

**KEBIJAKAN LEMBAGA PENYIARAN LOKAL JAWA BARAT
DALAM PENGELOLAAN PROGRAM SIARAN PEMILIHAN GUBERNUR
TAHUN 2013**

¹DADANG RAHMAT HIDAYAT, ²HENNY SRI MULYANI R

³ACHMAD ABDUL BASITH

Fakultas Ilmu Komunikasi – Universitas Padjadjaran

(alamat)

²hennysrimulyani@gmail.com

ABSTRAK

Pada masa kampanye pemilu anggota legislatif, presiden dan kepala daerah (pemilukada), media massa bersiap untuk menjadi saluran yang digunakan para peserta Pemilu dalam berlomba mempengaruhi masyarakat. Fenomena yang biasa terjadi ini menjadi menarik karena banyak terjadi media massa tidak mampu menjaga independensinya sebagai lembaga yang netral.

Penelitian ini bermaksud untuk melihat fenomena penyelenggaraan program siaran pada lembaga penyiaran lokal di beberapa kota Jawa Barat dengan tujuan untuk melihat kebijakan program siaran Pemilu dalam pemilukada Gubernur Jawa Barat tahun 2013. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar lembaga penyiaran berorientasi pada kepentingan bisnis dengan menggunakan slot yang ada, lembaga penyiaran digunakan sebagai saluran sosialisasi, kampanye dan beriklan secara proporsional, seimbang dan tidak berpihak, tidak ada pelanggaran terhadap ketentuan yang ada (P3SPS dan Kode etik jurnalistik) dan umumnya memberikan kesempatan beriklan sama untuk semua kandidat namun pada akhirnya tergantung pada potensi dan kekuatan finansial masing-masing kandidatlah yang menentukan.

Kata Kunci : *lembaga penyiaran, pemilukada, slot program siaran*

PENDAHULUAN

Media massa adalah salah satu sarana yang penting dalam proses komunikasi politik dalam fungsi sosialisasi dan edukasi politik bagi berbagai suprastruktur maupun infrastruktur sistem politik dimana pun. Peranan dan pengaruh media massa tidak dapat diabaikan oleh karena itu banyak dimanfaatkan, saat ini yang dipandang strategis adalah media penyiaran.

Saat ini hampir setiap keluarga di Indonesia memiliki radio dan televisi sehingga dapat dijadikan potensi penyampaian berbagai pesan dan program termasuk pesan politik dari para aktor politik .

Dalam suasana kampanye politik di masa menjelang Pemilihan Umum, merupakan hal yang biasa apabila pihak-pihak yang berkepentingan mencoba mempengaruhi masyarakat melalui media massa dalam penelitian ini lembaga penyiaran.

Keputusan Komisi Pemilihan Umum No. 01 tahun 2013 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Di dalam keputusannya, KPU mengatur tentang pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye merupakan penyampaian pesan-pesan kampanye oleh peserta pemilu kepada masyarakat melalui media cetak dan elektronik secara berulang-ulang berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya yang berisi ajakan, himbauan untuk memberikan dukungan kepada peserta Pemilihan Umum.

Oleh karena itu keputusan tersebut memberi ruang besar kepada para peserta Pemilu untuk menggunakan media massa sebagai salah satu saluran berkampanye. Pengaturan seperti ini di satu sisi dapat memberikan pedoman tapi juga rawan terhadap penyalahgunaan media massa, seperti promosi di mana biaya promosi dibebankan kepada peserta pemilu. Poin tersebut memungkinkan peserta pemilu untuk membuat materi siaran yang sangat dominan dan membeli kesempatan siarannya dengan uang yang cukup besar. Ini membuka kemungkinan media massa yang memprioritaskan keuntungan bisnis untuk menjadikan kampanye politik pihak tertentu sebagai bagian program siarannya yang dominan.

