



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERAN TELEVISI DALAM PEMILIHAN PRESIDEN DI RUSIA
TAHUN 1996**

SKRIPSI

ANBIA PERMADI

0705012003Y

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGRAM STUDI ILMU RUSIA

DEPOK

JUNI 2010



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERAN TELEVISI DALAM PEMILU PRESIDEN DI RUSIA
TAHUN 1996**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Humaniora

ANBIA PERMADI

0705012003Y

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGRAM STUDI ILMU RUSIA

DEPOK

JUNI 2010

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Jakarta, 23 Juni 2010

Anbia Permadi

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Anbia Permadi

NPM : 0705012003Y

Tanda Tangan :

Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN

Sripsi yang diajukan oleh :
Nama : Anbia Permadi
NPM : 0705012003Y
Program studi : Rusia
Judul :

ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Rusia, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Zeffry Alkatiri ()
Penguji : Ahmad Fachrurrodji, M.A. ()
Penguji : Mina Elfira, Ph. D ()

Ditetapkan di :
Tanggal :

Oleh
Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia

DR. Bambang Wibawarta
NIP. 19651023 199003 1 002

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan makalah ini tepat pada waktunya.

1. Bapak Zeffry Alkatiri selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk membaca dan memeriksa semua tulisan dalam skripsi ini serta memberikan waktu untuk membaca dan memeriksa semua tulisan dalam skripsi ini serta memberikan motivasi penulis agar dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tanpa bimbingan, dukungan dan bantuan dari beliau, skripsi ini hanya menjadi ide yang menempel di kepala penulisan tanpa pernah terwujud. Tak lupa pula, terima kasih kepada seluruh pengajar Program Studi Rusia yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman yang mengesankan selama lima tahun. Terima kasih kepada Ibu Mina Elfira, Ph.D, Ibu Sari Endahwarni, M.A, Bapak Ahmad Sujai M.A, Ibu Prof Dr. N Jenny M.T Hardjatno, Ibu Nia Kurnia Sofia M, App, Bapak Banggas Limbong M.Hum, Bapak Ahmad Sujai, Alm.Dr Singkop Boas, Bapak Muhammad Nasir Latief, M.A, Bapak Hardjo, Bapak Ahmad Fahrurodji yang dengan sabar membantu penulis untuk memahami bahasa Rusia dengan baik dan benar, serta mendukung penulis agar menyelesaikan skripsi semester ini. dan Bapak Arcel yang turut serta membantu dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ayah,Bunda, yang memberikan kasih sayang, semangat, bantuan dan dorongan moral supaya bisa selalu melakukan yang terbaik. Adek-adek ku tersayang Aulia dan Abid yang selalu mengingatkan dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Kepada Eyang, Om Yamin, Tante Vitri, Om Badar, Tante Ana serta adek sepupu yaitu Wisam, Aiman, Mirza yang memberikan semangat dan dorongan agar penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Marissa Ayudita yang dengan setia menemani, menasehati, menyemangati, mengingatkan dan membantu agar tetap berjuang melakukan yang terbaik dan kepada om Tjeppy, tante Naning, Teh Tia, Mas Yogi terima kasih atas dukungan dan sarannya.
4. Keluarga besar Galeri Antara, Bang Ricky, Mas Danny, Mas Robby, Sopan, Kemal, Khansa, Grandy, Ajis, Panji, Retti, Sekar, Adhi, Aldi, Riam, Ghea, Hanny, Titah, Reza, dan semuanya yang tak dapat disebutkan satu persatu.

