



PROSIDING  
KONFERENSI NASIONAL  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
TAHUN 2016  
Indonesia Menuju SDGs



PROSIDING KONFERENSI NASIONAL  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Tahun 2016

Indonesia  
Menuju SDGs



# PROSIDING KONFERENSI NASIONAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Tahun 2016 Indonesia Menuju SDGs

Madani Hotel-Medan, 28-29 Februari 2016

Tim Editor :

Dr. Agussani, M.AP  
Dr. Azamris Chanra, M.AP  
Rudianto, S.Sos, M.Si  
Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom  
RIBUT Priadi, S.Sos, M.I.Kom  
Arifin Saleh, S.Sos, MSP  
Nalil Khairiah, S.IP, M.Pd  
Siti Hajar, S.Sos, MSP

Keynote Speaker :

Dr. Saleh Partaonan Daulay, M.Ag, M.Hum, MA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Bekerjasama dengan :



**PROSIDING KONFERENSI NASIONAL  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TAHUN 2016:  
Indonesia Menuju SDGs**

**Tim Editor:**

Dr. Agussani, M.AP  
Dr. Azamris Chanra, M.AP  
Rudianto, S.Sos.,M.Si  
Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom  
Ribut Pribadi, S.Sos., M.I.Kom.  
Arifin Saleh, S.Sos., MSP  
Nalil Khairiah, S.IP., M.Pd  
Siti Hajar, S.Sos., MSP

**PROSIDING KONFERENSI NASIONAL  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TAHUN 2016:  
Indonesia Menuju SDGs**

Editor:

Dr. Agussani, M.AP., Dr. Azamris Chanra, M.AP., Rudianto, S.Sos.,M.Si.,  
Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom., Ribut Pribadi, S.Sos., M.I.Kom.,  
Arifin Saleh, S.Sos., MSP., Nalil Khairiah, S.IP., M.Pd., Siti Hajar, S.Sos., MSP.

Desain Sampul: Waroeng Potret art design, Publishing & Printing

Hak cipta dilindungi Undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis.

All right reserved

Cetakan Pertama: Pebruari 2016

Diterbitkan oleh UMSU PRESS  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan, 20238  
Telp. 061-6638296, Fax. 061-6638296  
Email: [umsupress@gmail.com](mailto:umsupress@gmail.com)  
<http://umsupress.com>

ISBN: 978-602-6997-104



## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah yang telah diberikan kepada kita semua sehingga buku prosiding Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam rangka Milad ke-44 FISIP UMSU ini dapat terselesaikan .

Agenda tujuan pembangunan milenium yang terangkum dalam *Millenium Development Goals* (MDGs) sudah berakhir. Selama lima belas tahun –sejak September tahun 2000 sampai 2015 –sebanyak 189 negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa menjalankan program tersebut dengan target utamanya adalah tercapainya kesejahteraan rakyat dan pembangunan masyarakat pada tahun 2015.

Tapi, masih banyak target yang belum tercapai dalam MDGs tersebut. Untuk keberlanjutan program tersebut, kini MDGs sudah digantikan dengan model pembangunan global berbasis *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Model pembangunan global sudah dibahas sejak tahun 2012 lalu pada KTT Rio+20 yang menghasilkan dokumen “*The Future We Want*”. Pada dokumen inilah SDGs dicantumkan beserta arahan tentang pentingnya tiga dimensi pembangunan berkelanjutan yaitu; Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan Hidup yang harus bersinergi dalam pembangunan global ke depan.

Berdasarkan dokumen tersebut, SDGs harus memenuhi empat prinsip yaitu; *Pertama*; tidak melemahkan komitmen internasional terhadap pencapaian MDGs. *Kedua*; mempertimbangkan kondisi, kapasitas dan prioritas masing-masing negara. *Ketiga*; Fokus pada pencapaian ketiga dimensi pembangunan berkelanjutan (pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan). Terakhir koheren dan terintegritas dengan pembangunan pasca 2015.

Indonesia sebagai negara besar yang terus berpacu dalam melaksanakan pembangunan di berbagai bidang berkepentingan dan berkewajiban dalam menyukseskan SDGs ini. Untuk menyongsong dan menghadapi SDGs ini tentu dibutuhkan persiapan yang melibatkan banyak pihak, termasuk salah satunya lembaga perguruan tinggi.

Dalam rangka itu, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FISIP UMSU) menggagas dan melaksanakan Konferensi Nasional dengan thema “Indonesia Menuju SDGs”. Kegiatan yang

menjadi rangkaian perayaan Milad FISIP UMSU ke-44 ini dimaksudkan untuk mendapatkan beragam pemikiran terkait pembangunan di bidang ilmu sosial dan ilmu politik yang kaitannya untuk menyongsong dan menghadapi SDGs.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankan kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ketua Komisi VIII DPR-RI, selaku keynote speaker kegiatan Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tahun 2016.
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara selaku penanggungjawab kegiatan Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tahun 2016.
4. Pengurus IAPA, IPPSI, ASPIKOM dan APIK PTM atas sumbangsih saran dan pemikirannya.
5. Bapak/Ibu pembicara pada kegiatan Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tahun 2016.
6. Bapak/Ibu peserta pemaparan hasil penelitian pada Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik tahun 2016.
7. Bapak/Ibu panitia Konferensi Nasional yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya demi suksesnya kegiatan ini.

Semoga buku prosiding ini dapat memberi kemanfaatan bagi kita semua, untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan. Di samping itu, diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi upaya membangun bangsa dan negara Indonesia menuju SDGs. Mohon maaf jika ada hal-hal yang kurang berkenan. Saran dan kritik yang membangun tetap kami tunggu demi kesempurnaan buku prosiding ini.

*Billahii Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat  
Wassalammu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Tim Editor  
Ketua,

**Dr. Agussani, M.AP**

## KATA SAMBUTAN

### DEKAN FISIP UMSU



*Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Menyambut Milad Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang ke 44, kami mengadakan Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan mengundang seluas-luasnya ilmuwan, pengamat, praktisi, dosen dan peminat dalam ruang lingkup ilmu sosial dan ilmu politik. Melalui forum konferensi ini diharapkan muncul berbagai pemikiran, ide, gagasan dan wacana terkait peran dan tanggung jawab disiplin ilmu sosial dan ilmu politik atas perjalanan kehidupan bangsa dan negara tercinta.

Sengaja konferensi ini mengambil topik “Indonesia Menuju SDGs” dalam rangka membawa gerbong ilmuan ilmu sosial dan ilmu politik untuk bersama-sama mengambil peran penting atas ketercapaian tujuan-tujuan dari “Sustainable Development Goals” yang saat ini menjadi kerangka pembangunan negara-negara di dunia menggantikan Millenium Development Goals atau MDGs, khususnya di Indonesia.

