

momen pemilu sebagai ajang partisipasi dengan memberikan hak suara mereka kepada partai dan tokoh yang mereka sukai atau gandrungi. Informan dan partisipan dari pihak pemilih pemula ialah sebagai berikut :

- 1) Ilmi Abisri atau akrab disapa Ilmi ialah seorang mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Berusia 23 tahun berjenis kelamin laki-laki. Beralamat di Jl. Bronggalan Sawah 4J No. 15, Tambaksari, Surabaya.
- 2) Franky ialah laki-laki berusia 25 tahun yang berprofesi sebagai pelatih tari cherleders dan EO. Ia tinggal di Jl. Pacar Kembang IX No. 16, Tambaksari, Surabaya. Franky mengaku tim Cheersnya pernah dikontrak dalam acara kampanye partai Nasdem dan sebagainya.
- 3) Arizki atau karib disapa Riris, jenis kelamin perempuan dengan usia 21 tahun. Ia merupakan seorang mahasiswi di STIKOSA AWS. Ia beralamatkan di Jl. Bronggalan Sawah 4F, Tambaksari, Surabaya.
- 4) Nurul Mahardi atau akrab disapa Mahar dengan jenis kelamin laki-laki berusia 24 tahun ialah seorang karyawan swasta dengan alamat Jl. Gubeng Masjid I No. 40, Tambaksari, Surabaya.
- 5) Taufiq Setiono atau karib disapa Taufiq ialah seorang laki-laki berusia 28 tahun memiliki pekerjaan pengusaha Laundry.

- 3) Bapak Asyik Supriyadi atau Asyik berusia 52 tahun ia berprofesi sebagai tim keamanan perumahan. Ia tinggal di Jl. Bronggalan Sawah IX No.01, Tambaksari, Surabaya
- 4) Bapak Jadi Pardi atau karib disapa Pardi berusia 63 tahun berprofesi sebagai pegawai Swasta ia beralamatkan di Jl. Bronggalan 2A No. 49, Tambaksari, Surabaya.
- 5) Bapak Sumali berusia 45 tahun, ia memiliki profesi sebagai petugas sedot WC. Ia beralamat di Jl. Bronggalan Timur III No. 103, Tambaksari, Surabaya. Ia mengaku pernah menjadi simpatisan kampanye Jokowi-JK.

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian disini adalah Media Metro Televisi dalam pencitraan Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Dalam hal ini media Metro TV yang adalah televisi swasta yang dimiliki oleh Surya Paloh dari partai Nasional Demokrat (NASDEM). Perlu diketahui partai Nasdem merupakan salah satu partai koalisi pendukung tim Joko Widodo dan Jusuf Kalla untuk maju di kursi presiden. Pada kampanye pemilu presiden 2014 baik sebelum ataupun sesudahnya Metro TV selalu menghadirkan tayangan seputar Joko Widodo dan Jusuf Kalla, baik dalam bentuk berita, iklan, ataupun talkshow. Mayoritas pemberitaannya pun merupakan hal yang baik juga mayoritas seputar profil capres. Sementara pemberitaan mengenai Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa jumlahnya tidak banyak.

Dari pernyataan-pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *image* atau citraan Joko Widodo dan Jusuf Kalla, walaupun pada prakteknya yang dilihat oleh masyarakat ialah lebih kepada sosok Joko Widodo ketimbang Jusuf Kalla. Pasangan capres dan cawapres tersebut dihadirkan oleh Metro TV sebagai sosok yang baik. Dalam hal ini memiliki sifat yang pro-rakyat, sederhana, bisa mengayomi masyarakat menengah kebawah dan memiliki *track record* politik yang baik.

3. Implikasi Pencitraan Capres Jokowi-JK di Metro TV Bagi Daya Pilih Masyarakat

Pada kasus ini diharapkan akan mengungkap implikasi atau akibat dari pencitraan yang dilakukan oleh Metro TV pada masa kampanye presiden pada setiap tayangannya. Yakni citra positif bagi pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla dengan sesekali mengungkap *track record* pasangan Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa. Apakah sebenarnya apa yang ditayangkan oleh Metro TV memiliki andil pada keputusan masyarakat untuk memilih pasangan nomer urut dua pada pemilihan umum presiden 2014.