Isu ini dianggap mendesak (*urgent*) mengingat Indonesia di tahun 2014 menghadapi dua buah Pemilu yang sangat penting, yaitu Pemilu Presiden RI dan Pemilu Legislatif dan beberapa pemilukada. Penting untuk diteliti bagaimana media massa penyiaran bersikap dan berperilaku disaat suasana penuh dengan potensi konflik ini.

Dinamika penyelenggaraan penyiaran yang berkaitan dengan program siaran pemilu akan meliputi berbagai aspek yaitu dinamika yang terkait dengan lembaga penyiaran maupun dinamika internal dalam lembaga penyiaran tersebut. Penyelenggaraan penyiaran merupakan ranah media yang mensyaratkan berbagai norma atau aturan yang relatif ketat dibandingkan dengan penyelenggaraan media massa lainnya, karena penyelenggaraan penyiaran menggunakan frekuensi sebagai ranah publik. Dapat dikatakan bahwa penyelenggaraan penyiaran dikawal oleh aturan yang harus menjamin bahwa penyelenggaraan penyiaran memberikan manfaat sebesar- besarnya bagi publik itu sendiri.

Jumlah penduduk Provinsi Jawa Barat adalah sebanyak 43.053.732 jiwa yang mencakup mereka yang bertempat tinggal di daerah perkotaan sebanyak 28.282.915 jiwa (65,69 persen) dan di daerah perdesaan sebanyak 14.770.817 jiwa (34,31 persen) dan 32.536.980 orang yang punya hak pilih pada Pilgub Jabar 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang kebijakan lembaga penyiaran dalam menyelenggarakan siaran yang berkaitan dengan pemilu, khususnya pemilukada di Jawa Barat. Diharapkan akan diketahui berbagai aspek dalam penyelenggaraan penyiaran pemilu ini, seperti regulasi yang relevan serta kebijakan lembaga penyiaran dalam mengimplementasikan regulasi tersebut

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil berupa kajian deskriptif. Penelitian akan dilakukan terhadap objek penelitian berupa lembaga penyiaran lokal di Jawa Barat, lembaga penyiaran yang dimaksud adalah radio siaran dan televisi dengan konten berita cukup banyak.

Media massa penyiaran yang akan diteliti pada penelitian ini difokuskan kepada lembaga penyiaran radio dan televisi lokal di Jawa Barat dengan memperhatikan 5 wilayah pembangunan dan Bandung, adapun lembaga penyiaran tersebut adalah sebagai berikut:

- Bandung : BandungTV, PJTV, RADIO LITA DAN RADIO PRFM
- Cirebon : Cirebon TV dan Maritim FM
- Purwakarta : Jatiluhur TV
- Bogor : Megaswara TV dan Radio Lesmana
- Sumedang : ParTV dan Radio Jusyan

Data akan diperoleh melalui beberapa tahap dengan perincian sebagai berikut:

1. Observasi : Untuk mengetahui seperti apa lembaga penyiaran melakukan kegiatan di masa Pemilukada Gubernur Jawa Barat tahun 2013 khususnya akan dilakukan observasi atau pengamatan terhadap lembaga penyiaran terpilih di beberapa kota di Jawa Barat. Melalui pengamatan tersebut, peneliti akan menemukan ada tidaknya kelemahan kinerja siaran yang berujung pada objektivitas lembaga penyiaran serta sumber.
2. Untuk memperkuat hasil temuan deskriptif dan analisisnya, akan dilakukan wawancara mendalam terhadap penanggungjawab siaran atau produser program Pemilu di setiap media penyiaran.
3. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperkuat analisis hasil pengumpulan data lapangan melalui teori, konsep yang relevan yang terdapat dalam berbagai media cetak, buku, jurnal Ilmu Komunikasi atau Jurnalistik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemilihan umum Gubernur Jawa Barat 2013 dilaksanakan pada tanggal 24 Februari 2013 untuk memilih Gubernur Jawa Barat periode 2013–2018. Terdapat lima pasang kandidat yang bersaing dalam pemilihan umum ini, yaitu Dikdik Mulyana Arief Mansur dan Cecep Nana Suryana Toyib yang berlaga secara independen; Irianto MS Syafiuddin dan Tatang Farhanul dari Partai Golkar; Dede Yusuf dan Lex Laksamana yang diusung oleh Partai Demokrat, Partai Amanat Nasional (PAN) dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB); Ahmad Heryawan dan Deddy Mizwar yang diusung oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura);

dan Rieke Diah Pitaloka dan Teten Masduki yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP).