Bentuk fisik dari hasil konferensi nasional ini ialah catatan-catatan ilmiah yang aktual dan menarik yang dituangkan dalam bentuk Prosiding atau kumpulan makalah yang diharapkan memberikan manfaat seluas-luasnya bagi berbagai kalangan sebagai kontribusi positif para pemakalah/penyaji dalam kegiatan ini.

Atas keberhasilan terlaksananya Konferensi Nasional serta tersusunnya kumpulan makalah ini, kami menyampaikan terimakasih kepada seluruh Narasumber Utama, pemakalah/ penyaji yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan setinggi-tingginya kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Dr. Agussani.M.AP serta Wakil Rektor I Dr. H. Muhammad Arifin.SH.M.Hum dan Wakil Rektor II Akrim.M.Pd yang telah memberikan dukungan penuh atas terselenggaranya kegiatan ini.

**Medan, 17 Februari 2016**

**Dekan**

**Rudianto.S.Sos.M.Si**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
KATA SAMBUTAN DEKAN FISIP UMSU .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
PEMBANGUNAN DESA TERPADU (MENYONGSONG PELAKSANAAN UU NO.6 TAHUN 2014 TENTANG DESA DI KABUPATEN SIDOARJO).....	1
Achmad Sjafi'i dan Ni Made Ida Pratiwi	
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MAKANAN KHAS BOGOR BERBASIS MASYARAKAT .....	16
Agustina Multi Purnomo	
PERENCANAAN PEMBANGUNAN RESPONSIF GENDER .....	31
Aji Ratna Kusuma	
IMPLEMENTASI <i>E-GOVERNMENT</i> DALAM PELAYANAN PUBLIK (STUDI DI DISDUK CAPIL KOTA SAMARINDA) .....	52
Bambang Irawan	
PERANAN PEMIMPIN PARTISIPATIF TERHADAP PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA KELOMPOK POSDAYA RUKUN MULYO.....	67
Betty Gama	
OPTIMALISASI IMPLEMENTASI PROGRAM PERHUTANI DALAM PENGELOLAAN HUTAN LINDUNG DI KABUPATEN WONOSOBO .....	81
Darmanto	
IMPLEMENTASI MANAJEMEN PENGETAHUAN DALAM PENGELOLAAN ORGANISASI NIRLABA UNTUK MELAKUKAN KEGIATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (Studi Pada Lembaga Amil Zakat Al Azhar Peduli Umat)	96
Irwa. R. Zarkasi	
KOMITMEN PEMERINTAH KOTA LHOKSEUMAWE DALAM PENGEMBANGAN POTENSI WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL .....	108
Maryam dan Ade Muana Husniati	

TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN KANTOR MAYA (KANTAYA) DI PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN SRAGEN .. Nur Laila Meilani	117
PENGEMBANGAN KAPASITAS KELEMBAGAAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KABUPATEN SUMENEP ..... Rillia Aisyah Haris dan Irma Irawati. P	138
TELAAH KRITIS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENYUSUNAN INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT” (Studi di Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Bandung) ..... Thomas Bustomi	150
REVITALISASI KENAZIRAN KESULTANAN BANTEN DALAM MENGELOLA WISATA RELIGI DI BANTEN LAMA Titi Stiawati dan Rina Yulianti .....	171
MODEL (DESAIN) ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK Yanhar Jamaluddin .....	185
STRATEGI KEBIJAKAN PENINGKATAN LAPORAN AKTA KEMATIAN DALAM TERTIB ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KABUPATEN BANDUNG..... Yaya Mulyana	201
PELAYANAN PUBLIK DI KPPT KOTA GORONTALO ..... Zuchri Abdussamad	221
PENINGKATAN KEMAMPUAN TATA KELOLA ADMINISTRASI DALAM PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN DESA DI DESA SELEMAK..... Siti Hajar	240
MODEL <i>PARTNERSHIP GOVERNANCE</i> DALAM PENERAPAN <i>COMMUNITY DEVELOPMENT</i> ..... Abdul Mahsyar	250
MERUMUSKAN MODEL PROMOSI JABATAN STRUKTURAL MENUJU MANAJEMEN KEPEGAWAIAN BERBASIS <i>MERIT SYSTEM</i> DI INDONESIA..... Wahyuningrat	265
MEA DAN PELAKSANAAN <i>GOOD GOVERNANCE</i> DI KECAMATAN MEDAN KOTA ..... Nalil Khairiah	281

PELAYANAN POLRI DALAM PERAN BHAYANGKARA PEMBINA KEAMANAN DAN KETERTIBAN MASYARAKAT TERHADAP PENCEGAHAN KEJAHATAN DI KELURAHAN BENDUNGAN HILIR JAKARTA PUSAT .....	302
Evi Satispi	
MEMBANGUN SEMANGAT JIWA KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH.....	323
Syaiful Bahri	
PERUBAHAN MANAJEMEN KEUANGAN: IMPLIKASI RESTRUKTURISASI ORGANISASI PERANGKAT DAERAH DI BPKAD PEMERINTAH KABUPATEN KEDIRI .....	329
Diana Hertati	
PARTISIPASI PUBLIK DALAM KEGIATAN ADMINISTRATIF PUBLIK DI ERA DESENTRALISASI DEMOKRATIS: Kemauan Birokrasi Mempartisipasikan Warga Dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik .....	346
Ulber Silalahi	
IMPLEMENTASI PELAYANAN KESEHATAN BERBASIS <i>COMMUNITY SURVEILANS</i> .....	369
Susi Hardjati	
PENGUATAN <i>QUALITY ASSURANCE</i> DI PERGURUAN TINGGI SEBAGAI SOLUSI AMPUH MENGHADAPI PERSAINGAN TENAGA KERJA PADA SAAT MEA.....	386
Dedi Amrizal	
SEGI-SEGI PERBUATAN ADMINISTRASI YANG MELAWAN HUKUM DALAM PELAYANAN PUBLIK .....	408
Ibnu Sina Chandranegara dan Evi Satispi	
INTEGRASI INDONESIA DI TENGAH KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI, GLOBALISASI, DAN DEMOKRATISASI: MEMBANGUN INDONESIA MELALUI POLITIK IDENTITAS.....	429
Meita Istianda	
DESENTRALISASI KEKUASAAN: PILKADA LANGSUNG PENGGERAK PARTISIPASI POLITIK .....	440
Syafhendry	
ORGANISASI KEMASYARAKATAN SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN POLITIK (Studi Pada Ormas Alwasliyah Dan FORSU Pada Pilkada Kabupaten Batu Bara 2013) .....	455
Ananda Mahardika	

