yang berhubungan dengan identitas si Obama. Umumnya identitas rasial di samaratakan dengan istilah rasialisme—memandang rendah suku tertentu karena perbedaan-perbedaan yang ada.

Obama Menang, Sentimen Ras Meningkat

Kamis, 20 November 2008 | 06:25 WIB

LOS ANGELES, RABU--Kemenangan historis Barack Obama sebagai presiden AS kulit hitam pertama telah menuntun pada meningkatnya kejahatan dan perusakan bernuansa rasial di seantero AS.

Pasangan di Pennsylvania bangun pagi dan menemukan sisa-sisa salib terbakar di halaman rumah mereka. Sejumlah mobil dan garasi di California ditandai dengan swastika dan kata-kata “Kembali ke Afrika”. Boneka hitam digantung di tali di Maine. Anak-anak di Idaho menyanyikan “Bunuh Obama” di dalam bus sekolah mereka.

Itu hanya beberapa insiden bernuansa rasial dari ratusan insiden sejenis yang dilaporkan saksi mata dan korban. “Sejak penutupan pecan kampanye dan setelahnya, kami melihat serangan balik kalangan kulit putih yang nyata dan signifikan, dan saya kira semakin buruk,” kata Mark Potok, Direktur Southern Poverty Law Center, Rabu (19/11).

Meningkatnya imigran nonkulit putih—perkiraan oleh Biro Sensus AS bahwa kulit putih akan kehilangan mayoritas tahun 2040—dan meningkatnya angka pengangguran turut menciptakan iklim yang mendukung kebencian kelompok. “Di atas semua itu adalah ide bahwa seorang laki-laki kulit hitam berada di Gedung Putih. Kalangan kulit putih dalam jumlah signifikan merasa mereka kehilangan segalanya dan merasa bahwa negara yang dibangun leluhur mereka telah dicuri,” ujar Potok.

Brian Levin dari Pusat Studi Kebencian dan Ekstremisme di California State University juga mengatakan, kejahatan rasial tampaknya

memperlihatkan kecenderungan akan ber-langsung lama. "Saya tidak memiliki angka pasti, tetapi kenaikan signifikan dalam kejahatan rasial sejak periode pemilu hingga sekarang," lanjutnya. Bagi kelompok pendukung supremasi kulit putih, kata Levin, kehadiran Obama bagaikan kiamat yang datang sebagaimana skenario dalam ideologi yang mereka anut.

Sumber : Kompas Cetak

Pendapat serupa tentang sentimen ras juga diungkapkan oleh Reza Mustarich, ketua BLM FH-UMI: "Racial identity, menarik buat saya. Kenapa, karena hal itu adalah isu kontroversial yang sudah lama kemudian kembali diangkat. Tapi, dengan sudut pandang yang berbeda. Sepengetahuan saya, ketika di Amerika kan ras hitam ras negroid kan itu adalah kaum minor yang nda boleh naik pada sebuah kasta atau mengisi suatu pemerintahan. Tapi setelah adanya Obama, kita melihat bahwasanya disana ruang demokrasi terbuka dimana ras yang tadinya menjadi minoritas kemudian mampu mengambil titik tersendiri dalam sebuah demokrasi." (Reza Mustarich, 4 Juli 2009).

Obama dan Dunia Islam

Senin, 22 Desember 2008 | 05:13 WIB

Oleh Zuhairi Misrawi

Dalam kampanyenya, Presiden Amerika Serikat terpilih, Barack Obama, berjanji akan mengunjungi negara Muslim untuk me-nyampaikan visinya. Setelah terpilih, dia menegaskan kembali tentang pentingnya hubungan AS dengan negara-negara Muslim. Ada sejumlah negara Muslim yang akan menjadi tujuan kunjungannya pertama, yaitu Mesir, Turki, Qatar, dan Indonesia. Kunjungan itu amat penting, terutama dalam rangka mendengarkan langsung visi pemerintahan Obama terhadap dunia Islam.

