



LAMPOST.CO

BERITA ONLINE LAMPUNG POST

(<http://lampost.co>)

0:23



ARINAL - NUNIK

LAMPUNG 2019-2024



[www.arinalnunik.com](http://arinalnunik.com)


ArinalNunik

IR. H. ARINAL DJUNAIDI
HJ. CHUSNUNIA

(<http://arinal.com>)

BERITA DETAILS

Home (<http://www.lampost.co>) / Halaman / Berita Details

2018

30 January



2192

Kategori Opini (kategori-opini)

Penulis Robi Cahyadi Kurniawan, Peneliti Pemilu, Dosen Ilmu Politik FISIP Universitas Lampung

Editor Iyar Jarkasih

Tags

[#opini \(hastag-opini\)](#)

[#lampungpost \(hastag-lampungpost\)](#)

[#pilkada \(hastag-pilkada\)](#)

Kejati Tunggu Perintah Kejagung Eksekusi Tiga Terpidana Mati (<http://www.lampost.co/berita-kejati-tunggu-perintah-kejagung-eksekusi-tiga-terpidana-mati>)

Apple Pasrah Nama Pendirinya Jadi Merek Celana Jeans (<http://www.lampost.co/berita-apple-pasrah-nama-pendirinya-jadi-merek-celana-jeans>)



Airlangga Lolos dari Reshuffle Kabinet (<http://www.lampost.co/berita-airlangga-lolos-dari-reshuffle-kabinet>)



Springhill Condotel Kembali Gelar Pesta Durian (<http://www.lampost.co/berita-springhill-condotel-kembali-gelar-pesta-durian>)



(<http://www.dmca.com/Protection/Status.aspx?ID=4c2341f7-088d-45ca-b6ce-90f8003787ab&refurl=http://www.lampost.co/berita-media-dan-pilkada>)

(<http://lampost.co>)

An advertisement for translation services. It features a red circular stamp that says "CERTIFIED" with a star. Below the stamp, the text reads "JASA PENERJEMAH PROFESIONAL & BERSERTIFIKAT". There is a yellow button that says "KLIK untuk DETAIL". At the bottom, there is a photo of a woman in a black blazer holding a notepad and pen, and a yellow banner with the website "www.solusipenerjemah.com".



Media dan Pilkada

(<http://lampost.co>)

TAHUN 2018 dianggap banyak pihak sebagai tahun politik, karena adanya perhelatan pemilihan gubernur dan pemilihan wali kota/bupati di seluruh Indonesia. Ajang ini menjadi lahan utama berita media. Korelasinya dengan pemilihan presiden dan legislatif tahun 2019 menjadikan momen pemilihan kepala daerah jilid tiga pada tahun 2018 menjadi krusial sebagai sebuah berita yang mempunyai nilai jual tinggi.

Pelibatan media dalam pemilihan umum sangat signifikan. Media konvensional maupun media sosial berbasis internet sangat berguna dalam kampanye dan menjadi suatu keharusan di era keterbukaan informasi. Kemenangan Obama bahkan Trump di USA juga SBY dan Jokowi dalam pilpres di Indonesia tidak terlepas dari peran politik virtual. Kegemaran masyarakat pemilih di Indonesia berselancar di media sosial juga dijadikan lahan untuk berkampanye dengan maraknya situs atau web pasangan calon menjelang pemilihan kepala daerah di tingkat lokal.

Kasus Lampung, misalnya, sejak beberapa bulan lalu berbagai media, baik konvensional maupun sosial (Facebook, WhatsApps, Instagram, Line, dll), sudah dengan gencar menyosialisasikan, menduetkan, mendukung, bahkan menghujat para kandidat calon kepala daerah (gubernur dan bupati). Pilgub Lampung, Pilbup Tanggamus, dan Pilbup Lampung Utara yang dihelat Juni 2018 sudah menjadi bahan pembahasan di berbagai media di Lampung bahkan sejak awal 2017 lalu.