POLITIK LGBT DALAM PENDEKATAN QUEER..... Vellayati Hajad dan Ikhsan	468
MEMBANGUN PERANAN PEMUDA DALAM MEMBERDAYAKAN MASYARAKAT DESA AGAR TERCIPTA DESA YANG MANDIRI DAN BERDAYA SAING..... Sabam Manurung	481
MENAKAR INDEPENDENSI TELEVISI DALAM PEMBERITAAN POLITIK NASIONAL..... Abdul Aziz	497
MEDIA KAMPANYE DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH LANGSUNG..... Abrar Adhani	511
BERITA PILKADA DALAM BINGKAI MEDIA CETAK..... Akhyar Anshori	521
PROBLEMATIKA TATA KELOLA DAN PENGEMBANGAN SIARAN TVRI SUMATERA UTARA MENGHADAPI ISU PENGUATAN LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK..... Anang Hermawan	537
MEMAKSIMALKAN PERAN STAKEHOLDER DALAM MENGAWASI DAN MENINGKATKAN KUALITAS ISI SIARAN TELEVISI..... Puji Santoso	557
HUMANITARIAN INTEREST FOTO BERITA DI BALIK PERISTIWA KEBAKARAN..... M. Said Harahap	573
SURAT KABAR MEDAN DAN SENTIMEN KEAGAMAAN..... Muhammad Thoriq	596
ANALISIS FRAMING TENTANG BERITA HIV/AIDS PADA SURAT KABAR RIAU POS (Studi Pada Edisi 1 Desember 2015)..... Eko Hero	623
KOMUNIKASI KESEHATAN YANG MINIM DAN RENDAHNYA KESADARAN WANITA PEKERJA SEKS KOMERSIAL DALAM PENGUNAAN KONTRASEPSI DI KOTA PADANG..... Elva Ronaning Roem	637
KESEHATAN DALAM KEHIDUPAN ORANG BADUY..... Idi Dimiyati	652

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN KENAZIRAN MESJID DALAM MEMBERIKAN PENDIDIKAN SEKS PADA REMAJA MESJID DI DESA HAMPARAN PERAK KECAMATAN HAMPARAN PERAK.... Irwan Syari Tanjung	675
PERSEPSI PEREMPUAN MINANG PARIAMAN TENTANG TRADISI UANG JEMPUTAN PADA ADAT PERKAWINAN (Studi Kasus Pada Perempuan Minang Pariaman Yang Lahir dan Besar di Kota Medan) ..... Dewi Susanti	693
BUDAYA KOMUNIKASI ORGANISASI “KELUARGA” PADA PERUSAHAAN “KELUARGA” BERHASIL ATAU GAGAL?..... Harry Setiawan	709
NILAI-NILAI ETIKA KOMUNIKASI ISLAM DALAM BUKU PANTUN DAN PEPATAH MELAYU KARYA TENGKU LUCKMAN SINAR..... Iskandar Zulkarnain dan Indi Tri Asti	720
KECERDASAN MAJEMUK GURU, MENGINSPIRASI SISWA (Studi di SD Cihelut II Bogor dan SDN Kebon Pala Jakarta Timur) ..... Nurhayani Saragih	740
AKTIVITAS KOMUNIKASI BENCANA ERUPSI GUNUNG SINABUNG..... Rudianto	752
STAND UP COMEDY SEBAGAI KRITIK SATIR POLITIK..... Sugeng Winarno	770
KOMUNIKASI INTERPERSONAL ORANG TUA DALAM MENGATASI KENAKALAN REMAJA GENG MOTOR DI KOTA MEDAN..... Sigit Hardiyanto	785
IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM ORGANISASI MILITER DI BATALYON INFANTERI RAIDER 100 KODAM I/BUKIT BARISAN ..... Rahmanita Ginting dan Toto Jumariono	800
KOMUNIKASI KELUARGA DALAM MENANAMKAN ETIKA KOMUNIKASI ISLAM ANAK..... Yan Hendra	817

KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERIKLANNAN BISNIS <i>ONLINE</i> .....	833
Abdul Haris	
KOMUNIKASI PEMASARAN INDUSTRI KREATIF BERBASIS PENGELOLAAN KONCEK BUAH KELAPA DI KOTA TANJUNG BALAI .....	849
Rahmanita Ginting dan Hafnidar	
PENGARUH STRATEGY KOMUNIKASI, PEMASARAN DAN PRODUK TERHADAP PENJUALAN HASIL USAHA KERAJINAN TAS BAHAN DAUR ULANG PADA BANK SAMPAH MUTIARA MEDAN PROVINSI SUMATERA UTARA.....	867
Faustyna	
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PEMERINTAH KABUPATEN BATUBARA DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA PULAU PANDANG DAN PULAU SALAH NAMO DI KABUPATEN BATUBARA .....	883
Rahmanita Ginting dan Hidayati	
SMARTPHONE DAN PERILAKU REMAJA .....	900
Dewi Kurniawati	
PEMETAAN INTERAKSI MEDIA EQUATION DI MEDIA SOSIAL...	919
Gushevinalti	
PENGATURAN TINGKAT KESULITAN SECARA DINAMIS VIDEO GAME SEBAGAI PEMICU GEJALA ADIKSI PEMAINNYA .....	932
Mochammad Kresna Noer P	
PREFERENSI MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI.....	944
Nurudin	
PARADIGMA PENGGUNAAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM MENUJU MASYARAKAT INFORMASI.....	960
Muhd Ar Imam Riauan	
MEDIA ALTERNATIF SEBAGAI GERAKAN SOSIAL BARU STUDI TENTANG <i>GENENG STREET ART PROJECT</i> DI YOGYAKARTA.....	971
Ali Minanto	
MEDIA <i>ONLINE</i> BAGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF BIDANG KERAJINAN DI KABUPATEN DELI SERDANG, SUMATERA UTARA .....	998
Rahmanita Ginting dan Nenggih Susilowati	