Media penyiaran mempunyai peranan dan pengaruh dalam penyelenggaraan pemilu sebagai media komunikasi politik untuk memperoleh apresiasi politik bagi kepentingan aktor-aktor politik dalam pemilu tersebut. Hampir dapat dipastikan bahwa dalam dinamika pemilu akan ada keterlibatan media komunikasi politik dalam berbagai dimensi dan tingkatannya.

Kebijakan Umum Lembaga Penyiaran

Lembaga penyiaran menyiapkan sejumlah langkah strategis dalam pengembangan program siaran. Selain membekali diri dengan aturan-aturan yang relevan, lembaga penyiaran juga mengembangkan berbagai jurus untuk mengembangkan kreativitas program khususnya untuk menggaet kerja sama iklan.

Momen pemilihan kepala daerah mendorong para pengelola lembaga penyiaran televisi dan radio untuk mengembangkan program siarannya. Pengembangan program tidak hanya untuk menyesuaikan kebutuhan khalayak akan informasi seputar pemilihan melainkan juga untuk mengakomodir kebutuhan para kandidat dalam menyosialisasikan diri.

Menghadapi masa Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, beberapa Lembaga Penyiaran (LP) di Jawa Barat bereaksi, khususnya orientasi pada bisnis dan konten siaran. Bagi lembaga penyiaran event pemilu layaknya “masa panen” iklan maka menyikapinya dengan antusias membuat program siaran yang memungkinkan untuk dapat sponsor. Ada pula yang sengaja membuat program khusus karena kebutuhan isi siaran, sebab LP nya memiliki program berita atau bahkan LP Berita, karena menurut pengelola LP tersebut, pemilukada sudah menjadi hajat bagi semua orang dan menyita perhatian masyarakat banyak sehingga untuk menarik perhatian masyarakat, mereka sengaja menyajikan siaran tentang pemilukada, bahkan beberapa LP membuat program siaran rutin mingguan dan harian.

Lembaga Penyiaran di Kota Bandung

Di Bandung sebagai ibu kota provinsi, sejumlah kandidat pasangan calon, melalui tim suksesnya cukup gencar dalam melakukan sosialisasi. Selain jumlah penduduk yang cukup besar, Bandung memang menjadi tolak ukur hasil pemilihan di Jawa Barat. Gencarnya upaya sosialisasi yang ditunjukkan oleh para calon melalui media massa, baik cetak maupun elektronik.

Seperti di radio PRFM Bandung misalnya, sejumlah pasangan calon rela mengeluarkan budget cukup besar. Pasangan Ahmad Heryawan dan Dedy Mizwar bahkan memasang berbagai jenis paket iklan yang ada di PRFM, mulai dari Spot Iklan, Time Signal, Talkshow, hingga menyponsori insert program. Menariknya, mereka yang memasang

iklan paling besar di PRFM, juga menjadi peraih suara tertinggi dalam pemilu. Urutan pertama pemasang iklan adalah Aher Dey Mizwar, kedua Rieke Diah Pitaloka dan Teten Masduki. Dalam hasil pemilihan pun dua pasangan ini juga berurutan mendapatkan suara terbanyak.

