

CONTENT ANALYSIS PEMBERITAAN PARTAI POLITIK ISLAM DI PEMILU LEGISLATIF 2014

Dedi Sahputra

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi “Pembangunan” (STIK-P) Medan
dedisahputra@yahoo.com

Abstract

To reach a wider audience, the mass media with the sporadic nature, heterogenic, and anonymous, is an effective tool to be used as a communication channel. Islamic political parties in legislative elections in 2014 have the benefit of disseminating information widely on political campaigns through the mass media. This study investigated the interaction of Islamic political parties in North Sumatra with the mass media by using content analysis (content analysis) news media (Daily Alert and Analysis) of the Islamic political party (PKS and PPP) in the 2014 legislative election campaign in North Sumatra. The results show that the interaction of Islamic political parties in the media is not maximized. MCC looks more aggressive otherwise PPP tend not to take any action in the design of political communication through the mass media.

Keywords: Content Analysis, Islamic political, mass media

Abstrak

Untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, media massa dengan sifatnya yang sporadis, heterogien, dan anonim, adalah alat yang efektif untuk digunakan sebagai saluran komunikasi. Partai politik Islam dalam Pemilu Legislatif 2014 memiliki kepentingan menyebarkan informasi secara luas tentang kampanye politiknya melalui media massa. Penelitian ini meneliti interaksi partai politik Islam di Sumatera Utara dengan media massa dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*) berita media (Harian *Waspada* dan *Analisa*) tentang partai politik Islam (PKS dan PPP) dalam kampanye Pemilu 2014 Legislatif di Sumatera Utara. Hasilnya menunjukkan bahwa interaksi yang dilakukan partai politik Islam melalui media massa belum maksimal. PKS terlihat lebih agresif sebaliknya PPP cenderung tidak melakukan tindakan apapun dalam disain komunikasi politiknya melalui media massa.

Kata kunci : *Content analysis*, partai politik Islam, media massa

Pendahuluan

Interaksi antara Islam, partai politik, dan media massa di iklim demokrasi adalah suatu keniscayaan. Baik Islam sebagai agama maupun partai politik Islam sebagai bagian dari organ demokrasi yang membawa nama Islam sama-sama memiliki keterkaitan dengan publik. Media massa selanjutnya menjadi saluran bagi Islam dan partai Islam untuk berkomunikasi dengan publik. Namun masih

terdapat jarak yang lebar di antara ketiganya. Para ahli merumuskan bahwa dalam khasanah komunikasi politik modern, perlu dilakukan suatu *re-styling of politics* yang meliputi proses *consumerism, celebrity and cynicism*.¹ Artinya, mau tak mau harus bekerjasama dengan pengaruh-pengaruh liberalisasi sistem media yang mengedepankan kapital. Penggunaan bendera agama di atas panggung politik sejak Pemilu pertama tahun 1955 digelar, hingga saat ini telah sangat lazim. Artinya, kehadiran suatu kekuatan politik yang berpijak pada nilai dasar keagamaan adalah sesuatu yang tak terhindarkan. Apalagi jika agama itu menjadi anutan mayoritas, seperti Islam di Indonesia.²

Seorang sosiolog bidang sosiologi humanistik, Peter L. Berger dengan tegas menyatakan bahwa agama telah memainkan peran strategis dalam usaha manusia membangun dunia. Agama berarti jangkauan terjauh dari eksternalisasi-diri manusia, dari peresapan makna-maknanya sendiri ke dalam realitas. Agama berarti, bahwa tatanan manusia itu diproyeksikan ke dalam totalitas kedirian. Dengan kata lain, agama adalah usaha berani untuk membayangkan adanya keseluruhan semesta sebagai bernilai manusiawi.³ Signifikansi agama sesungguhnya tidak hanya dapat dipandang semata-mata dari dimensi teologisnya. Betapapun agama bersumber dari Tuhan—karenanya *transenden* dan *absolutistik*—agama lebih banyak difungsikan guna memberikan kesemestaan makna (*meaning universe*) kehidupan manusia. Karena itu agama juga bercorak antropologis, dikarenakan eksistensi primordialistik manusia yang terikat sepenuhnya dengan agama, sebagai bagian dari dimensi historis-sosiologisnya. Singkat kata, agama akan selalu terlibat dalam dialektika-historis dengan peradaban manusia.⁴ Pada bagian lain, media massa memiliki peran penting dan strategis dalam kampanye. Karena khalayak memperoleh kebanyakan informasi melalui media massa, maka agenda media tentu berkaitan dengan agenda masyarakat (*public agenda*). Agenda masyarakat diketahui dengan menanyakan kepada anggota-anggota masyarakat apa yang mereka pikirkan, apa yang mereka bicarakan dengan orang lain, atau apa yang mereka anggap sebagai masalah yang tengah menarik perhatian masyarakat (*community salience*).⁵

