

## CITRA AKTOR POLITIK PILKADA GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR PROVINSI MALUKU UTARA TAHUN 2018

<sup>1</sup>Burhan Bungin, <sup>2</sup>Nurlaela Syarif, <sup>3</sup>Monika Teguh, <sup>4</sup>Tasya Devi Rossafine

Universitas Ciputra Surabaya<sup>134</sup>, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara<sup>2</sup>  
Email: <sup>1</sup>burhan.bungin@ciputra.ac.id, <sup>3</sup>monika.teguh@ciputra.ac.id

---

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Keywords:

Social Construction,  
Mass Media, Imaging,  
Regional Head Election

*North Maluku is the youngest province in Indonesia which has begun to carry out democracy through the Election of Regional Heads (Pilkada). One of the largest regional elections in North Maluku is the Governor's Election. Unfortunately the Governor's Election that has been running so far has been colored by various problems. Symbolic violence such as black campaigns by bringing down political opponents using ethnic and primordial issues sprang up. In addition, the ability of figures to build the image of political actors who have power and influence also makes people accept the results of regional elections that are full of disputes. Coupled with the condition of the mass media that have a tendency to take sides because of certain interests, the existence of social construction on the image of political actors is getting stronger. This study wants to see how the image of political actors is constructed. Through the Focused Group Discussion method with the parties involved it was found that social construction of reality had happened through the role of mass media. Although there are social constructions conveyed by the mass media, the community has its own ability to build that image in itself through the power of interaction and communication as well as through the power of other media such as social media.*

---

### 1. PENDAHULUAN

Di tahun 2018, Provinsi Maluku Utara sebagai provinsi termuda di Indonesia melaksanakan Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) serentak yang juga diikuti oleh 171 daerah lain di Indonesia. Pada saat dilaksanakan Pilkada serentak tersebut, terdapat sebanyak 747.388 pemilih tetap yang terbagi dalam sepuluh Kabupaten/Kota yaitu Halmahera Barat, Halmahera Tengah, Halmahera Timur, Halmahera Selatan, Halmahera Utara, Kepulauan Sula, Kota Ternate, Kota Tidore Kepulauan, Pulau Morotai, dan Pulau Taliabu (Komisi Pemilihan Umum, 2018).

Menurut sejarahnya, Maluku Utara telah melaksanakan Pilkada Gubernur sebanyak tiga kali, yaitu pada tahun 2002, 2008, dan 2013. Dalam setiap Pilkada Gubernur tersebut ditemukan adanya permasalahan yang menyangkut isu-isu agama, isu-isu etnis, keberpihakan pada golongan, dan kecenderungan untuk mempertahankan reputasi personal. Permasalahan pertama muncul pada Pilkada Gubernur tahun 2002 dimana pasangan calon Thaib Armayin dan Madjid Abdullah berhadapan dengan pasangan calon Abdul Gaffur dan Yamin Tawari. Pilkada tersebut sampai harus diulang tiga kali yang dimenangkan oleh pasangan Abdul Gaffur dan Yamin Tawari. Namun saat dimajukan ke Mahkamah Agung, diputuskan kemenangan tersebut dianulir karena adanya indikasi kecurangan yang membuat pasangan Thaib Armayin dan Madjid Abdullah keluar sebagai Pemenang Pilkada Gubernur 2002 (Syarif, 2018). Hal serupa terulang lagi pada Pilkada Gubernur Maluku Utara 2008 yang berlangsung selama satu tahun dan menjadi Pilkada terlama di Indonesia. Pada Pilkada ini pasangan calon Thaib Armayin dengan Abdul Gani Kasuba berhadapan lagi dengan pasangan Abdul Gafur dan Abdul Rahim Fabanyo. Setelah terjadi berbagai sengketa dimana pihak Gafur-Rahim merasa bahwa pihaknya dicurangi, Thaib-Gani tetap terpilih sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara kala itu (Kompas, 2008).

Pada tahun 2013 Pilkada Gubernur di Maluku Utara masih diwarnai berbagai masalah. Salah satunya adalah dilakukannya politik uang oleh tim pemenangan dari pasangan calon Ahmad Hidayat Mus-Hasan Doa. Tim pemenangan pasangan calon tersebut membagikan sejumlah uang di Tempat Pemungutan Suara (TPS) dengan dalih bahwa dana tersebut adalah untuk mendukung operasional para relawan (Karim, 2013).

Kemudian juga terdapat pemalsuan dokumen yang mengarah pada penggelembungan suara di delapan kecamatan di Pulau Sula. Dokumen C1 (TPS), DA1 (desa) dan DA (kecamatan) di Pulau Sula tersebut penuh dengan tipp-ex dan penebalan sehingga didapatkan hasil Ahmad Hidayat Mus-Hasan Doa unggul dengan perolehan suara 50,97 persen. Hal ini membuat pasangan lawannya Abdul Gani Kasuba-Muhammad Natsir Thaib mengajukan tuntutan ke Mahkamah Kontitusi. Pada akhirnya Pilkada Gubernur 2013 dimenangkan oleh Abdul Gani Kasuba-Muhammad Natsir Thaib (Ferri, 2013).

Pada tahun 2018 Abdul Gani Kasuba berpasangan dengan Al Yasin kembali maju dalam Pilkada Gubernur. Lawan mereka tidak lain adalah Ahmad Hidayat Mus, yang menjadi rival Kasuba dalam Pilkada Gubernur 2013, berpasangan dengan Rivai Umar. Pilkada Gubernur kali ini pun tidak lepas dari sengketa seperti yang terjadi pada Pilkada sebelumnya. Kali ini pihak Kasuba-Yasin lagi-lagi mengajukan tuntutan hukum kepada Mus-Umar yang dianggap menang dengan cara-cara curang seperti mengusir saksi dari pasangan calon lain, melakukan politik uang, memutasi aparat sipil negara, dan memanipulasi data suara lagi (Setiawan, 2018). Setelah konflik berkepanjangan maka Pilkada Gubernur tahun 2013 diputuskan melalui rapat pleno KPU Maluku Utara yang memenangkan pasangan Kasuba-Yasin (Yamin, 2018).

Dalam konflik-konflik Pilkada tersebut, terdapat berbagai praktik kekerasan simbolik. Kampanye hitam dengan cara menjatuhkan lawan politik menggunakan isu-isu etnis dan primordial bermunculan selama masa Pilkada. Selain itu kemampuan figur-figur untuk membangun citra aktor politik yang memiliki kekuasaan dan pengaruh juga terbukti membuat masyarakat menerima hasil Pilkada yang penuh dengan sengketa. Kemunculan aktor politik yang memiliki nama besar, berasal dari etnis, suku dan agama tertentu membuat calon-calon lain yang lebih berpotensi dan bertanggungjawab untuk menjadi Kepala Daerah menjadi tenggelam. Pembangunan citra aktor-aktor politik tersebut tidak dapat dilepaskan dari peran media massa dalam menyampaikan pesan-pesan politik yang dibuat oleh para aktor politik. Seperti pada teori jarum hipodermik, di Pilkada Gubernur Maluku Utara selama ini terdapat sebagian khalayak yang mengonsumsi media massa dengan penuh keyakinan akan kebenaran isi informasi yang disajikan. Mereka melihat informasi yang disajikan oleh media massa sebagai informasi berdasarkan fakta, padahal belum tentu informasi itu adalah realitas yang sesungguhnya. Maka dari itu mereka menerima pemberitaan media massa tanpa mempertanyakan ataupun mengkritisi fakta-fakta dibalik informasi yang disodorkan. Media lokal di Maluku Utara mengonstruksi opini politik masyarakat akibat pengaruh berbagai faktor internal. Tanpa disadari seringkali media massa juga memiliki keberpihakan tertentu terhadap apa yang mereka sampaikan. Bisa jadi kedekatan pemilik media massa dengan aktor politik tertentu membuat mereka tidak bisa memberitakan dari sudut pandang yang netral. Selain itu relasi antara aktor politik dengan para pelaku media massa baik dari kedekatan karena kesamaan etnis, suku dan agama tertentu maupun dari keterkaitan ekonomis yang terjalin selama ini juga mempengaruhi kebijakan redaksi mengenai suatu kekuatan politik. Hal ini memberikan pemberitaan tentang gambaran aktor politik tertentu yang mampu menarik khalayak lokal baik secara ideologis dengan etnis, suku, ras, kedekatan agama, dan kondisi sosial khalayak dengan masing-masing kandidat (elit politik). Oleh karena itu, dalam memahami Pilkada Maluku Utara, perlu diteliti hubungan fenomena peran media lokal dalam mengkonstruksi realitas citra aktor politik. Diharapkan dari penelitian ini akan muncul kajian yang membuat pembaca lebih memahami bagaimana pemberitaan media massa dikonstruksi oleh aktor-aktor politik yang berlaga dalam Pilkada Gubernur Maluku Utara tahun 2018.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Paradigma Konstruktivis

