

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam sistem Demokrasi, tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan politik. Dinamika politik merupakan penjembutan antara masyarakat dengan pemerintah untuk bagaimana aspirasi masyarakat dapat diwadahi. Begitu pula dengan adanya pemilu legislatif yang nantinya diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. pemilu legislatif dan partai politik merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan untuk menjamin kedaulatan rakyat. Media cetak ataupun elektronik merupakan instrumen yang penting dalam tatanan hidup masyarakat. media massa sebagai sarana komunikasi dan informasi serta refleksi kehidupan bermasyarakat.¹

Keberhasilan pelaksanaan pemilu legislatif tidak lepas dari peranan media massa, Bagi masyarakat yang ingin mengakses informasi terkait dengan kandidat pemilu legislatif dan partai politik. Media massa sangat dibutuhkan sebagai alat dan tujuan dari komunikasi politik. Peran media massa sebagai pusat untuk sosialisasi politik kepada masyarakat akan pelaksanaan pemilihan anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014. Selain itu media massa sebagai pusat untuk mengakses informasi khususnya menjelang pemilihan anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014. Hal ini sesuai dengan

¹ Ishvianti J koenti "Jurnal Konstitusi". *perkembangan media massa dalam kerangka politik di Indonesia dan peranannya dalam pemilu*. vol.2 no 1 (Yogyakarta: Fakultas Hukum-universitas Janabadra juni 2009) pp 58

fungsi dan tujuan media massa untuk membentuk, mempengaruhi, pendapat dan sikap dari khalayak setelah masyarakat mendapat informasi politik melalui media massa.

Kebutuhan manusia mengakses media, selain untuk mendapatkan informasi, juga digunakan sebagai sarana hiburan. Adanya kebutuhan dan semakin meningkatnya kebutuhan tersebut, menjadikan media berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan yang diinginkan oleh khalayak. Media pemenuhan kebutuhan informasi tersebut pada umumnya televisi dan radio untuk media elektronik, sedangkan media cetak antara lain surat kabar, majalah, dan tabloid. Surat kabar atau koran merupakan salah satu media massa cetak yang paling umum dikonsumsi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Seperti yang kita ketahui bahwa media massa mempunyai peran yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia. Tak bisa dipungkiri bahwa hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik secara pribadi maupun umum, selalu berhubungan dengan aktifitas komunikasi massa. Hasrat interaksi antar individu atau masyarakat yang tinggi tersebut menemukan salurannya yang paling efektif dan terandalkan dalam berbagai bentuk media massa, guna saling berkomunikasi dan bertukar informasi.

Dalam perkembangannya, media massa sangat berpengaruh di wilayah kehidupan sosial, budaya, ekonomi, hingga politik. Dari aspek sosial-budaya, media adalah institusi sosial yang membentuk definisi dan citra realitas serta

dianggap sebagai ekspresi sosial yang berlaku umum; secara ekonomis, media adalah institusi bisnis yang membantu masyarakat untuk memperoleh keuntungan dari berbagai usaha yang dilakoni; sedang dari aspek politik, media memberi ruang atau arena pertarungan diskursif bagi kepentingan berbagai kelompok sosial-politik yang ada dalam masyarakat demokratis.²

Oleh karena begitu vitalnya peran media massa dalam berbagai aspek kehidupan publik, maka memicu banyak pihak dari golongan politik tertentu yang mencoba memanfaatkan media massa sebagai alat untuk mencapai tujuannya dan secara hegemonik kerap memaksakannya kepada publik³. Diantara mereka bahkan mampu menguasai media secara keseluruhan, yakni menjadi pemilik perusahaan media massa.

Dalam pasal 95 ayat 1 undang-undang no.8 tahun 2012 tentang Pemilihan Umum menyebutkan bahwa “Iklan kampanye pemilu dapat dilakukan oleh peserta pemilu di media massa cetak dan/atau lembaga penyiaran dalam bentuk iklan komersial dan atau/iklan layanan untuk masyarakat”. Jelas bahwa media massa berperan dalam pemilihan umum anggota DPR, DPD, dan DPRD untuk memberikan kesempatan bagi calon pemilu legislatif untuk mengiklankan atau mempromosikan diri.

Pada dasarnya, secara ideal, pemberitaan media massa haruslah sesuai dengan azas dan prinsip jurnalistik yang berlaku secara universal, yakni menjunjung tinggi azas objektivitas, akurat, adil, berimbang, dan menegaskan

² Lihat, <http://www.berdikarionline.com> diakses 24 september 2013

³ Ibid

posisi netralitasnya. Selain itu, wajib hukumnya setiap pelaku jurnalistik dalam pemberitaannya untuk menaati kode etik. Privatisasi atau kepemilikan pribadi maupun kelompok atas perusahaan media massa sebenarnya bukanlah masalah, sepanjang pemberitaan yang disebarkan kepada masyarakat luas senantiasa tunduk pada azas serta prinsip ideal tersebut.

Saat ini, fenomena pemanfaatan media massa sebagai alat politik bagi pertarungan kepentingan elit tertentu telah menjadi gejala umum yang terus menjalar tidak hanya di ranah nasional tetapi juga di daerah. Berbagai ajang pencitraan yang berlebihan, tendensi sikap yang diskriminatif terhadap golongan atau tokoh tertentu, serta berbagai upaya pemelintiran substansi pemberitaan pun kerap dengan mudah kita jumpai.

Hanya sebagian jurnalis yang memahami Kode Etik Jurnalistik, demikian hasil penelitian Dewan Pers terhadap 1200 responden jurnalis berbagai jenis media di 33 provinsi. Hal tersebut disampaikan oleh Jimmy Silalahi, anggota Dewan Pers dan Pelaksana Harian Pengurus Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI) dalam Seminar Dominasi Pemilik Media terhadap Kebijakan Pemberitaan. data pengaduan masyarakat ke Dewan Pers mayoritas mengeluhkan tentang pemberitaan yang tidak berimbang dan kekerasan terhadap jurnalis akibat pemberitaan. Kurangnya objektivitas jurnalis ini sering disebabkan arah pemberitaan yang disetir sesuai keinginan pemilik modal. Untuk itu regulator penyiaran sebagai pemegang amanat UU Penyiaran

wajib bertindak tegas dalam penegakan hukum terkait adanya monopoli kepemilikan media.⁴

Kondisi seperti ini merupakan paradoks dilematis yang telah menciderai kehidupan masyarakat demokratis, dimana setiap orang memiliki hak untuk memperoleh informasi publik yang objektif. Sementara media massa sebagai sarana pemenuhan informasi paling *mainstream* justru mulai ditunggangi oleh elit politik tertentu yang berkepentingan mengarahkan pilihan politik masyarakat kepada apa yang dia munculkan sebagai pilihan tunggal.

Sebagai insan media, tentu hal ini patut kembali direnungkan, baik oleh mereka *kuli tinta* di lapangan maupun dibalik meja redaksi, mengingat kembali pentingnya berkeras menegakkan idealisme jurnalis yang menitipkan tanggung jawab objektivitas pemberitaan informasi publik dengan pedoman tunggal, yakni mengutamakan kepentingan masyarakat umum, bukan golongan apalagi elit tertentu saja. Berpolitik praktis secara aktif tentu menjadi hak bagi setiap orang, namun akan lebih bijaksana jika pengusaha pemilik industri media massa lebih mengedepankan profesionalisme dalam menjalankan bisnisnya⁵. Bukankah perjuangan politiknya haruslah meraih legitimasi publik secara demokratis, bukan dengan pemaksaan terselubung seperti yang nampak selama ini.

Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat beberapa media komunikasi lokal seperti Harian umum BERNAS, Kedaulatan Rakyat, Radar Jogja, Republika,

⁴ <http://mpn.kominfo.go.id> diakses pada 27 november 2013

⁵ Lihat, <http://www.berdikarionline.com> diakses 24 september 2013 pukul 06.20 WIB

KOMPAS dan lainnya. Kedaulatan Rakyat memiliki segmentasi pembaca yang sangat luas dan memiliki informasi mengenai Pemilu Legislatif. Informasi yang disampaikan kepada pembaca dikemas dalam bentuk opini maupun fakta yang ada dengan penulis yang dari para pakar atau pun melalui judul berita yang disampaikan semenarik mungkin, agar khalayak tertarik untuk membaca.

Koran Kedaulatan Rakyat yang berdiri sejak tanggal 27 September 1945 menunjukkan eksistensinya hingga sekarang menjadikannya Koran yang cukup eksis dan sudah sangat lekat dengan warga Jogja untuk memperoleh informasi. Kedaulatan Rakyat menampilkan beragam informasi lokal maupun Internasional dengan terus-menerus melakukan improvisasi dan inovasi dengan aneka layanan, baik kepada pembaca maupun pada pengiklannya. Layanan pada pembaca ini misalnya memberikan tempat kepada masyarakat untuk dapat menyampaikan aspirasi yang ingin disampaikan kepada pemerintah melalui rubrik (suara rakyat), selain itu pada akhir pekan Kedaulatan Rakyat menampilkan rubrik kumpulan cerita pendek (cerpen) dan rubrik untuk anak-anak yang berisi hasil karya lukisan, cerita anak, serta puisi. Kedaulatan Rakyat untuk pengiklan memberikan harga murah untuk iklan-iklan baris.