PERAN WEBSITE DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF.....	1017
Nadra Ideyani, Suprapti Indah Putrid dan Chadri	
KOMUNIKASI PERSUASIF GURU TENTANG "BIJAK MENGGUNAKAN SMARTPHONE" .....	1037
Meilani Dhamayanti	
STUDI <i>COMPERATIVE</i> IMPLEMENTASI PROGRAM <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR) DI PROVINSI RIAU .....	1047
Adianto dan Hasim As'ari	
OPTIMALISASI PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PROGRAM CSR ( <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> ) .....	1076
Syulhennisari Siregar	
INDAK PANUAH KA ATEH YO PANUAH KA BAWAH: IMPLEMENTASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR) PERUSAHAAN PT. SEMEN PADANG DI DAERAH PINGGIRAN KOTA PADANG .....	1090
Alfitri	
PENTINGNYA CSR BAGI PEMBANGUNAN KESEJAHTERAAN SOSIAL DI SUMATERA UTARA.....	1106
Agus Suriadi	
URGENSI MODEL BARU <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR) PERTAMBANGAN EMAS <i>AGINCOURT RESOURCES</i> UNTUK PENGEMBANGAN WILAYAH KECAMATAN BATANGTORU, KABUPATEN TAPANULI SELATAN, PROVINSI SUMATERA UTARA .....	1121
Arifin Saleh, Marlon Sihombing, Rujiman dan Agus Purwoko	
STUDI KOMPARASI PENERAPAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> OLEH INDONESIA DAN NEGARA-NEGARA MAJU.....	1132
S. Parman	
PERSEPSI REMAJA SEKOLAH MENENGAH ATAS TENTANG BAHAYA DAN PENCEGAHAN HIV/AIDS DI KABUPATEN BENGKALIS .....	1146
Irwan Iskandar, Nur Laila Meilani dan Endang Sulistyaningsih	
MENGEMBANGKAN KESEJAHTERAAN ANAK BERBASIS AGAMA DAN BUDAYA.....	1160
M. Yunan Yusuf	

REKONSTRUKSI KEBIJAKAN PEKERJA SEKTOR INFORMAL DI KOTA GORONTALO ( <i>Kajian Penyebab Mendasar dan Kebijakan Terhadap Pekerja Anak di Pasar Sentral Kota Gorontalo</i> ) .....	1171
Ismet Sulila	
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KESEJAHTERAAN PEKERJA DALAM PELAKSANAAN SISTEM <i>OUTSOURCING</i> .....	1186
Fithriatus Shalihah	
PENGEMBANGAN KEARIFAN LOKAL SEBAGAI MODEL DALAM PENGELOLAAN LINGKUNGAN DI PASAR TRADISIONAL.....	1205
Farid Aulia	
ANALISIS DESKRIPTIF PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL (PEL) DAN KAITANNYA DENGAN PENGEMBANGAN WILAYAH BERKELANJUTAN.....	1217
Mohammad Yusri	
STRATEGI <i>PROBLEM FOCUSED COPING</i> ORANG TUA DALAM MENGHADAPI ANAK AUTISME. (Studi Kasus Pada Orang Tua Anak Autisme di Yayasan Pendidikan Anak Cacat Medan) .....	1234
Mujahiddin	
STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA BANK SAMPAH DALAM MENINGKATKAN KEBERSIHAN DAN KESEHATAN LINGKUNGAN (STUDI DESKRIFTIP STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA BANK SAMPAH MUTIARA DALAM MENINGKATKAN KEBERSIHAN DAN KESEHATAN LINGKUNGAN DI KELURAHAN BINJAI KECAMATAN MEDAN DENAI KOTAMEDAN) .....	1250
Effendi Augustus	

## BERITA PILKADA DALAM BINGKAI MEDIA CETAK

Akhyar Anshori  
 Program Studi Ilmu Komunikasi  
 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
 Email: [akhyar.annur@gmail.com](mailto:akhyar.annur@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian dengan judul berita pilkada dalam bingkai media cetak menggunakan Analisis isi media (*content analysis*) dengan metode analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) melalui pendekatan Norman Fairclough. Dalam metode ini akan dapat ditelusuri wacana yang dikembangkan Harian Waspada dalam mengkonstruksi realitas kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013. Dalam penelitian ini penulis menemukan berbagai macam wacana yang dikembangkan media terkait Pasangan calon yang ada. Keseluruhannya merupakan upaya dan ajakan masing-masing kandidat untuk mendapat simpati dan dipilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013-2018. Ternyata, dari keseluruhan teks yang dianalisis masih terdapat teks-teks berita yang cenderung menghegemoni khalayak pembaca. Janji-janji kampanye yang dikonstruksi media melalui teks tak lebih dari 'cek kosong' dan publik tidak mendapatkan ruang dalam wacana yang dihadirkan media. Media Massa cetak dalam memposisikan dirinya pada konstalasi politik yang berlangsung, sudah seharusnya mengambil posisi yang independen. Dimana Media sebagai pemberi informasi dapat menyampaikan pemberitaan yang seimbang sebab media massa memang 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 diskursus bagi kepentingan berbagai kelompok sosial-politik yang ada dalam masyarakat demokratis.

Kata kunci: analisis wacana kritis, norman fairclough, pilkadasung sumut.

### PENDAHULUAN

Pemilihan langsung Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau yang lebih dikenal dengan nama "Pilkada" merupakan sebuah *consensus* politik nasional, yang terlahir dari sebuah proses reformasi yang menghadirkan otonomi daerah seluas-luasnya di Indonesia yang merupakan salah satu instrument penting

penyelenggaraan pemerintahan setelah digulirkannya otonomi daerah di Indonesia.

Pemilihan langsung Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dilandasi oleh Undang-undang nomor 32 tahun 2004. tentang pemerintahan daerah. Hal ini apabila dilihat dari perspektif desentralisasi, Pemilihan langsung Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah tersebut merupakan sebuah terobosan baru yang bermakna bagi proses konsolidasi demokrasi di tingkat lokal. Pemilihan langsung Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah akan membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat dalam proses demokrasi untuk menentukan kepemimpinan politik di tingkat lokal.

Dalam hal Pemilihan langsung Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, para pasangan calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan tim pemenangan pasangan diberikan kebebasan dalam hal mengaktualisasikan visi misi pasangan calon. Visi dan Misi pasangan calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah tersebut dapat di tuangkan dalam berbagai alat peraga kampanye yang telah di tetapkan oleh KPU seperti melalui sticker, kalender, brosur, spanduk, baliho maupun melalui iklan Kampanye dan pemberitaan pada media massa, baik cetak ataupun elektronik.

Media sebagai sarana komunikasi politik tidaklah dapat diartikan dalam arti sempit seperti kata yang diucapkan, melainkan pembicaraan yang lebih inklusif, yang berarti segala cara orang bertukar symbol, kata-kata yang dituliskan dan diucapkan, gambar, gerakan, sikap tubuh, perangai dan pakaian. Ilmuwan politik Mark Roelofs menyatakan dengan cara sederhana, “ Politik adalah pembicaraan, atau lebih tepat kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara. “ ia menekankan bahwa politik tidak hanya pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik. Akan tetapi hakekat pengalaman politik dan bukan kondisi dasarnya, ialah bahwa kegiatan berkomunikasi antara orang-orang. (Nimmo : 1999)

Kekuatan media massa (*powerful media*) sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak, telah banyak memberikan andil dalam pembentukan opini publik. Kemampuan melipatgandakan pesan-pesan politik di media massa

mempunyai dampak terhadap berubahnya perilaku pemilih. Maka dari itu, bagi para elit politik yang ingin bertarung memperebutkan kursi kekuasaan, akan berusaha memanfaatkan media massa untuk tujuan publikasi dan pembentukan citra. Media dalam bentuk apapun adalah saluran komunikasi seorang kandidat kepada khalayak yang dikatakan efektif dan efisien pada masa kampanye modern saat ini.