Tak hanya PRFM, di media radio lain seperti Lita FM Bandung, kemudian PJTV dan Bandung TV mereka juga sengaja menyiapkan program khusus untuk memfasilitasi banyaknya permintaan dari pasangan calon untuk sosialisasi. Selain kebutuhan konten program, sinyal ini akhirnya mereka akomodir demi kebutuhan pendapatan iklan media massa. Bandung TV mengemasnya dalam program “Menuju Pakuan” sementara PJTV mengemasnya ke dalam program “Jabar Memilih”

Pola siaran ada yang sengaja membuat program khusus baik berupa siaran talkshow maupun program berita, tapi pada umumnya menyisipkan siaran pemilu pada program reguler yang sudah ada. Contohnya di Lita FM Bandung, untuk info pemilu masuk pada program “Info Lita” yang disiarkan setiap pagi, biasanya berisi laporan-laporan tentang informasi terkini sesuai dengan segmentasi pendengarnya.

Pola siaran lain ada yang membuat program baru khusus pilukada Jawa Barat dan juga menyisipkan informasi-informasi pemilu ke program siaran yang sudah ada sebelumnya. Seperti yang dilakukan oleh PJTV, mereka membuat program talkshow khusus minggu yang berjudul “Jabar Memilih” berisi tentang info dan perbincangan pilukada Jawa Barat, selain itu juga menyajikan informasi tentang pemilu pada program siaran berita sore berdurasi 30 menit yang reguler ada di PJTV, baik dalam masa pilukada maupun tidak.



Lembaga Penyiaran Kota Cirebon

Di Cirebon sebagian besar pemilik maupun pengelola media menjadikan medianya sebagai saluran pemilu, khususnya orientasi pada aspek bisnis. Mereka secara merata menawarkan kepada seluruh calon untuk memasang iklan atau mensponsori program yang sudah ada. Ada yang bergerak agresif dengan mendekati seluruh calon baik secara langsung kepada pribadi yang bersangkutan maupun melalui partai dan tim sukses. Namun ada pula yang hanya mengakomodir jika diminta, dan tidak terlalu agresif untuk mengejar pasangan calon agar beriklan. Hal tersebut ditunjukkan oleh Radio Maritim

FM, yang mengaku bahwa siaran pemilu tidak terlalu menjadi fokusnya untuk disampaikan karena melihat segmentasi pendengarnya yang lebih meminati siaran music, namun mereka juga tetap menyajikan informasi ringan tentang siaran pemilu di Jabar hanya bersifat siaran pendek (Insert) yang dikemas secara ringan.

Di daerah penjurusan Timur Jawa Barat, Cirebon, para pemilik media tidak seperti di Bandung yang mendapatkan kue iklan dari Pemilu di Jabar 2013. Untuk Cirebon TV, mereka mengaku sudah menawarkan ke sejumlah tim sukses pasangan calon, namun pada akhirnya hanya tim sukses dari pasangan calon Yance -Tatang yang bersedia hadir. Sejumlah masyarakat sekitar menuturkan jika Cirebon TV memang identik dengan Golkar, karena sang pemilik merupakan ketua DPC Golkar Cirebon. Namun saat dikonfirmasi, pemilik Cirebon TV membantahnya. Menurutnya sebagai media ia sudah berusaha netral dengan memberikan kesempatan yang sama pada pasangan calon. Hanya saja ketika yang bersedia hadir hanya dari tim sukses Yance Tatang yang diusung oleh partai Golkar, dirinya tak bisa berbuat apa-apa.

Lembaga Penyiaran Kota Bogor

Di Bogor agak berbeda dengan kota lain karena secara umum pengelola Lembaga Penyiaran (LP) melihat event pemilihan gubernur sebagai hajatan pemerintah provinsi dan masyarakat Bandung sehingga kurang mengakar ke masyarakat di kawasan Bogor. Respon pengelola lembaga penyiaran di Bogor terhadap masa pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tergolong beragam, bagi mereka event pemilihan gubernur bukanlah “masa panen” iklan bagi lembaga penyiaran.