5. Keluarga besar Sastra FC, Popon, Harry, Genta, Radit, Rizky, Ridho, Asri, Dila, Tely, coach Agus, Salman, Ucok, Adin, Karri, Garit, Echa, Dilla, Dc, Bang Pian Cimeng, Ami, dan teman SFC yang tak dapat disebutkan satu persatu.
6. Teman-teman seperjuangan Rusia angkatan 2005, Citra, Edward, Wisnu, Said, Dimas, Rieke, Achi, Dinda, Harmoko, Rahman, Fachri, Aul, Era, Ayu, Bagus, Sanny, Domdom, Nasya, Echa, Lidya, dan temen-temen Ikasslav Andri, Ezar, Mare, Jenna, Alan, Hendra, Yazid, Ais, Delvi, Ali, serta senior dan junior yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
7. Sahabat dan Teman-teman seperjuangan Adi, Sasha, Ronald, Bajis, Agung, Harry, Icha, Cici, Aldi, Raise, Ditta, Andri, Dipo, Tomo, Mijar, Yossi, Ali, Mprrie, dan teman Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia.

Penulis berharap agar makalah ini dapat bermanfaat untuk perubahan wawasan tentang Pemilu, Oligarki dan media televisi pada masa Yeltsin. Penulis Mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan makalah ini baik dari segi materi, penyajian maupun tata bahasa yang disebabkan oleh keterbatasan penulis.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sebagai bahan penyempurnaan yang akan datang.

Depok, Juni 2010

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anbia Permadi

NPM : 0705012003Y

Program Studi : Rusia

Departemen : Sastra

Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Peran Televisi Dalam Pemilihan Presiden Di Rusia Tahun 1996

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Juni 2010

Yang menyatakan

(Anbia Permadi)

DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
TABEL.....	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tinjauan Pustaka	6
1.3. Permasalahan	9
1.4. Tujuan Penulisan.....	9
1.5. Metode Penelitian.....	9
1.6. Landasan Teori.....	11
1.6.1. Teori Propaganda.....	11
1.6.2. Teori Komunikasi Massa dan Media.....	12
1.6.3. Beberapa Pengertian	14
1.7. Sumber Data.....	16
1.8. Susunan Penulisan	17
BAB 2. SEJARAH MEDIA TELEVISI dan PEMERINTAHAN UNI SOVIET HINGGA FEDERASI RUSIA	18
2.1. Sejarah Televisi dan Pemerintahan Periode Uni Soviet	18
2.1.1. Doktrin Media Massa dari Pemerintah Uni Soviet	23
2.1.2. Sistem Pengawasan Terpusat.....	24
2.1.3. Rethinking Ideologi.....	27
2.2. Sejarah Televisi dan Pemerintahan Federasi Rusia.....	30
BAB 3. ANALISIS PERAN MEDIA TELEVISI PADA PEMILU PRESIDEN DI RUSIA TAHUN 1996	34
3.1. Pemilu Parlemen 1993	34
3.2. Pemilu Parlemen 1995	37
3.3. Pemilu Presiden Putaran Pertama	40
3.3.1. Peran Oligarki Media dalam Pemilu Presiden Putaran Pertama	46
3.3.2. Peran Media televisi dalam Pemilu Presiden Putaran Pertama.....	47
3.4. Pemilu Presiden Putaran Kedua	49
3.4.1. Peran Oligarki Media dalam Pemilu Presiden Putaran Kedua	54
3.4.2. Peran Media Televisi dalam Pemilu Presiden Putaran Kedua	55

BAB 4. KESIMPULAN	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59



DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Partai dan organisasi yang muncul pada tahun 1993
2. Tabel 3.2 Hasil Pemilu Parlemen Desember 1993
3. Tabel 3.3 Penggunaan waktu tayang televisi dalam Pemilu Parlemen 1993
4. Tabel 3.4 Hasil Pemilu Parlemen tahun 1995
5. Tabel 3.5 Penggunaan waktu tayang televisi dalam Pemilu Parlemen 1995
6. Tabel 3.6 Penggunaan media televisi oleh kandidat dalam Pemilu Presiden putaran pertama tahun 1996
7. Tabel 3.7 Tema Utama liputan kampanye Presiden pada tahun 1996 Presiden Rusia putaran pertama Pemilihan pada ORT dan Berita NTV
8. Tabel 3.8 Hasil Pemilu Presiden Putaran Pertama
9. Tabel 3.9 Penggunaan media televisi oleh kandidat dalam Pemilu Presiden putaran kedua tahun 1996
10. Tabel 3.10 Tema Utama liputan kampanye Presiden pada tahun 1996 Presiden Rusia putaran kedua Pemilihan pada ORT dan Berita NTV
11. Tabel 3.11 Hasil Pemilihan Umum Presiden Putaran kedua