Kota Yogyakarta juga berkontribusi dalam peranannya yaitu dengan menyelenggarakan pemilu legislatif 2014 dalam meningkatkan demokrasi tingkat daerah yang nantinya diharapkan mampu mengemban semua tugas yang ada untuk memenuhi dan meningkatkan kesejahteraan serta kebutuhan

masyarakat. Masyarakat mengharapkan terpilihnya calon legislatif ini diharapkan tidak hanya berjanji tetapi mampu untuk merealisasikan semua janji-janji para calon yang akan terpilih nanti dalam pemilu legislatif. Dalam berita di media cetak lokal kedaulatan rakyat pada 28 November 2013 pada tulisan Sumbo Tinarbuko menuliskan sebagai berikut⁶:

“iklan politik di media bagi caleg baru tentunya mengandalkan visi dan misi dalam realitas visualnya namun dalam realitasnya seakan mati gaya karena iklan politiknya hanya janji surga belaka. Janji politik yang ditawarkan berupa masalah sosial, budaya, ekonomi, pendidikan, kesehatan dan peluang kerja. Media dijadikan sebagai alat komunikasi politik yang sangat berperan aktif dalam pemilu legislatif”.

Aturan kampanye dengan bentuk iklan di media massa baik cetak, elektronik maupun televisi dinilai masih mengambang. Menurut Anggota KPU Daerah Istimewa Yogyakarta Divisi Hukum dan Pengawasan, Miftachul Alfin⁷:

“aturan kampanye selama ini masih merujuk pada Peraturan KPU Nomor 1 Tahun 2013 tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilu Anggota DPRD dan DPD. Memang perlu ada ketegasan terkait kampanye. Tetapi, sejauh ini kami belum menerima aturan tambahan selain Peraturan KPU itu.

Merujuk pada peraturan tersebut maka berbagai iklan partai politik di media massa dapat dikategorikan melanggar. Banyak materi iklan yang menyangkan visi misi partai maupun calon legislatif. Sedangkan kampanye melalui media massa baru diperbolehkan sekitar Maret 2014 mendatang. tidak mudah menjerat peserta Pemilu yang melakukan kampanye diluar jadwal dengan UU tersebut.

⁶ Sumbo Tinarbuko Koran Kedaulatan Rakyat Edisi 28 November 2013

⁷ <http://krjogja.com> diakses 29 november 2013

Kebijakan akan yang telah dirumuskan oleh pemerintah dan DPRD pun acapkali ditentang oleh masyarakat.

Ketiga, media lokal dapat melaksanakan peran mediasi antar aktor dalam proses-proses politik di tingkatan daerah. Pada satu sisi, demokrasi tidak akan bermakna tanpa adanya partisipasi warga negara, sementara pada sisi yang lain demokrasi mensyaratkan adanya akuntabilitas dan responsibilitas pejabat publik. Ini dapat dilakukan melalui mediasi komunikasi antara masyarakat, pemerintah, dan DPRD. Dari sini, pejabat pemerintah diharapkan akan mengetahui apa yang diinginkan warga negara (menjadi responsif), dan warga negara dapat mengetahui apa yang telah dilakukan oleh para pejabat publik dan bagaimana mereka melakukannya (akuntabilitas). Selain kontribusi dalam menjamin proses demokratisasi, di satu sisi, media lokal juga membawa efek ambivalen karena kuatnya nilai primordialisme dan keterdekatan sosiokultural-ekonomi pemodal media dengan *stakeholder* daerah yang menyebabkan media lokal juga memiliki posisi dilematis.

Seringkali iklan kampanye itu dikemas sedemikian rupa sehingga unsur pelanggaran kampanye atau unsur kampanyenya sendiri tidak memenuhi kualifikasi sebagai pelanggaran. Namun untuk meminimalisir penyalahgunaan penyiaran oleh media, KPI dapat memberi peringatan dengan tidak mengeluarkan izin siaran bagi media yang menyalahgunakan frekuensinya untuk berkampanye terselubung.

Berdasarkan hasil penelitian Analisis liputan berita pemilihan Presiden di Yogyakarta pada surat kabar Kedaulatan Rakyat dapat diketahui, harian

Kedaulatan Rakyat dalam liputan berita kampanye Calon Presiden 2009 lebih banyak dialokasikan untuk pasangan capres Susilo Bambang Yudhoyono-Boediono yang notabene kandidat *incumbent*, dengan frekuensi 20 berita bernada positif dengan persentase 60,60 %, 9 berita bernada netral dengan persentase 36% dan 4 berita bernada negatif dengan persentase 8%⁹. Indikator yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur kategori ini adalah, positif, negatif dan netral. Tema berita dikategorikan mempunyai nilai negatif, apabila pokok atau kepala berita yang dimaksud berisi informasi yang merugikan posisi calon Presiden. Sementara tema berita dikategorikan mempunyai nilai netral, apabila informasi yang disampaikan melalui *headlines* atau *sub-headlines* yang dimaksud, tidak mempunyai kecenderungan untuk membentuk citra baik positif maupun negatif kepada salah satu kandidat.

Peran media cetak lokal yaitu kedaulatan rakyat khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta memang sangat penting dalam rangka menjelang pemilihan anggota DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 2014. Selain itu segmentasi kedaulatan rakyat mengarah kepada masyarakat luas yang membaca, sehingga dalam penyampaian informasi terkait pemilihan anggota DPRD mampu melihat sejauh mana tingkat pemberitaan dan pengiklanan yang dimuat oleh kedaulatan rakyat yang dinilai bersifat independen.

Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat memberikan pengaruh bagi pembaca terhadap kondisi lingkungan, komunikasi politik yang dibangun oleh peserta politik dari partai politik untuk melakukan pemasaran politik salah satu

⁹ Dhanuresto HP "Studi Analisis Isi Pemberitaan Pemilu dan Presiden pada masa kampanye di Media Cetak Harian Jogja, Radar Jogja dan Kedaulatan Rakyat Jogja Edisi Juni-Juli 2009. FISIP-UINB 2010.

yang digunakan adalah media cetak lokal. Bagaimana media mampu memberikan informasi baru yang diinginkan masyarakat.

Sejarah surat kabar harian Kedaulatan Rakyat berdiri sejak 27 September 2014 hingga saat ini berkembang menjadi media cetak lokal yang cukup banyak pembacanya. Bahkan menurut survey Nielsen Media Research wave III tahun 2013, Kedaulatan Rakyat masuk dalam koran harian terbesar peringkat 1 Great Yogyakarta, mendapat peringkat ke-6 nasional dengan pembaca media cetak lokal terbanyak dan pada periode 2012-2013 mendapat peringkat ke-2 nasional sebagai media cetak lokal yang paling efektif untuk beriklan.

Hal ini tentunya sesuai dengan fungsi dan tujuan media massa untuk membentuk, mempengaruhi, pendapat dan sikap dari khalayak pembaca setelah mendapat informasi politik melalui kedaulatan rakyat. Atas dasar fakta bahwa media cetak lokal kedaulatan rakyat sangat berperan aktif dan berpengaruh cukup besar dalam pemilihan anggota DPRD, maka penulis mengangkat masalah tersebut dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan selama periode Januari- Februari 2014, melihat bahwa pada bulan Januari hingga 5 April adalah masa kampanye bagi peserta pemilu. Pemberitaan yang dimuat di koran Kedaulatan Rakyat tentang Penyelenggara (KPU dan Bawaslu), Peserta Pemilu dari Partai Politik dan Peserta Pemilih yang merupakan masyarakat, berita tersebut akan lebih banyak muncul selama periode tersebut. Oleh sebab itu penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan dengan menganalisis koran yang terbit selama bulan Januari hingga Februari.

Penelitian ini melihat bagaimana media massa lokal Kedaulatan Rakyat memberikan informasi terkait dengan pemberitaan dan iklan menjelang pemilihan anggota DPRD 2014 DIY, melihat bahwa Kedaulatan Rakyat menjadi media cetak tingkat nasional di Indonesia. Sejauh mana peran media massa lokal memberikan informasi kepada khalayak dan bagaimana independensi kedaulatan rakyat mengemas informasi yang akan diterbitkan untuk menjadi konsumsi pembaca.

B. PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting karena sangat menentukan sebuah penelitian. Pada hakikatnya rumusan masalah adalah rumusan pertanyaan yang mana jawabannya akan dicari melalui penelitian dan akan dijelaskan pada hasil penelitian.¹⁰ Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana peran kedaulatan rakyat dalam pemberitaan dan iklan menjelang pemilihan anggota DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 2014”?

¹⁰ Soeharto,Irawan. *Metode Penelitian Sosial*.PT Remaja Rosdakarya: Bandung,2008.hal.23

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dan manfaat penelitian sangatlah penting oleh karena itu peneliti akan menguraikan tujuan dan manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui peranan media massa, yang digunakan sebagai sarana meningkatkan dan memberikan bekal pengetahuan bagi masyarakat menjelang pemilihan anggota DPRD 2014 di Yogyakarta.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi sumber referensi dibidang ilmu sosial dan ilmu politik umumnya, serta menjadi sumber bacaan bagi mahasiswa ilmu pemerintahan tentang Media Cetak Lokal Kedaulatan Rakyat.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara Teoritis

Dari sisi keilmuan diharapkan memperkaya literature yang mengkaji masalah pemilu legislatif, khususnya pemilihan anggota DPRD 2014 di Yogyakarta yang berhubungan dengan media cetak lokal.

b. Manfaat secara Praktis

- Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan serta pengalaman untuk peneliti khususnya

dibidang ilmu pemerintahan, sehingga penulis dapat menerapkan ilmu yang telah didapat selama dibangku kuliah dan menerapkan secara langsung dilingkungan masyarakat.