Media dan Pesan

Peran media adalah memperluas pesan pada pemilih dan dapat menjadi materi kampanye. Pengaruh media terhadap proses kampanye disebabkan persepsi penggunaan bahasa. Bahwa bahasa yang digunakan orang menentukan sifat pikiran manusia. Ini berarti sebenarnya struktur realitas yang disajikan kepada seseorang dipengaruhi bahasa yang tersedia untuk mengonseptualkan dunia nyata yang dipersepsikan oleh orang itu.

Setiap media komunikasi memiliki gramatika, yaitu aturan kerja yang erat hubungannya dengan gabungan pancaindera. Setiap gramatika media dibiarkan untuk kepentingan indera tertentu, jadi dapat dikatakan media sebagai perpanjangan indera manusia, sehingga berakibat atau berdampak amat kuat bagi orang yang menggunakannya, misalnya akibat politik dari kampanye.

Mengapa orang memperhatikan media? Kemungkinan jawabannya adalah orang ingin memperoleh pengetahuan (informasi) atau memperoleh bimbingan (opini), kedua hal ini mengurangi ketidakpastian dan ketidakteraturan situasi pada si penerima (orang yang memperhatikan media). Dalam proses kampanye, publik mungkin saja tertarik dengan materi kampanye karena ingin memperoleh informasi dan juga opini. Tujuannya, lebih memantapkan pilihannya, membandingkan dengan yang lain, atau hanya memuaskan rasa keingintahuan.

Media juga memberikan kesenangan (just for fun). Kita berkomunikasi hanyalah demi kesenangan yang kita peroleh dari tindakan itu sendiri. Kegembiraan yang diperoleh dari orang yang mengobrol tanpa mengharap imbalan apa pun, hiburan menonton televisi tanpa tujuan, ataupun kepuasan dalam membaca.

Politik dari titik pandang publik dalam sisi ini tidak lebih dari sesuatu untuk dinikmati, yang menciptakan citra yang menggairahkan dan menyenangkan sehingga orang akan menikmatinya. Dalam kampanye via televisi, misalnya, apabila ada debat antarcalon kandidat, publik akan menikmati sebagai sebuah tontonan yang mereka anggap menyenangkan. Media juga dapat memenuhi kebutuhan manusia akan interaksi sosial. Peran para juru kampanye dengan menggunakan media diperlukan untuk menjalin ikatan emosional antarpublik dan calon.

Media dan Budaya

Dewasa ini tak dapat dimungkiri bahwa media juga dipengaruhi faktor industrial (industri media), sehingga faktor pemilik media dan juga faktor isu yang diusung berbeda-beda. Perbedaan serta pertarungan isu yang terjadi di media ikut menentukan opini yang diciptakan untuk dikonsumsi oleh publik, sehingga setiap media mengusung ideologi yang berbeda-beda. Perbedaan ini sah saja dan menjadi tempat untuk memperoleh informasi sebanyak-banyaknya bagi pemilih, sehingga pemilih dapat menentukan pilihan terbaiknya.

Hill & Sen (2000: 1—17) menuliskan dalam perkembangannya dewasa ini, media berupa koran, radio, dan televisi sebagai bentuk revolusi komunikasi pada masanya masing-masing. Media juga dapat berbentuk buku, sinema nasional, industri musik, dan internet. Mereka menamakan internet sebagai virtual politics. Media menggambarkan budaya sebuah komunitas tertentu yang mendiami sebuah wilayah, sehingga media dapat memengaruhi politik dari komunitas tersebut.

Media berfungsi menciptakan persuasi politik, yakni transaksi kreatif kepada komunikan (penerima pesan) yang menyusun tanggapan terhadap lambang-lambang atau simbol yang diberikan oleh persuader (pemberi/penyampai). Media berperan untuk membentuk citra berupa image (citra) politik tertentu dari kandidat, menyebarluaskan pembicaraan politik untuk menggiring opini publik yang akan meningkatkan popularitas dari kandidat.