Darah Muslim

Dalam buku *The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming The American Dream*, Obama memberi catatan betapa citra AS di dunia Islam, khususnya di Indonesia, yang menurut dia makin terpuruk. Setidaknya dalam sebuah survei yang dirilis pada tahun 2003, publik menganggap Osama bin Laden lebih baik dibandingkan dengan George W Bush. Sebagaimana yang terjadi di negara-negara Muslim lainnya, menurut Obama, di Tanah Air telah terjadi pergeseran yang bersifat signifikan, yaitu perhal

pertumbuhan Islam yang militan dan fundamentalis. Obama menambahkan, partai-partai Islam membuat salah satu blok politik terbesar, dengan agenda penegakan Syariat Islam.

Sumber : Kompas Cetak

Menariknya, sosok obama yang bukan seorang muslim menarik perhatian khalayak tentang janji yang ia lontarkan menyangkut hubungan antara Amerika Serikat dengan Negara-negara Islam, terlebih ketika ia dilantik menjadi presiden Amerika Serikat yang ke-44 pada tanggal 20 Januari 2009 silam maka ia mengagendakan secara khusus untuk melakukan kunjungan kesalah satu Negara Islam besar. "sangat menarik kak, terkait juga dengan pidatonya yang dilakukan di Mesir yang dia berusaha untuk menarik pasukannya keluar dari Iran dan Irak... kemudian masalah nuklir Iran... dengan hal tersebut itu, Obama berusaha untuk membangun kembali hubungan relasi dengan kaum muslim yang ditahu sebelum Obama hubungan antara Negara-negara Muslim dengan Amerika Serikat agak renggang, khususnya setelah George W. Bush yang melancarkan kembali ke Irak kak, begitu." (Fajar, 4 Agustus 2009).

. Menurut beberapa pihak ada keterikatan emosional antara Obama dan Indonesia. Namun para informan aktivis Makassar masih sangsi dengan argument tersebut terlebih ketika kemudian mencuat isu bahwa dengan dilantiknya Presiden Obama akan menguntungkan Indonesia dengan kebijakan-kebijakan politik yang akan dibuat beliau.

Berikut pendapat para aktivis menanggapi isu pengaruh masa kecil Obama di Indonesia terhadap kebijakan politik luar negeri AS:

Eksplorasi Media Massa terhadap Pembentukan Opini atas Obama dikalangan Aktivis Mahasiswa Makassar

Dari pernyataan-pernyataan para informan atas berita Obama di media massa,

membangun adanya opini dikalangan mahasiswa yang bersifat pro dan kontra. Sehubungan dengan hal tersebut peneliti menanyakan kepada para informan bagaimana pers, khususnya pers Indonesia dalam memberitakan Obama: “pers terlalu melebih-lebihkan sehingga masyarakat umum terpolarisasi di-*frame* mereka (media, pen—), bahwa inilah Obama” (Rama, 4 Juli 2009), argumen menarik juga dikemukakan oleh Rizal “membentuk opini simpatik dari sebuah history tentang racial identity, minoritas versus mayoritas dengan jawaban kapasitas dan kapabilitas.” (Rizal, 7 Juli 2009).

Selebihnya para informan sependapat bahwa media massa cenderung melebih-lebihkan pemberitaan tentang Obama hingga terkadang kurang obyektif. Hanya tiga informan yakni Risvi, Sirajuddin, dan Ilham yang berpendapat bahwa media cukup seimbang dan baik dalam memberitakan Obama.

Sehubungan dengan popularitas Obama di media massa, peneliti pun mengajukan pertanyaan mengenai sosok Obama sehingga khalayak menyukai atau tidak menyukai beliau. “Saya menyukainya, yang pertama dia orangnya cerdas. Yang kedua dia orangnya inspirasional kak. Dia seolah meng-inspirasi masyarakat bahkan menghipnotis yah. Bayangkan aja kalo kita di Indonesia juga meramaikan kemenangannya Obama, di Kenya juga meramaikan kemenangannya Obama, di Afrika juga meramaikan kemenangannya Obama. Ini kan sebuah, sesuatu yang fenomenal sekali buat kita. Kenapa, loh kok negeri paman Sam yang berdemokrasi, yang melakukan percaturan politik, loh kok kita yang meramaikan...Ya, karena itu tadi kak. Karena dia orangnya cerdas, kharismatik, dan inspirasional, masih muda.” (Achmad Fahri, 3 Juli 2009).