Untuk mendapatkan gambaran interaksi partai politik politik Islam, maka diukur melalui pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Sumatera Utara dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) di Harian *Waspada* dan *Analisa* dalam Pemilu Legislatif 2014. Komunikasi politik bermedia PKS dan PPP akan diukur

melalui pendekatan *content analysis* (analisis isi) yang bersifat deskriptif kuantitatif. Hal ini karena peran media dinilai sangat penting dalam konteks dakwah. Ciri media dipilih untuk meningkatkan dan mendorong terciptanya manusia *basyariah, insaniyah, ulil albab*, keluarga *sakinah, khairil ummah*, organisasi yang profesional, dan negara bangsa yang beradab dan *rahmatan lil'alam*.⁶ Dakwah melalui media ini sebagai ikhtiar Muslim untuk membuat syariat Islam menjadi kenyataan dalam kehidupan *syakhsiyah* (individu), *usrah* (keluarga), *jama'ah* (komunitas), dan *ummah* (khalayak) secara berjamaah sehingga terwujud *khair al-ummah* (umat terbaik) yang berkehidupan *hasanah* di dunia kini dan *hasanah* di akhirat kelak.⁷ Dua surat kabar terbitan kota Medan yang dipilih dalam analisis isi ini adalah *Harian Waspada* dan *Harian Analisa* yang dipilih berdasarkan pengaruh dan jumlah tiras, serta keragaman pembacanya.

Content Analysis Pemberitaan Media

Teknik Analisis Isi (*content analysis*) adalah suatu kajian yang digunakan setelah perang dunia II, yang dilakukan Barelson (1952) yang mungkin merupakan hasil pertama dari analisis isi. Kajian analisis isi kemudian menyebar ke berbagai disiplin ilmu.⁸ Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi: surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, undang-undang, musik, teater, dan sebagainya.⁹ Analisis isi pada dasarnya adalah analisis isi kuantitatif (*quantitatif content analysis*). Jika seseorang menyebut analisis isi, maka yang dimaksud sebenarnya adalah analisis isi yang kuantitatif.¹⁰

Syukur Kholil merangkum beberapa defenisi tentang analisis isi, yakni dari Wimmer dan Dominick, Kerlinger, dan Barelson, kemudian merumuskan tiga pemahaman berkaitan dengan analisis isi:¹¹

- a. Analisis isi adalah sistematis sesuai dengan prosedur yang benar.
- b. Analisis isi adalah objektif, berarti hasil yang sama akan diperoleh jika diuji oleh peneliti lain yang menggunakan kategori yang sama. Dengan demikian, makna objektif di sini adalah hasil yang diperoleh adalah tergantung kepada tatacara yang digunakan, bukan kepada seorang peneliti.
- c. Analisis isi adalah bersifat kuantitatif, namun tidak tertutup kemungkinan

untuk cara lain.

Ada perbedaan tentang sifat kuantitatif yang disebutkan Neuendorf sebagai secara otomatis bersifat kuantitatif, sementara pengertian dari Dominick, Kerlinger, dan Barelson membuka peluang kemungkinan untuk dilakukan dengan cara lain. Perbedaan pengertian analisis isi tersebut, menurut Syukur Kholil disebabkan oleh keragaman pengertian analisis isi itu muncul akibat perbedaan perhatian dan pandangan tentang analisis isi itu sendiri.