Berikut hasil wawancara yang peneliti ambil dari objek yang berbeda

Mayoritas pemilih pemula seperti yang telah dibahas pada bagian sebelumnya termasuk orang yang jarang menonton televisi. Atau menonton secara sekilas dan seperlunya saja, mereka juga

pernyataan mereka jika sudah memiliki pilihan sebelum kampanye berlangsung, seperti yang diutarakan oleh Taufik Setiono.

“Saya taunya ini pak Jokowi ini yah sejak diberitakan jadi gubernur itu mas. Dan ternyata nyalon presiden yah cocok lah”

Dapat diketahui bahwa pemilih pemula walaupun secara tersirat menyatakan bahwa mereka memutuskan untuk memilih pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla setelah melihat pemberitaan atau informasi yang ada di televisi baik dalam waktu yang lama atau singkat. Baik di Metro TV ataupun di televisi lainnya. Dan mereka mengaku jika melihat Metro TV ialah untuk memperoleh informasi tambahan karena apa yang diberitakan oleh Metro TV ialah berita yang baik-baik akan pasangan capres dan cawapres yang akan mereka pilih.

Begitu pula dengan pemilih dari kalangan dewasa baik pria maupun wanita. Meskipun masing-masing individu dalam hal ini memiliki kapasitas menonton televisi yang berbeda. Dimana pemilih dewasa wanita terutama yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga akan lebih sering menghabiskan waktunya dihadapan televisi dibandingkan dengan pemilih dari pihak laki-laki yang kegiatannya lebih banyak bekerja. Mereka memiliki implikasi yang sama setelah menonton acara yang ditayangkan oleh Metro TV mengenai Joko Widodo dan Jusuf Kalla.

“Iya sering nonton, seneng beritanya saya itu mas, enak di dengar. Beritanya Jokowi itu enak didengar terus masuk. Ya saya seneng beritanya, saya seneng Jokowi”

Pihak pemilih dewasa wanita memang merupakan penonton pasif yang mendapatkan informasi dari satu sumber saja. Dan mereka kebanyakan menggunakan informasi tersebut sebagai patokan. Dari apa yang mereka tonton sehari-hari baik saat kampanye pemilu ataupun sebelumnya mengenai kepribadian capres dan cawapres.

Dalam hal ini pemilih dari kalangan ibu-ibu terutama bagi mereka yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga televisi merupakan sarana informasi yang utama. Ibu Riami mengaku jika terdapat perbedaan pilihan antara ia dan suaminya karena suaminya memilih pasangan nomer urut satu. Hampir setiap hari ia berdebat dengan suaminya dan ia pun selalu menonton TV untuk sumber wacana debatnya dengan sang suami. Hal ini juga dipertegas dengan tujuan ibu-ibu ini menonton TV khususnya Metro TV.

Pemilih dari kalangan dewasa wanita kebanyakan sebelumnya sudah yakin akan memilih Joko Widodo dan menonton Metro TV karena mereka ingin mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai kandidat.

Begitu pula dengan pemilih dari kalangan dewasa pria karakter menonton TV kalangan dewasa pria terbilang orang yang jarang menonton TV namun memiliki riwayat pengetahuan yang

hanya percaya pada satu media saja. Namun karena mereka memilih untuk mendukung Jokowi-JK secara mau tidak mau mereka akan menonton Metro TV karena hanya Metro TV yang benar-benar pro-Jokowi dan JK.

4. Paparan Hasil Observasi

Demi memperkaya informasi mengenai penelitian ini, peneliti sebelum melakukan wawancara terlebih dahulu melakukan observasi. Selama melakukan observasi peneliti menemukan beberapa fakta dilapangan. Pertama, dari perbincangan dengan beberapa masyarakat yang tinggal disana terutama pada ketua RT, masyarakat di Kecamatan Tambaksari khususnya di Kelurahan Bronggalan hampir 100 % memilih pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Bahkan disalah satu RW seluruh warganya memilih pasangan dengan nomor urut dua. Sayangnya saat dikonfirmasi kepada pihak RW, dari pihak tersebut terkesan menutup-nutupi, karena ketua RW tersebut termasuk salah satu tim sukses Jokowi-JK dan tidak mau berkomentar banyak.