Dalam studi komunikasi, kajian tentang media massa menjadi salah satu kategori penelitian yang diminati oleh kalangan akademisi. Terdapat berbagai paradigma yang menjadi dasar dalam menjawab berbagai fenomena komunikasi. Menurut Udi Rusadi (2015), studi media massa secara seksama mulai dilakukan pada tahun 1920-an. Sejak itu sampai sekarang telah banyak dilahirkan berbagai teori media massa. Paradigma sebagai fondasi atau model dalam keilmuan selama ini terus berkembang. Paradigma merupakan ideologi yang dipraktikkan oleh sebuah komunitas ilmuwan yang setuju dengan suatu metode tertentu yang cenderung serupa (Mulyana, 2003).

Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif (konstruktivisme). Dalam studi komunikasi, paradigma konstruktivisme mencakup produksi dan pertukaran makna. Jadi fokus paradigma ini tidak berpusat pada pengiriman pesan, namun lebih ke arah bagaimana peserta dalam suatu proses komunikasi memproduksi pesan dengan makna tertentu dan bagaimana mereka mempertukarkan makna tersebut. Terdapat tiga jenis konstruktivisme yang dapat dijelaskan sebagai berikut. Jenis yang pertama adalah konstruktivisme radikal dimana hal yang diakui sebagai suatu realitas adalah yang dibentuk

oleh pikiran kita namun belum tentu direpresentasi oleh dunia nyata. Maka dari itu pengetahuan dan kenyataan seringkali dipisahkan, pengetahuan lebih didasarkan pada pengalaman seseorang dan tidak dianggap berhubungan dengan realita objektif. Jenis kedua adalah realism hipotetis dimana pengetahuan dianggap sebagai sebuah hipotesis dari sebuah realitas. Struktur dari realitas tersebut dianggap sudah mendekati pengetahuan yang hakiki. Jenis yang ketiga adalah konstruktivisme biasa dimana pandangan ini merupakan percampuran dari kedua jenis konstruktivisme sebelumnya, sehingga pengetahuan dianggap sebagai gambaran dari realitas (Bungin, 2015). Dari ketiga jenis konstruktivisme tersebut pada dasarnya memiliki kesamaan yaitu sebagai sebuah usaha individu untuk menafsirkan realitas, baik realitas tentang relasi sosial maupun relasi dengan lingkungannya. Dalam usaha menafsirkan realitas tersebut, individu membangun pengetahuan atas sesuatu yang dilihatnya berdasarkan pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya.

Secara khusus dalam studi media massa, pendekatan konstruktivis melihat peran dari media, wartawan dan berita (Eriyanto, 2012). Melalui media massa dapat dibentuk suatu konstruksi atas realitas sosial dimana seseorang menciptakan suatu realitas dengan interaksi dan tindakan subjektifnya yang dilakukan dan disebarluaskan secara terus menerus (Bungin, 2015). Dalam pandangan konstruktivis, media dipandang sebagai agen atau saluran yang mengkonstruksi realitas lengkap dengan pandangan, bias dan keberpihakannya. Berbeda dengan pendekatan positivis lebih cenderung melihat suatu fakta apa adanya serta satu arah dan lebih bersifat objektif. Sebaliknya pendekatan konstruktivis memiliki sudut pandang yang lain, memandang suatu realitas sebagai bagian dari hasil konstruksi realitas. Peristiwa atau fakta apapun dimaknai sedemikian rupa sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan sendiri. Bahwa paradigma positivis lebih menekankan pada sebuah fakta yang riil dan bukan hasil konstruksi realitas. Sebaliknya melalui pendekatan konstruktivis fakta bersifat relatif berlaku sesuai konteks tertentu, artinya terdapat penafsiran ganda, fakta merupakan hasil dari konstruksi realitas.

Isi redaksi media massa dalam mengungkapkan fakta dan peristiwa sebagai usaha konstruksi atas suatu realitas. Isi dari media massa adalah realitas yang telah dikonstruksi. Akan tetapi, pemahaman isi media sebagai hasil konstruksi atas realitas berbeda dengan pandangan positivis. Menurut paradigma ini komunikasi adalah sebuah proses dimana pesan disampaikan oleh pengirim kepada penerima secara linear melalui sebuah saluran (Eriyanto, 2012). Berita akhirnya bukan menjadi refleksi dari sebuah realitas, karena fakta-fakta yang disajikan dalam berita adalah hasil dari konstruksi realitas. Artinya realitas tidak dibentuk oleh sesuatu yang ilmiah maupun teologis, namun diciptakan dan dibentuk oleh manusia. Dengan memahami hal ini ini, realitas dapat memiliki wajah ganda atau plural. Masing-masing orang bisa memiliki konstruksi yang berbeda-beda atas sebuah realitas, bergantung dari kepentingan pribadi orang tersebut. Dalam pandangan konstruktivis, wartawan bukanlah pelapor yang hanya menyampaikan fakta tetapi merupakan agen atau pembentuk konstruksi realitas. Hal ini disebabkan oleh natur media massa yang menceritakan peristiwa-peristiwa, sehingga isi dari media menjadi sebuah realitas yang telah dikonstruksi sesuai kepentingan dari masing-masing redaksional media. Maka dari itu suatu berita tidak dapat dipandang sebagai penggambaran realitas yang murni, namun merupakan suatu konstruksi atas realitas.

## 2.2. Teori Konstruksi Sosial

Konstruksi atas realitas sosial adalah sebuah proses dimana individu membuat suatu realitas subjektif secara terus menerus melalui hal-hal yang dialami dan dimilikinya. Disini proses sosial digambarkan melalui tindakan dan interaksi antar manusia (Berger & Luckmann, 2011). Hal ini nampak dari institusi-institusi dalam masyarakat. Pada praktiknya institusi dalam masyarakat terbentuk dan berkembang melalui interaksi-interaksi dari anggota didalamnya. Perlu disadari bahwa interaksi tersebut terjadi dari masing-masing anggota secara subjektif, sehingga terjadi konstruksi realitas dalam institusi tersebut. Maka dari itu realitas subjektif yang disampaikan berulang-ulang akhirnya menjadi objektif bagi orang-orang dalam institusi tersebut. Jika realitas dari satu institusi ternyata memiliki kesamaan dengan institusi lainnya maka akhirnya terbentuk suatu realitas yang universal. Realitas universal inilah yang berperan dalam membentuk pemahaman dan perilaku sosial diberbagai bidang kehidupan. Hal ini menyebabkan masyarakat dan perorangan memiliki dialektika, dimana manusia secara perorangan membentuk suatu masyarakat, namun masyarakat yang memiliki nilai universal akhirnya membentuk kehidupan sosial masing-masing individu. Berbicara mengenai proses dialektika dan interaksi dalam tatanan struktur sosial, baik melalui eksternalisasi (penyesuaian diri), objektivasi atau interaksi sosial dalam dunia intersubjektif, dan internalisasi yaitu proses di mana individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga sosial, salah satu institusi yang menjadi representasi masyarakat adalah media massa (Bungin, 2018).