- Bagi Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat

Hasil dari penelitian ini nantinya dapat menjadi dasar dan referensi dalam menjalankan peran sebagai Media Massa dalam memberikan pendidikan bagi pembaca.

D. KERANGKA DASAR TEORI

Kerangka dasar teori merupakan uraian untuk menjelaskan variabel-variabel dan hubungan-hubungan antara variabel berdasarkan konsep atau definisi tertentu. Sehingga akan tampak jelas, sistematis dan ilmiah dalam melakukan penelitian sebagai unsur terpenting dalam teori.

Agar memahami lebih lanjut mengenai uraian diatas, maka penulis menggunakan landasan teori. Teori adalah generalisasi yang abstrak mengenai beberapa fenomena. Dalam menyusun generalisasi teori selalu memaknai konsep-konsep. Konsep itu lahir dalam pikiran manusi dan karena itu bersifat abstrak, sekalipun fakta-fakta dapat dipakai sebagai batu loncatan¹¹.

Kerangka dasar teori adalah teori-teori yang digunakan dalam melakukan penelitian sehingga penelitian ini menjadi jelas, sistematis, dan ilmiah.

¹¹ Mirian Budiardjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1993, hal.30

Berdasarkan uraian permasalahan diatas maka berikut ini merupakan landasan dasar penelitian menggunakan teori-teori sebagai berikut:

1. Peran

Peran berarti laku atau bertindak. Didalam kamus besar bahasa Indonesia peran ialah perangkat tingkah laku yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.

Menurut Horton dan Hunt, peran (role) adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki suatu status. Dalam kerangka besar, organisasi masyarakat, atau yang disebut sebagai struktur sosial, ditentukan oleh hakekat (nature) dari peran-peran ini, hubungan antara peran-peran tersebut, serta distribusi sumberdaya yang langka di antara orang-orang yang memainkannya¹². Masyarakat yang berbeda merumuskan, mengorganisasikan, dan memberi imbalan (reward) terhadap aktivitas-aktivitas mereka dengan cara yang berbeda, sehingga setiap masyarakat memiliki struktur sosial yang berbeda pula.

Peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam, suatu sistem. Peran dipengaruhi oleh keadaan sosial baik dari dalam maupun dari luar dan bersifat stabil. Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu.

¹² Horton, Paul B., dan Chester L. Hunt. 1993. Sosiologi, Jilid 1 Edisi Keenam, (Alih Bahasa: Aminuddin Ram, Tita Sobari). Jakarta: Penerbit Erlangga, hlm.129-130.

Menurut Astrid S. Susanto mengenai definisi peranan diungkapkan sebagai berikut:¹³

- 1) Peranan adalah meliputi nama-nama yang dihubungkan dengan posisi atau kedudukan seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.
- 2) Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasinya.
- 3) Peranan dapat juga diartikan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial.

Dalam ketiga hal tersebut yang terpenting adalah interaksi antara seseorang yang menjalankan peranan orang yang ada disekitarnya, ketika interaksi berlangsung dalam kelompok masyarakat, maka individu yang dapat memberikan pelayanan lebih serta memiliki kelebihan ganjaran sosial lebih sedikit akan cenderung menentukan interaksi.

Pengertian peran menurut Jack C. Plan, Robbert E Riggs, dan Hellena S. Robbin adalah sebagai berikut:¹⁴

"Seperangkat perilaku yang diharapkan dari seseorang yang menduduki posisi tertentu dalam suatu kelompok sosial".

¹³ Astrid S Susanto, *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*, Bina Cipta, Jakarta: 1983, hal.95

¹⁴ Jack C. Plan, Robbert E Riggs, dan Hellena S. Robbin, *Kamus Analisis dan Politik*, Rajawali press, Jakarta: 1998 hal.220.

Menurut Soerjono Soekanto mendefinisikan peranan (*role*) adalah sebagai berikut:¹⁵

“Peranan (role) merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, diamentjalankan suatu peranan”.

Lebih jauh Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa peranan mencakup paling sedikit tiga hal, diantaranya yaitu:

- 1) Peranan meliputi saran yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
- 2) Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- 3) Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

¹⁵ Soerjono Soekanto, *“Sosiologi sebagai pengantar”*, Rjawali Press, Jakarta: 2007 hal.212-213

2. Komunikasi Politik

Setiap komunikasi sangat diperlukan dalam menciptakan interaksi sosial yang diharapkan. Terlebih lagi didalam sebuah institusi, sistem komunikasi memiliki kekuatan yang sangat besar¹⁶. Kemampuannya untuk menyampaikan dan menyebarkan pesan kepada khalayak di berbagai tempat yan telah ditentukan.

Komunikasi adalah proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol¹⁷. Berbicara tentang proses demokrasi dan Pers maka tidak lepas dari pembahasan tentang masalah komunikasi Politik. Komuniasi politik merupakan segala komunikasi yang terjadi dalam sistem politik dengan lingkungannya.

Komunikasi politik menurut Fagen dalam Gatut (2007) adalah segala komunikasi yang terjadi dalam suatu sistem politik dan antara sistem tersebut dengan lingkungannya. Cakupannya meliputi studi mengenai jaringan komunikasi (organisasi, kelompok, media massa, dan saluran-saluran khusus)

¹⁶ William L. Rivers, Jay W. Jensen dan Theodore Peterson "*Media massa dan masyarakat modern*", Jakarta: kencana 2008, Hal.38

¹⁷ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2011, Hal.6

dandete rminan sosial ekonomi dari pola-pola komunikasi yang ada pada sistem¹⁸.

Komunikasi Politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah¹⁹. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah”.

Dalam pemerintahan komunikasi berkaitan dengan unsur demokrasi, Komunikasi menentukan watak dan mutu demokrasi pada suatu masyarakat. Naik turunnya tingkat demokrasi sangat banyak bergantung pada struktur dan ciri sistem komunikasi. Sistem demokrasi modern pada dasarnya hanya mengenal dua tipe suksesi kepemimpinan yakni jalur konstitusional dan inkonstitusional. Baik pada skala global ataupun lokal pilihan melalui mekanisme pemilu adalah yang paling umum dan beresiko sosio politik yang terukur. Itu sebabnya jalur pemilihan umum dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat turut berpartisipasi tetap merupakan mekanisme yang elegan dalam mereproduksi pemimpin politik yang diharapkan.

Komunikasi politik adalah upaya untuk menghubungkan antara fikiran politik yang hidup didalam kehidupan masyarakat dengan kehidupan politik

¹⁸ Gatut Priyowidodo. “Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur (Fungsi Media Massa Sebagai Sarana Pemenangan Kandidat)”. Vol.1 No.2 (Jurnal Ilmiah *SCRIPTURA*) Juli. 2007

¹⁹ Hedra Gunawan dan Fitriyani Yuliawati, *Aliansi, Pers dan Politik “Studi terhadap peran harian kabar Priangan kota tasikmalaya dalam Komunikasi Politik”* Vol.4 No.1 (FISIPOL-Universitas Siliwangi, Januari 2010) pp.597

pemerintahan. Jenis komunikasi mengacu pada interpersonal, organisasi atau massa serta isi komunikasi. Penelitian yang diselenggarakan setelah Perang Dunia II menyimpulkan bahwa "semakin personal media itu, maka semakin efektif pula dalam mengubah opini"²⁰. Karena sebagian orang lebih percaya kepada informan personal, sesuai dengan opini rekan dekat dan anggota kelompok yang menjadi favorit dari orang tersebut.

Ada dua jenis dari isi komunikasi yang dapat kita pahami, yaitu: *pesan informasional dan promosomal*, pesan Informasional mencoba mengubah kepercayaan dan pengharapan, bukan suka atau tidak suka, preferensi, atau nilai²¹. Tidak berarti tujuan kampanye informasi kepada masyarakat itu nonpersuasif. Setiap kampanye yang ditujukan untuk mengubah kepercayaan, nilai, atau pengharapan adalah persuasi, berlawanan dengan pesan jenis kedua, yaitu *pesan promosomal*.

Fungsi komunikasi politik adalah salah satu fungsi yang dijalankan oleh partai politik dengan segala struktur yang tersedia, yaitu dengan mengadakan komunikasi informasi, isu dan gagasan politik²². Dalam hal ini media massa sangat berperan sebagai alat komunikasi politik dan membentuk kebudayaan politik.

Pendekatan komunikasi politik, layaknya darah yang mengalir mengantarkan pesan-pesan politik yang berupa tuntutan, protes dan dukungan ke

²⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Komunikasi Politik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004) hal. 147

²¹ Ibid. hal. 148

²² Koirudin, *Partai politik dan Agenda transisi Demokrasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004) hal. 103

jantung (pusat) untuk nantinya akan diproses dalam sistem politik yang akhirnya melahirkan *out-put*, di alirkan kembali oleh komunikasi politik yang selanjutnya menjadi *feedback* sistem politik.