Media massa dan politik ibarat dua sisi mata uang. Sulit dipisahkan. Keduanya saling membutuhkan, dan keduanya bisa bersinergi untuk kepentingan masyarakat banyak. Lewat media, isu politik, peristiwa politik, dan kebijakan politik bisa disebarluaskan, apalagi dengan makin berkembangnya media sosial, jangkauan penyebarluasan makin luas.

Tak heran, hitam-putihnya persiapan dan pelaksanaan pilkada dapat dipantau melalui pemberitaan media. Artinya, dinamika politik, khususnya pemilu, sangat terasa apabila kita melihat dan membaca media massa. Apa yang diberitakan dan disajikan media menjadi bahan pertimbangan masyarakat dan pemimpin partai untuk mengambil keputusan.

Oleh karena itu, menjadi hal yang cukup menarik bagi peneliti untuk dapat menganalisis bagaimana media melakukan proses pewacanaan terhadap aktifitas kegiatan politik lokal yang ada, khususnya pada saat kampanye pemilihan kepala daerah propinsi Sumatera Utara tahun 2013 dalam perspektif demokratisasi lokal dan peran media dalam menunjang keberhasilan Pemilihan Langsung Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Propinsi Sumatera Utara yang Jujur dan Adil.

Penelitian ini secara umum berusaha melihat bagaimana sikap media terhadap kampanye pemilihan kepala daerah propinsi Sumatera Utara tahun 2013. Surat kabar yang menjadi objek penelitian ini adalah Surat Kabar Harian (SKH) *Waspada*. Pemilihan SKH *Waspada* adalah karena harian ini terbesar di Sumatera Utara, peneliti anggap dapat mewakili media massa cetak yang ada di Sumatera Utara. Selain itu, dari perspektif sejarah, harian ini telah lama berdiri dan mapan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Media Massa Dalam Pembangunan Demokrasi Lokal

Onong Effendy (2000), media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlah relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi.

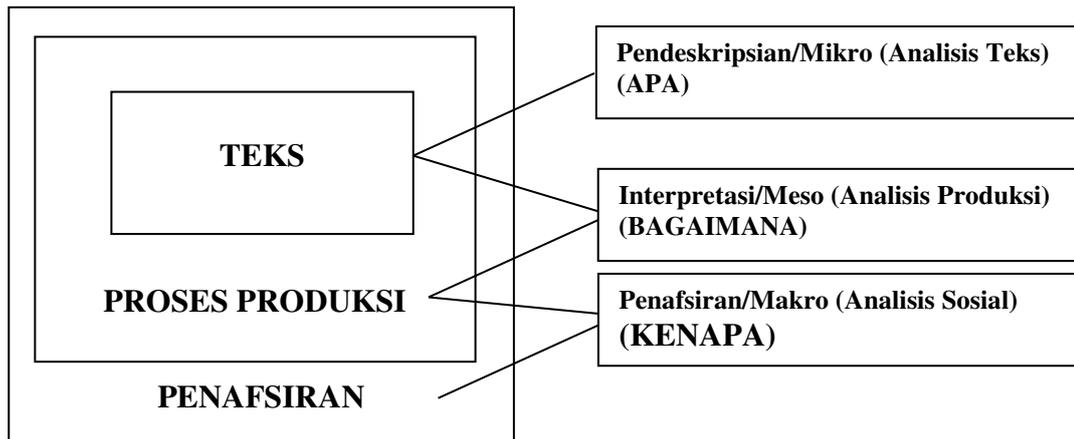
### B. Analisis Wacana Norman Fairclough

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough dan diperkuat dengan teori-teori kritis. Analisis wacana kritis adalah sebuah upaya atau proses untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Fairclough menjelaskan bahwa dalam analisa wacana kritis pemakaian bahasa dalam tuturan dan sebagai bentuk praktik sosial (Eriyanto 2001). Praktik sosial tersebut merupakan gambaran dari hubungan antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Fairclough juga menegaskan, bahwa dalam analisis waca kritis dalam pembentukan wacana bisa menampilkan praktik ideologi.

Fairclough memusatkan perhatian wacana pada bahasa. Fairclough menggunakan wacana menunjuk pada pemakaian bahasa sebagai praktek sosial, lebih daripada aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu. Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi: teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Dalam model Fairclough, teks disini dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata, semantik dan tata kalimat. Ia juga

memasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antarkata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. Discourse practice merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks, sedangkan sociocultural practice adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks.

Gambar 1: Kerangka Analisis Wacana Tiga Dimensi Fairclough



Sumber : Fairclough (1995:98)

Fairclough melihat teks dalam berbagai tingkatan. Sebuah teks bukan hanya menampilkan bagaimana suatu objek digambarkan tetapi juga bagaimana hubungan antar objek didefinisikan. Dalam model fairclough, teks disini dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata dan tata kalimat. Fairclough juga memasukan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antar kata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk sebuah pengertian. Ada tiga elemen dasar dalam model Fairclough, yang digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. 3 Elemen Dasar dalam Model Norman Fairclough

UNSUR	YANG INGIN DILIHAT
1. Representasi	Bagaimana peristiwa orang, kelompok, situasi, keadaan, atau apa pun ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
2. Relasi	Bagaimana hubungan antara wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
3. Identitas	Bagaimana identitas wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.

### C. Politik Lokal Sebagai Wujud Otonomi Daerah

Dalam melihat otonomi daerah atau desentralisasi, sebenarnya ada dua hal yang perlu kita lihat, yakni desentralisasi politik (devolusi) atau yang lebih dikenal dengan politik lokal dan desentralisasi administrasi (dekonsentrasi). Devolusi merupakan kewenangan daerah dalam pengambilan keputusan politik, baik terkait dengan parlemen lokal maupun eksekutif lokal. Artinya, dalam konsep devolusi, masyarakat lokal punya hak politik untuk berpartisipasi serta berkompetisi dalam proses politik lokal (legislatif dan eksekutif) serta berpartisipasi dalam proses kebijakan publik lokal.