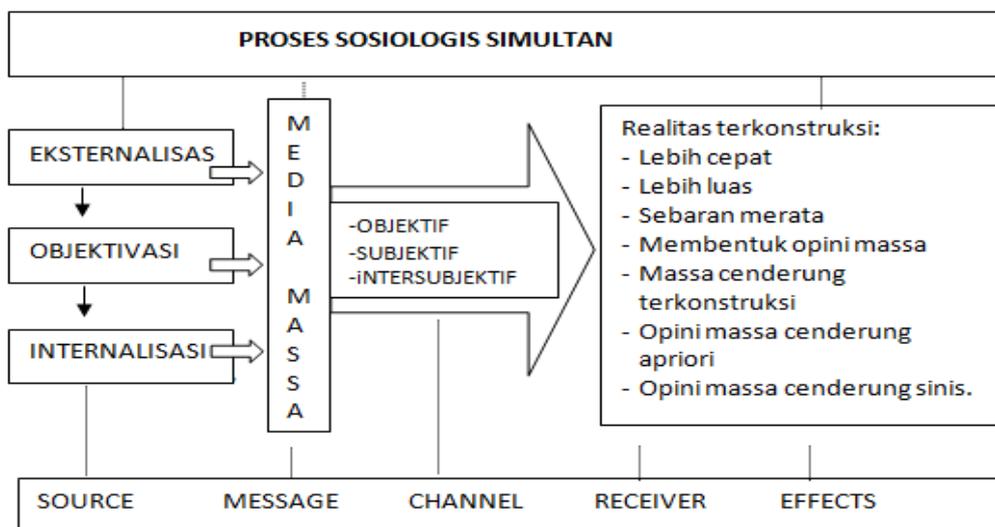
### 2.3. Konstruksi Sosial Media Massa

Perlu dipahami bahwa konstruksi sosial sangat sarat dengan berbagai kepentingan. Pemaparan suatu realitas tidak terbentuk secara ilmiah dan tidak seperti realitas pada hakikatnya. Akan tetapi, realitas itu sebagai hasil konstruksi dan dibentuk secara berbeda tergantung pada pemahaman terhadap suatu realitas itu. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa setiap upaya konseptualisasi sebuah benda, keadaan, maupun peristiwa adalah usaha mengkonstruksi realitas. Bahwa realitas berwajah ganda atau plural dan seras dengan kepentingan-kepentingan, maka setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda atas suatu realitas. Hal ini juga berlaku dalam cara kerja media massa dalam memaknai realitas sosial. Karena tugas media massa adalah menceritakan kejadian-kejadian, maka dapat dikatakan bahwa seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksi (Hamad, 2004).

Konstruksi sosial atas realitas yang diterapkan dalam media massa disebut konstruksi sosial media massa. Konstruksi sosial media massa menggunakan kekuatan media massa yang mampu menyebarkan informasi secara cepat dan memiliki jangkauan yang luas. Suatu realitas yang dibentuk dan disebarkan oleh media massa pada akhirnya mampu membentuk opini massa, baik untuk mendukung atau memusuhi suatu realitas. Dalam konstruksi sosial media massa terdapat tahapan-tahapan yaitu (Bungin, 2015):

- 1) Tahap menyiapkan materi konstruksi: Tahap ini merupakan tahap awal dari konstruksi sosial media massa. Dalam tahapan ini perlu dipahami bahwa media massa memiliki sifat-sifat yang mempengaruhi mereka dalam membuat suatu materi, yaitu adanya kecenderungan berpihak pada kapitalisme, adanya kecenderungan berpihak kepada masyarakat yang semu, dan adanya kecenderungan berpihak kepada kepentingan umum.
- 2) Tahap sebaran konstruksi: Dalam tahapan ini media massa memastikan bahwa agenda yang mereka bawa akan diterima oleh khalayak. Agenda tertentu yang telah dikonstruksikan oleh media massa harus menjadi sesuatu yang penting bagi orang-orang yang terpapar oleh media tersebut.
- 3) Tahap pembentukan konstruksi realitas: Dalam tahapan ini realitas mulai dibentuk melalui beberapa hal yaitu pembenaran atas suatu realitas, kesediaan masyarakat menerima konstruksi realitas, dan pilihan media adalah sebuah pilihan konsumtif oleh masyarakat.
- 4) Tahap konfirmasi: Dalam tahapan ini, media massa dan khalayak yang mengonsumsinya saling berinteraksi dan memberikan argumentasi masing-masing. Hal ini membuat baik media massa maupun khalayak terlibat dalam pembentukan konstruksi sosial di media massa.

Tahapan yang diuraikan memberikan legitimasi bahwa tidak ada realitas dalam pengertian riil akan tetapi bagaimana individu memahami dan menafsirkannya. Meski peristiwa sama, misalkan realitas politik pertarungan aktor politik dalam Pilkada serentak, menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda dari individu yang berbeda pula. Berikut ini gambar atas proses konstruksi sosial media massa:



Gambar 2.1. Proses Konstruksi Sosial Media Massa  
Sumber: (Bungin, 2018)

Dalam konteks politik, konstruksi sosial media massa dapat terjadi melalui dua hal yaitu media massa menjadi penyalur komunikasi politik dari para aktor politik atau menjadi agen politik profesional dimana para wartawan membuat berita-berita politik dengan kecenderungan tertentu sesuai kepentingan media massa. Peran yang dipilih oleh media massa ini menentukan arah realitas dikonstruksikan. Media massa yang memilih untuk menjadi penyalur komunikasi politik mereka masih memiliki kecenderungan untuk melaporkan peristiwa saja tanpa terlalu banyak mengonstruksi suatu realitas, namun bisa saja realitas yang mereka laporkan tersebut sudah dikonstruksi. Sedangkan bagi media massa yang sudah jelas memposisikan diri sebagai agen politik profesional, maka mereka akan ikut mengonstruksi realitas sesuai dengan kepentingan dari media massa itu sendiri. Kecenderungan keperpihakan media massa yang dipengaruhi oleh kepentingan ideologi atau visi dan misi media sering tidak dapat dihindarkan dalam memaknai suatu realitas politik. Maka, senada dengan pandangan konstruktivisme, dapat dikatakan bahwa media massa bukan sebagai saluran netral dan objektif melainkan mempunyai peran dalam membingkai pesan sedemikian rupa sehingga mempengaruhi realitas para aktor politik untuk menjadi konsumsi khalayak pembaca. Kepentingan pencitraan realitas aktor politik yang diperankan oleh media umumnya dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu untuk kepentingan ekonomis, maupun untuk mempertahankan eksistensi media massa tersebut. Namun setiap pencitraan politik yang dilakukan oleh media massa akan menyebabkan pemberitaan dari media tersebut menjadi condong pada kekuatan politik tertentu. Media massa akhirnya tidak lagi menjadi *watch dog* atau pihak netral yang dapat menyampaikan informasi politik, namun media massa dapat menentukan seperti apa arah pemberitaan politik yang nantinya akan dapat mempengaruhi perilaku dari khalayak (Hamad, 2004). Kesimpulannya, media disatu sisi menjadi medium konstruksi sosial dan sisi yang lain menjadi bagian dari proses konstruksi politik itu sendiri.

