

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tahun 2014 adalah tahun politik dimana pemilihan umum legislatif dan pemilihan umum presiden di gelar di tahun tersebut. Setiap pasangan berlomba-lomba untuk mencuri perhatian masyarakat Indonesia salah satunya melalui media massa televisi. Dalam pemilu presiden 2014 dilaksanakan pada 9 Juli 2014 yang ketika itu diikuti oleh dua pasangan calon presiden dan wakil presiden diantaranya Jokowi dan Jusuf Kalla yang ketika itu diusung oleh partai PDI Perjuangan serta pasangan Prabowo dan Hattarajasa yang diusung oleh partai Gerindra.

Berbagai ajang kampanye dan pemberitaan pemilu menjadi sorotan dari media massa di Indonesia, tentu hal tersebut menjadi kesempatan bagi para partai politik untuk berusaha menjual popularitas kader-kadernya sebagai ajang meraih suara dari masyarakat di Indonesia. media massa dijadikan sarana untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat. Namun sayangnya, media massa saat ini khususnya televisi dinilai telah dihujani dengan berbagai informasi keberpihakan oleh media yang dimiliki sang pemilik untuk memberikan fasilitas partai politik tertentu¹ di masa-masa pemilu indenpendensi dan netralitas sebuah

¹ Mursito, *Pemberitaan Media Massa Dalam Kampanye Pemilihan Umum Presiden*, http://www.jurnas.com/newa/73891/Harus_Ada_Media_TV_yang_Independen_2012/1/Sosial_Buaya/Humaniora yang diakses pada 06 Februari 2018 pukul 12.19

tayangan jurnalisme dan media televisi di Indonesia semakin dipertanyakan oleh masyarakat karena keterlibatan pemilik media dalam aktivitas partai politik sebut saja Abu Rizal Bakrie yang notabene pemilik ANTV, TV One. Metro TV yang dimiliki oleh Surya Paloh yang notabene adalah pendiri partai Nasdem dan Hary Tanoesoedibjo yang memiliki MNCTV, RCTI, dan Global TV.

Seperti yang terlansir dalam laman berita bbc.com berdasarkan data Komisi Penyiaran Indonesia sepanjang periode 19-25 Mei 2014, MetroTV menyiarkan 184 kali berita tentang pasangan capres nomor dua yaitu Jokowi-Jusuf Kalla dengan durasi total 30.577 detik. Sedangkan berita tentang Prabowo-Hattarajasa hanya diputar 110 kali dengan durasi 14.561 detik. Berbeda dengan Metro TV berita yang disiarkan oleh stasiun televisi TVOne yang dimiliki oleh politisi partai Golkar Abu Rizal Bakrie ini menyiarkan 153 kali pemberitaan tentang Prabowo-Hattarajasa dengan durasi 36.561 detik. Sedangkan pemberitaan tentang Jokowi-Jusuf Kalla hanya 77 kali dengan durasi 10.731 detik.²

Berdasarkan adanya fakta tersebut maka pada 9 Juni 2014 KPI sebagai lembaga yang berwenang untuk menyusun, menetapkan, mengawasi pelaksanaan, serta memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran

² Pinta karana, *Pilpres 2014: Ketika Media Jadi Corong Propaganda*, 9 Februari 2018, http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2014/07/140702_lapsus_media_bias, diakses pada 9 Februari 2018 pukul 14.42

telah memberikan surat teguran kepada kedua stasiun televisi tersebut karena adanya pelanggaran atas perlindungan kepentingan publik dan netralitas isi program siaran dan telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia tahun 2012 Pasal 11 dan Pasal 22 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3), Pasal 40 huruf a dan Pasal 71 ayat (1), (2), dan (3).

Dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden di Pasal 48 ayat (1) telah disebutkan bahwa “Lembaga penyiaran publik Televisi Republik Indonesia (TVRI), Lembaga penyiaran publik Radio Republik Indonesia (RRI), lembaga penyiaran publik lokal, lembaga penyiaran swasta, dan lembaga penyiaran berlangganan memberikan alokasi waktu yang sama dan memperlakukan secara berimbang kepada pasangan calon untuk menyampaikan materi kampanye” dalam Pasal 49 ayat (2) pun kembali ditegaskan bahwa “ media cetak dan lembaga penyiaran yang menyediakan rubrik khusus untuk pemberitaan kampanye harus berlaku adil dan berimbang kepada seluruh pasangan calon” melihat adanya ketidakseimbangan penanyangan berita yang ada dalam data KPI tentu saja ini sudah tidak sejalan dengan aturan yang ada dalam Undang-Undang Pemilu saat itu.