Secara umum ada dua jenis aliran (paradigma) dalam studi isi.¹² *Pertama*, aliran transmisi. Aliran ini melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan, Komunikasi di sini dilihat sebagai proses yang statis. Proses dilihat secara linear dari pengirim ke penerima. Asumsi dari aliran ini adalah adanya hubungan satu arah dari media kepada khalayak. Peranan dalam menyampaikan pesan digambarkan sebagai yang satu aktif, dan yang lain pasif. *Kedua*, aliran produksi dan pertukaran makna. Aliran ini melihat komunikasi sebagai proses penyebaran (pengiriman dan penerimaan pesan, maka aliran ini melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Yang menjadi titik perhatian bukan bagaimana seseorang mengirimkan pesan, tetapi bagaimana masing-masing pihak dalam lalu lintas komunikasi saling memproduksi dan mempertukarkan makna. Di sini tidak ada pesan dalam arti yang statis yang saling dipertukarkan dan disebarkan. Pesan itu sendiri dibentuk secara bersama-sama antara pengirim dan penerima atau pihak yang berkomunikasi.

Jalaluddin Rakhmat menyatakan analisis isi umumnya melalui tahap-tahap: (1) perumusan masalah, (2) perumusan hipotesis, (3) penarikan sampel, (4) pembuatan alat ukur (koding), (5) pengumpulan data, (6) analisis data.¹³ Sedangkan menurut Syed Arabi Idid langkah analisis isi harus mengikuti langkah-langkah tertentu yang banyak dilakukan peneliti, yaitu:¹⁴ (1) menentukan objek penelitian, (2) menentukan bahan-bahan yang hendak dikaji, (3) menentukan kategori-kategori yang akan diteliti, (4) menentukan unit analisis, (5) memilih sampel penelitian, (6) membuat kerangka koding, (7) membuat borang koding analisis isi, (8) uji coba instrumen, (9) melatih petugas koding, (10) mengkoding data, (11) menganalisis data, dan (12) membuat laporan penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, dalam mengkaji pemberitaan kampanye Parpol Islam dalam Pemilu Legislatif 2014, digunakan analisis isi deskriptif kuantitatif. Dalam analisis isi ini langkah-langkah yang dilakukan adalah:

Memilih sampel penelitian; Analisis isi yang dilakukan adalah terhadap berita-berita kampanye politik di Pemilu Legislatif 2014 di Harian Nasional terbitan kota Medan. Berita yang dimaksud adalah berita-berita yang disiarkan menjelang pelaksanaan pencoblosan 9 April 2014, yakni edisi 1 Desember 2013 sampai dengan 6 April 2014. Sedangkan surat kabar yang dipilih adalah Harian *Waspada* Medan, dan Harian *Analisa* Medan. Kedua surat kabar harian ini dipandang representatif pemberitaan surat kabar di kota Medan karena merupakan dua surat kabar mainstream di ibukota Provinsi Sumatera Utara.

Kerangka coding; Berita-berita kampanye politik Pemilu Legislatif 2014 di kedua surat kabar tersebut dikoding berdasarkan beberapa lima kategori yang ditetapkan, yakni;

1. Kecenderungan pemberitaan
2. Penempatan halaman berita PKS dan PPP
3. Pemuatan halaman warna dan black/white berita PKS dan PPP
4. Sumber laporan PKS dan PPP
5. Tema berita PKS dan PPP

Pengumpulan data; Data tentang berita PKS dan PPP tentang kampanye Pemilu Legislatif 2014 dalam rentang waktu yang ditentukan di kedua surat kabar tersebut kemudian dikumpulkan dengan menggunakan lembar coding (*coding sheet*) yang dibuat berdasarkan lima kategori yang telah ditetapkan sebelumnya.

Analisis data; Data-data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan tabel tabulasi yang dilakukan secara deskriptif.

Content Analysis Pemberitaan PKS Dan PPP Di Harian Waspada Dan Analisa

1. Kecenderungan Pemberitaan *Waspada* Dan *Analisa*

Penelitian ini melakukan *content analysis* (analisis isi) kuantitatif deskriptif terhadap pemberitaan tentang kampanye politik PKS dan PPP yang disiarkan Harian *Waspada* dan Harian *Analisa* pada periode 1 Desember 2013 sampai 6 April 2014.