Selain itu, devolusi pada legislatif lokal ditujukan selain untuk sarana pelatihan kepemimpinan politik lokal, juga dalam kerangka akuntabilitas politik anggota DPRD kepada konstituennya. Sedangkan bagi eksekutif lokal, devolusi merupakan sarana pelatihan kepemimpinan politik lokal dalam pelayanan publik. Bagi masyarakat lokal sendiri, devolusi telah memberikan kesempatan politik yang sama (*political equality*) bagi setiap warga masyarakat lokal untuk menggunakan hak-hak politiknya (memilih atau dipilih) dalam proses politik lokal. Juga terkait hak-hak politik masyarakat lokal dalam proses kebijakan publik.

### D. Kampanye Politik Sebagai Bagian Dalam Pencerdasan Pemilih

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat (Arifin, 2003). Salah satu jenis kampanye politik adalah kampanye massa, yaitu kampanye politik yang ditujukan kepada massa (orang banyak), baik melalui hubungan tatap muka maupun dengan menggunakan berbagai media, seperti surat kabar, radio, televisi, film, spanduk, baligo, poster, folder dan selebaran serta medium interaktif melalui komputer (internet). Penyampaian pesan politik melalui media massa merupakan bentuk kampanye yang handal dalam hal menjangkau khalayak luas.

Dalam kampanye politik di Indonesia khususnya yang berkaitan dengan kampanye pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah, berdasarkan

peraturan Komisi Pemilihan Umum No. 69 Tahun 2009 tentang Pedoman Teknis Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah dan wakil Kepala Daerah, menjelaskan beberapa bentuk kampanye. Pada Bab IV pasal 16 Peraturan KPU ini yang dimaksud dengan bentuk Kampanye adalah:

1. Pertemuan Terbatas;
2. Tatap Muka dan Dialog;
3. Penyebaran Melalui Media Cetak dan Media Elektronik;
4. Penyiaran Melalui Radio Dan/Atau Televisi;
5. Penyebaran Bahan Kampanye Kepada Umum;
6. Pemasangan Alat Peraga Di Tempat Umum;
7. Rapat Umum;
8. Debat Publik/Debat Terbuka Antar Calon; Dan/Atau
9. Kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan, antara lain kegiatan deklarasi atau konvensi pasangan calon oleh partai politik atau gabungan partai politik, acara ulang tahun/milad, kegiatan sosial dan budaya, perlombaan olahraga, istighosah, jalan santai, tabligh akbar, kesenian dan bazaar serta rapat umum.

## **METODE PENELITIAN**

Tipe penelitian ini adalah kualitatif yang diartikan sebagai rangkaian kegiatan atau proses menjangkau informasi, dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu obyek, dihubungkan dengan pemecahan masalah, baik dari sudut pandangan teoritis maupun praktis (Nawawi: 1994).

Analisis isi (*content analysis*) merupakan teknik penelitian alternatif bagi kajian komunikasi yang cenderung lebih banyak mengarah pada sumber (*source*) maupun penerima pesan (*receiver*). Pendekatan penelitian ini mengedepankan penyajian data secara terstruktur serta memberikan gambaran terinci tentang objek penelitian berupa pesan komunikasi. Pesan itu sendiri jika mengacu pada Leeuwen dan Jewit (dalam Birowo: 2004) terdiri dari komponen: *words, actions, pictures*, sehingga penelitian dengan teknik analisis isi sebenarnya memiliki wilayah yang luas untuk menggali problem-problem yang ada dalam objek penelitian komunikasi.

Penggunaan analisis isi tidak berbeda dengan penelitian kualitatif lainnya. Hanya saja, karena teknik ini dapat digunakan pada pendekatan yang berbeda (baik kuantitatif maupun kualitatif), maka penggunaan analisis isi tergantung pada kedua pendekatan tersebut. Berelson (dalam Birowo, 2004) mengidentifikasi dua kategori secara umum dalam analisis isi, yaitu; *substance* (isi dari pesan) dan *form* (bagaimana pesan itu disampaikan).

Untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan penelitian, maka penulis akan mencari data dan informasi melalui unit analisis sebagaimana berikut :

Pemberitaan yang berkait dengan kampanye calon kepala daerah propinsi Sumatera Utara Tahun 2013 di Surat Kabar Harian Waspada yang terbit mulai tanggal 19 Pebruari 2013 – 03 Maret 2013, pada halaman khusus liputan Kampanye Pemilihan Umum Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara Tahun 2013. Tanggal tersebut di ambil karena sesuai dengan Peraturan KPUD Sumatera Utara tentang Tahapan, Program dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara Tahun 2013 yang menetapkan masa Kampanye mulai tanggal 18 Pebruari 2013– 03 Maret 2013.

Dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan, pengamatan langsung serta wawancara langsung dan mendalam dengan fokus masalah di dalam penelitian yang dalam hal ini diwakili oleh kepala Humas Surat Kabar Harian Waspada. Dalam penelitian ini, teknik analisis penelitian yang digunakan adalah teknik kualitatif dengan menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough. Yakni:

*Analisis Mikrostruktur* (Proses produksi): menganalisis teks dengan cermat dan fokus supaya dapat memperoleh data yang dapat menggambarkan representasi teks. Dan juga secara detail aspek yang dikejar dalam tingkat analisis ini adalah garis besar atau isi teks, lokasi, sikap dan tindakan tokoh tersebut dan seterusnya.

*Analisis Mesostruktur* (Proses interpretasi): terfokus pada dua aspek yaitu produksi teks dan konsumsi teks.

*Analisis Makrostruktur* (Proses wacana) terfokus pada fenomena dimana teks dibuat,

## **HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Untuk melihat bagaimana media melakukan perannya dalam melakukan proses rekonstruksi hingga penyajian berita kepada masyarakat, dapat dilihat dari beberapa sub kategorisasi hasil pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.

### **A. Posisi Waspada Dalam Pemilihan Kepala Daerah Propinsi Sumatera Utara Tahun 2013.**

Hasil analisis terhadap 5 berita kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013 di Harian Waspada memperlihatkan bagaimana kompleksnya proses analisis isi (*content analysis*) terhadap teks berita. Sebab, pekerjaan redaksi di media tidak berada dalam ruang hampa dan bebas terhadap intervensi. Analisis terhadap teks berita kampanye di Harian Waspada setidaknya memperlihatkan bagaimana seharusnya memahami sebuah teks berita. Hampir keseluruhan ruang-ruang dalam teks berita masih didominasi oleh sumber berita yang berasal dari kalangan birokrat dan politisi. Sedangkan publik masih jarang tampil dalam ruang-ruang teks berita di media, sehingga counter wacana jarang tampil dalam teks media.