Berikut kutipan salah satu pidato Obama ketika beliau melakukan kunjungan

ke Universitas Cairo, pada tanggal 4 Juni 2009 yang diyakini menarik simpatisasi masyarakat kaum muslim akan keseriusan Obama menanggulangi krisis kepercayaan antara bangsa barat dan Islam:

“Terima kasih. Selamat siang. Saya merasa terhormat untuk berada di kota Kairo yang tak lekang oleh waktu, dan dijamu oleh dua institusi yang luar biasa. Selama lebih seribu tahun, Al Azhar telah menjadi ujung tombak pembelajaran Islam, dan selama lebih seabad, Universitas Kairo telah menjadi sumber kemajuan Mesir.. .. .

Saya datang ke Kairo untuk mencari sebuah awal baru antara Amerika Serikat dan Muslim diseluruh dunia, berdasarkan kepentingan bersama dan rasa saling menghormati – dan didasarkan kenyataan bahwa Amerika dan Islam tidaklah eksklusif satu sama lain, dan tidak perlu bersaing. Justru keduanya bertemu dan berbagi prinsip-prinsip yang sama – yaitu prinsip-prinsip keadilan dan kemajuan; toleransi dan martabat semua umat manusia...” (Obama, 4 Juni 2009).

Pembahasan

1. Pengaruh Pemberitaan Media Massa atas Isu-isu Signifikan Obama terhadap Popularitasnya dalam Pilpres AS Periode 2009-2014

Pemberitaan seputar Obama di media massa Indonesia berlangsung sejak pertengahan 2008. Dalam kurun waktu satu bulan surat kabar online Kompas.com membahas berita Obama sebanyak 1.360 artikel untuk bulan November 2008 (data diunduh pada tanggal 24 Agustus 2009, pukul 00.21 wita) dan sebanyak 10.600 artikel yang berkaitan dengan Obama hingga pemberitaan tanggal 24 Agustus 2009, pukul 00.01 wita. Kecenderungan isu-isu yang diangkat adalah seputar keluarga dan latarbelakang beliau yang kemudian dikaitkan dengan isu keyakinan, ras, Indonesia, dan pandangan politik beliau.

Berdasarkan data berupa hasil wawancara dan klipng artikel surat kabar Kompas dan telusur Kompas.com yang ditemukan dalam penelitian ini, maka data

tersebut perlu dianalisis dengan menggabungkan informasi yang didapat dilapangan dengan didukung bukti-bukti valid baik dari informan dan media massa.

Identitas Rasial Obama

Dalam bukunya yang berjudul *Dari Jakarta Menuju Gedung Putih*, Barack Obama optimis bahwa “...yang menarik dari Amerika Serikat adalah kemampuannya menyerap pendatang baru, membentuk suatu identitas nasional...” dari berbagai macam budaya yang tiba di negeri tersebut—*the melting pot*. Konstitusi negara adidaya tersebut telah melahirkan gagasan persamaan seluruh Negara dibawah hukum, memberikan kesempatan kepada semua pendatang tanpa memandang status, gelar, atau tingkatnya.

Di Amerika demokrasi bukanlah suatu hal yang telah selesai. Demokrasi adalah sesuatu yang berat, rumit dan terus bertumbuh kembang. Dalam konstitusi pula telah dikatakan bahwa demokrasi bukanlah kehendak kaum mayoritas tapi bagaimana kaum minoritas diperlakukan. Telah kita ketahui bersama bahwa di Amerika Serikat, ras menjadi masalah besar, perang saudara yang terjadi dimasa silam untuk membebaskan budak-budak kulit hitam hingga kini masalah penyejajaran kedudukan rasial masih menjadi masalah.

Sentimen rasisme kerap menggerogoti cita-cita tersebut oleh pihak yang berkuasa dan memiliki hak khusus yang memanfaatkan dan mengobarkan prasangka untuk mencapai tujuan-tujuan mereka. Keadaan tersebut tak hanya dirasakan oleh bangsa kulit hitam, tetapi juga bangsabangsa Hispanik dan Asia seperti Indonesia. Hal stereotip yang timbul dalam masyarakat bahwa bangsa kulit berwarna (hitam, merah, kuning—pen) adalah bangsa terbelakang dan tak berbudaya sehingga berada dibawah bangsa kulit putih.