**Tabel 7:
Pemberitaan PKS dan PPP Di Harian *Waspada* Dan *Analisa***

Jenis	PKS			PPP		
	Waspada	Analisa	Total	Waspada	Analisa	Total

	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Berita	25	34	17	71	42	43	14	74	6	67	20	71
Feature	8	11	-	-	8	8	-	-	-	-	-	-
Opini	2	3	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-
Foto	38	51	7	29	45	46	5	26	3	33	8	29
Total	73	100	24	100	97	100	19	100	9	100	28	100

Dari pemberitaan Harian *Waspada* dan *Analisa* selama periode yang ditetapkan, peneliti menemukan Harian *Waspada* menurunkan sebanyak 73 laporan untuk PKS dan sebanyak 19 laporan PPP. Laporan untuk PKS terdiri dari jenis berita 25 kali (34%), *feature* 8 kali (11%), opini 2 kali (3%) dan foto sebanyak 38 kali (51%). Laporan untuk PPP terdiri dari jenis berita 14 kali (74%), dan foto sebanyak 5 kali (26%). Sedangkan Harian *Analisa* menurunkan 24 laporan tentang PKS dan sebanyak 9 laporan untuk PPP. Laporan untuk PKS terdiri dari jenis berita 17 kali (71%), dan foto 7 kali (29%), sedangkan untuk PPP berita 6 kali (67%), dan foto 3 kali (33%). Dari data ini dapat dilihat bahwa Harian *Waspada* laporan lebih banyak menurunkan laporan terhadap kedua partai politik Islam ini dibandingkan laporan yang diturunkan Harian *Analisa*. Sedangkan laporan untuk PKS baik di Harian *Waspada* maupun di Harian *Analisa* memiliki frekuensi lebih banyak dibandingkan laporan PPP. Jumlah laporan jenis berita yang diturunkan kedua surat kabar ini menunjukkan adanya intensitas interaksi antara PKS dan PPP dengan wartawan kedua surat kabar. Karena berita baik dalam bentuk wawancara (*talking news*) maupun laporan berita peristiwa merupakan hasil interaksi di antara pihak partai politik dengan sebagai objek berita dan pihak surat kabar sebagai subjek berita yang merancang dan merencanakan pemuatan berita. Frekuensi yang ditunjukkan dalam pemuatan berita PKS dan PPP di kedua surat kabar ini menunjukkan lebih tingginya intensitas interaksi yang dilakukan PKS pada masa sebelum kampanye maupun pada saat kampanye Pemilu Legislatif 2014 digelar. Selanjutnya frekuensi diturunkannya laporan dalam bentuk *feature* menunjukkan adanya perhatian lebih khusus terhadap isu partai politik. Melihat laporan dalam bentuk *feature* yang diturunkan *Waspada* yang lebih banyak terhadap isu PKS (8 kali/11%) menunjukkan surat kabar ini menurunkan berita PKS dengan perhatian khusus dibanding dengan PPP, dan juga dibanding Harian *Analisa* terhadap isu partai

politik Islam PKS dan PPP. Sebab tulisan dalam bentuk *feature* lebih lentur dan mendalam, tidak terikat kaku aturan 5 W + 1 H dan menggunakan gaya bahasa lebih memikat sehingga lebih memungkinkan sampai pada efek konatif yang menggerakkan khalayak terlibat secara perasaan sampai melakukan *action* tertentu. Karena *feature* adalah gaya penulisan yang dapat dikembangkan lebih jauh menjadi *interpretative news* yang sifatnya lebih analisis. Karena dalam dunia yang dikuasai berbagai informasi di internet dengan berbagai *breaking news*, maka kekuatan surat kabar terletak pada analisis dan interpretasinya terhadap berbagai persoalan.¹⁵ Dengan demikian gaya penulisan *feature* dapat menjadi penyalur pendapat masyarakat yang baik, karena bila sebuah persoalan ditulis dengan gaya *hardnews*...¹⁶ Lebih banyaknya *Waspada* menyajikan laporan *feature* PKS menunjukkan harian ini selain sebagai surat kabar “politik-Islam”, juga menunjukkan interaksi intens antara *Waspada* dengan PKS dibandingkan dengan PPP atau antara *Analisa* dengan PKS atau PPP. Interaksi ini menunjukkan akselerasi politik yang dilakukan PKS dalam bentuk komunikasi massanya¹⁷ lebih baik dibandingkan PPP dalam kampanye politik di Pemilu Legislatif 2014. Ini terkait pemahaman, perencanaan dan persiapan melancarkan komunikasi politik melalui media.