Disisi lain, harus diakui bahwa Harian Waspada, setidaknya berhasil menyampaikan beragam wacana yang terkait dengan isu-isu penting pembangunan Sumatera Utara di masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Meskipun, harus difahami bahwa persoalan yang diwacanakan media ketika mengkonstruksi realitas kampanye masih sebatas konsep dan jauh dari pemahaman secara konkrit bagi masyarakat. Seperti halnya, beberapa pemberitaan yang tidak mampu menggali lebih tajam terhadap program-program yang di sampaikan oleh pasangan calon yang ada. Namun, tidak jarang wacana yang dihadirkan melalui teks berita cenderung menghegemoni khalayak bukan malah mengedukasi pembaca.

Pada akhirnya, harus disadari jika pertarungan dalam redaksi dan organisasi media untuk menghasilkan sebuah teks tentunya dipengaruhi berbagai

faktor. Mulai dari individu wartawan itu sendiri, organisasi media, hingga kondisi sosial yang berada di luar organisasi media itu sendiri. Salah satu pengaruh yang cukup besar adalah persoalan capital atau modal, karena media sebagai institusi politik juga merupakan institusi ekonomi yang berusaha survive dengan mencari keuntungan. Mitra iklan, pelanggan atau kepemilikan akan memberikan warna terhadap produk media yakni teks berita. Begitu juga dengan sistem politik, walau tidak mengekang kebebasan media tetap saja akan memberikan dampak bagaimana media mempersepsikan sebuah realitas untuk disajikan ke dalam teks kepada pembaca.

## **B. Media dan Politik**

Politik dan media memang ibarat dua sisi dari satu mata uang. Media memerlukan politik sebagai makanan yang sehat. Media massa, khususnya harian dan elektronik, memerlukan karakteristik yang dimiliki oleh ranah politik praktis: hingar bingar, cepat, tak memerlukan kedalaman berpikir, dan terdiri dari tokoh-tokoh antagonis dan protagonis.

Media memang memiliki kemampuan reproduksi citra yang dahsyat. Dalam reproduksi citra tersebut, beberapa aspek bisa dlebihkan dan dikurangi dari realitas aslinya (adanya rekonstruksi pemberitaan). Kemampuan mendramatisir ini pada gilirannya merupakan amunisi yang baik bagi para politisi, terutama menjelang pemilu.

## **C. Peran Politisi Dalam Memanfaatkan Media Cetak**

Hubungan antara politisi dengan media massa dapat diibaratkan layaknya hubungan sepasang insan yang tengah dimabuk asmara, dimana ada rasa rindu dan juga tak terlepas adanya rasa benci ketika sesuatu ada yang diingkari. Rasa rindu muncul jika media massa telah lama tak kunjung memberitakan aktivitasnya sebagai politisi atau saat media tak menjadikannya sebagai narasumber untuk mengkritisi suatu persoalan publik yang tengah jadi bahan polemik. Sedangkan rasa benci muncul saat media mengkritisi kinerjanya sebagai politisi atau mengorek-ngorek kehidupan privasinya. Bagi politisi media massa memang

ibarat cermin di pagi hari. Lewat cermin di pagi hari para politisi dapat melihat seperti apa wajah mereka ditampilkan media massa.

Dari dua ilustrasi di atas melahirkan kesadaran pentingnya mengelola hubungan yang sehat antara politisi dengan media massa, tentu juga wartawan di dalamnya. Bukan rahasia lagi bahwa media bisa “membesarkan seseorang” dalam hitungan menit atau hari. Namun dalam hitungan yang sama, media juga dapat mengerdilkan seseorang sebagai pecundang, Media tak segan-segan mengaduk-aduk informasi yang bersifat publik maupun privat. Tujuannya semata-mata untuk mendelegitimasi figurnya sebagai politisi.

#### **D. Pasangan calon Kepala Daerah dan Kepentingan Media**

Sosok masing-masing kandidat dan partai pengusungnya secara tidak langsung memberikan pengaruh bagaimana media mengkonstruksi realitas kampanye dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013. Harian Waspada dalam konteks pemberitaan kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013 setidaknya berhasil menjalankan perannya sebagai salah satu institusi politik dan sosial.

Meskipun, harus diakui bahwa objektivitas murni akan sangat sulit dicapai karena media juga merupakan institusi ekonomi dan organisasi yang sarat dengan kepentingan dan pengaruh internal dan eksternal. Namun, hal paling menonjol dan menjadi trend kekinian adalah bagaimana nilai-nilai yang dominan dalam masyarakat juga mempengaruhi bagaimana realitas dikonstruksi dalam bentuk teks. Nilai itu tampil ketika teks yang dihadirkan lebih memberikan porsi kepada kelompok birokrat atau elit ketimbang terhadap kelompok-kelompok masyarakat yang harusnya mendapat ruang yang sama di media.

#### **E. Posisi Media dan Wartawan dalam Konstelasi politik**

Dalam melaksanakan perannya sebagai sebuah sumber informasi, media massa cenderung tidak jelas dalam mengambil posisi ketika konstalasi politik sedang berlangsung, bisa jadi tanpa sadar, sebuah media akan menjadi kaki tangan sebuah golongan. Media tidak jarang “diperdaya” oleh sebuah golongan tertentu,

tidak hanya pemilik media saja, tetapi golongan-golongan yang memiliki kepentingan menjadikan media sebagai sarana untuk membangun *hegemoni* dan menjadikan media sebagai kendaraan politiknya.

Di lain sisi, wartawan sebagai bagian penting dari sebuah media, juga memiliki hak untuk dapat berkumpul dan berorganisasi. Tak jarang wartawan juga turun aktif terlibat dalam partai politik. Sehingga dalam menampilkan/menyajikan pemberitaan cenderung bias dari realita yang terjadi pada sebenarnya. Dimana sebagai pekerja pencari berita, wartawan dituntut berani profesional dalam melaksanakan aktifitas liputannya, dan disisi lainnya wartawan yang aktif pada salah satu partai politik, pastinya juga akan membantu sosialisasi dan publikasi dari partai politiknya juga.

Meskipun Wartawan dan bahkan pemilik media memiliki hak untuk berkumpul dan berorganisasi pada partai politik sekalipun, alangkah lebih baiknya bilamana wartawan dan pemilik media sebaiknya memisahkan diri dari dunia politik. mereka harus memilih antara kedua ranah tersebut. Alasannya, keduanya memiliki fungsi dan idealisasi yang berbeda. Keduanya tak dapat berjalan seiringan karena tak selamanya kepentingan sebuah golongan politik menyuarakan kepentingan yang lebih besar atau nasional; sementara media yang menjadi kendaraan politik beroperasi secara lebih besar.