Dalam pesan-pesan politik yang berkaitan dengan pemerintahan, Komunikasi politik merupakan proses interaksi sosial yang digunakan orang untuk menyusun makna yang merupakan citra mereka mengenai dunia (yang berdasarkan itu mereka bertindak) dan untuk bertukar citra itu melalui simbol-simbol.

3. Komuniiasi Massa

Komunikasi adalah transfer informasi atau pesan dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan dengan menimbulkan efek. Komunikasi massa anatrpersonal merupakan proses penyampaian informasi, ide, dan sikap dari seseorang kepada orang lain. Sedangkan komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi, ide, dan sikap dari seseorang kepada banyak orang (biasanya menggunakan mesin atau media yang diklasifikasikan kedalam media massa seperti siaran radio, televisi, surat kabar, majalah, film)²³.

Menurut Laswel ada lima formula komunikasi untuk terjadinya proses komunikasi, yaitu:

- Who, yakni berkenaan dengan siapa yang mengatakan.

²³ Tommy Suprpto, "*Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*". Yogyakarta: MedPress.2009 Hal.5

- Says what, yakni berkenaan dengan menyatakan apa.
- In wich channel, yakni berkenaan dengan saluran apa.
- To whom, yakni berkenaan dengan ditujukan kepada siapa.
- With what effect, yakni berkenaan dengan pengaruh apa.

Berdasarkan formula tersebut maka terdapat lima komponen komunikasi agar terjadi proses komunik; Komunikator, Pesan, Media, Komunikan, dan Pengaruh. Esensi dalam proses komunikasi adalah untuk memperoleh kesamaan makna diantara orang yang terlibat dalam proses komunikasi antar manusia.

Setiap aktivitas komunikasi memiliki efek, dalam konsep komunikasi pragmatis disebutkan bahwa komunikasi merupakan sebuah pola yang meliputi sebuah komponen serta memiliki dampak-dampak tertentu. Pada dasarnya komunikasi memiliki tiga dampak, yaitu:

- a. Memberikan informasi, meningkatkan pengetahuan, menambah wawasan. Tujuan ini sering disebut tujuan kognitif. Tujuan ini dapat dilakukan dengan pola komunikasi dengan ceramah, rapat, dan kuliah.
- b. Menumbuhkan perasaan tertentu, menyampaikan ide, pikiran dan pendapat. Tujuan ini sering disebut tujuan afektif. Tujuan ini dapat dilakukan dengan pola media massa, diplomasi dan penataran.
- c. Mengubah sikap, perilaku, perbuatan. Tujuan ini sering disebut tujuan psikomotorik. Tujuan ini dapat dilakukan dengan pola forum media, periklanan, kampanye, penyuluhan, public relation, dan propaganda.

Ada lima faktor yang mempengaruhi proses komunikasi massa dalam Babcock mengutip pendapat Thoha dalam Tomy (2009) mengatakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi proses komunikasi massa:

1. *The act* (Perbuatan)

Perbuatan komunikasi menginginkan pemakaian lambang-lambang yang dapat dimengerti secara baik dan hubungan-hubungan yang dilakukan oleh manusia. Pada umumnya lambang-lambang tersebut dinyatakan dengan bahasa atau tanda-tanda yang dapat dipergunakan.

2. *The scence* (adegan)

Adegan salah satu faktor penentu dalam menekankan hubungan komunikasi dengan lingkungan. Menjelaskan apa yang dilakukan, simbol apa yang digunakan, dan apa arti yang dikatakan.

3. *The Agent* (pelaku)

Individu-individu yang mengambil peran dalam komunikasi disebut pelaku komunikasi. Pengirim dan penerima yang terlibat dalam hubungan komunikasi adalah pelaku-pelaku komunikasi.

4. *The Agency* (perantara)

Alat-alat yang dipergunakan dalam komunikasi dapat membangun terwujudnya perantara. Alat-alat itu selain dapat berwujud komunikasi lisan, tatap muka, juga alat komunikasi tertulis. Seperti surat perintah, memo, buletin, surat nota dan lainnya.

5. *The Purpose* (tujuan)

Terdapat beberapa tujuan dari komunikasi massa yang dilakukan para pelaku komunikasi:

- Tujuan fungsional adalah tujuan yang secara pokok bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi
- Tujuan anipulasi adalah dimaksudkan untuk menggerakkan orang-orang yang mau menerima ide-ide yang disampaikan, yang sesuai atau tidak sesuai dengan sikap atau nilainya.
- Tujuan keindahan adalah untuk menciptakan tujuan yang kreatif dan memungkinkan orang untuk menyampaikan perasaan terhadap lingkungannya.
- Tujuan keyakinan adalah untuk meyakinkan atau mengembangkan keyakinan orang-orang pada lingkungan.

4. Media massa

Masyarakat dengan tingkat ekonomi yang rendah memiliki ketergantungan terhadap media massa yang lebih dari pada masyarakat dengan tingkat ekonomi tinggi yang lebih banyak akses pilihan media massa termasuk bertanya langsung dengan nara sumber atau ahli dibidangnya dibanding dengan mengandalkan satu informasi yang disajikan oleh media massa.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat

komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV ²⁴. Media massa mampu mengubah perilaku dan sudut pandang khalayak yang disebabkan faktor lingkungan dari informasi yang telah diperoleh. Penyampaian informasi melalui media massa melintasi pembagian struktural didalam masyarakat seperti ras, pekerjaan, wilayah, agama, kelas sosial dan partai politik untuk menarik khalayak yang berperan sebagai individu sosial. Dalam karyanya Charles Wright bahwa media massa menyajikan jenis khusus komunikasi terdapat tiga perangkat kondisi khusus: sifat khalayak, pengalaman komunikasi, dan komunikator.

Sebagian pengamat menganggap bahwa kekuatan media massa berada pada kontrol sosial begitu ekstensif dan efektif misalnya, adanya kemampuan rekayasa kesadaran oleh media massa dan ini dinyatakan sebagai kekuatan terpenting media massa yang digunakan untuk kepentingan apapun. Media juga mengubah control sosial bahwa media mampu untuk meghaluskan paksaan menjadi bujukan halus. kelompok-kelompok yang kuat selalu mengandalkan kteknik manipulasi melalui media demi mencapai apa yang mereka inginkan.

²⁴ Hedra Gunawan dan Fitriyani Yuliawati, *Aliansi, Pers dan Politik "Studi terhadap peran harian kabar Priangan kota tasikmalaya dalam Komunikasi Politik"* Vol.4 No.1(FISIPOL-Universitas Siliwangi, Januari 2010)pp.597

Peran media massa menurut Dominick dalam Jalaludin Rakhmat, adalah sebagai berikut:²⁵

a. Sebagai pengawasan (*surveillance*)

Peranan ini terdiri dari 2 bentuk utama, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Media massa menjalankan fungsi pengawasan peringatan, jika menginformasikan tentang ancaman yang disebabkan oleh beberapa hal, misalnya bencana alam, serangan militer, inflasi dan krisis ekonomi. Fungsi pengawasan instrumental dari media massa jika informasi yang disampaikan memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. Fungsi pendidikan

Surat kabar secara tidak langsung memberikan fungsi pendidikan pada pembacanya. Ini bisa dilihat dari materi isi seperti artikel, *feature* dan juga tajuk. Materi isi tersebut disamping memberikan informasi dan menambah perbendaharaan pengetahuan pembacanya walaupun bobot pemahaman tiap pembaca berbeda-beda²⁶.

²⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Komunikasi Politik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004)

²⁶ Eko, Kurniawan. "Studi Analisis Isi Pemberitaan Media massa tentang Lingkungan Hidup DAN implikasinya terhadap kebijakan pengelolaan lingkungan di Kabupaten Bangka". Program Magister Ilmu Lingkungan Program Pascasarjana UNDIP- Semarang 2006.

Penggunaan media pada pemilihan umum legislatif diperlukan pendidikan untuk membangun komunikasi kepada masyarakat agar berpartisipasi dalam pesta demokrasi yang dilaksanakan pada periode lima tahun sekali.

Pendidikan Pemilih (Voter Education/VE) adalah kegiatan yang bertujuan memberikan pemahaman tentang prosedur pemilihan umum, di berbagai tingkatan dan tujuan kepada warga negara yang memiliki hak pilih. Dilakukan dengan jalan menyelenggarakan ToT bagi para guru PKN, aktivis mahasiswa, aktivis ormas, para tokoh agama dll dengan tujuan agar para public speaker tersebut memiliki pemahaman yang cukup tentang prosedur teknis pemilu serta memiliki komitmen untuk mensosialisasikan pada komunitasnya. Pada saat yang sama KPU juga menerbitkan berbagai alat bantu sosialisasi dan pendidikan pemilih yang dapat digunakan sebagai sarana pendukung keberhasilan pendidikan pemilih yang dilakukan oleh berbagai pihak tersebut.²⁷ Pendidikan pemilih yang dilakukan menjelang pemilihan umum legislatif merupakan pendidikan dalam jangka pendek yang dilakukan oleh penyelenggara dan seluruh elemen yang terlibat dalam pemilu.