ABSTRAK

Nama : Anbia Permadi

Program Studi : Rusia

Judul : Peranan Televisi Dalam Pemilu Presiden Di Rusia Tahun 1996

Skripsi ini mengkaji peran media televisi dalam pemilihan Presiden di tahun 1996 yang kala itu masih dalam pemerintahan Boris Yeltsin berdasarkan fakta-fakta sejarah yang ada. Dalam penulisan skripsi ini menggunakan teori komunikasi massa dan propaganda sebagai penunjang fakta dan data statistik. Metode yang digunakan adalah metode sejarah sesuai dengan kajian dalam skripsi ini. berdasarkan data-data yang diperoleh dapat dikatakan bahwa media televisi yang dimiliki oleh oligarki media mempunyai peran dalam mengangkat popularitas Presiden Yeltsin yang sedang turun dengan menggunakan televisi sebagai alatnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa oligarki media mempunyai peran penting dalam memenangkan Yeltsin sebagai Presiden Federasi Rusia pada Pemilihan Presiden tahun 1996.

Kata kunci yaitu : Peran, televisi, oligarki, pemilu, propaganda, kampanye, komunikasi massa

ABSTRAC

Nama : Anbia Permadi

Program Studi : Rusia

Judul : The Role of Television Media in The Presidential Election in 1996

This thesis examines the role of television media in the Presidential election in 1996, then still in the government of Boris Yeltsin's based on historical facts are there. In writing this paper uses the theory of mass communication and propaganda as the supporting facts and statistics. The method used is the historical method in accordance with the study in this thesis. based on data obtained can be said that the television media are owned by the oligarchy of media have a role in raising the popularity of President Yeltsin who was down with using television as a tool. So we can conclude that the oligarchy of media have an important role in winning Yeltsin as President of the Russian Federation-election in 1996.

Keyword : Roles, Television , Oligarchy, Elections, Propaganda, Campaign , Mass Communication

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Televisi adalah media audiovisual yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk menampilkan gambar dan suara. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*, yang mempunyai arti masing-masing. *Tele* berarti jauh dan *vision* berarti tampak. Sehingga arti dari televisi itu berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh. Pada tahun 1900, istilah televisi pertama kali dikemukakan oleh Constatin Perskyl dari Rusia pada acara Internasional Congress of Electricity yang pertama dalam Pameran Teknologi Dunia di Paris. Pada tahun 1923, Vladimir Kozma Zworykin mendaftarkan hak paten atas nama Zworykin untuk penemuannya, *kinescope*, televisi tabung pertama di dunia. Keterbukaan Zworykin pada kritik membuat dia menghasilkan sebuah penemuan baru lagi, yaitu sebuah kamera tabung. Ini melengkapi teknologi televisi tabung penemuannya. Penemuan itu dinamakannya *iconoscope*. Zworykin kemudian dikatakan sebagai sang penemu televisi¹.

Pada era Uni Soviet tahun 1940, televisi² adalah salah satu media sarana komunikasi audiovisual yang digunakan sebagai alat propaganda. Mengapa televisi? Televisi adalah salah satu media massa yang efektif untuk mempropaganda masyarakat pada era Uni Soviet, maupun pada Pemilu ketika era pemerintahan Federasi Rusia. Televisi juga menjadi alat komunikasi massa yang efektif karena dapat menjangkau seluruh Uni Soviet. Masyarakat dapat melihat alur cerita secara audiovisual dan lebih mudah menangkap pesan yang menggunakan gambar melalui televisi. Salah satu contoh pesan yang dibuat oleh pemerintahan Uni Soviet melalui media televisi adalah lagu *Rayuan Pulau Kelapa*. Lagu tersebut liriknya telah diganti menjadi bahasa Rusia. Pemerintahan

¹ Lihat “[Sejarah Penemuan dan Inovasi Televisi](http://duniatv.blogspot.com/2008/02/sejarah-televisi.html)” <http://duniatv.blogspot.com/2008/02/sejarah-televisi.html> (diunduh pada tanggal 15 Maret 2010 pada pukul 23.40).