Media memiliki peran sentral dalam kampanye. Selain memberikan informasi, media juga dapat menggiring opini publik untuk menilai, memperhatikan, dan memilih kandidat tertentu dalam kampanye. Dengan demikian, alam kognitif publik akan merekam dan akhirnya mengambil sebuah keputusan politik berdasarkan proses pengolahan berpikir.

Medsos dan Kampanye Hitam

Pendapat Saragih (2016) menarik dicermati. Beliau berpendapat berita-berita di media sosial (medsos) kerap berisi kebohongan, bahkan fitnah, dan adu domba terkait dengan isu-isu SARA. Kenyataan ini semakin meledak-ledak menjelang dan pada masa pemilu atau pilkada. Contoh kasus adalah kasus Ahok di Pilkada DKI Jakarta yang lalu.

Lebih lanjut beliau menuliskan medsos di Indonesia belum bisa diandalkan sebagai sumber utama berita atau informasi terbaru. Informasi heboh itu hanyalah karangan pekerja medsos dengan mengindahkan kode etik jurnalistik. Celakanya lagi, banyak televisi dan media daring yang menjadikan informasi itu sebagai sumber berita. Contohnya dalam berita ledakan bom di Slipi, Kuningan, dan Cikini.

Rekan penulis, Toni Wijaya (SHIELD Unila, 2016), di dalam paparan hasil penelitiannya mengingatkan kita bahwa menggunakan medsos harus berhati-hati dan cermat, informasi yang diperoleh terlebih dulu ditelaah dan tidak langsung dijadikan acuan, juga harus dibandingkan dengan media-media lain, apakah informasi itu benar atau bohong (hoaks).

Medsos terkadang dijadikan ladang untuk melancarkan kampanye hitam bagi lawan politik, khususnya menjelang pemungutan suara. Maraknya pertarungan udara antarpara kandidat saat masa kampanye sudah sering terjadi, guna menggiring opini publik.

Catatan yang perlu diperhatikan adalah hendaknya media (dengan beragam bentuknya) tidak terlibat dalam intrik politik praktis yang terlalu dalam. Koridor etika/kode etik media yang berdasarkan kode etik jurnalistik dengan fungsi utama menyebarkan kebenaran harus dijadikan tumpuan.

Media menjadi tembok untuk meredam cara-cara berkampanye yang tidak elok, misalnya dengan melakukan kampanye hitam (black campaign). Di sinilah amanah media terlihat sebagai sarana untuk memberikan informasi yang benar, lengkap, tepat dan dapat dipercaya, serta pendidikan politik bagi publik. Terima kasih.

DISKON Rp 15.000

Setiap belanja Rp 50.000
Produk HOME CARE



TERIMAKASIH ULUN LAMPUNG ATAS KESETIAANNYA

L LAMPUNG POST



L LAMPOST.CO



@lampostonline



sai100fm.com



@sai100fm

(<https://twitter.com/LampostOnline>)

BAGIKAN

Share

Comments

0 komentar

Urut Berdasarkan **Paling Lama**



Tambahkan Komentar...

Plugin Komentar Facebook



**Parfum Nikmat
Tiada Tara**

Iklan tokodualima



**Mukhlis Basri
Yakin PDIP 90%
Menang Pilgub**

lampost.co



**7 Gejala
Kolesterol
Parah**

Iklan jamkhoalami.com



**Poros Baru
Ridho-Herman**

lampost.co



**Jadi Mitra
GrabCar**

Iklan Grab



**Besaran Honor
Ketua Panwas
Kabupaten/Kota
Lampung...**

lampost.co



**Siapa Cagub-
Cawagub
Lampung...**

lampost.co



**Bupati Umar
Ahmad Pilih
Netral soal...**

lampost.co

TRANSLATE

Select Language ▼

BERITA TERPOPULER

Kevin/Marcus Kandaskan Juara Thailand Masters (berita-kevinmarcus-kandaskan-juara-thailand-masters)