Kedua, menurut ketua RT setempat hasil pemilihan umum di wilayahnya terbilang aman dan tidak ada kecurangan. Bahkan hampir tidak ada peraga kampanye yang terpasang di RT nya karena ia tidak mengizinkan suara warganya terkontaminasi oleh *money politic* dan sebagainya. Sehingga apa yang dihasilkan dalam pemilu presiden 2014 ialah murni hati nurani rakyat. Ketua RT

Pemilih dewasa wanita dalam hal ini memang merupakan informan dengan kapasitas menonton televisi paling sering. Dari hasil wawancara dengan ibu-ibu mayoritas mengetahui segala macam informasi mengenai Joko Widodo dan Jusuf Kalla hanya melalui televisi dan hal ini cukup memberikan implikasi pada pandangan mereka kepada pasangan nomer urut 2 tersebut.

Pemilih dewasa pria memiliki kapasitas yang berbeda, bagi mereka yang bekerja wiraswasta dan jarang keluar rumah akan lebih gandrung menonton televisi dan paham betul mengenai kandidat Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Sementara mereka yang bekerja diluar rumah tetap menyaksikan dan mendapatkan informasi melalui televisi namun disertai dengan informasi tambahan lainnya seperti membaca koran ataupun berdiskusi dengan rekan se-profesinya.

Dapat diambil kesimpulan dari seluruh data dan informasi yang didapatkan baik dari informan maupun tayangan-tayangan yang disiarkan oleh Metro TV sedikit banyak mampu mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk memilih kandidat baik itu dalam jangka waktu yang lama maupun pendek. Metro TV dalam hal ini lebih mengemas informasi seputar Joko Widodo dengan lebih rapi dan bersih jauh dari kesan murahan. Hal ini juga tergantung dari sejauh mana pengalaman media tersebut.

Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka telah mengetahui kepribadian Joko Widodo semenjak menjabat sebagai Walikota Solo dan di ekspose oleh media. Sejak saat itu pula mereka menyukai capres tersebut. Bagi mereka pribadi Jokowi dan JK yang digambarkan oleh televisi cukup pantas untuk menjadi presiden dan wakil presiden. Informan mengaku tidak menyukai Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa karena di TV One kedua pasangan tersebut memang selalu di ekspose baik namun tidak untuk Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Hal tersebut berbeda seperti apa yang ditampilkan oleh Metro TV, mereka memang mengekspose Joko Widodo dan Jusuf Kalla namun tidak menjatuhkan kubu lawannya.

6. Interpretasi

Dengan berbagai keterangan melalui observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Interpretasi masyarakat pada pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang ditampilkan oleh Metro TV ialah pasangan capres tersebut memiliki kepribadian yang baik. Terlebih masyarakat juga lebih mempercayai berita yang ditampilkan oleh Metro TV karena televisi ini lebih berpengalaman dalam memberikan pemberitaan dan tidak terkesan berlebihan apalagi membumbui dengan *black campaign*.

empati dan simpati penonton yang memiliki rasa kemanusiaan sehingga tertarik untuk memilih Joko Widodo selain ia juga memiliki citra tersendiri yang kuat.

Singkatnya dapat dinyatakan apabila tayangan Metro TV mengenai pasangan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla mampu membuat penonton Televisi tersebut memilih kandidat, namun dalam waktu yang lama. Dalam hal ini *brand* Jokowi sebagai sosok yang sederhana dan merakyat juga sangatlah berpengaruh pada keputusan masyarakat. Karena *brand* yang dibentuk oleh tim sukses Jokowi ialah orang yang merakyat dan sama seperti rakyat pada umumnya sehingga mereka anggap Jokowi layak jadi presiden karena dianggap dapat mengerti keinginan masyarakat khususnya menengah kebawah.