Rasialisme di Amerika Serikat telah berlangsung selama berabadabad. Beberapa peristiwa terdahulu terhadap rasialisme di AS yang terjadi diantaranya adalah era Jim Crow yang berlangsung sejak 1800-1955. Stereotip Jim Crow terhadap masyarakat kulit hitam awalnya merupakan ikon seorang penyanyi pengembara Thomas Rice yang melihat seorang pemuda kulit hitam yang sedang menari sambil meloncat-loncat.

Kemudian pada masa perang saudara di Amerika konsep Jim Crow menjadi imej inferioritas masyarakat kulit hitam; dan berbagai macam aksi diskriminasi baik secara illegal bahkan diskriminasi yang disahkan oleh undang-undang. Puncak era Jim Crow yakni pada akhir 1890an dimana Negara bagian Selatan mensahkan hukum dan konstitusi Negara bagian tentang posisi terendah kulit hitam dalam tatanan masyarakat.

Hukum-hukum pemisahan (*segregation laws*) diantaranya pemisahan tempat duduk di dalam bis, pemisahan sekolah antara kulit putih dan hitam, pemisahan tempat paker, tempat-tempat public dan lainlain sebagainya bahkan ada beberapa tempat yang kemudia masyarakat kulit hitam dilarang untuk masuk serta larangan untuk memilih (*to vote*).

Hukum-hukum pemisahan ini kemudian didukung dengan tindakan brutal masyarakat kulit putih seperti pembantaian missal masyarakat kulit hitam. Meskipun kemudian pada tahun 1960an pemisahan tersebut dapat dihapuskan, namun sikap dan perlakuan sebagian besar masyarakat AS masih diskriminatif terhadap kulit hitam.

Sebagai aktivis sosial di Chicago pada awal karirnya, Obama melihat kemiskinan dan ketertinggalan warga kulit hitam akibat dari Sistem. Dan ia berusaha untuk mengubahnya melalui gerakan politik. Informan dalam penelitian ini setuju bahwa Obama sebagai figur yang cerdas, karismatik, fenomenal. Kini Barack Obama telah

mencatat sejarah, menjadi presiden AS kulit hitam pertama dari Partai Demokrat. Ini terjadi di negara yang selama ratusan tahun telah menjadikan kulit hitam sebagai budak dan sempat melahirkan perlawanan.

Sentimen rasisme yang masih sangat kuat di masyarakat Amerika melahirkan kontroversi terhadap Obama di Gedung Putih. Persoalannya, Obama adalah calon presiden kulit hitam dan masih banyak warga kulit putih yang tidak rela. Bahkan, sebagian warga AS mengatakan tidak akan memilih Obama dengan alasan Obama adalah kulit hitam. Namun, harapan tetap ada karena tidak sedikit pula warga kulit putih yang bersedia menerima Obama menjadi presiden. Ini, antara lain, terlihat dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki Obama.

Dalam artikel “Politik Rasis di Pemilu AS” disingkap fakta bahwa sejarah politik AS hanya M-W-P-A yang bisa menjadi pemimpin. Male- White-Protestan-Anglos Saxon dapat diartikan sebagai Pria-berkulit Putih beargama Protestan-keturunan Anglo Saxon —merupakan istilah yang dipopulerkan oleh Sosiolog Amerika, E Digby Baltzell (1915–1996) dalam bukunya yang berjudul *The Protestant Establishment: Aristocracy and Caste in America* (1964). Secara Umum istilah ini merupakan gambaran dari kaum elit masyarakat kulit putih Amerika.

Latarbelakang Obama dan Dunia Muslim

Latar belakang Obama yang merupakan keturunan dari kaum Muslim Kenya turut mempopulerkannya dalam media. Merasa memiliki hubungan erat dengan dunia muslim, pada kampanye pilpres Amerika 2009-2014 lalu beliau melakukan kunjungan ke Afganistan, Timur Tengah, dan Eropa. Para informan setuju bahwa Obama mempunyai pengaruh besar dalam

hubungan Amerika Serikat dan dunia muslim.