Pengelola lembaga penyiaran menilai tim sukses dan pengurus parpol daerah Bogor masih menitikberatkan pada kampanye luar ruangan sebagai ujung tombak sosialisasi kandidat gubernur dan wakil gubernur yang diusung. Alat peraga berupa spanduk, baligo ataupun selebaran masih menjadi andalan. Anggaran tim sukses untuk alat peraga pun ditengarai lebih besar daripada anggaran iklan di media massa.

Pengelola televisi Megaswara menyatakan bersikap netral dalam pemilihan gubernur Jabar. Secara politis dan bisnis, diakui tidak ada kaitan antara pengelola Megaswara TV dengan parpol maupun kandidat gubernur yang mengikuti Pemilihan gubernur 2013. Hal sama dinyatakan pengelola Lesmana FM. Bahkan, pengelola Lesmana FM menyiratkan seolah Pemilihan gubernur 2013 berada di luar ranah Lesmana FM. Radio yang bersegmentasikan anak muda dan keluarga ini dengan tegas menyatakan netral bahkan tidak terkait secara bisnis dan politis dengan tim sukses maupun parpol pengusung cagub/cawagub manapun.

Dalam hal iklan, meskipun seolah “jauh” dari hiruk pikuk pesta demokrasi Jabar, Megaswara TV mengantisipasi berlangsungnya masa pemilihan gubernur ini dengan menyiapkan paket iklan khusus pemilihan gubernur. Isi paket ini terdiri atas kombinasi

spot iklan, segmen dalam program news atau bahkan kontrak iklan di TV dan radio Megaswara sebagai satu paket bersama.

Menurut tim marketing Megaswara TV ada kesulitan pemasaran paket iklan pemilihan gubernur ini. Menurut mereka, meskipun tim marketing mendeteksi sejak awal, namun dalam beberapa kasus tidak bisa langsung menghubungi sasaran tim sukses kampanye pemilihan gubernur. Ini terjadi akibat kesalahan contact person atau aspek teknis lain.

Strategi yang dilakukan tim marketing Megaswara TV yaitu dengan pendekatan yang dikembangkan tim dengan mendekati pengurus DPC parpol, lalu biasanya dikenalkan ke pengurus pusat. Strategi lainnya secara insidental tim sukses pusat yang langsung mengontak marketing. Strategi kedua ini terjadi setelah cagub/cawagub datang ke Bogor dan bertemu wartawan Megaswara TV yang tengah meliput. Kondisi ini menunjukkan tim sukses cagub/cawagub tidak memahami peta LP di tingkat kabupaten/kota.

Di lembaga penyiaran Megaswara TV ternyata pasangan Irianto MS Safiudin dan Tatang Farhanul Hakim merupakan pasangan cagub/cawagub dengan nilai kontrak iklan terbesar di Megaswara TV (nilai kontrak unggul sekitar 30% dari kandidat lain) diikuti oleh Ahmad Heryawan-Dedi Mizwar, Rieke Dyah Pitaloka-Teten Masduki dan Dede Yusuf-Lex Laksamana.

Sementara LP Lesmana FM mengaku tidak memiliki strategi khusus menyambut masa pemilihan gubernur 2013. Tidak ada satu kandidat pun yang ditawarkan paket iklan dan pada akhirnya iklan yang terkait pemilihan gubernur hanyalah iklan sosialisasi tahapan pemilihan gubernur versi KPUD Jabar. Iklan jenis ini adalah iklan sosialisasi berbentuk PSA berbayar dengan tarif pukul rata ditetapkan KPUD Jabar.

Dalam program News, Megaswara TV menekankan aspek netralitas pemberitaan meskipun memiliki kontrak iklan dengan cagub/cawagub. Penentuan sikap Megaswara menghadapi pemilihan gubernur: independensi, tanpa SARA, tolak saling menjelekkkan antarkandidat. Untuk menjaga hal ini, terdapat SOP bagi kru: sudah standar, tiap ada surat edaran KPI-KPU langsung sosialisasi internal Program pemilihan gubernur disisipkan dalam segmen “sorotan Redaksi” format buletin berita, itemnya terkait pemilihan gubernur disisipkan dalam program Reguler “Dinamika Bogor”. Berita yang disajikan secara umum saja, memantau terkait dengan KPU di level kota/kab Bogor, anggaran persiapan, setiap tahapan dipantau, diliput dalam bentuk pemberitaan fakta yang ada di Bogor.