Pendidikan politik merupakan seluruh informasi tentang pemerintahan dengan sub-sub didalamnya dan berkaitan

²⁷ <http://www.kpud-diyprov.go.id> (Dialog dengan Mohammad Najib Ketua Divisi Hupmas dan SDM KPU Provinsi DIY) diakses pada 27-4-2014 pukul 10.30. WIB

dengan proses kebijakan tidak hanya pendidikan pemilih (Voter Education/VE) yang dilaksanakan dengan jangka pendek tetapi pendidikan politik dilaksanakan dengan jangka waktu yang panjang dan muatan pendidikan sangat luas.

c. Fungsi menyiarkan Informasi

Berbagai informasi dengan cepat dan akurat dapat disampaikan oleh surat kabar atau media cetak. Pembaca menjadi pembeli ataupun berlangganan surat kabar karena ingin mengetahui informasi apa terjadi diberbagai tempat dan sumber informasi lainnya yang akan diperoleh pembaca.

d. Fungsi mempengaruhi

Berita di surat kabar secara tidak langsung mempengaruhi para pembacanya, sedangkan tajuk rencana dan artikel dapat memberikan pengaruh langsung kepada pembacanya. Pengaruh ini pada mulanya timbul akibat persepsi pembaca pada suatu masalah kemudian membentuk suatu opini pada pembacanya²⁸.

e. Fungsi penafsiran (*interpretation*)

Fungsi ini dijalankan jika media selain menyampaikan fakta dan data kepada khalayak, juga memberi penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa mana yang layak dan yang tidak layak disajikan.

²⁸ Suwardi. "peran pers dalam politik di Indonesia". Jakarta: pustaka sinar harapan, 1993

f. Fungsi keterkaitan (*linkage*)

Media massa dapat menjadi alat pemersatu anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

g. Fungsi penyebaran nilai (*transmission of values*)

Fungsi ini disebut juga sosialisasi. Media massa memperlihatkan kepada khalayak tentang bagaimana seharusnya mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka.

h. Fungsi hiburan (*entertainment*)

Fungsi hiburan selalu dijalankan oleh setiap media massa. Media yang sangat jelas menjalankan fungsi ini adalah televisi, radio dan tabloid.

Ditinjau dari perkembangan teknologi saat ini di bidang penyampaian informasi melalui media massa, maka media massa dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Media massa modern

Media massa modern adalah media massa yang menggunakan teknologi modern yaitu media massa cetak dan media massa elektronik.

Media masa cetak adalah media masa yang dalam penyampaiannya informasi kepada khalayak terlebih dahulu

melalui proses pencetakan yang menggunakan alat cetak. Misalnya surat kabar, Koran, majalah dan lain-lain.

Media cetak merupakan media yang tertua dalam sejarah peradaban manusia. Media cetak yang sering disebut juga dengan pers, yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah.

Beberapa karakteristik dari media cetak yang masuk ke dalam kategori media massa cetak dikemukakan oleh Sumadiria , yaitu mempunyai sifat-sifat berikut²⁹ :

1. Periodisitas, bahwa media cetak memiliki jadwal terbit yang pasti atau bersifat periodik. Oleh sebab itu, kita mengenal istilah harian, mingguan, bulanan, atau triwulanan
2. Publisitas, bahwa media tersebut bisa diakses siapa pun karena memang ditujukan untuk semua orang dari berbagai lapisan masyarakat.
3. Aktualitas, bahwa isi media massa sangat menekankan aspek aktualitas informasinya. Karena informasi yang tidak aktual atau biasa disebut informasi *basi* tidak menarik dan tidak dibutuhkan khalayak media.

²⁹ <http://www.ut.ac.id/html/suplemen/skom4315/1c1.htm> (diakses pada 5 Desember 2013)

4. Universalitas, berkaitan dengan keragaman isi media cetak. Isi berita di media cetak, misalnya *news* (pemberitaan), *views* (opini) dan iklan.
5. Objektivitas, berkaitan dengan isi media yang bersifat objektif atau sesuai dengan kenyataan.

- Media massa elektronik

Media massa elektronik adalah media massa yang dalam penyampaian informasinya menggunakan jasa listrik atau elektronik, tanpa adanya listrik maka jenis media massa ini tidak dapat diakses misalnya radio dan televisi.

- b. Media massa tradisional

Media massa tradisional ini digunakan sebagai sarana penyampaian informasi pada jaman dulu, lebih banyak menggunakan media ini seperti wayang, lawak, seni tradisional, lenong, dan lain-lain.

Menurut Gurevitch dan Blumer (1990:270) fungsi-fungsi media massa adalah:

- a. Sebagai pengamat lingkungan dari kondisi sosial politik yang ada. Media massa berfungsi sebagai alat kontrol sosial politik yang dapat memberikan berbagai informasi mengenai penyimpangan sosial itu sendiri, yang dilakukan baik oleh pihak pemerintah, swasta, maupun oleh pihak masyarakat.

- b. Sebagai pembentuk agenda (agenda setting) yang penting dalam isi pemberitaannya. Pembentukan opini dengan cara pembentukan agenda atau pengkondisian politik sehingga masyarakat terpengaruh untuk mengikuti dan mendukung rencana-rencana pemerintah.
- c. Media massa merupakan platform (batasan) dari mereka yang punya advokasi dengan bukti-bukti yang jelas bagi para politisi, jurubicara, dan kelompok kepentingan.
- d. Media massa mampu menjadi tempat berdialog tentang perbedaan pandangan yang ada dalam masyarakat atau diantara pemegang kekuasaan (yang sekarang maupun yang akan datang). Media massa sebagai sarana untuk menampung berbagai pendapat, pandangan, dan paradigma dari masyarakat yang ingin ikut andil dalam membangun sistem politik yang lebih baik.
- e. Media massa merupakan bagian dari mekanisme penguasa untuk mempertahankan kedudukannya melalui keterangan-keterangan yang diungkapkan dalam media massa.
- f. Media massa bisa merupakan insentif untuk publik tentang bagaimana belajar, memilih, dan menjadi terlibat daripada ikut campur dalam proses politik. Keikutsertaan masyarakat dalam menentukan kebijakan politik bisa disampaikan melalui media

massa dengan partisipasi dalam polling jajak pendapat dan dialog interaktif.

- g. Media massa punya rasa hormat kepada anggota khalayak masyarakat, sebagai kelompok yang punya potensi untuk peduli dan membuat sesuatu menjadi masuk akal dari lingkungan politiknya. Dari gambaran di atas mengenai fungsi media massa dalam kaitannya sebagai alat politik, maka semakin jelas bahwa peran media massa sangat besar dalam kekuasaan pemerintahan. Pendapat ini juga dipertegas dengan pernyataan Harold Lasswell, bahwa Politik tidak bisa dipisahkan dari pengertian kekuasaan dan manipulasi yang dilakukan oleh para elit penguasa atau counter elite.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa peran media massa cetak adalah tindakan atau tingkah laku seseorang atau kelompok yang memiliki status dalam struktur organisasi di lingkungan masyarakat yang mampu mempengaruhi lingkungan sekitarnya atau khalayak terhadap informasi yang telah disampaikan melalui media yang digunakannya.

Berita adalah rekaman dari sesuatu yang menarik, penting dan akurat yang berisi informasi tentang sesuatu hal berupa pemikiran dari apa yang dikatakan, dilihat, dideskripsikan, direncanakan dan dilakukan oleh seseorang. Berita memiliki unsur-unsur agar informasi yang diperoleh masyarakat layak dan menjadi sumber referensi, yaitu:

- Aktual atau masih cukup baru, yang harus mengandung makna kecepatan.
- Faktual atau sesuai kenyataan dan bukan kebohongan.
- Penting dan menarik perhatian khalayak.

Media massa mampu menampilkan ciri sosial pada jenis-jenis media seperti pemberitaan dan iklan yang dijadikan sebagai interaksi proses komunikasi kepada masyarakat, dengan menampilkan realitas sosial didalamnya. Komunikasi tentunya berhubungan dengan Media massa yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Media massa dapat dilakukan melalui media elektronik (TV, radio, internet, dan lainnya) dan media cetak (majalah, koran, surat kabar dan lainnya).

Pada media massa jenis media cetak yang banyak diperoleh masyarakat sangat relevan untuk menyampaikan informasi yang diperoleh kepada khalayak. Media cetak menampilkan pemberitaan dan iklan memiliki maksud dan tujuan agar pembaca mampu memberikan opininya kepada isi media cetak.

1. Berita

Berita adalah rekaman dari sesuatu yang menarik, penting dan akurat yang berisi informasi tentang sesuatu hal berupa pemikiran dari apa yang dikatakan, dilihat, dideskripsikan, direncanakan dan dilakukan oleh seseorang. Masyarakat senantiasa memerlukan berita dalam kehidupannya agar tidak tertinggal dengan kejadian-kejadian yang

terjadi di dunia. Oleh sebab itu, berita harus memiliki beberapa unsur, yakni.³⁰:

- Aktual atau masih baru, yang harus mengandung makna kecepatan.
- Faktual atau sesuai kenyataan dan bukan kebohongan.
- Penting dan menarik perhatian khalayak.