2. Penempatan Halaman Pemberitaan PKS Dan PPP di Harian *Waspada* Dan *Analisa*

Tabel 8
Penempatan Halaman Pemberitaan PKS Dan PPP Di Harian *Waspada* Dan *Analisa*

Jenis	PKS						PPP					
	Waspada		Analisa		Total		Waspada		Analisa		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Pertama	13	18	2	8	15	15	1	5	-	-	5	16
Dalam	60	82	22	92	82	85	18	95	9	100	27	84
	73	100	24	100	97	100	19	100	9	100	32	100

Data dari tabel di atas menunjukkan bahwa pada umumnya pemberitaan yang diturunkan Harian *Waspada* dan *Analisa* ditempatkan di halaman dalam, baik laporan jenis berita, opini, maupun *feature*. Harian *Waspada* menempatkan pemberitaan mengenai PKS di halaman pertama sebanyak 13 kali (18%), dan

sebanyak 60 kali (82%) di halaman dalam, sedangkan laporan tentang PPP dimuat di halaman pertama *Harian Waspada* sebanyak 1 kali (5%), dan di halaman dalam sebanyak 18 kali (95%). Sementara *Harian Analisa* menempatkan laporan PKS di halaman pertama sebanyak 2 kali (8%), dan sebanyak 22 kali (92%) di halaman dalam, sedangkan laporan PPP tidak ada yang ditempatkan di halaman pertama dan menempatkan 9 kali di halaman dalam. Jika diukur secara kuantitas *Harian Waspada* lebih banyak menurunkan laporan di halaman pertama daripada *Harian Analisa*, baik untuk laporan tentang PKS maupun PPP. Begitu juga secara kualitas penempatan halaman, *Harian Waspada* lebih banyak menempatkan laporan PKS di halaman pertama dan laporan PPP dibanding dengan *Harian Analisa* untuk PKS, dan untuk PPP tidak ada laporan di halaman pertama. Namun baik *Harian Waspada* maupun *Harian Analisa* memiliki pola yang sama yakni sama-sama memiliki kekerapan lebih banyak menempatkan laporan PKS dan PPP di halaman dalam ketimbang di halaman pertama, dan sama-sama malaporkan lebih banyak untuk PKS dibandingkan dengan PPP, baik di halaman pertama maupun di halaman dalam. Halaman pertama sendiri adalah etalase bagi sebuah surat kabar, yang merupakan alokasi tempat bagi berita yang dinilai penting dan memiliki nilai berita yang lebih baik dibandingkan laporan di halaman dalam. Artinya secara kuantitas maupun secara kualitas, surat kabar membingkai laporan untuk PKS secara lebih baik dan lebih penting dibandingkan dengan laporan tentang PPP.

3. Tampilan Warna/*Black White* Pemberitaan PKS & PPP Di *Harian Waspada & Analisa*

Tabel 9
Pemuatan Halaman Warna dan *Black/White* (B/W)
Pemberitaan PKS dan PPP Di *Harian Waspada* Dan *Analisa*

Tampilan	PKS						PPP					
	Waspada		Analisa		Total		Waspada		Analisa		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Warna	41	56	10	42	83	65	5	26	6	67	11	39
B/W	32	44	14	58	45	35	14	74	3	33	17	61
	73	100	24	100	128	100	19	100	9	100	28	100