Keberadaan tim khusus yang meliput kampanye cagub/cawagub memang ada namun karena padatnya jadwal kampanye cagub/cawagub, jumlah kunjungan mereka ke kawasan Bogor relatif terbatas sehingga keberadaan wartawan yang menjadi anggota tim khusus kampanye lebih sering menganggur. Tim khusus yang intensif bekerja terutama yang ditempatkan di liputan kegiatan pencoblosan presiden dan public figure Bogor, namun tim ini hanya bekerja di hari H pencoblosan.

Kesempatan sosialisasi program cagub/cawagub secara gratis dalam talkshow yang disisipkan dalam program news diakui pengelola LP Megaswara TV tidak ditawarkan secara khusus ke seluruh kandidat. Dari semua kandidat yang ada, hanya Rieke Dyah Pitaloka yang menjadi narasumber acara talkshow di Megaswara TV secara gratis, hal ini karena acara itu berlangsung kebetulan saat Rieke tengah berkunjung ke studio.

Pengelola LP Lesmana FM memaparkan tidak ada segmen ataupun program khusus terkait Pemilihan gubernur 2013. Informasi pemilihan gubernur disajikan dengan membacakan informasi dari media baru (internet) dan sebaran yang dikeluarkan KPUD Jabar ataupun KPUD Bogor.

Berkaitan dengan respon khalayak, kedua pengelola LP di Bogor yang menjadi objek penelitian ini mengakui khalayak relatif pasif dalam menyikapi pemilihan gubernur Jabar 2013. Pengelola LP Megaswara TV mengakui tidak ada protes, tidak ada permintaan apapun dari penonton terkait informasi yang disajikan. Bahkan secara terang-terangan antusiasme khalayak lebih terasa pada pemberitaan pilkades sampai Megaswara TV menyajikan program khusus liputan pilkades bertajuk “Hiruk Pikuk Pilkades”.

Pengelola LP Lesmana FM juga menyatakan hal yang sama. Minimnya informasi terkait pemilihan gubernur 2013 di radio ini ternyata tidak mendapat respon sama sekali dari khalayak. Tidak ada protes, permintaan ataupun respon lain terkait pemilihan gubernur 2013. Hal ini menjadikan pengelola LP Lesmana FM menyajikan info pemilihan gubernur sekedar selingan diantara informasi lain yang rutin disajikan.

Lembaga Penyiaran Kota Sumedang

Tak jauh berbeda, di Sumedang yang lokasinya tidak terlalu jauh dari Kota Bandung, pengelola media massa penyiaran yang diwawancarai oleh peneliti juga menerapkan kebijakan khusus saat menghadapi Pilkada. PAR TV dan Jusan FM mengaku berkoordinasi dengan lembaga-lembaga berwenang terkait penyiaran program Pemilukada Provinsi Jawa barat tahun 2013 dengan menghadiri sosialisasi yang digelar KPU Provinsi maupun KPID Jawa Barat. Selanjutnya dilakukan sosialisasi internal yang menjadi dasar dan pedoman pengembangan program siaran terkait Pemilukada. PAR dan Jusan FM menggunakan arahan sebagai pedoman menyeleksi dan mengevaluasi materi (khususnya iklan) yang datang dari tim sukses kandidat.