² Proses penyiaran gambar melalui gelombang frekuensi radio dan menerimanya pada pesawat penerima yang memunculkan gambar tersebut pada bidang selayar.

Uni Soviet menayangkannya melalui televisi agar selalu diingat oleh masyarakat Rusia. Di samping itu, masyarakat Rusia diharuskan menyanyikan lagu *Rayuan Pulau Kelapa* untuk menyambut Presiden Indonesia ketika berkunjung ke Rusia.

Televisi juga merupakan alat yang sangat kuat untuk memanipulasi opini publik. Namun, pada era Uni Soviet, tujuan utama dari televisi adalah sosialisasi pendidikan rakyat. Televisi bertindak sebagai imitasi kepada publik, dengan demikian tidak ada kejahatan, kekerasan atau seks yang ditampilkan di televisi Soviet. Berita tidak melayani untuk menginformasikan orang tetapi untuk meyakinkan bahwa segala sesuatu berada di jalur yang benar³. Oleh karena itu berita tentang pembunuhan, bencana, kecelakaan akan hilang dari standar reportasi atau diberitakan secara sepintas dengan informasi yang sangat minim. Berita politik tersebar luas, dan ini cenderung menjadi berita yang otentik dan dokumenter. Pidato yang disiarkan secara langsung atau dicetak ulang kata demi kata di media cetak⁴. Berita di televisi telah lulus sensor oleh departemen Propaganda Uni Soviet. Semua program acara televisi adalah dari negara yang berisi tentang kepentingan negara demi mencapai tujuannya. Di Uni Soviet, televisi yang telah menyebar luas adalah salah satu alat komunikasi yang mana pusat politik yaitu Moscow dapat secara efektif dan cepat menjangkau seluruh negeri.

Pada saat kemunculan televisi pada tahun 1940, ada 400 pesawat televisi, angka ini meningkat pesat hingga 10.000 pada tahun 1950, dan lima juta pada tahun 1960. Pada titik era televisi baru saja dimulai, lima juta penduduk Uni Soviet pemilik pesawat televisi pada tahun 1960 mewakili 5 persen penduduk, menjelang tahun 1986 hampir seluruh penduduk yang diperkirakan mencapai 93 persen memiliki akses ke televisi⁵. USSR memiliki dua stasiun televisi nasional. Stasiun televisi pertama yaitu *Channel 1*, didirikan pada tahun 1960, dan stasiun televisi kedua yaitu *Channel 2*, yang dibuka pada tahun 1982 yang bertujuan

³ Beumers Birgit, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14

⁴ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

⁵ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

untuk meneruskan sebagian besar program dari stasiun *Channel 1*⁶. Selain itu terdapat sejumlah stasiun televisi lokal dan regional.

Pada saat Uni Soviet dipimpin Gorbachev⁷ pada tahun 1985, dia menyadari pentingnya peran media. Gorbachev mereformasi birokrasi dengan cara menggunakan opini publik. Ia ingin masyarakat Uni Soviet mengekspresikan keinginan, kebutuhan dan masalah mereka. Gorbachev mendorong masyarakat untuk memberikan kritik dalam hal pemberantasan korupsi dan kesalahan manajemen dalam birokrasi Uni Soviet. *Rethinking ideologi* dan propaganda adalah kunci dalam era keterbukaan pada saat itu. Oleh karena itu, media diberi kebebasan untuk meliput berita dengan maksud untuk mereformasi dan memperbaiki birokrasi di Uni Soviet. Namun pada awal tahun 1990, media televisi menjadi bumerang bagi Gorbachev. Gorbachev terus mendapatkan kritik masyarakat Uni Soviet. Pada akhir tahun 1991, Gorbachev selaku kepala negara mengundurkan diri sehingga Uni Soviet bubar. Uni Soviet berubah menjadi Federasi Rusia dan Boris Yeltsin sebagai Presiden pertamanya⁸.