Sedangkan untuk berita Suwandi membaginya kedalam tiga jenis:

a) Berita Lurus

Berita lurus (faktual) atau *straight news* ialah bentuk penulisan berita yang ditulis sebagaimana adanya, berdasarkan apa yang dilihat dan didengar oleh jurnalis pada saat peristiwa terjadi tanpa adanya tambahan fakta atau data tambahan. Penulisan berita lurus ini bila mengenai suatu Peristiwa, maka disebut berita fakta peristiwa (*factual news*). Sedangkan jikamenyangkut pendapat, maka disebut berita pendapat.

b) Berita Analisa

Berita analisa (*analysis news*) dilengkapi dengan fakta atau data tambahan guna mendukung analisa jurnalis terhadap suatu peristiwa atau pendapat yang terjadi.

c) Berita Interpretatif

³⁰ Imam Suwandi. "Langkah Otomatis Jadi Citizen Journalist". Jakarta: Dian Rakyat,2010 Hal.46

Berita interpretatif adalah suatu peristiwa atau pendapat yang disusun dari fakta dan data dengan memberi penjelasan yang lebih lengkap dari fakta yang ada termasuk menjelaskan latar belakangnya kenapa suatu peristiwa bisa terjadi.

Siapapun dapat menyampaikan informasi kepada orang lain, namun tidak semua informasi itu bisa dikatakan sebagai berita. Untuk menjadi berita, informasi itu harus memiliki nilai-nilai tertentu yang disebut dengan nilai-nilai berita³¹:

- Frekuensi

Ini berkaitan dengan jangka waktu sebuah peristiwa. Peristiwa yang mempunyai jangka waktu pendek akan mempunyai nilai berita lebih daripada yang mempunyai jangka waktu panjang. Contoh: perampokan, kecelakaan pesawat terbang, pembunuhan berantai dan lain-lain.

- Negatif

Sesuatu yang menyangkut berita buruk sering kali dianggap mempunyai nilai berita. Buruk di sini adalah peristiwa yang membuat orang tidak senang mengalaminya. Contoh: kelaparan.

- Tak Terduga

Sebuah peristiwa yang di luar kebiasaan akan mempunyai nilai berita tinggi daripada yang terjadi setiap hari. Contoh: hujan es.

³¹ Nurudin. "Jurnalisme Masa Kini". Jakarta: Rajawali Pers. 2009, hal.52

- Tidak Mendua

Sebuah peristiwa yang diharapkan mempunyai dampak memperjelas terhadap suatu masalah juga mempunyai nilai berita.

Contoh: penjelasan PT Lapindo Brantas atas ganti rugi bagi masyarakat yang terkena korban lumpur.

- Kepenuharian

Seseorang yang mempunyai bahasa sama atau ciri-ciri fisik sama akan dianggap mempunyai nilai berita.

- Berkaitan dengan Pemimpin Negara

Artinya, segala sesuatu yang berkaitan dengan negaranya akan mendapat porsi lebih pemberitaan karena memang layak untuk diberitakan.

- Berkaitan dengan Individu

Peristiwa yang berkaitan dengan kekayaan, kekuatan dan keterkenalan memiliki nilai berita. Contoh: berita mengenai kekayaan yang dimiliki Sultan Hasanah Bolkuah.

- Konflik

Konflik di sini berarti perseteruan antara dua atau beberapa pihak yang bertikai. Bisa konflik fisik, urat syaraf atau perang. Contoh: perkelahian antar pelajar, penyerangan AS ke Irak dan lain-lain.

- Prediksi

Prediksi yang dimaksud ialah ulasan yang berkaitan dengan kemungkinan dan ketidakmungkinan. Contoh: ulasan pertandingan olahraga.

- Penting

Penting disini berarti kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak atau kejadian yang punya akibat terhadap kehidupan pembaca. Contoh: berita tentang kenaikan harga minyak.

- Besar

Kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau kejadian yang berakibat bila dijumlahkan dalam angka menarik perhatian pembaca. Contoh: kenaikan harga kebutuhan pokok.

- Aktualitas

Yakni kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru diketemukan. Aktual adalah berita yang sedang hangat terjadi.

- Kedekatan

Kedekatan atau kejadian yang dekat dengan pembaca, bisa bersifat geografis maupun emosional.

- *Human Interest*

Human interest adalah kejadian yang memberikan sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

2. Iklan (Promosi)

Periklanan politik adalah pengiklan citra, daya tarik yang diarahkan untuk membangun reputasi seseorang pejabat public atau pencari jabatan, menginformasikan pada khalayak mengenai kualifikasi seorang politisi, pengalamannya, latar belakang kepribadiannya, sehingga merupakan dorongan bagi prospek pemilihan calon/kandidat yang bersangkutan dalam proses politik.³² Tujuan periklanan politik adalah bukan untuk mengidentifikasikan seseorang dengan kelompok, melainkan untuk menarik perhatian seseorang menjauh dari kelompok dan menjadikan orang bertindak dan memilih sendiri berbeda dari yang lain. Media periklanan politik terdiri dari.³³:

a. Radio

Radio sebagai periklanan politik, salah satu kekuatan radio sebagai media kampanye politik adalah karena siaran radio bias menjangkau khalayak hingga ke pelosok daerah, selain itu biaya yang murah, dibandingkan surat kabar dan televisi, merupakan keuntungan lain yang diperoleh jika menggunakan radio sebagai media kampanye politik.

³² Riswandi, "Komunikasi Politik". Yogyakarta:2009, hal. 39

b. Surat kabar

Surat kabar sebagai periklanan politik, sejak lama surat kabar digunakan sebagai alat kampanye politik sebelum ada televisi dan internet. Surat kabar dan radio merupakan alat utama berbagai bentuk kampanye politik seperti propaganda, pemberitaan, editorial, hingga sampai berkembang dalam bentuk iklan. Periklanan politik dalam media cetak juga merupakan suatu cara untuk menyiasati iklan sewaktu ada keberatan atau resiko yang terlalu besar untuk ditampilkan di televisi atau radio.

c. Televisi

Televisi sebagai media periklanan politik, media baru yang sangat atraktif dan semarak untuk periklanan politik adalah televisi, televisi tetap digunakan secara luas sebagai saluran kampanye politik Indonesia, setelah dunia periklanan tumbuh semarak, dimana parpol dapat memanfaatkan ruang dan waktu iklan untuk membangun citra parpol.

d. Poster

Poster sebagai alat media periklanan politik, poster politik merupakan salah satu teknik komunikasi kampanye politik yang paling beraneka warna dan menarik karena bisa tersebar di billboard, pohon, tiang listrik, atap gedung, dinding bangunan dan sebagainya. Poster digunakan untuk berbagai

fungsi mencari dukungan luas kandidat, partai, program, mengumpulkan dana, pertemuan politik. Poster harus menyampaikan janji bukan hanya kata-kata melainkan melalui gambar, yang keduanya harus sama-sama kuat.

5. Pemilu Legislatif

Pemilihan umum merupakan sarana politik untuk mewujudkan kehendak rakyat dalam hal memilih wakil-wakil mereka di lembaga legislatif serta memilih pemegang kekuasaan eksekutif baik itu presiden atau wakil presiden maupun kepala daerah. Pemilihan umum bagi suatu Negara demokrasi berkedudukan sebagai sarana untuk menyalurkan hasrat politik rakyat.

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan umum dalam pasal 1 ayat 1 dan 2, bahwa pemilihan umum adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Lembaga Legislatif adalah lembaga yang memiliki kekuasaan untuk membentuk undang-undang. Setelah mengidentifikasi kewenangan lembaga-lembaga Negara dalam UUD 1945 setelah empat kali diubah, maka dapat disebutkan lembaga Legislatif di Indonesia adalah³⁴:

- a. Dewan Perwakilan Rakyat
- b. Presiden

³⁴ Romi Librayanto, *Trias Politica* (Makassar: PuKAP-Indonesia, 2008) hal.75

Badan legislatif mencerminkan salah satu fungsi badan legislasi yang membuat undang-undang dengan mengutamakan unsur berkumpul untuk membicarakan bersama masalah-masalah politik. Fungsi badan legislatif yang paling penting adalah:

1. Menentukan kebijakan (*policy*) dan membuat undang-undang.
Memiliki hak inisiatif, untuk mengadakan amandemen terhadap rancangan undang-undang dan terutama anggaran.
2. Mengontrol badan eksekutif dalam arti menjaga agar semua tindakan badan eksekutif sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan (*scrutiny and oversight*).

E. DEFINISI KONSEPSIONAL

Agar menghindari kesalah pahaman dalam penulisan ini memudahkan analisa serta agar didapat suatu pemahaman yang sama maka penulis mengemukakan konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peran

Peran adalah suatu perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang, kelompok atau organisasi didalam struktur lingkungan masyarakat yang akan menimbulkan efek.

2. Komunikasi Politik

Komunikasi Politik merupakan media yang sangat penting dalam suatu sistem politik di pemerintahan yang memiliki tugas untuk

menyampaikan dan menyalurkan pesan kepentingan politik kepada masyarakat sehingga mendapatkan input dan menerima output.

3. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi kepada khalayak dengan maksud dan tujuan tertentu dan mampu mempengaruhi lingkungannya.

4. Media massa

Media massa merupakan sarana yang digunakan atau diterapkan untuk menyampaikan idea atau gagasan, gambar, perasaan dan semua sarana aktivitas manusia lainnya yang disampaikan secara terbuka.