#### 2.4. Citra Aktor Politik Dalam Media Massa

Komunikasi mencakup politik dan politik bagian dari komunikasi, menunjukkan bahwa komunikasi dan politik erat kaitannya. Politik adalah fenomena yang erat kaitannya dengan proses berkomunikasi karena menjadi politisi adalah pendudukan sosial yang sangat komunikatif, yang melibatkan orang-orang yang mengatur hubungan kekuasaan sosial dan membuat keputusan yang mengatur alokasi dan distribusi sumber daya sosial yang langka. Dalam praktiknya komunikasi ini mungkin melibatkan diskusi tatap muka langsung, atau mungkin dimediasi melalui perantara seperti utusan atau bagaimana peran jurnalis. Komunikasi politik adalah fenomena multi-dimensi, bahasa tubuh, memorandum, rilis media dan kekerasan politik. Salah satu pendekatan politisi untuk menjadi sukses, politisi harus menguasai media massa kemungkinan komunikatif ini dan belajar untuk menerapkan bentuk komunikatif yang sesuai dengan tantangan yang dihadapi. Politik mungkin selalu merupakan seni komunikatif.

Dalam praktek kesehariannya, media massa memiliki peran penting dalam upaya penyampaian dan pertukaran informasi, serta menjadi sarana bagi publik dalam menyampaikan aspirasi dan kontrol sosial politik. Hubungan antara aktor politik dan media massa juga ditunjukkan dalam hasil penelitian Choiriyati (2017), yang menemukan bahwa di media nasional sekelas Tempo dan Sindo pun melakukan upaya pencitraan terhadap politisi-politisi nasional. Seringkali hal ini menjadi pertentangan yang tidak terelakkan, karena seharusnya media massa adalah sarana edukasi politik yang bersifat netral. Namun pada kenyataannya mereka juga menjadi agen untuk pencitraan politik. Akhirnya konstruksi berita dianggap sebagai sesuatu yang normal dan pada akhirnya masyarakat menjadi pragmatis akan pemberitaan politik. Terkait pengertian citra, citra berarti gambar yang disadur bahasa Jawa, kemudian dikembangkan maknanya sehingga dapat menjadi padanan dari kata *image* dalam bahasa Inggris. Jika diterapkan dalam dunia politik, citra menjadi gambaran tentang seseorang yang bergerak dalam bidang politik, baik dalam posisi kekuasaannya, otoritasnya, maupun konflik dan konsensus yang dibawanya. Jika diterapkan dalam masyarakat, citra politik membantu masyarakat untuk memahami gagasan, tujuan, kepemimpinan dan perilaku dari pelaku politik. Pada ujungnya, citra politik membuat masyarakat memiliki alasan subjektif untuk menerima atau menolak suatu peristiwa atau gagasan politik, yang berujung pada sebuah preferensi politik (Arifin, 2003).

Pencitraan secara politik sangat berperan penting karena dapat membantu pemahaman, penilaian khalayak terhadap objek pencitraan. Secara tidak langsung kemasan dalam pencitraan dapat membantu seseorang untuk diterima dalam kelompok sosial. Perlu dipahami masyarakat hidup dalam dunia yang dibentuk oleh citra. Media massa berperan besar dalam memilih bahasa politik yang dikomunikasikan kepada masyarakat sehingga dapat mempengaruhi pendapat mereka terhadap suatu kejadian atau permasalahan. Pemilihan bahasa bisa mengarahkan khalayak untuk mendukung, mempercayai maupun berprasangka dan mempercayai seorang tokoh politik. Dalam praktik kerja media massa, pemilihan bahasa

menjadi krusial untuk mencapai agenda dari media massa tersebut. Pemilihan bahasa oleh media massa akan membentuk suatu gambaran dalam pemikiran khalayak yang berujung pada kecenderungan politik dari khalayak (Eriyanto, 2012). Ibnu Hamad (2010) menjelaskan tentang peran penting bahasa dalam pencitraan di media massa. Saat ini bahasa tidak hanya berperan dalam membentuk suatu realitas tertentu, namun pemilihan bahasa juga sudah memiliki fungsi *agenda setting*. Jadi bahasa digunakan untuk mengonstruksi suatu realitas untuk mencapai tujuan tertentu dari media massa dan pihak-pihak yang terlibat dengan media tersebut. Ada beberapa cara untuk mengonstruksi realitas melalui bahasa antara lain dengan mengembangkan makna asosiatif dari suatu kata, memperluas pemahaman tentang makna dari kata-kata baru, dan merubah makna dari suatu kata dengan makna baru, dan menempatkan perubahan makna dalam sistem tata bahasa.

Sementara itu Bungin (2018) mengatakan bahwa konten konstruksi sosial citra dalam hubungan dengan masyarakat-negara terdiri dari dua citra, yaitu citra pemimpin dan citra kebijakan publik. Apabila kedua citra itu dikategorikan maka seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 2.1: Kategorisasi citra pemimpin dan citra kebijakan publik

NO.	CITRA PEMIMPIN	CITRA KEBIJAKAN PUBLIK/PROGRAM
1.	Citra Hero	Citra manfaat
2.	Citra Ilmuwan	Citra efektif
3.	Citra egaliter	Citra produktif
4.	Citra agitator	Citra protektor
5.	Citra protektor	Citra egaliter
6.	Citra opologist	Citra kejayaan

Sumber: (Bungin, 2018)

Keenam citra diatas tidak saling berhubungan kausalitas, artinya setiap pemimpin memiliki citra pemimpin yang dibangun sendiri, terlepas dari citra kebijakan publik/program, namun kadangkala citra kebijakan menjadi brand pemimpin itu terlepas bagaimana ia membranding dirinya dengan citra pemimpin. Suatu contoh citra pemimpin yang dibangun oleh seorang kepala daerah sebagai pemimpin yang egaliter. Hal ini tidak ada hubungan dengan program-program kebijakan publik egaliter yang dibuat olehnya dimasa kepemimpinannya. Membangun taman kota, membangun jalan dan trotoar yang bisa diakses oleh semua orang, membuat program-program kesetaraan gender dan sebagainya. Pemimpin yang egaliter adalah pemimpin yang memiliki citra dekat dengan rakyatnya tanpa pandang perbedaan agama, ras, suku, status sosial ekonomi dan sebagainya.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang cocok untuk memahami secara mendalam masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2014). Dalam pendekatan kualitatif, manusia yang menjadi pokok kajian dipandang sebagai subjek, sehingga peneliti (subjek) dengan yang diteliti (objek) berada dalam hubungan yang bersifat intersubjektif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif sebagai konsekuensi dari posisi paradigma yang menganggap realitas itu berwajah ganda. Pendekatan yang bertitik tolak pada studi kualitatif senada dengan penggambaran perspektif untuk melihat kecenderungan realitas dan menjelaskan beragam proses yang terjadi di dalamnya. Selain itu juga dapat menjelaskan konteks yang terjadi atau bagian dari latarbelakang proses tersebut. Dengan meletakkan paradigma penelitian post-positivisme, dengan mempertimbangkan pandangan-pandangan paradigmatis yang dianut dalam penelitian ini, menurut Bungin (2018) paradigma post-positivisme memungkinkan penelitian memiliki karakter; (1) fenomena sosial dianalisis berdasarkan pada pemaknaan; (2) menggunakan penginderaan dalam memahami fenomena sosial; (3) menjalani pemahaman terhadap semua fenomena sosial yang ada hubungan dengan semua data penelitian, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan narasi dalam analisis *framing*. Pendekatan naratif yang dimaksud oleh peneliti adalah suatu proses deskripsi terhadap data yang diperoleh dari informan dalam penelitian ini, yaitu menjalani serangkaian interpretif terhadap hasil-hasil penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui *Focused Group Discussion*. Pada proses pengumpulan data, manusia adalah instrumen utama dalam penelitian ini. Dengan menggunakan manusia sebagai fokus penelitian, maka dalam pengumpulan data mengacu pada anggapan bahwa sumber data dapat memberikan respon berupa tanda, penyesuaian terhadap lingkungan dan responsif. Informan dalam