Setelah Uni Soviet bubar pada tanggal 25 Desember 1991, terjadi perebutan kekuasaan di tingkat elite, baik legislatif maupun eksekutif, antara kelompok konservatif dengan kelompok reformis atau liberal. Puncaknya adalah pengepungan gedung parlemen Federasi Rusia pada tahun 1993. Setelah itu Boris Yeltsin⁹ sebagai Presiden membekukan Parlemen dan membentuk konstitusi baru. Di dalam konstitusi tersebut diatur bentuk pemilihan Presiden dan anggota Parlemen melalui Pemilihan Umum langsung oleh rakyat Federasi Rusia¹⁰.

Pemilu merupakan cara berdemokrasi suatu negara dengan cara memilih pemimpin secara langsung¹¹. Pada tahun 1993 masyarakat Rusia baru pertama kali melaksanakan Pemilihan Umum pada masa Federasi Rusia. Pemilihan Umum

⁶ Ibid, Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal 15

⁷ Pemimpin Uni Soviet yang menjabat pada tahun 1985. Gorbachev adalah pemimpin Uni Soviet yang memberikan inovasi baru pada Uni Soviet yaitu Glasnost, Perestroika, dan Demokrasi

⁸ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 18.

⁹ Boris Yeltsin adalah pemimpin Rusia SSR pada masa Uni Soviet namun ketika Uni Soviet bubar secara langsung Yeltsin menjadi Pemimpin Federasi Rusia. Yeltsin terpilih lagi menjadi Presiden pada tahun 1996.

¹⁰ Ibid, Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal 26

¹¹ Proses pemilihan orang atau partai untuk posisi, terutama posisi politik.

pada masa Federasi Rusia dalam periode tahun 1991-2000 terjadi tiga kali untuk Parlemen dan dua kali untuk Presiden. Pemilihan Umum Parlemen terjadi pada tahun 1993, 1995, dan 1999. Pemilihan Umum Presiden terjadi pada tahun 1996 dan 2000. Pada tahun 1996 Pemilihan Presiden terjadi dua putaran. Putaran pertama di ikuti oleh sepuluh kandidat Presiden dan putaran kedua di ikuti dua kandidat Presiden. Pada tahun 2000 di ikuti empat kandidat Presiden. Pada tahun 1993 tercatat ada 35 partai politik yang memenuhi persyaratan verifikasi namun terjadi konsolidasi sehingga menjadi 13 partai. Pada tahun 1995 terdapat 43 partai politik. Di Rusia Pemilihan Umum dilaksanakan dua kali, Pertama pemilihan Parlemen dan kedua pemilihan Presiden.

Pemilihan Umum pada Desember 1993 yang merupakan pemilihan multipartai pertama di Federasi Rusia. Untuk pertama kalinya media, terutama televisi, memainkan peran penting dalam penyiaran. Setelah itu terjadi kepemilikan stasiun televisi dan pengendalian jam tayang yang menjadi penting. Ini akan menyebabkan pertempuran kendali atas jaringan televisi yang akan mendominasi pemerintahan kedua Yeltsin (1996--2000). Tiga belas partai terdaftar mengikuti Pemilu pada tahun 1993, yang juga mempunyai suara pada konstitusi baru yang membuat parlemen kurang kuat.

Kebebasan jam tayang dialokasikan untuk masing-masing partai, dan tambahan waktu yang tidak terbatas dapat dibeli untuk siaran partai. Meskipun demikian Partai Komunis, Liberal, dan Demokratis tidak membeli jam tayang sama sekali. Tak satu pun dari partai-partai politik punya pengalaman siaran partai politik, hal itu di sebabkan partai politik baru pertama kali merasakan Pemilihan Umum dan memakai media televisi serta media lainnya untuk berkampanye sejak berakhirnya era Uni Soviet dan di mulainya era Federasi Rusia. Begitu pula penonton dan pemilih Rusia mengetahui apa yang mereka cari yaitu sebuah program politik, pemimpin yang karismatik, atau iklan politik yang baik¹².