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa perbandingan pemberitaan tentang PKS yang diturunkan *Harian Waspada* di halaman warna sebanyak 41 kali (56%),

dan 32 kali (44%) untuk B/W. Sedangkan untuk laporan tentang PPP dimuat 5 kali warna (26%), dan 14 kali B/W (74%). Sementara *Harian Analisa* menurunkan laporan tentang PKS di halaman warna sebanyak 10 kali (42%), dan di halaman B/W 14 kali (58%), sedangkan tentang PPP diturunkan 6 kali di halaman warna (67%) dan di halaman B/W sebanyak 3 kali (33%). Dalam konteks produk jurnalistik khususnya surat kabar, maka faktor tampilan atau *layout* yang mana peran warna menjadi sangat penting dapat memengaruhi ketertarikan dan kepuasan pembaca. Tampilan laporan dalam bentuk warna bisa lebih *eyes catching* ketimbang tampilan laporan dalam bentuk B/W. Margareth Van Hakereen dalam jurnal berjudul *Navigating The News Site: The Impact Of Page Design On Story Preference* mengatakan bahwa desain *layout* sebuah surat kabar merupakan kunci terhadap tingkat keterbacaan untuk pembaca.¹⁸ Wiryana mengatakan *layout* atau tata letak adalah meramu semua unsur grafis, meliputi warna, bentuk, merek, ilustrasi, tipografi menjadi suatu kesatuan baru yang disusun dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu. Tujuan utama *layout* atau tata letak adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.¹⁹ Karenanya melihat kualitas laporan PKS yang lebih banyak ditempatkan di halaman warna baik di *Harian Waspada* maupun *Analisa*, seperti halnya dengan penempatan halaman, maka kedua surat kabar ini telah menurunkan dengan lebih baik laporan tentang PKS ketimbang PPP. Selain itu secara kuantitas, *Harian Waspada* juga menurunkan lebih banyak laporan baik PKS maupun PPP di halaman warna dibandingkan laporan yang diturunkan PPP.

4. Sumber Laporan PKS dan PPP di *Harian Waspada* dan *Analisa*

Tabel 10
Sumber Pemberitaan Non Foto PKS Dan PPP Di *Harian Waspada* Dan *Analisa*

Sumber Laporan	PKS						PPP					
	Waspada		Analisa		Total		Waspada		Analisa		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
<i>Talking News</i>	15	43	5	28	20	41	10	71	3	50	13	65

Peristiwa	18	51	13	72	30	59	4	29	3	50	7	35
Opini	2	6	-	-			-	-	-	-	-	-
	35	100	18	100	51	100	14	100	6	100	20	100

Sumber laporan dalam tabel di atas adalah sumber yang menjadi asal dari laporan yang diturunkan, yang dibedakan bersumber dari wawancara (*talking news*) atau dari sebuah peristiwa yang terjadi. Berdasarkan pembagian tersebut, *Waspada* menurunkan laporan *talking news* tentang PKS sebanyak 15 laporan (45%), dan peristiwa 18 laporan (55%), ditambah dua merupakan tulisan opini. Sedangkan laporan *talking news* PPP diturunkan 10 laporan (71%), dan laporan peristiwa 4 sebanyak 4 (29%). Sementara *Analisa* menurunkan laporan *talking news* PKS sebanyak 5 laporan (28%), dan laporan yang bersumber dari peristiwa 13 (72%), sedangkan untuk *talking news* dan sumber laporan dari peristiwa PPP yang diturunkan masing-masing 3 (50%). Perbedaan mendasar antara *talking news* dengan laporan berita dari peristiwa adalah pada perencanaannya. Pada umumnya *talking news* merupakan laporan *follow-up* dari laporan terdahulu atau merupakan pernyataan yang dikeluarkan seorang sumber berita yang mengomentari suatu peristiwa. Jika laporan tersebut merupakan *follow-up*, maka ia adalah inisiatif dari redaksi, sedangkan apabila bukan merupakan *follow-up* biasanya merupakan inisiatif narasumber yang mengundang wartawan dan dinilai redaksi memiliki *news value*. Sedangkan berita peristiwa biasanya dipilih untuk diliput dan dipublikasi berdasarkan *news value* yang terkandung di dalamnya. Ashadi Siregar menyebut *talking news* biasanya mengandung kecenderungan subyektif narasumber, sehingga mengabaikan fakta empiris secara obyektif. Format *talking news* ini membawa implikasi ke dalam sikap jurnalis yang submisif terhadap narasumber.²⁰ Dari penyajian laporan yang bersumber dari *talking news* berbanding sumber peristiwa, *Waspada* lebih banyak menyajikan laporan peristiwa dari lampiran *talking news* (18 berbanding 15) untuk PKS, tetapi menyajikan lebih banyak *talking news* dari laporan yang bersumber dari peristiwa (10 berbanding 4) untuk PPP. Pada umumnya laporan *talking news* PPP di Harian *Waspada* bukan merupakan *follow-up* sehingga merupakan inisiatif PPP. Hal ini menunjukkan, dalam Pemilu Legislatif 2014, PPP minim kegiatan yang memiliki *news value* sehingga aktivitas komunikasi massa Pemilu Legislatif 2014 melalui