Sebab media yang berpolitik bisa menyesatkan para pembaca, pendengar, atau pemirsa. Sebab, pemilihan narasumber, pemilihan waktu atau ruang bagi suatu sosok atau peristiwa, serta keseimbangan pelaporan atas suatu fakta akan menjadi bias dengan sengaja. Yang menjadi lawan politik dari pemilik media dengan sendirinya akan tereliminir.

Jika kita melihat lebih dalam lagi, media sebenarnya memang takkan pernah bisa netral, baik secara teoritis maupun praktis. Dalam Analisis Wacana, pemilihan atas peristiwa apa yang menjadi headline, siapa yang menjadi narasumber, bahasa apa yang digunakan, atau sudut pandang apa yang dipakai dalam membaca fakta, semuanya adalah pilihan-pilihan yang tak terhindarkan oleh media yang bersangkutan. Informasi yang disebarkan oleh media bukanlah informasi yang bebas.

## **F. Media Massa Cetak dalam Menjalankan Fungsi Pengawasan dan Penyebaran Informasi**

Media massa dalam kesehariannya menjalankan fungsi pengawasan terhadap isu-isu penting publik yang tengah berkembang di masyarakat. Dengan demikian media menyediakan informasi publik yang dibutuhkan politisi sebagai sumber referensi atau pertimbangan dalam mengolah prioritas kebijakan publik yang menjadi tugas mereka sebagai politisi.

Dalam perkembangannya, media massa memang 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 diskursus bagi kepentingan berbagai kelompok sosial-politik yang ada dalam masyarakat demokratis.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan**

Sebagai penutup dari proses kajian yang dilakukan peneliti terhadap analisis isi teks berita kampanye Pemilihan Kepala Daerah Propinsi Sumatera Utara tahun 2013 di Harian waspada, ada beberapa poin penting yang menjadi kesimpulan bagi peneliti, yakni;

1. Dalam mengembangkan wacana melalui teks berita terkait pelaksanaan kampanye Pemilihan Kepala Daerah Propinsi Sumatera Utara tahun 2013 di Harian waspada, media cenderung menjadi ajang klaim dukungan. Media harusnya mampu membawa pencerahan dan mengedukasi khalayak pembaca, tetapi malah cenderung menghegemoni tanpa berupaya menciptakan ruang-ruang *counter hegemoni* yang harusnya ada dalam ruang media. Dalam konteks kampanye Pemilihan Kepala Daerah Propinsi Sumatera Utara tahun 2013 di Harian waspada, media cenderung penyambung lidah dan penyampai pesan para aktor politik untuk menyampaikan pesan-pesan politiknya.

2. Munculnya teks berita kampanye pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013 di Harian Waspada harus difahami sebagai sesuatu yang berbeda karena mengandung atau mencakup sebuah kondisi tertentu yang berbeda dari biasanya. Keseluruhan teks itu diproduksi dalam situasi kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Sumatera Utara tahun 2013 untuk meraih simpati rakyat dalam menentukan siapa yang bakal memimpin Propinsi Sumatera Utara selama lima tahun ke depan.
3. Dalam menghadapi dunia politik, media massa tak jarang menemui kesulitan-kesulitan tersendiri. Di satu sisi, media massa dituntut untuk melaksanakan fungsinya agar pembaca, pemirsa, atau pendengar kian memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir. Namun di sisi lain, pragmatisme ekonomi memaksa media mengadopsi logika politik praktis. Sebab media massa sangat berpengaruh di wilayah kehidupan sosial, budaya, ekonomi, hingga politik.

## B. Saran

Sebagai peneliti, beberapa saran yang dianggap penting untuk disampaikan terkait proses penelitian ini akan saya bagi menjadi dua hal, yakni;

1. Media harus mampu merubah paradigma dalam melakukan upaya rekontruksi terhadap sebuah realitas untuk dihadirkan kepada khalayak pembaca. Media setidaknya mampu menjadi penyeimbang terhadap wacana-wacana yang disampaikan aktor-aktor politik untuk menyajikan wacana tandingan dalam rangka memberikan dan menghasilkan yang terbaik untuk pembaca sehingga mampu menyajikan berita yang benar, tepat dan rasional. Sebab itu, media harus mampu menjauhkan dirinya menjadi alat pembenaran dan legitimasi serta klaim-klaim dalam kampanye politik. Selain merugikan media, hal itu juga akan menciptakan kotak-kotak dan menciptakan jurang pemisah antar khalayak karena lebih menonjolkan perbedaan. Apalagi jika perbedaan itu didasari kepentingan yang bersifat politis dan pragmatis.
2. Konsep *public sphere* yang menjadi bagian terpenting dari proses demokrasi idealnya menjadi bagian terpenting dari keberadaan media sebagai wahana diskusi yang bebas dari kepentingan dan tekanan apapun.

3. Harian Waspada sebagai media yang sudah memiliki nama dan pangsa pasar di Sumut, idealnya mampu mempersiapkan dan meningkatkan SDM awak redaksi untuk peningkatan kualitas berita. Namun hal itu juga harus dibarengi dengan peningkatan dan pemahaman terhadap independensi media dalam kaitannya untuk menghadirkan realitas yang jauh dari unsur subjektivitas dan faktual. Bukan berita yang elitis dan *talking news* yang selama orde baru menjadi trend pemberitaan media.
4. Sebagai media informasi dan pendidikan, sudah selayaknya media massa khususnya harian Waspada baik pemilik media maupun para wartawannya dapat tampil independen dalam menyajikan setiap pemberitaan yang ada, sehingga tidak terjadinya pemberitaan yang bias dalam setiap liputan beritanya. Meski harus diakui media massa sangat sulit untuk dapat menghindar dari keberpihakan di karenakan media massa juga merupakan salah satu lembaga ekonomi yang senantiasa menjaga keseimbangan pendanaan lembaganya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. (2003). *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Birowo, Antonius M. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Gitanyali
- Effendy, Onong. (2000). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Rosdakarya
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis.
- Fairclough, Norman, (1995), *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*, London, Longman.
- Nimmo, Dan. (1999). *Komunikasi Politik, komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT Rosda Karya
- Undang-Undang dan Peraturan Lainnya
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No 69 Tahun 2009 Pedoman Teknis Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Dan Wakil Kepala Daerah
- Surat Keputusan KPU Sumatera Utara Nomor: 05/Kpts/KPU-Prov-002/2012 tentang jumlah kursi dan jumlah suara sah untuk pasangan calon yang diajukan partai politik atau gabungan partai politik dalam pemilihan umum gubernur dan wakil gubernur Sumatera Utara tahun 2013

Jurnal:

Hamad, Ibnu. (2004), Media Massa dan Konstruksi Realitas Media, Thesis  
Volume III/No.1.

Media Cetak :

SKH Waspada tanggal 19 Pebruari sampai 03 Maret 2013.