¹² Sarah Oates, *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.26

Pada era Federasi Rusia, pemerintah melakukan kebijakan swastanisasi. Stasiun televisi nasional maupun lokal dibeli oleh oligarki. Oligarki¹³ pada masa Federasi Rusia mempunyai kepentingan dalam bisnis atau jaringan-jaringan yang dimiliki oleh para elite politik sehingga para oligarki ikut masuk dan berperan dalam panggung politik Rusia. Industri media Rusia, khususnya televisi, sebagian dikuasai oleh kaum oligarki setelah terjadinya proses swastanisasi. Media televisi kemudian mempunyai peranan dalam perebutan kekuasaan politik. Televisi menunjukkan perannya sebagai media yang mempopulerkan kandidat-kandidat Presiden¹⁴ melalui slogan-slogan agar mereka mendapat dukungan dari masyarakat Federasi Rusia¹⁵. Pada saat Pemilu setiap partai diberikan waktu yang cukup banyak untuk tayang di televisi. Namun, pihak televisi tidak diperbolehkan untuk memberikan laporan yang negatif mengenai seorang kandidat atau partai. Hal ini dikarenakan jika data tersebut tidak akurat dan pihak televisi tetap melaporkannya, maka pihak televisi harus menyediakan waktu kepada partai atau kandidat yang bersangkutan untuk mengkonfirmasi kebenarannya. Jika tidak maka televisi tersebut akan ditutup karena pemerintah Rusia tidak memberikan perlindungan hukum terhadap para jurnalis dan media massa¹⁶.

Pemilihan Presiden tahun 1996 mewakili pemilihan pertama dengan calon yang bersaing untuk Presiden. Pada Pemilu tahun 1996, lawan terkuat Boris Yeltsin adalah Gennadi Ziuganov dari partai Komunis. Ziuganov memperkirakan mayoritas penduduk tidak puas dengan kekacauan ekonomi yang mencengkeram negara Rusia dengan liberalisasi harga pada tahun 1992. Generasi tua dan pensiun rendah berharap untuk kembali ke ekonomi yang sistem ekonomi Uni Soviet, dan sistem Komunis telah menawarkannya bahwa selama lebih dari tujuh puluh tahun. Untuk memastikan bahwa mereka tahu apa yang mereka lakukan pada saat pemungutan suara untuk mendukung Ziuganov. Ia menyiarkan film yang meneng

¹³ Oligarki adalah orang-orang kaya baru yang muncul ketika Federasi Rusia, kelompok ini membeli aset-aset negara yang dijual oleh pemerintah sehingga mereka bertambah kaya.

¹⁴ Pemilihan Presiden terjadi dua kali pada era Federasi Rusia yaitu pada tahun 1996 dan 2000. Pada tahun 1996 ada lima kandidat Presiden yaitu Boris Yeltsin, Gennady Zyuganov, Aleksander Lebed, Gregory Yavlinsky, dan Vladimir Zhirinovskiy. Pada tahun 2000 di ikuti empat kandidat yaitu Vladimir Putin, Gennady Zyuganov, Gregory Yavlinsky, dan Aman Tuleyev.

¹⁵ Ibid, *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.17

¹⁶ Ibid, *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.23

dalam sebuah acara penghargaan yaitu Oscar Burnt karya Nikita Mikhalkov. Film itu memperlihatkan kengerian rezim Stalin. Film disiarkan menjelang Pemilu. Hal ini menyebabkan media jauh dari tujuan, baik dalam keterlibatan aktif dalam kampanye pemilihan dan dalam pemograman¹⁷.

Jadi bisa dikatakan televisi dan Pemilihan Umum tidak dapat dipisahkan. Partai politik membutuhkan sarana untuk berkampanye secara luas dan efektif, walaupun partai politik tidak tahu betul cara berkampanye melalui media televisi, televisi mendapat berita politik sampai acara talk show. Penonton mendapatkan informasi tentang partai politik atau kandidat Presiden, penonton juga mendapatkan gambaran tentang visi dan misi dari hasil kampanye melalui media televisi. Disini dapat dilihat bagaimana peran media televisi dalam memenangkan kandidat presiden pada masa pemilihan presiden pada tahun 1996.