penelitian ini adalah individu dari *stakeholder* media massa dan politikus di Maluku Utara. Penentuan informan dilakukan dengan mencari informan kunci yang dilakukan secara purposif. Kriteria informan kunci adalah orang yang dianggap mengerti dan memahami permasalahan yang diteliti dan dapat memberi saran tentang sumber-sumber bukti lain yang mendukung serta menciptakan akses terhadap sumber yang bersangkutan. Untuk kepentingan penelitian ini, informan diminta untuk memberikan pendapat, tanggapan, argumentasi dan pengalamannya tentang konstruksi citra elit politik di Maluku Utara baik tokoh politik maupun media massa. Deskripsi informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak media massa yang dipandang memiliki kemampuan mengungkapkan informasi-informasi penelitian yang diperlukan. Dari media massa dipilih jurnalis senior dari media massa yang berpengaruh di Maluku Utara. Nama-nama informan dan kapasitas informan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Nama dan Kapasitas Informan FGD

No	Nama	Kapasitas	Keterangan
1.	Ismi Alkatiri	Ketua Dewan Redaksi Malut Post	Informan
2.	Ahmad Pical	Gamalama TV	Informan
3.	Fauzan A. Pinang	Media Indotimur	Informan
4.	Faisal Malakuddin	Direktur Malut Post	Informan
5.	Opi Marasabessy	RRI Ternate	Informan
6.	Nurlaela Syarif		Moderator

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Kelima informan itu dianggap mengerti dan banyak mengetahui tentang permasalahan penelitian, terutama masalah konstruksi citra elit politik Maluku Utara. Dengan demikian sangat dimungkinkan pertanyaan-pertanyaan penelitian akan dapat dijawab dan diberikan argumentasi yang baik dan rasional, dengan harapan informasi yang diberikan itu dapat menghasilkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan interpretatif sebagai prosedur analisis utama. Namun, sesuai dengan data yang diperoleh pada penelitian ini, maka peneliti juga menggunakan analisis konstruksi sosial media massa (Burhan, 2008) sebagai prosedur analisis data. Jadi menggunakan prosedur interpretatif melalui alat analisis konstruksi sosial media massa, peneliti dapat mengungkapkan masalah sebenarnya dalam peneliti ini yaitu mengungkap proses dan bentuk konstruksi sosial media massa terhadap citra aktor politik Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Maluku Utara tahun 2018. Tahap analisis data dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu pertama tahap pendahuluan atau pengolahan data/ kelengkapan data yang diperoleh, keterbatasan tulisan, kejelasan makna, kejelasan, dan kesesuaian data dengan yang lain, kedua tahap keorganisasian data yang merupakan inti dari analisis data, ketiga tahap penemuan hasil. Tahap analisis data dimulai dari data awal yang diperoleh peneliti. Hasil penelitian dicek kembali dalam rangka mendapatkan keabsahan dan kredibilitas data yang diperoleh dari penelitian. Dengan demikian, hasil pembahasan penelitian didapat hasil yang akurat, menemukan hal yang baru atau memperkuat dan menambah hasil penemuan sebelumnya, dan dapat menghasilkan temuan-temuan penting yang diharapkan. Agar data yang telah diperoleh dalam penelitian ini dijamin kepercayaannya, maka peneliti menempuh cara-cara sebagai berikut: (1) teknik triangulasi sumber data (2) pengecekan data yang sudah diperoleh.

#### 4. HASIL DAN DISKUSI

Objek dari penelitian ini adalah citra politik dari 4 pasang calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara dalam Pilkada Maluku Utara. Berikut adalah keterangan masing-masing pasangan calon yaitu:

- 1) Pasangan 1 Ahmad Hidayat Mus dan Rivai Umar (AHM-RIVAI),

Visi: Mewujudkan masyarakat Maluku Utara yang damai, maju, mandiri, adil, dan sejahtera yang berorientasi sumber daya laut dan kepulauan. "MALUKU UTARA JUARA".

Lima Program:

- a) Membangun masyarakat pesisir yang berkualitas melalui pemerataan pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan usaha ekonomi produktif.
- b) Membangun dan meningkatkan pemerataan infrastruktur wilayah kepulauan Maluku Utara secara merata.

- c) Membangun sarana produksi daerah berbatas perwilayahan untuk kesejahteraan.
  - d) Membangun dan meningkatkan tata kelola pemerintahan yang profesional, transparan dan efisiensi.
  - e) Membangun masyarakat berbudaya dan toleran.
- 2) Pasangan 2 Burhan Abdurahman dan Ishak Djamaludin (BUR-JADI),  
Visi: Menuju Maluku Utara Bermartabat  
Lima Program:
- a) Membangun SDM Maluku Utara yang berbudaya saing dan Agamais
  - b) Menciptakan inovasi birokrasi yang melayani
  - c) Menciptakan keharmonisan untuk menunjang pembangunan daerah
  - d) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berkeadilan
  - e) Membangun ekonomi dengan memperhatikan daya dukung lingkungan dan spasial.
- 3) Pasangan 3 Abdul Gani Kasuba dan Al Yasin Ali (AGK-YA)  
Visi: Maluku Utara Sejahtera 2023  
Tujuh Program:
- a) Membangun Maluku Utara Sehat
  - b) Membangun Maluku Utara cerdas dan berbudaya
  - c) Mendorong percepatan pembangunan Infrastruktur Wilayah
  - d) Mendorong Maluku Utara Damai, saling menghargai, rukun, dan toleran
  - e) Membangun ekonomi rakyat, daya saing serta pengelolaan sumber daya alam berbasis lingkungan hidup
  - f) Mendorog Maluku Utara yang agamais
  - g) Memantapkan tatakelola pemerintahan yang lebih baik dan berkeadilan
- 4) Pasangan 4 Muhammad Kasuba dan Majid Husen (MK-MAJU).  
Visi: Mewujudkan Maluku Utara sebagai Provinsi Kepulauan yang kuat di Kawasan Timur Indonesia  
Lima program:
- a) Membangun manusia Maluku Utara yang sehat, cerdas, bermoral agamais dan berdaya dengan membangun sektor pendidikan, kesehatan kebudayaan dan tenaga kerja melalui kepemimpinan yang adil, jujur dan menginspirasi.
  - b) Menjalankan tata kelola pemerintahan yang amanah, profesional, transparan dan akuntabel untuk mewujudkan Good Governance.
  - c) Meningkatkan ketahanan sosial dan budaya masyarakat yang konstruktif dan partisipatif dalam memajukan Maluku Utara.
  - d) Mempercepat pembangunan infrastruktur berbasis kepulauan yang terintegritas dengan perencanaan yang matang dan sinergis.
  - e) Membangun kesejahteraan ekonomi dengan pembangunan pusat-pusat ekonomi berbasis sumber daya alam wilayah yang meningkatkan nilai tambah dan menambah lapangan kerja, serta penanggulangan masalah distribusi barang dan jasa.