Dari hasil wawancara, para informan sepakat bahwa ketika muncul pemberitaan Obama dengan dunia muslim hal tersebut berkaitan dengan latarbelakang beliau. Meskipun Obama adalah seorang protestan, namun keluarga ayahnya yang berada di Kenya merupakan pemeluk agama muslim.

Masa Kecil Obama di Indonesia

Kendati Obama pernah empat tahun tinggal dan punya kenangan di Indonesia kebijakannya tak serta-merta memprioritaskan Indonesia. Itulah sebabnya masyarakat Indonesia dan sebagian informan aktivis mahasiswa sedikit skeptis bahwa Obama akan menaruh perhatian khusus kepada Indonesia. Akan tetapi, setidaknya Obama akan mengubah citra bangsanya dan menjadi sahabat lama namun mempunyai moral serta politik untuk mempererat kembali hubungan kedua Negara.

2. Efek Eksploitasi Media Massa terhadap Pembentukan Opini atas Obama dikalangan Aktivis Mahasiswa Makassar

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa dibanding bentuk komunikasi tradisional seperti surat kabar, radio, dan majalah, penggunaan komunikasi modern semacam televisi dan internet lebih efektif dalam menyebarkan, memberikan pemahaman dan pengetahuan informasi pemberitaan pilpres Amerika 2009 dan Obama. Dari analisis hasil wawancara, peneliti menemukan tiga medium utama yang kini cenderung dimanfaatkan oleh para mahasiswa atau kaum muda pada umumnya, yakni: 1. Televisi, 2. Internet, 3. Surat kabar.

Media televisi disepakati sebagai sumber informasi utama dalam memperoleh informasi, hampir disetiap rumah penduduk Makassar memiliki televisi, pada kawasan

public sphere baik yang dikelola oleh pemerintah seperti kantor pemda, rumah sakit umum, dan yang dikelola oleh pihak swasta menyediakan ruang tunggu yang dilengkapi dengan fasilitas televisi. Internet kemudian dijadikan alat referensi lain dari informasi yang didapat dari televisi dan surat kabar. Meskipun tidak begitu memiliki banyak peminat, informasi yang terdapat dalam buku cetak juga dipilih sebagai medium penambah wawasan dan informasi.

Surat kabar merupakan medium provokatif pada sebagian masyarakat. Sayangnya, dikalangan mahasiswa Makassar medium tersebut mulai kehilangan peminatnya. Hal ini dikarenakan minat baca masyarakat muda yang merosot akibat kecanggihan teknologi digital.

Salah satu kandidat Pilpres Amerika Serikat periode 2009-2014 adalah Barack Obama. Obama merupakan kandidat yang diusung dari partai Demokrat. Setiap kandidat pasti memiliki berbagai basis kekuatan, salah satunya adalah massa. Dalam menarik massa, pemberitaan dan iklan melalui media massa dinilai paling efektif. Karena melalui pemberitaan tersebut kandidat akan dinilai visi, misi, pemikiran serta pencitraan tokoh yang ditonjolkan.

Di Negara-negara maju media banyak dimanfaatkan elit politik sebagai alat pembentuk dan penguat citra seseorang. Banyak elit berlomba membangun reputasi didepan warganya dengan memanfaatkan media untuk merebut simpati warganya. Mereka membangun opini masing-masing bahkan tak jarang saling menyerang antar lawan politiknya sehingga perang media tak bisa dihindarkan. Dindonesia kini mulai banyak petinggi dan elit politik yang memanfaatkan media sebatas untuk mendongkrak diri di mata masyarakat. Apalagi suasana menjelang pemilu seperti saat ini.

Sosok Obama menjadi populer selain karena karismatik dan kecerdasannya beliau,

juga diakui para informan akan ide-idenya yang segar, dan kalimat "*Change We Can Believe In*" yang dijabarkan dalam pidatonya yang memukau membuat pemilih, tua dan muda, hitam dan putih, mengular di tempat pemungutan suara. Umumnya pidato Obama berisi pujaan-pujaan kebesaran AS, tetapi pula mengingatkan Negara yang kehilangan reputasi global, kekacauan di dalam negeri karena banyak kelompok terpinggirkan.