talking news. Hal ini segaris dengan laporan yang diturunkan *Analisa* yang berjumlah tiga untuk *talking news* maupun peristiwa.

5. Tema Pemberitaan PKS Dan PPP Di Harian *Waspada* Dan *Analisa*

Tabel 11
Tema Pemberitaan Non Foto PKS dan PPP Di Harian *Waspada* Dan *Analisa*

Tema	PKS						PPP					
	Waspada		Analisa		Total		Waspada		Analisa		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kritik	1	3	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-
Analisis	1	3	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-
Pernyataan	12	34	5	29	17	33	11	79	3	50	14	70
Kegiatan	21	60	12	71	33	64	3	21	3	50	6	30
	35	100	17	100	52	100	14	100	6	100	20	100

Dari segi tema laporan berita tentang PKS dan PPP yang dimuat oleh Harian *Waspada* dan *Analisa* dilihat dari empat tema yakni tema mengkritik partai politik Islam, analisis terhadap partai politik Islam, pernyataan dari partai politik Islam, dan kegiatan partai politik Islam yang dilakukan selama tahapan Pemilu Legislatif 2014. Laporan yang bernada kritik ataupun analisis selama durasi penelitian diturunkan masing-masing satu kali di harian *Waspada* dalam bentuk tulisan opini, namun tidak ada yang dimuat Harian *Analisa*.

Penutup

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan, baik Harian *Waspada* maupun *Analisa* sama-sama memberikan porsi yang lebih banyak baik secara kuantitas maupun secara kualitas untuk PKS daripada untuk PPP. Hal ini dipengaruhi oleh akselerasi media massa yang dilakukan PKS dalam komunikasi massa-nya dalam Pemilu Legislatif 2014. PKS lebih agresif dan sadar media dan melakukan langkah-langkah “intervensi” media ketimbang PPP yang lebih pasif dan cenderung tidak melakukan apapun dalam desain komunikasi massanya.

Catatan

¹ Corner & Pels dalam Effendi Gazali, “Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 8, Nomor 1 Juli 2001, h.67.¹

Lihat lebih jauh Paul J. Carnegie, "Political Islam and Democratic Change in Indonesia," dalam *Asian Social Science Journal*, Vol.4, No.11, November 2008, h.5.

² Abdul Gafar Karim, "Islam Di Panggung Politik Indonesia: Latar Belakang, Dinamika, dan Pergeserannya", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JSP)* Fisipol UGM, t.t. h.42.

³ Lihat lebih jauh Peter L. Berger, 1994. *Langit Suci; Agama Sebagai Realitas Sosial*, alihbahasa Hartono (Jakarta: LP3ES, 1994), h.35.

⁴ Ridwan Lubis, *Agama Dalam Perbincangan Sosiologi* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2010), h.6. Lebih jauh di dalam bab agama dan politik dijelaskan bahwa ada dua pilihan dalam merumuskan hubungan agama dengan politik. Apabila agama digunakan untuk kepentingan politik maka agama akan kehilangan esensi karena agama sekedar alat legitimasi untuk memperoleh kekuasaan. Akan tetapi sebaliknya manakala politik digunakan untuk tujuan dari substansi agama maka kehidupan masyarakat menjadi integratif karena yang dikejar setiap orang adalah makna di balik setiap pesan-pesan agama.

⁵ Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh* (Jakarta: Amzah, 2012), h.219.

⁶ Heryanto, *Gun Gun Komunikasi Politik di Era Industri*, (Jakarta: PT. Lasswell Visitama, 2010), h.3.

⁷ Syukri Sambas, *Komunikasi Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film, dan Media Digital* (Bandung: Benang Merah Pers, 2004), h.xiv.