Disadari bahwa pada awalnya citra tokoh politik Calon Gubernur dan wakil Gubernur Maluku Utara itu tidak ada atau belum terbentuk, juga tidak diketahui ada karena interaksi sosial pun belum dibangun kearah itu. Dengan kata lain kesadaran masyarakat terhadap relitas citra tokoh politik calon belum terbangun. Berdasarkan hasil FGD dengan informan maka diketahui proses terbentuknya konstruksi sosial citra tokoh politik Maluku Utara dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Hubungan media massa dan tokoh

Media masa di Maluku Utara menjadi medium konstruksi sosial selama proses Pilkada 2018 di Maluku Utara. Media massa juga menggunakan isu-isu Pilkada 2018 sebagai bagian dari agenda setting mereka setiap hari. Salah satu bukti yang paling utama, media massa Maluku Utara memberi ruang kepada semua pasangan calon sebagai saluran penyampaian program-program yang dikampanyekan oleh pasangan calon, secara berimbang. Dengan kata lain media massa Maluku Utara menjaga kenetralan di dalam pemberitaannya. Hal ini disebabkan karena seluruh pasangan calon pada Pilkada 2018 Maluku Utara, tidak memiliki hubungan-hubungan khusus media massa di Maluku Utara. Dalam arti bahwa media-media massa itu adalah media publik independen nonpartisan yang

dapat digunakan oleh siapa saja untuk berkampanye selama Pilkada Maluku Utara. Walaupun media massa Maluku Utara mengatakan mereka adalah non-partisan, namun demikian ada semacam hubungan semi-transaksional diantara tokoh politik calon dengan media massa. Hubungan semi-transaksional ini adalah hubungan yang rumit antara tokoh politik calon dengan media massa, seperti tokoh politik calon memasang iklan di media massa tertentu, sebaliknya media massa juga melakukan pemberitaan tentang program-program kerja calon. Kendati demikian kedua belah pihak tidak menganggap ini sebagai suatu hubungan transaksional. Dengan demikian tidak ada laporan masyarakat yang mengatakan ada hubungan transaksional antara media massa dan tokoh politik calon.

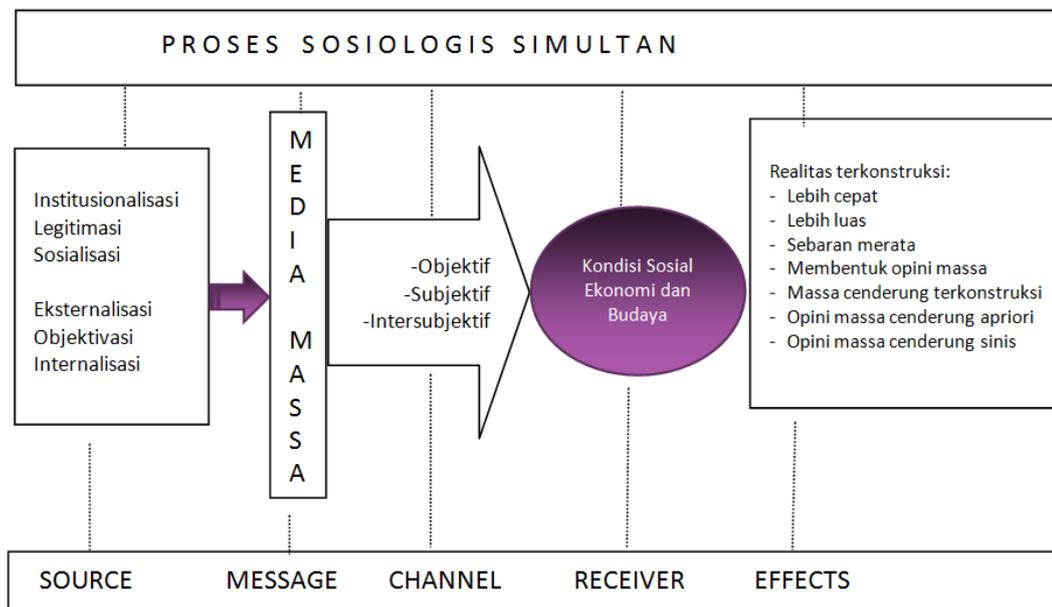
Sebagai media publik, yaitu media yang digunakan untuk kepentingan publik, media massa di Maluku Utara membuka diri seluas-luasnya kepada keempat pasangan tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur untuk memanfaatkan ruang publik yang disediakan oleh media massa di Maluku Utara. Namun demikian ada beberapa calon tidak menggunakan ruang publik ini semaksimal mungkin. Dalam banyak kejadian, dengan alasan memberi kesempatan kepada masyarakat mengetahui tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur, media sesungguhnya memanfaatkan ruang publik media massa untuk terus menerus memberitakan sosok yang disukainya, namun ketika media tidak simpatik terhadap tokoh tertentu, maka media jarang memberitakannya. Keberpihakan media ini menjadi perdebatan dimasyarakat pada umumnya dalam hal menjelaskan hubungan media dan tokoh tertentu. Dalam hal ini pertanyaannya sejauh mana aktor politik itu mempengaruhi media pada kolom editorialnya, hal ini menunjukkan ada agenda setting media dalam mempengaruhi masyarakat terhadap sosok citra seorang pemimpin. Dengan demikian media massa dapat menjaga hubungan profesional antara media massa dan tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara, dengan menjaga netralitas editorial dengan *agenda setting* yang dibuatnya sendiri tanpa terpengaruh kepada permintaan-permintaan pihak-pihak tertentu. Karena media massa sadari bahwa editorial adalah sisi idealisme media yang harus dijaga, sejauh orang-orang media masih memiliki idealisme. Editorial adalah jiga media massa, manakala editorial ini tidak lagi memiliki sisi idealisme maka sesungguhnya media massa itu telah tiada.

## 2) Media massa lokal sebagai medium konstruksi citra tokoh

Sebagai media konstruksi sosial, media massa melakukan tahapan proses sebagai berikut; (a) tahap menyiapkan materi konstruksi; (b) tahap sebaran konstruksi; (c) tahap pembentukan realitas; dan (d) tahap konfirmasi. Media massa Maluku Utara menggunakan tahapan konstruksi sosial media massa (Burhan, 2008) dalam mengkonstruksi citra tokoh calon Wakil Gubernur dan Gubernur Maluku Utara. Berdasarkan hasil FGD diperoleh informasi bahwa media massa dalam proses institusionalisasi, menggunakan dua tahap, yaitu tahap menyiapkan materi konstruksi berupa bahan informasi mengenai tokoh calon yang akan dipublis di media massa. Pada tahap ini, materi yang dikumpulkan dan diperlukan adalah data tentang diri tokoh, kiprah tokoh selama ini dan program pembangunan yang ditawarkan kepada masyarakat. Pengumpulan informasi tentang tokoh ini dilakukan dengan prinsip jurnalis yaitu 5W + 1H. Hal ini dilakukan untuk menjaga tingkat kebenaran informasi yang akan dipublikasi ke masyarakat. Dengan mempertimbangkan hubungan antara media dan tokoh yang telah dijelaskan di bagian lain diatas, maka dalam mengumpulkan informasi tentang tokoh ini dilakukan dengan subjektif mungkin. Setelah data informasi tokoh calon diperoleh dan dibuat berita atau dalam bentuk editorial maka tahap berikutnya adalah tahap sebaran konstruksi, yaitu tahap publikasi informasi. Pada tahap ini, ketika media terbit maka masyarakat membaca surat kabar, atau masyarakat dapat membaca media *online*, sekaligus juga masyarakat dapat membaca informasi tentang sosok tokoh politik calon Wakil Gubernur dan Gubernur Maluku Utara, termasuk juga program-program kerja mereka yang ditawarkan ke masyarakat. Dengan demikian pada tahap ini terjadi eksternalisasi dan objektivasi citra tokoh di masyarakat.