5. Pemilu Legislatif

Pemilihan Legislatif merupakan pemilihan Pemilihan Umum (Pemilu) yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, jujur dan adil setiap 5 (lima) tahun sekali merupakan sarana perwujudan kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

F. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional merupakan operasional variabel-variabel yang sudah dibahas dalam kerangka teori dan definisi konseptual serta merupakan unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur variabel. Berdasarkan pengertian tersebut, maka indikator yang digunakan sebagai

acuan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dan jenis-jenis penelitian³⁵.

Dalam hal ini definisi operasional yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Peran Kedaulatan Rakyat dalam pendidikan politik menjelang pemilihan anggota DPRD DIY 2014 yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku atau tindakan yang diharapkan dilakukan oleh media.
 - a. Informasi pengawasan terhadap penyelenggara dan peserta pemilu terhadap pemilih.
 - b. Informasi pendidikan politik terhadap penyelenggara dan peserta pemilu terhadap pemilih.
 - c. Informasi pendidikan pemilih terhadap penyelenggara dan peserta pemilu masyarakat.
2. Berdasarkan jenis pemberitaan pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat:
 - a. Pemberitaan terhadap penyelenggara dan peserta yang bermuatan positif bagi objek yang diberitakan.
 - b. Pemberitaan terhadap penyelenggara dan peserta yang bermuatan negatif bagi objek yang diberitakan.
 - c. Pemberitaan yang bermuatan promosi (iklan) yang dilakukan peserta pemilu.

³⁵ Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian" Jakarta: Rineka Cipta, 2010, hal. 21

G. METODE PENELITIAN

Sebuah penelitian dalam prosesnya melalui beberapa tahapan. Agar menghasilkan penelitian yang baik, maka dalam sebuah penelitian memakai sebuah metode atau metodologi. Metodologi sangat berperan dalam menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian dengan kata lain setiap penelitian harus menggunakan metodologi sebagai tuntunan berfikir yang sistematis agar dapat mempertanggungjawabkan secara ilmiah³⁶. Metode penelitian merupakan penjelasan secara teknis mengenai metode-metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif.

Penelitian ini menggunakan metodologi agar penelitian ini dapat memberikan suatu pengetahuan baru yang dapat di buktikan secara ilmiah. Beberapa unsur yang masuk dalam metode penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian sosial yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari manusia. Sehingga dalam hal ini harus mendeskripsikan situasi dan keadaan yang terjadi di masyarakat mempelajari situasi yang lalu mengambil jalan keluar atas masalah-masalah yang muncul didalam kehidupan masyarakat. Penelitian ini pada dasarnya merupakan penelitian deskriptif.

³⁶ Ibid, hal.25

Penelitian ini menggunakan Analisis isi dimana teori ini digunakan penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. secara umum diartikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks, tetapi di sisi lain analisis isi juga digunakan untuk mendeskripsikan pendekatan analisis yang khusus. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik/metode penelitian.

Arena penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, maka penelitian ini tidak menjelaskan hubungan antar variabel melainkan menggambarkan realitas yang sedang terjadi.

Dalam penelitian ini akan menganalisis isi dan pemberitaan fenomena tentang bagaimana peran media cetak lokal menjelang pemilihan anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek yang sangat vital, oleh sebab itu dalam penelitian ini lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah Media cetak lokal Kedaulatan Rakyat yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta serta menganalisis pemberitaan dan media cetak lokal Kedaulatan Rakyat menjelang pemilihan anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 adalah berita-berita yang ada di media cetak Kedaulatan Rakyat.

3. Data dan Sumber data

Data sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³⁷ Data merupakan informasi mengenai keberadaan konsep penelitian yang kita peroleh dari unit analisa yang dijadikan sebagai sarana verifikasi empiris dalam kegiatan penelitian. Dalam sebuah penelitian mutlak membutuhkan data sebagai unit analisa yang didapat dari obyek penelitian sehingga penelitian tersebut dapat diambil kesimpulannya dan mudah untuk dipelajari dalam menentukan jalan keluar sebuah masalah yang masih dalam proses penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan data dari berbagai sumber untuk menunjang hasil penelitian, diantaranya sebagai berikut:

a. *Data Primer*

Data primer adalah semua informasi mengenai konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) yang kita peroleh secara langsung dari unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian³⁸. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara kepada responden yang telah ditetapkan

³⁷ Lexy J. Moleong, "*Metode Penelitian Kualitatif*". Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2001 hal.112

³⁸ Ibid, hal.115

Tabel 1.1
Data Primer

No	Data Primer	Sumber Data	Responden
1.	Peran Kedaulatan Rakyat dalam melakukan pengawasan kepada penyelenggara pemilu (KPU dan Bawaslu).	Pimpinan Redaksi, Pimpinan Redaktur Pelaksana dan Hubungan masyarakat Kedaulatan Rakyat.	Bapak Drs. Octo Lampito, M.Pd dan Bapak Mussahada
2.	Peran Kedaulatan Rakyat dalam pendidikan politik bagi penyelenggara pemilu (KPU dan Bawaslu).	Pimpinan Redaksi, Pimpinan Redaktur Pelaksana dan Hubungan masyarakat Kedaulatan Rakyat.	Bapak Drs. Octo Lampito, M.Pd dan Bapak Mussahada
3.	Peran Kedaulatan Rakyat dalam memberikan pendidikan pemilih	Pimpinan Redaksi, Pimpinan Redaktur Pelaksana dan Hub. Masyarakat.	Bapak Drs. Octo Lampito, M.Pd dan Bapak Mussahada

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah semua informasi yang kita peroleh secara tidak langsung, melalui dokumen-dokumen yang mencatat keadaan konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) di dalam unit analisa yang dijadikan objek³⁹.

Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data melalui internet pada situs resmi Kedaulatan Rakyat maupun secara langsung, buku-

³⁹ Ibid., hal. 116

buku, makalah, jurnal, dan arsip-arsip yang berhubungan dengan pokok penelitian.

Tabel 1.2
Data Sekunder

No	Data sekunder	Sumber data	Responden
1.	Sejarah singkat dan manajemen Kedaulatan Rakyat.	Kantor pusat Kedaulatan Rakyat.	Bapak Drs. Octo Lampito, M.Pd
2.	Penyebaran Pembaca Kedaulatan Rakyat	Kantor pusat Kedaulatan Rakyat.	Bagian Humas, Mba Suci
3.	Profil Pembaca Kedaulatan Rakyat	Kantor pusat Kedaulatan Rakyat.	Bagian Humas, Mba Suci

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendukung penelitian. Dalam pembahasan ini akan dijelaskan cara-cara peneliti dalam mengumpulkan data sebagai dasar analisa dalam menentukan hasil penelitian.⁴⁰

Untuk memperoleh data yang relevan, peneliti menggunakan beberapa cara di antaranya :

a. Wawancara (Interview)

⁴⁰ Ibid., hal. 121

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak pewawancara yang mengajukan pertanyaan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

⁴¹ Wawancara dilakukan dengan Pimpinan Redaksi dan pengurus media cetak lokal Kedaulatan Rakyat. Adapun responden yang akan diwawancarai adalah sebagai berikut:

- Pimpinan Redaksi Kedaulatan Rakyat
- Redaktur pelaksana Kedaulatan Rakyat
- Bagian Hubungan Masyarakat Kedaulatan Rakyat

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah peninggalan tertulis mengenai berbagai kegiatan atau kejadian yang dari segi waktu relatif belum terlalu lama.⁴² Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan berbagai dokumen atau catatan yang mencatat keadaan konsep penelitian (ataupun yang terkait dengannya) di dalam unit analisa yang dijadikan sebagai objek penelitian. Contoh sumber data: dokumen resmi, arsip, media massa cetak, jurnal, internet, dan sebagainya.⁴³

⁴¹ Ibid,hal.135

⁴² Ibid., hal. 136

⁴³ Hadari nawawi dan Martini hadari, *Istrumen Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta:Gadjah Mada University,2006,hal.169)

5. Unit Analisa

Unit analisa adalah obyek analisis yang dijadikan obyek penelitian. Dalam hal ini peneliti menyusun kegiatan untuk mengumpulkan data dengan mengambil unit analisis yang telah di tentukan.⁴⁴ Menganalisis kedaulatan rakyat melalui berita dan iklan yang diterbitkan setiap harinya, jika diperlukan maka peneliti akan melakukan penyusunan data dengan mewawancarai para anggota instansi terkait yaitu Pimpinan Redaksi dan pengurus media massa agar mendapatkan data yang relevan untuk di analisis.

Analisis data untuk menjelaskan data secara berurutan dengan membuat suatu pola secara sistematis berdasarkan kelompok-kelompok agar mudah dipahami. Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan berdasarkan kemampuan penalaran dari peneliti yang menghubungkan fakta-fakta dan informasi yang didapat. Dalam hal ini peran media cetak lokal kedaulatan rakyat menjelang pemilihan anggota DPRD 2014 di Yogyakarta.

Dalam menyusun suatu penelitian proses analisa data menggunakan beberapa langkah, yaitu:

⁴⁴ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta:PT. Bumi Aksara,2008,hal.52)

- Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah, maka langkah berikutnya:
- Membuat abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pertanyaan-pertanyaan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya.
- Langkah berikutnya menyusun dalam satuan-satuan. Satuan-satuan ini kemudian dikategorikan pada langkah berikutnya.
- Tahap akhir dari analisis data adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data⁴⁵.