1.2. Tinjauan Pustaka

Koltsova, Olessia. *New Media and Power in Russia* (Routledge : 2006)

Buku ini mengulas mengenai produk berita di Rusia dan juga memperdebatkan bahwa hubungan kekuasaan dalam pembuatan berita bukan gangguan luar dalam proses pencerminanan realitas. Namun merupakan interaksi agen-agen yang berada yang merupakan bagian intrinsik dalam proses produksi berita. Penelitian media pada awalnya digabungkan dengan catatan atau laporan lapangan yang pertama untuk produksi berita. Penelitian juga digunakan sebagai penyebaran isu-isu yang “tajam” dan struktur kekuasaan jurnalis rusia.

Akhir pemerintahan komunis di Uni Soviet membawa dunia baru yang berani terhadap media dan iklan. Awalnya perusahaan-perusahaan milik negara bagian diubah bentuknya, sering melalui kepemilikan pribadi, dan badan-badan hukum yang baru “melompat” dalam waktu semalam untuk mendapatkan keuntungan dari suasana baru dari kebebasan.

Sampai sekarang, kebanyakan penelitian media dan pembuat berita di Rusia sudah fokus terhadap ruang lingkup kendali pemerintahan dan perbandingan dengan era komunis. Namun kendali pemerintah yang bertambah

¹⁷ Ibid, *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.27

dan tantangan untuk beroperasi dalam lingkungan kapitalis yang baru telah menjadi penting jika tidak lebih penting di pembentukan iklim media baru. *News Media and Power in Russia* mengisi kekosongan, menjelaskan agen-agen yang berbeda yang “membuat” berita dan mendiskusikan perjuangan yang hebat di antara agen-agen yang terlibat dalam pemerintahan dan kekuasaan, termasuk memproduksi berita itu sendiri.

Oates, Sarah. *Television, Democracy and Elections in Russia* (Routledge : 2006)

Buku ini menggali bagaimana media Rusia, khususnya televisi telah membentuk politik Rusia pada era pasca Uni Soviet. Di dalam buku ini dijelaskan bagaimana media massa Rusia, sebagai pilar masyarakat sipil, gagal untuk membangun demokrasi.

Metodologi yang digunakan adalah pengumpulan dan analisis beberapa data, termasuk survey opini publik. Isi analisa berita televisi, grup diskusi, dan interview untuk menganalisa Pemilihan Umum Rusia dalam periode sejak 1993. Penelitian ini menghasilkan bukti yang memaksakan kehendak, dimana televisi bantu mencegah perkembangan masyarakat demokratis, lebih digunakan sebagai alat bagi para pemimpin daripada sebagai penyalur layanan informasi dalam Pemilihan Umum.

Buku ini membahas juga tentang apa masyarakat rusia berpikir tentang bagaimana televisi menutup atau melindungi politik dan menunjukkan bahwa kelompok ini sering lebih nyaman dengan kekuasaan daripada kebenaran di pemberitaan televisi. Secara keseluruhan, buku ini menjelaskan bagaimana televisi membentuk politik di masyarakat rusia saat ini dan menyediakan banyak bukti baru untuk menguraikan hubungan antara partai-partai politik, pemilih dan televisi.

Berdasarkan referensi isi buku ini maka lebih dalam penelitian yang ditulis dalam skripsi ini adalah lebih spesifik pada pengaruh media televisi dalam

Pemilihan Umum Presiden pada 1996 serta mengulas tentang sejarah pertelevisian pada masa Uni Soviet ke Federasi Rusia.

Mickiewicz, Ellen. *Television, Power, and Public in Russia* (Cambridge University Press : Cambridge 2008)

Buku ini membahas secara luas media Rusia yang terlihat semakin dikontrol oleh pemerintahan. Para penguasa membeli stasiun televisi yang sudah hancur lalu secepat mungkin melakukan investasi perbaikan untuk pemulihan dampak kerusakan isi media yang telah terjadi. Sebagai hasil berita televisi memiliki lingkup yang lebih kecil dan luas pandangan yang merefleksikan bahwa penguasa meminta asimilasi dan menutup stasiun yang membangkang.