Proses konstruksi sosial citra tokoh oleh media massa di mulai Pertama: proses institusionalisasi yang dimulai dengan proses eksternalisasi dimana media massa memperkenalkan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara melalui pemberitaan media massa yang berulang-ulang untuk memperkenalkan calon dan program-programnya sehingga menurut Bungin (2018) cara ini dapat membangun kesadaran logis masyarakat (Maluku Utara) untuk merumuskannya sebagai fakta yang diatur oleh kaidah tertentu di dalam masyarakat itu. Jadi proses berulang-ulang media massa dengan menggunakan momentum pemberitaan berulang-ulang, adalah tindakan institusionalisasi melalui proses eksternalisasi. Tahap berikutnya adalah pembentukan realitas, yaitu proses legitimasi. Bersamaan dengan proses institusionalisasi, yaitu eksternalisasi dan objektivasi maka bersamaan

dengan itu terjadi pula proses legitimasi (proses membenaran berulang-ulang bahwa calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara, sebagaimana pemberitaan media massa) dimana institusionalisasi dilegitimasi atau dijustifikasi dengan penjelasan-penjelasan logis mengapa calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara menjadi bagian dari masyarakat Maluku Utara yang tepat untuk memimpin Maluku Utara. Kedua: proses institusionalisasi media massa juga terjadi melalui proses objektivasi yang dilakukan oleh media massa Maluku Utara terhadap tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara, dimana sebuah institusi citra tokoh calon sebagai representasi kelas yang diinstitusionalisasi oleh media massa kepada calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara, menjadi realitas yang objektif, sebagaimana yang diberitakan di media massa Maluku Utara. Ketiga: proses berikutnya adalah tahap konfirmasi dimana dalam proses terjadi internalisasi melalui sosialisasi dimana institusi citra tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur di internalisasi media massa lokal terus menerus melalui proses sosialisasi. Pada tahap ini media massa membangun opini terus menerus tentang citra tokoh calon Gubernur dan wakil Gubernur melalui media massa di Maluku Utara. Dalam tahap konfirmasi ini juga, apa yang diberitakan media tentang keburukan tokoh calon Gubernur dan wakil Gubernur, dalam arti media tidak berbohong, jujur, menceritakan apa adanya, walaupun kebenaran atau kejujuran media itu sebenarnya adalah dekonstruksi terhadap citra tokoh yang selama ini terbangun. Hal ini juga disebut pencitraan dalam sisi yang lain, sehingga masyarakat Maluku Utara benar-benar memahami kebaikan dan keburukan tokoh yang akan dipilihnya. Proses konfirmasi ini juga dilakukan terus menerus dari oleh media massa agar proses ini dapat dipertahankan dengan sosialisasi kepada anggota baru. Berikut adalah gambaran proses konstruksi sosial media massa pada Pilkada Gubernur Maluku Utara 2018:



Gambar. 4.1. Proses Konstruksi Sosial Media Massa Pilkada Gubernur Maluku Utara 2018

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Citra Calon Gubernur dan Wakil Gubernur disosialisasikan media massa dengan institusi bahasa media sehingga dapat sosialisasi pula ke institusi keluarga, institusi masyarakat, media sosial dan lain-lain. Proses sosialisasi terjadi melalui internalisasi, dimana manusia menjadi produk dari masyarakat. Proses internalisasi mentransmisikan institusi citra Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara sebagai realitas yang berdiri sendiri terutama kepada anggota masyarakat baru, agar institusi Gubernur dan Wakil Gubernur itu dapat dipertahankan dari waktu ke waktu, termasuk anggota masyarakat yang mengkonsepsikan institusi itu juga mengalami internalisasi agar status objektivasi institusi citra calon Gubernur dan Wakil Gubernur dalam kesadaran mereka tetap kokoh (positioning). Ketiga proses pembentukan citra tokoh calon pemimpin Maluku Utara ini merupakan dialektika-simultan hubungan individu-masyarakat Maluku Utara. Individu membentuk masyarakat Maluku Utara, dan sebaliknya masyarakat Maluku Utara membentuk individu dalam masyarakat Maluku Utara. Sehubungan dengan terbentuknya konstruksi citra tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara oleh media massa Maluku Utara, maka editorial yang di buat media massa itu

dengan asumsi harus menggambarkan sesuatu citra yang terbaik dari tokoh tertentu. Jadi pertanyaannya bagaimana gambaran orang media cara membuat satu pencitraan yang bagus pada tokoh politik.

Dengan demikian citra tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku yang dibangun oleh media massa Maluku Utara dalam Pilkada Maluku Utara 2018 ada empat yaitu citra hero, citra protektor, citra egaliter, citra ilmuwan. Namun demikian citra-citra itu dikonstruksi kepada tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur, didasarkan pada mayoritas fakta yang ada pada tokoh tersebut. Media massa Maluku Utara berusaha sekeras mungkin menghindari pemberitaan yang tidak berdasarkan fakta untuk menjadi kenetralan media massa. Hal ini dapat dilakukan oleh media massa disebabkan karena media massa Maluku Utara tidak memiliki aliansi dengan tokoh-tokoh tersebut, walaupun pada kenyataannya ada hubungan semi-transaksional, namun secara umum hal itu tidak mengikat media massa secara sosial atau hukum tertentu. Secara umum, media massa menyadari bahwa pemberitaan-pemberitaannya terhadap calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara selama Pilkada Maluku Utara 2018, merupakan material konstruksi sosial citra tokoh calon itu sehingga, media menyadari bahwa institusi media massa lokal adalah medium konstruksi sosial citra tokoh sehingga media massa sangat berhati-hati dalam pemberitaannya dengan cara menegakkan prinsip-prinsip jurnalistik baik ditingkat peliputan maupun ditingkat pemberitaan. Apa yang dilakukan oleh media massa Maluku Utara ini merupakan sisi berat yang dipikul oleh media massa. Karena menurut informan hal ini dilakukan sebagai tanggungjawab sosial media massa kepada masyarakat Maluku Utara, yaitu menjadikan media massa sebagai media pembelajaran masyarakat. Jadi sebenarnya media massa hanya memperkuat apa yang sudah diketahui oleh masyarakat secara luas terhadap para tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur. Media massa menyadari bahwa tanpa pemberitaan media massa, masyarakat sudah mengetahui sepak terjang calon-calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang akan bertanding di Pilkada 2018.