6. Teknik Analisis Data

Tujuan dari analisis data pada dasarnya adalah untuk menyederhanakan data agar mudah dibaca dan dipahami. Dalam penelitian ini penyusunan akan menggunakan model analisis kualitatif, yaitu usaha untuk mengetahui dan mengambil kesimpulan dari berbagai data yang diperoleh. Analisis kualitatif ini dilakukan secara interpretatif, menurut Brian Fay⁴⁶:

“Pendekatan interpretative dalam ilmu sosial dimulai dengan pemahaman terhadap fakta atau data yang dikumpulkan dan kemudian dicoba dan dianalisis melalui pemahaman intelektual yang dibangun atas dasar pengalaman empiris”

⁴⁵ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT.Remaja Rosdakarya:Bandung,2000 Hal.190

⁴⁶ Brian Fay, *Teori sosial dan praktek Politik*,Graffiti press 1991,hal.55

Menurut Moleong, analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian besar sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja seperti yang dirumuskan oleh data⁴⁷.

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan buku berupa angka-angka, dengan demikian laporan penelitian ini berisi data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut, data tersebut diperoleh dari naskah-naskah, wawancara, dokumen, catatan, laporan dokumentasi resmi dan sebagainya.

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh untuk penelitian adalah Teori Analisis Isi, dimana teori ini menganalisis pemberitaan dan iklan yang di muat oleh media cetak lokal kedaultan rakyat.

Penggunaan analisis isi dipakai untuk menganalisis isi media baik cetak maupun elektronik, selain itu juga dipakai untuk mempelajari makna semua konteks komunikasi baik antar pribadi, kelompok ataupun organisasi. Jika terdapat dokumen yang tersedia, analisis isi dapat diterapkan.⁴⁸

Teori analisis isi yang hanya menggambarkan pesan. Tetapi teori analisis isi didesain sebagai perbandingan (komparative). Misalnya perbandingan antarwaktu, antarkomunikator yang berbeda dan antarkhalayak yang berbeda. Ada empat desain analisis isi yang umumnya dipakai untuk menggambarkan karakteristik pesan. *Pertama*, analisis dipakai untuk menggambarkan pesan dari

⁴⁷ Lex J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Rosdakarya, Bandung, hal. 103

⁴⁸ Eriyanto, *"Analisis Isi"*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2011, hal. 32

sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda. Analisis ini dipakai untuk menggambarkan kecenderungan dari suatu pesan komunikasi. *Kedua*, analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda. situasi disini dapat berupa konteks yang berbeda-budaya, sosial, dan politik. Analisis ini memasukkan pesan dari sumber yang sama, tetapi dalam konteks yang berbeda.

Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan pesan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek karakteristik dari suatu pesan.⁴⁹

Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan “penelitian tertuju pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang dan memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah, Data-data yang dikumpulkan, disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis”. Penelitian ini bersifat deskriptif dapat menggunakan Teori Analisis isi (*Content Analysis*) adalah sebuah metode analisis isi pesan (berita) secara sistematis.

Metode penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Analisis ini biasanya digunakan pada penelitian kualitatif. Dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk

⁴⁹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar metodologi penelitian ilmu komunikasi dan ilmu lainnya*, Jakarta: kencana, 2013, hal.47

komunikasi, baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial dapat menggunakan analisis isi sebagai teknik atau metode penelitian.

Teori analisis isi dapat digunakan untuk semua jenis disiplin ilmu termasuk ilmu sosial dan politik, untuk mempermudah penelitian dalam analisis data maka peneliti menggunakan tahapan sendiri dengan mengacu kepada teori analisis isi.

Menganalisis pemberitaan dan iklan pada media cetak lokal Kedaulatan Rakyat menjelang Pemilihan anggota DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta edisi 6 Januari-28 Februari 2014. Tata cara analisis yang dilakukan peneliti melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Mengurutkan tanggal surat kabar secara sistematis
2. Mencatat setiap headline atau Rubrik terkait pemilihan Anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 di media cetak lokal Kedaulatan Rakyat.
3. Mengkategorisasi headline atau Rubrik tersebut ke dalam klasifikasi pemberitaan dan iklan menjelang pemilihan Anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 di media cetak lokal Kedaulatan Rakyat.
4. Mengkategorisasikan instansi atau organisasi yang terkait dengan pemberitaan dan iklan menjelang pemilihan Anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 di media cetak lokal Kedaulatan Rakyat.

5. Mempresentasikan porsi berita pada setiap kategori ditinjau dari frekuensi munculnya karakteristik berita pada headline atau Rubrik menganalisis pemberitaan dan iklan pada media cetak lokal Kedaulatan Rakyat menjelang Pemilihan anggota DPRD Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta edisi 6 Januari-28 Februari 2014.
6. Mengurutkan kategorisasi pemberitaan dan iklan yang lebih dominan di media cetak lokal Kedaulatan Rakyat.
7. Memberikan interpretasi dari penelitian pemberitaan dan iklan yang dianalisis terkait Pemilihan Anggota DPRD DIY.

Dari tahapan diatas maka penelitian dapat dilakukan sesuai dengan apa yang akan diteliti dengan menggunakan metode dan teori yang sesuai yakni dengan analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian yang menggunakan teori analisis isi. Dimana metode yang digunakan adalah kualitatif yang menghasilkan data deskriptif.

Pada metode deskriptif, peneliti dapat membandingkan gejala-gejala tertentu sehingga merupakan suatu studi komparatif. Peneliti mengadakan klasifikasi, serta penelitian terhadap fenomena. Fenomena dengan menetapkan suatu standar atau suatu norma tertentu, sehingga banyak ahli menamakan metode ini dengan nama survei normative. Metode ini juga diselidiki kedudukan (status) fenomena atau faktor dan memilih hubungan antara satu faktor dengan faktor yang lain, karenanya metode ini juga dinamakan studi kasus

Berikut adalah jadwal pemilu dan tahapannya yang telah ditetapkan oleh
Komisi Pemilihan Umum (KPU)

Tabel 1.3

Jadwal persiapan dan pelaksanaan Pemilu

No	Waktu	Kegiatan
1.	06-15 April 2013	Pendaftaran Calon Anggota DPR-RI, DPD-RI, dan DPRD Provinsi dan Kabupaten/Kota
2.	16 April – 30 Juni 2013	Verifikasi Pencalonan Anggota DPR-RI, DPD-RI, dan DPRD Provinsi dan Kabupaten/Kota
3.	27 Juli 2013	Pengumuman Daftar Calon Tetap (DCT) Anggota DPD-RI
4.	16 April-14 Mei 2013	Verifikasi Pencalonan Anggota DPR-RI, DPD-RI, DPRD Provinsi, Kabupaten/Kota
5.	04 Agustus 2013	Pengumuman Daftar Calon Tetap (DCT) Anggota DPR-RI, DPD-RI, DPRD Provinsi, dan Kabupaten/Kota
6.	11 Januari – 05 April 2014	Pelaksanaan Kampanye.
7.	25 April – 25 Mei 2014	Audit Dana Kampanye.
8.	06-08 April 2014	Masa Tenang.
9.	09 April 2014	Pemungutan dan Penghitungan Suara (Pemilu Legislatif).

sumber: <http://www.pemilu.com> (diakses pada 30-12-2014)

Dari penjelasan tabel diatas dapat dilihat bahwa kampanye dimulai pada bulan Maret, sehingga Penelitian ini dilaksanakan mengenai pemberitaan dan

iklan di media cetak lokal kedaulatan rakyat edisi 6 Januari – 28 Februari 2014, dengan waktu yang telah ditentukan untuk menganalisis pemberitaan dan iklan menjelang pemilihan anggota DPRD Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 sebelum penjadwalan kampanye yang akan dilakukan oleh calon atau partai masing-masing kandidat.

Tahapan kampanye caleg sesuai ketentuan yang diatur Undang-Undang Nomor 8 tahun 2012 tentang Pemilu Legislatif dan Peraturan KPU Nomor 1 Tahun 2013 tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye. Kampanye yang dilakukan caleg dan parpol yang boleh dilakukan adalah pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye dan pemasangan alat peraga. Sementara itu, kampanye berupa iklan media massa cetak dan elektronik serta rapat umum dapat dilakukan selama 21 hari, tiga hari menjelang masa tenang yaitu 16 Maret hingga 5 April 2014.

Panitia Kerja (Panja) Rancangan Undang-Undang Pemilihan Umum (RUU Pemilu) sepakat pendaftaran partai politik sebagai peserta Pemilu 2014 dimulai 20 bulan sebelum April 2014 karena proses verifikasi parpol- sebagaimana penjelasan pihak Sekretariat Komisi Pemilihan Umum (KPU) kepada anggota Panja butuh waktu 3-4 bulan. Kampanye dilakukan pada bulan Maret dan pada bulan April 2014 pemilu akan dilaksanakan, sehingga penelitian ini dilakukan sebelum pemilihan umum berlangsung.

Oleh sebab itu penelitian ini menganalisis isi dan pemberitaan di media cetak lokal kedaulatan rakyat pada edisi pada Bulan Januari hingga Bulan

Februari, melihat jadwal dan tahapan terkait dengan pelaksanaan pemilihan anggota DPR Daerah Istimewa Yogyakarta 2014.