Indonesia sendiri sebagai negara hukum tidaklah terlepas dari adanya perkembangan demokrasi yang turut berpengaruh terhadap sistem pemerintahan di Indonesia. demokrasi Indonesia sendiri dilaksanakan berdasarkan kedaulatan rakyat yang artinya kekuasaan tertinggi dalam suatu

negara berada di tangan rakyat dimana pemerintahan dari rakyat oleh rakyat dan untuk rakyat. Tentunya ini sejalan dengan prinsip demokrasi yang digunakan di negara Indonesia itu sendiri. dalam demokrasi Indonesia terdapat empat pilar yang menjadi sebuah dasar pembentukan negara demokrasi yang ideal yaitu legislatif, eksekutif, yudikatif dan yang keempat adalah media massa atau pers.

Berbicara soal perkembangan media massa di Indonesia tentu tidak bisa terlepas dari peran pemerintah yang ada atau bentuk negara dimana sistem pers itu berada. F. Rachmadi mengungkapkan bahwa :

Sistem pers memang tidak terlepas hubungannya dengan sistem sosial dan sistem politik dari suatu masyarakat atau bangsa, karena hubungan pers itu adalah dengan pemerintah dan masyarakat, di mana hubungannya atau interaksinya itu tidak bisa dihilangkan. Jadi sistem pers itu tidak akan terlepas dari pengaruh pemikiran atau filsafat yang mendasari sistem pers itu tidak bisa dihilangkan. Jadi sistem masyarakat dan sistem pemerintahan, dimana pers itu berada dan beroperasi.³

Semakin berkembangnya kebebasan media massa di Indonesia, semakin berkembang pula hubungan yang erat antara demokrasi dan media. Menurut Juergen Habermas (2009), di dalam suatu negara hukum yang demokratis, legitimasi demokratis terletak pada kualitas wacana. Jadi pada masa masyarakat terbuka seperti sekarang ini, legitimasi demokrasi tidak hanya ditentukan oleh pemerintah, DPR, dan pengadilan. Peran media dan jejaring sosial di dunia maya dalam bentuk kualitas wacana juga merupakan kunci legitimasi demokrasi. Artinya, legitimasi demokrasi ada pada media

³ F. Rachmadi, 1990, *Perbandingan Sistem Pers*, Jakarta, Gramedia, hlm.14

dan jejaring sosial di media ketika mereka mewacanakan sesuatu yang bisa diuniversalkan dan diterima oleh masyarakat.

Tak bisa dipungkiri bahwa keberhasilan sebuah pemilu tentu tidak terlepas dari peranan media masa yang berperan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat Indonesia. media cetak maupun media elektronik merupakan instrumen yang penting dalam tatanan hidup masyarakat, dimana media massa sebagai sarana komunikasi dan informasi serta refleksi kehidupan bermasyarakat.⁴ Dalam Pasal 291 ayat 1 Undang-undang No 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum menerangkan bahwa “Iklan kampanye pemilu dapat dilakukan oleh peserta pemilu di media massa cetak, media daring, media sosial, dan/atau lembaga penyiaran dalam bentuk iklan komersial dan/atau iklan layanan untuk masyarakat” dari hal tersebut telah jelas bahwa media massa berperan dalam pemilihan umum di Indonesia guna memberikan kesempatan bagi pasangan calon untuk mempromosikan diri.

Dalam Pasal 6 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers menyebutkan bahwa pers nasional melaksanakan perannya sebagai berikut

:

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui

⁴ Ishvianti Koenti, 2009, “*Jurnal Konstitusi*”. *Perkembangan Media Massa dalam Kerangka Politik di Indonesia dan Peranannya dalam Pemilu*, Yogyakarta, Fakultas Hukum Universitas Janabadra

- b. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Disebutkan dalam huruf b Pasal 6 Undang-Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers bahwa salah satu peran pers yaitu untuk melaksanakan fungsinya dengan menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan. Namun sayangnya pada saat ini fenomena pemanfaatan media massa sebagai salah satu alat politik bagi kalangan elit tertentu telah menjadi suatu gejala umum yang semakin menjalar di ranah nasional bahkan hingga ke daerah.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh kebebasan berpendapat media massa televisi dalam mewujudkan pemilu presiden 2014 yang demokratis?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh kebebasan berpendapat media massa dalam mewujudkan pemilu yang demokratis.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna karena nilai suatu penelitian ditentukan oleh besarnya manfaat yang diambil dari penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Ilmu Pengetahuan
 - a. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan hukum.
 - b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dibidang karya ilmiah serta bahan masukan bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.
2. Manfaat Pembangunan
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan kemampuan penulis dalam bidang hukum sebagai bekal untuk masuk dalam instansi penegak hukum maupun praktisi hukum dalam memperjuangkan penegak hukum.
 - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran secara lengkap mengenai pengaruh kebebasan berpendapat media massa dalam mewujudkan pemilu yang sesuai dengan konstitusi.