Lembaga Penyiaran Kota Purwakarta

Untuk Jatiluhur TV Purwakarta, juga memberikan kesempatan pada pasangan calon untuk dapat menggunakan *air time* yang mereka miliki sebagai media beriklan. Hasilnya mereka mendapatkan bagian iklan kampanye pemilukada Jabar, tetapi porsinya tidak lebih besar. Karena berdasarkan keterangan narasumber, Jatiluhur TV tidak menyiapkan program khusus, hanya saja program biasa yang biasa digunakan untuk siaran kriminal, diganti bumper in dan bumper out programnya saja

Mereka sudah mencoba menawarkan ke semua pasangan calon, hanya saja dari target meraup penghasilan minimal 10 juta dari setiap pasangan calon tidak dapat terpenuhi. Menurutnya, karena tak banyak pasangan calon yang jor-joran berkampanye di daerah ini, namun tercatat pasangan Yance yang sudah dari jauh hari beriklan di Jatiluhur TV, sementara pasangan Aher baru tiga bulan sebelumnya. Jadi hanya dua pasangan tersebut yang beriklan di Jatiluhur TV.

Secara umum, kebijakan lembaga penyiaran yang berkaitan dengan program siaran pemilukada Gubernur Jawa Barat adalah sebagai berikut:

- a. Beberapa lembaga penyiaran membuat kebijakan khusus, namun sebagian besar tidak dan kebijakan tersebut diwujudkan dalam bentuk program siaran.
- b. Program siaran yang berkaitan dengan siaran pemilukada Gubernur diwujudkan dalam program news dan iklan, baik yang dibuat khusus maupun tidak.
- c. Porsi frekuensi dan durasi dilakukan secara seimbang sesuai dengan ketentuan. Jika akhirnya tidak seimbang antara lain disebabkan masalah teknis dan kesempatan para kandidat serta pemanfaatan alokasi iklan berdasar anggaran masing-masing kandidat.
- d. Beberapa lembaga penyiaran berkoordinasi dengan lembaga-lembaga berwenang terkait penyiaran program Pemilukada Provinsi Jawa barat tahun 2013 dengan menghadiri sosialisasi yang digelar KPU Provinsi maupun KPID Jawa Barat. Selanjutnya dilakukan sosialisasi internal yang menjadi dasar dan pedoman pengembangan program siaran terkait Pemilukada.
- e. Beberapa Lembaga penyiaran menyeleksi dan mengevaluasi materi (khususnya iklan) yang datang dari tim sukses kandidat.

Mengacu kepada fenomena yang telah disampaikan, maka kecenderungan lembaga penyiaran dalam penyelenggaraan program siaran pemilihan gubernur Jawa Barat sebagai berikut:

- a) Kecenderungan lembaga penyiaran digunakan oleh pemilik untuk menjadi saluran pemilukada gubernur Jawa Barat. sebagian besar berorientasi kepada kepentingan bisnis dengan menggunakan slot yang ada bagi sarana kampanye calon calon.
- b) Penggunaan lainnya adalah untuk menjadikan lembaga penyiaran masing-masing sebagai media yang dianggap turut serta dalam pilkada gubernur Jawa Barat oleh audience/ masyarakat.
- c) Lembaga penyiaran yang digunakan bagi saluran sosialisasi, kampanye, dan iklan digunakan secara proporsional, seimbang, dan tidak berpihak secara mencolok atau terbuka. artinya, ada juga lembaga penyiaran yang dinilai secara personal (pemilik/pengelola) berpihak atau mempunyai kedekatan kepada

salah satu calon namun tidak terlalu tampak dalam program siaran (kasus Cirebon tv dan Lita FM)