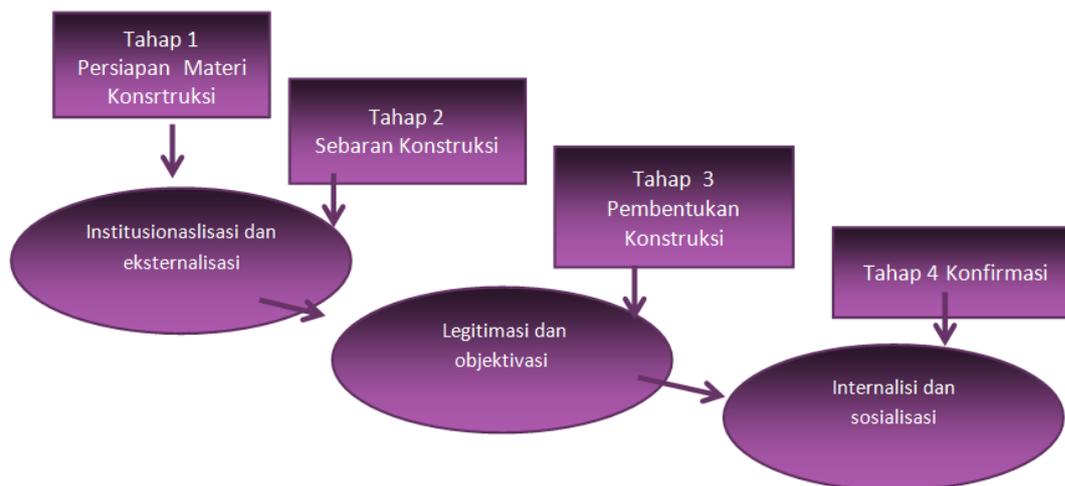
Media massa Maluku Utara menyadari bahwa kekuatan media massa bukan satu-satunya yang bisa membangun citra tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara karena itu mereka harus berhati-hati dalam menjalankan tugas jurnalistiknya karena dunia sudah berubah, setiap anggota masyarakat dapat mengontrol kerja mereka melalui media-media sosial dan sebagainya yang telah ada di masyarakat. Konstruksi citra tokoh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara yang dilakukan oleh media massa Maluku Utara, bukan sebuah pendekatan baru namun menjadi sebuah proses produksi jurnalistik yang terjadi berdasarkan prosedur jurnalistik, namun prosedur ini berlangsung dalam alam yang sudah sangat mutakhir sehingga apa yang dilakukan oleh media massa sesungguhnya merupakan sebuah proses yang terjadi pula pada media lain seperti media sosial. Intergrasi antara media massa dan media sosial sesungguhnya merupakan sebuah simbiosis dan konvergen dalam kemajuan teknologi komunikasi saat ini, sehingga apa yang dilakukan oleh media massa sesungguhnya tidak semata-mata menjadi hasil dari proses jurnalisme media massa namun juga bisa jadi dampak dari simbiosis dengan media-media lain. Namun demikian, keberadaan media massa Maluku Utara masih dipandang sebagai sebuah fenomena yang kuat dalam membangun imej publik tentang sosok Gubernur dan Wakil Gubernur Maluku Utara, hal itu tergambar dalam hasil-hasil FGD di atas, bahwa media massa masih dipandang sebagai institusi penting dalam penegakkan hukum dan norma-norma politik masyarakat, termasuk juga institusi yang mampu mempengaruhi pandangan publik juga mampu membangun citra publik.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian diatas, maka temuan penting dalam penelitian ini adalah media massa memiliki model konstruksi sosial. Media massa berperan sebagai institusi yang mampu mengkonstruksi citra pemimpin atau sebuah kebijakan, sebagaimana yang telah ditemukan dalam penelitian-penelitian Burhan Bungin (2000 dan 2018). Proses konstruksi sosial media massa yang dimaksud menggunakan 4 (empat) tahapan proses persiapan materi konstruksi yaitu (a) tahap menyiapkan materi konstruksi; (b) tahap sebaran konstruksi; (c) tahap pembentukan realitas; dan (d) tahap konfirmasi.

Tahap menyiapkan materi konstruksi dan tahap sebaran konstruksi sebagai proses institusionalisasi. Tahap pembentukan realitas adalah proses legitimasi dan tahap konfirmasi adalah proses sosialisasi. Pada tahap menyiapkan materi konstruksi dan sebaran konstruksi, terjadi proses institusionalisasi, bersamaan dengan itu pula terjadi proses eksternalisasi. Pada tahap pembentukan realitas, yaitu terjadinya proses legitimasi dan bersamaan dengan itu pula terjadi proses objektivasi, serta pada tahap konfirmasi dimana

terjadinya proses sosialisasi, dimana secara simultan juga terjadi proses internalisasi, ilustrasi penjelasan ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.



Gambar 5.1. Tahap-Tahap Simultan Konstruksi Sosial Citra Tokoh

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada penjelasan di atas, maka dalam penelitian kali ini terbukti bahwa kondisi lokal masyarakat dapat menentukan proses konstruksi citra itu sendiri. Artinya konstruksi sosial citra dalam suatu masyarakat juga dipengaruhi oleh kondisi lokal masyarakat itu sendiri, apapun kekuatan media massa, namun kekuatan *incumbent*, kondisi sosial ekonomi dan budaya serta tradisi masyarakat ikut menentukan terbentuknya citra tokoh di masyarakat. Apapun yang disampaikan oleh media, namun masyarakat memiliki kemampuan sendiri membangun citra itu dalam dirinya melalui kekuatan interaksi dan komunikasinya maupun melalui kekuatan media-media lain seperti media sosial dan sebagainya. Maka dari itu, meskipun media massa memiliki peran dalam konstruksi sosial realitas, namun penentu realitas akan citra aktor politik di Pilkada Gubernur Maluku Utara adalah lingkungan sosial masyarakat yang dipengaruhi juga oleh informasi di media sosial.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2003). *Komunikasi Politik : Paradigma Teori Aplikasi Dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2011). *The Social Construction of Reality - A Treatise In The Sociology Of Knowledge*. London: Penguin Books.
- Bungin, B. (2015). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2018). *Komunikasi Politik Pencitraan. The Social Construction of Public Administration*. Jakarta: Prenada Media.
- Choiriyati, W. (2017). MANIFESTASI PRAGMATISME PENDIDIKAN POLITIK (Analisis Resepsi pada Komodifikasi Berita Selebriti Politisi). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 1(1), 40-54.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches) Fourth Edition*. California: SAGE Publications, Inc.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing ; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Penerbit LKiS.
- Ferri, O. (2013, Desember 3). *Sidang Pilkada Maluku Utara, Pemohon: Ada Pelanggaran Serius*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/news/read/763967/sidang-pilkada-maluku-utara-pemohon-ada-pelanggaran-serius>

- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik)*. Jakarta: Granit.
- Hamad, I. (2004). KONSTRUKSI REALITAS POLITIK DALAM MEDIA MASSA (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999). *Makara, Sosial Humaniora*, 8(1), 21-32.
- Hamad, I. (2010). *Komunikasi Sebagai Wacana*. Jakarta: La Tofi Enterprise.
- Karim, A. A. (2013, Juli 1). *Ketua DPRD Bagi-bagi Uang di Hari Pemungutan Suara Pilgub Malut*. Retrieved from regional.kompas.com:  
<https://regional.kompas.com/read/2013/07/01/1606324/Ketua.DPRD.Bagi-bagi.Uang.di.Hari.Pemungutan.Suara.Pilgub.Malut>
- Komisi Pemilihan Umum. (2018). *Daftar Pemilih Tetap Pilkada Serentak Tahun 2018*. Retrieved from infopemilu.kpu.go.id:  
<https://infopemilu.kpu.go.id/pilkada2018/pemilih/dpt/1/MALUKU%20UTARA>
- Kompas. (2008, September 2). *Inilah Kasus Sengketa Pilkada Maluku Utara*. Retrieved from nasional.kompas.com:  
<https://nasional.kompas.com/read/2008/09/29/20081595/inilah.kasus.sengketa.pilkada.maluku.utara>
- Mulyana, D. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rusadi, U. (2015). *Kajian Media. Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*. Jakarta: Rajafindo Persada.
- Setiawan, S. R. (2018, Juli 6). *Diduga Curang, Kemenangan Ahmad Hidayat Mus di Maluku Utara Diminta Dibatalkan*. Retrieved from Nasional.kompas.com:  
<https://nasional.kompas.com/read/2018/07/26/16150131/diduga-curang-kemenangan-ahmad-hidayat-mus-di-maluku-utara-diminta>
- Syarif, N. (2018, Oktober 1). *Refleksi Pilkada Maluku Utara*. Retrieved from news.malutpost.co.id:  
<http://news.malutpost.co.id/index.php/read/2018/10/01/13/7209/refleksi-pilkada-maluku-utara>
- Yamin, F. (2018, Desember 16). *KPU Maluku Utara Tetapkan Abdul Gani Kasuba dan Al Yasin sebagai Gubernur dan Wagub Terpilih*. Retrieved from Regional.kompas.com:  
<https://regional.kompas.com/read/2018/12/16/20304391/kpu-maluku-utara-tetapkan-abdul-gani-kasuba-dan-al-yasin-sebagai-gubernur>