Dalam setiap pidatonya ia selalu menekankan hal-hal yang telah menjadi visi-misi beliau selama berkampanye yakni isu ras, agama, kesempatan dan perubahan. Kesempatan dan perubahan, dua kata ajaib Obama. Berbeda dengan kandidat lain, Obama mampu melihat apa yang salah dengan negaranya, yaitu kegagalan pemerintahan sebelumnya untuk memberikan perlindungan bagi warganya. Dia tidak menjanjikan bisa memecahkan semua persoalan bangsa Amerika, tetapi dia akan bersama seluruh bangsa Amerika mengatasi persoalan itu. Obama hanya mengatakan

akan memberikan sesuatu yang sama sekali berbeda dengan pemerintahan sebelumnya.

Asumsinya, pembentuk opini publik menceritakan apa yang sebenarnya ingin didengar oleh khalayak, dan bukan sebaliknya, yaitu mempersuasi khalayak seperti yang selama ini dibayangkan. Umumnya upaya pembentuk opini publik ini dilakukan dengan memanfaatkan media. Suatu media mampu merekonstruksi peristiwa menjadi sebuah fakta. Media sangat berperan besar dalam membentuk karakter suatu bangsa. Dalam pembentukan karakter suatu bangsa seharusnya media mampu berperan sebagai media komunikasi warga Negara sekaligus sebagai media pendidikan dengan konten-konten informasi yang bermutu dan aktual.

Produk media dapat mempengaruhi berbagai sikap dan prilaku masyarakat dan

mampu menanamkan gambaran tertentu dalam benaknya yang oleh Walter Lippman disebut sebagai *the pictures in our heads*. Suatu informasi yang disampaikan secara terus-menerus dengan isi yang sama pada sejumlah media massa menjadikan pola pikir masyarakat seperti yang di ekspos oleh media. Begitu pula yang terjadi ketika masyarakat Indonesia di tembakkan dengan isu Capres AS yang mana salah satu kandidatnya pernah hidup di Indonesia, dan berita-berita Obama ditayangkan berulang-ulang selama beberapa jam dalam kurun waktu selama putaran pilpres tersebut baik dalam media cetak, dan media elektronik. Tentu saja khalayak tak mempunyai pilihan lain selain mengikuti apa yang disampaikan oleh media massa.

Efek serupa juga dapat kita temui ketika teori pengaruh komunikasi “peluru ajaib” (bullet theory) Individu-individu dipercaya sebagai dipengaruhi langsung dan secara besar oleh pesan media, karena media dianggap berkuasa dalam membentuk opini publik. Menurut model ini, jika audiens melihat iklan Axe—parfume spray dengan visualisasi iklan yang dikemas secara menarik dimana ketika tokoh pria menyemprotkan parfume Axe keseluruhan badannya membuat tokoh-tokoh wanita yang ada disekitarnya menjadi terpicat maka setelah menonton iklan Axe, audiens seharusnya mencoba Axe untuk memikat hati lawan jenisnya melalui indera penciuman.

Meskipun beberapa teoritis dan penelitian mengatakan bahwa Teori Peluru tidak memberi dampak pada audiens. Tetapi, teori ini masih bisa dibuktikan walaupun hanya melibatkan pengaruh kecil terhadap suatu peristiwa sebagaimana contoh diatas.

Sebagai aktivis mahasiswa, Reza Mustarich mengakui bahwa udahnya media massa mempengaruhi khalayak diantaranya adalah faktor pengetahuan, faktor budaya, dan faktor asal informasi. Media massa

melaporkan dunia nyata secara selektif, maka sudah tentu media massa akan mempengaruhi pembentuk-an citra tentang lingkungan social yang timpang, bias dan tidak cermat.

Dalam penelitian ini pula, peneliti menemukan bahwa Teori Kategori Sosial (Social Categories Theory) dengan asumsi bahwa kumpulan, kelompok, atau kategori-kategori sosial yang ada di masyarakat, dalam hal ini adalah aktivis mahasiswa Makassar, akan memberikan tanggapan atau respon yang seragam terhadap terpaan media.