- d) Meski tidak berpatokan kepada ketentuan tentang penyelenggaraan pemilu di lembaga penyiaran dapat dikatakan tidak ada pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan yang ada (P3SPS KPI dan Kode Etik Jurnalistik).
- e) Ada sebagian masyarakat yang menilai lembaga penyiaran mempunyai kecenderungan keberpihakan setelah menyaksikan atau mendengar lembaga penyiaran tertentu karena porsi durasi dan frekuensi calon tertentu lebih daripada yang lainnya.
- f) Umumnya lembaga penyiaran memberikan kesempatan beriklan yang sama kepada semua kandidat. namun pada akhirnya potensi dan kekuatan finansial masing-masing kandidatlah yang menentukan. sementara ini lembaga penyiaran beranggapan memberi kesempatan yang sama sebagai memberi penawaran paket iklan dengan *pricelist* yang serupa.
- g) Animo masyarakat setempat lebih tinggi pada ajang pemilihan kepala daerah lokal. di Sumedang misalnya. tahapan pemilu provinsi bersamaan waktunya dengan pemilihan pasangan bupati dan wakil bupati Kabupaten Sumedang. bahkan hari pemilihan berlangsung di hari yang sama. hal ini berimbas pada lembaga penyiaran yang lebih fokus pada penyiaran informasi seputar detail kegiatan pemungutan suara bagi cabup dan cawabup ketimbang cagub dan cawagub.
- h) Keberpihakan atau kecenderungan pemberian kesempatan yang berbeda kepada kandidat dapat dipengaruhi juga oleh orientasi, kedekatan dan kepentingan pemilik dan atau pengelola lembaga penyiaran bersangkutan
- i) Lembaga penyiaran di Jawa Barat dapat menjaga situasi kondusif di tengah potensi konflik dalam pemilihan Gubernur Jawa Barat 2013. Meski bukan penerapan dari Jurnalisme damai, namun relatif sudah mempertimbangkan dampak program siaran yang dapat menimbulkan sengketa atau konflik di tengah-tengah masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

Penggunaan lembaga penyiaran untuk kepentingan pemilu sudah diatur dalam berbagai aturan penyiaran dari KPI dan KPU. Aturan tersebut perlu diketahui dan dilaksanakan oleh penyelenggara penyiaran.

Penyikapan dan kebijakan lembaga penyiaran di Jawa Barat terhadap pemilihan gubernur Jawa Barat sebagian ditunjukkan melalui program siaran, baik yang dirancang secara khusus maupun bersamaan dengan program-program siaran yang sudah ada. Bentuk program siaran berupa program siaran berita, talkshow dan iklan.

Saran

Perlu adanya sosialisasi kepada lembaga penyiaran dikarenakan ada dugaan beberapa lembaga penyiaran tidak menyelenggarakan program siaran sesuai ketentuan. Ada kemungkinan bahwa ketidakpautuhan atau ketidaksesuaian karena belum tersosialisasikannya berbagai aturan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Firmansyah. 2004. "Radio Meliput Pemilu 2004" dalam *Radio dan Pemilu 2004*. Friedrich Naumann-Stiftung .

Jonathan, Errol. 2004. "Manajemen Penyiaran Pemilu 2004 di Radio" dalam *Radio dan Pemilu 2004*. Friedrich Naumann-Stiftung

Kovach, Bill and Tom Rosenthal, 2001, *The Elements Of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, New York: Crown Publisher

Lindlof, Thomas R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication Inc.

McQuaill, D, 1987, *Mass Communication Theory*, London: Sage Publication Inc

Muhadjir, Prof. Dr. H. Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin

Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Notosusanto, Smita. 2004. "Sistem Pemilu 2004" dalam *Radio dan Pemilu 2004*. Friedrich Naumann-Stiftung

Sudibyoy, Agus. 2001. *Kabar-Kabar Kebencian*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi (ISAI)

Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnalisme Damai (Meretas Ideologi Peliputan di Area Konflik)*. Jakarta: P_Idea

Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran

Undang-undang No 8 tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

Peraturan KPI No. 01/P/KPI/03/2012 tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran

Peraturan KPI No. 02/P/KPI/03/2012 tahun 2012 tentang Standar Program Siaran

Peraturan Dewan Pers Nomor: 6/Peraturan-Dp/V/2008 Tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/Sk-Dp/Iii/2006 Tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers

Peraturan KPU No. 01 tahun 2013 tentang 2013 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kampanye Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.