⁸ Klaus Krippendorff, *Content Analysis; An Introduction to Its Methodology, Second Edition* (California: Sage Publications, 2004), h.11.

⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), h.89.

¹⁰ Kimberly A. Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook* (Thousand Oak: Sage Publications, 2002), h.14.

¹¹ Lihat Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Cipta Pustaka, 2006), h.51-52.

¹² Fiske dalam Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h.3.

¹³ Rakhmat, *Metode Penelitian*, h.89.

¹⁴ Kholil, *Metodologi Penelitian*, h.52-53.

¹⁵ Kristanto Hartadi, "Analisis Framing Studi Kasus Kompas Dan Media Indonesia Dalam Liputan Keerusuhan Di Temanggung 8 Februari 2011", (Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia, 2012), h.47-48.

¹⁶ Nurzain, Umar Nur, *Penulisan Feature* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993), dalam Kristanto, h.47.

¹⁷ Komunikasi massa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasi bermedia yaitu komunikasi dengan menggunakan media massa sebagai alat untuk menjangkau massa, yakni khalayak dengan sifat-sifat heterogen, sporadis, dan anonim. Komunikasi massa merupakan suatu keniscayaan dalam kampanye partai politik dalam Pemilu seperti Pemilu Legislatif 2014. Ini karena kampanye tatap muka memiliki keterbatasan ruang gerak dan jumlah khalayak yang bisa dijangkau. Oleh karenanya komunikasi partai politik untuk tujuan electoral-nya harus menjadi komunikasi massa sebagai bagian yang tak terpisahkan dari strategi komunikasi yang diterapkan.

¹⁸ Margareth Van Heekeren, *Navigating The News Site: The Impact Of Page Design On Story Preference* (University Bahturst: School Of Communications Charles Sturt, 2005), dalam Paulina Brillianti, Dan Yohanes Widodo, *Jurnal Fisipol Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, 2012*, h.3

¹⁹ Iwan Wirya, *Kemasan yang Menjual, Menang Bersaing Melalui Kemasan* (Jakarta: PT. Gramedia, 1999), dalam Paulina Brillianti, Dan Yohanes Widodo, *Jurnal Fisipol Universitas Atma Jaya, Yogyakarta, 2012*, h.3.

²⁰ Ashadi Siregar, "Democratic Governance dan Hak Azasi Manusia: Makna Kebebasan Pers dalam Otonomi Daerah", *Jurnal Ilmu Sosial Politik Yogyakarta, Vol.14, No.3, Maret 2011*, h.329.

Daftar Pustaka

Arbi, Armawati, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, Jakarta: Amzah, 2012.

Berger, Peter L, *Langit Suci; Agama Sebagai Realitas Sosial*, alihbahasa Hartono, Jakarta: LP3ES, 1994.

Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group, 2011.

Gafar Karim, Abdul, "Islam Di Panggung Politik Indonesia: Latar Belakang, Dinamika, dan Pergeserannya", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JSP) Fisipol UGM*.

Gazali, Effendi, "Interaksi Politik dan Media: Dari Komunikasi Politik ke Politik Komunikasi", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 8, Nomor 1 Juli 2001.

Heryanto, Gun Gun *Komunikasi Politik di Era Industri*, (Jakarta: PT. Lasswell Visitama, 2010).

J.Carnegie, Paul, "Political Islam and Democratic Change in Indonesia," dalam *Asian Social Science Journal*, Vol.4, No.11, November 2008.

Kholil, Syukur, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Cipta Pustaka, 2006.

Krippendorff, Klaus, *Content Analysis; An Introduction to Its Methodology, Second Edition*, California: Sage Publications, 2004.

Lubis, Ridwan, *Agama Dalam Perbincangan Sosiologi*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2010.

Neuendorf, Kimberly A, *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oak: Sage Publications, 2002.

Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994.

Sambas, Syukri, *Komunikasi Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film, dan Media Digital*, Bandung: Benang Merah Pers, 2004.

Siregar, Ashadi, "Democratic Governance dan Hak Azasi Manusia: Makna Kebebasan Pers dalam Otonomi Daerah", *Jurnal Ilmu Sosial Politik Yogyakarta*, Vol.14, No.3, Maret 2011.