Adanya kesepahaman bahwa selaku mahasiswa mereka sadar media massa mampu memberikan pengaruh dalam pembentukan opini seseorang terhadap suatu isu, bahkan mendominasi proses pembentukan opini individu. Hasan Basri selaku Ketum BEM FE-Universitas 45 menyimpulkan bahwa suatu isu kecil dan bahkan sepele bisa menjadi besar dan bahkan menjadi isu global oleh karena peran media massa, begitu juga sebaliknya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemberitaan seputar obama di media massa indonesia berlangsung sejak pertengahan tahun 2008. Kecenderungan isu-isu yang diangkat adalah seputar keluarga dan latarbelakang beliau yang kemudian dikaitkan dengan isu keyakinan, ras, indonesia, dan pandangan politik beliau. Hasil dari analisis hasil wawancara, peneliti menemukan Besarnya pengaruh media massa atau yang lebih dikenal dengan efek komunikasi massa dalam tiga medium utama yang kini cenderung dimanfaatkan oleh para mahasiswa atau kaum muda

pada umumnya, yakni: 1. Televisi, 2. Internet, 3. Surat kabar.

2. Sekecil apapun media massa tetap memberikan efek terutama dalam pembentukan opini individu. Apa-lagi jika dikaitkan dengan kenyataan dan kondisi sosial dan budaya masyarakat Indonesia yang masih terbatas dalam bidang pendidikan dan masih kuat budaya paternalistiknya. Kenyataan ini diperkuat dimana pemerintah belum melakukan perannya secara sempurna sehingga media massa sebagai the fourth estate akan mendapat tempat tersendiri. Sebagaimana kita ketahui, di era global ini nampaknya keberadaan media massa dalam masyarakat merupakan suatu kebutuhan yang bertimbal balik, masyarakat mem-butuhkan media massa untuk memenuhi kebutuhannya dan media massa sebagai entitas bisnis juga membutuhkan masyarakat yang menjadi konsumennya untuk menjaga eksistensinya.

Daftar Pustaka

- Asyhad Arifin, dkk. 2008. Menelusuri Jejak Barack Obama di Jakarta (penyunting Denny Indra). Mediakita: Jakarta
- Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya.
- Cangara, Hafied. 2009. Komunikasi Politik: Konsep, Teori Dan Strategi. PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- De Fleur, Melvin L. 1970. Theories of Mass Communication. 2nd Edistion. David Mckay Company, Inc:US.
- Denny J.A., 1990. Gerakan Mahasiswa dan Politik Kaum Muda era 80- an. CV. Miswar: Jakarta.
- Departemen Luar Negeri Amerika Serikat. Februari 2004. Garis Besar Sejarah Amerika. Departemen Luar Negeri AS:USA.
- Gregory, Anne. 2004. Perencanaan dan Manajemen: Kampanye Public Relations (penerjemah: Dewi Damyanti). Edisi kedua. Erlangga:Jakarta
- Grunig, James E & Todd Hunt. 1984. Managing Public Relations. CBS College Publishing: NY.
- Littlejohn, Stephen W. and Karen A. Foss. 2005. Theories of Human Communication. Eighth Edition. Thomson Wadsworth:USA
- Lorimer, Rowland. 1994. Mass Communications: A Comparative Introduction. Manchester University Press:UK
- Miller, Katherine. 2005. Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts. International Edition. McGraw-Hill Companies, Inc: NY.
- Obama, Barrack. 2006. Barack Obama: dari Jakarta Menuju Gedung Putih (terjemahan dari The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming the American Dream, diterjemahkan oleh Rusliani dan L. Rahman). Cetakkan 9. PT. Ufuk Publishing House:Jakarta.
- Patilima, Hamid. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi kedua. Alfabeta:Bandung.
- Rachim, H. Abdullah. 2003. Dampak Sosialisasi Politik Orde Reformasi Melalui Media Massa: Suatu Studi Komunikasi Politik Ditinjau dari Segi Pendidikan. Program Pascasarjana Unhas. nUnpublished: Makassar
- Severin, Werner J dan W. Tankard, jr. 2001. Teori komunikasi: sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa (diterjemahkan oleh sugeng hariyanto). Edisi kelima. Prenada Media:Jakarta.
- Straubhaar, J dan Robert LaRose. 1997. Communications Media in the Information Society. Wadsworth Publishing Company ITP: USA