Dengan menggunakan kelompok peneliti yang fokus pada keaslian, keluasan serta pengembangan dalam teori baru kognitif. Ellen M membuka suatu ketidaksesuaian pendalaman diantara asumsi kepuasan penguasa Rusia dimana rakyat akan menerima pesan mereka dan sebagai penonton pada sisi lain layar televisi. Ini adalah buku pertama yang mengungkapkan apa yang mereka gunakan untuk prosesnya. Fokus target penelitian pada orang-orang biasa bukan kalangan elite, membuat kontribusi yang kuat untuk studi komunitas masyarakat pasca komunis dan hubungan antar tiap jenis media.

Beumers, Brigit. *Pop Culture Russia* (Routledge : 2006)

Buku ini dan pembahasannya yang dibuat adalah untuk memberikan pengenalan kepada beberapa perkembangan budaya populer di Rusia baru. Selain itu buku ini berusaha memetakan perkembangan budaya populer di Soviet Rusia dalam pengertian luas, dalam rangka untuk mengatur latar bagi eksplorasi rincian budaya populer di bawah Gorbachev, Yeltsin, Putin, buku ini telah secara nyata dan transparan, tidak menutupi segala sesuatu, sehingga telah memilih apa yang tampaknya paling representatif dari perkembangan cepat budaya kontemporer di Rusia. Bahkan penulis buku *Pop Culture Russia* ini telah membahas budaya yang

sedang populer yang paling penting, tokoh, dan hanya mengungkapkan akan makna peristiwa sejarah.

Dalam buku ini tidak hanya membahas tentang perubahan budaya saja tetapi juga mengungkapkan peristiwa-peristiwa yang terjadi dengan kronologis terjadinya suatu peristiwa yang terjadi pada media, seni dan gaya hidup. Dalam buku ini penulis mendapatkan pula berbagai informasi tentang media televisi.

1.3. Permasalahan

Permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini adalah bagaimana peran televisi dalam Pemilihan Presiden di Federasi Rusia yang digunakan sebagai media kampanye pada masa Boris Yeltsin tahun 1996.

1.4. Tujuan Penulisan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran media televisi pada masa Federasi Rusia sebagai media kampanye pada masa Boris Yeltsin di tahun 1996, dilihat dari visualisasi yang ditampilkan dan sisi sejarahnya, yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada masyarakat.

1.5. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan dua metoda yaitu : pertama, metode kualitatif yang bersifat deskriptif analitis. Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dan informasi dari berbagai sumber, yang kemudian diinterpertasikan melalui analisis. Kedua, Metode penelitian sejarah adalah instrumen untuk merekonstruksi peristiwa sejarah (*history as past actuality*) menjadi sejarah sebagai kisah (*history as written*)¹⁸.

Dalam ruang lingkup Ilmu Sejarah, metode penelitian itu disebut metode sejarah. Metode sejarah digunakan sebagai metode penelitian, pada prinsipnya bertujuan untuk menjawab enam pertanyaan (5W 1H) yang merupakan elemen dasar penulisan sejarah, yaitu *what*(apa), *when*(kapan), *where*(di mana), *who*(siapa), *why*(mengapa), dan *how*(bagaimana). Pertanyaan-pertanyaan itu

¹⁸ Lihat metode penelitian sejarah <http://www.pdfbase.com> (diunduh pada tanggal 15 Maret 2010 pada pukul 23.40)

konkretnya adalah: apa (peristiwa apa) yang terjadi? kapan terjadinya? di mana terjadinya? siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut? bagaimana terjadinya peristiwa tersebut?¹⁹.

Metode sejarah disini adalah proses menguji dan menganalisa secara kritis rekaman dan peninggalan masa lampau. Rekonstruksi yang imajinatif daripada masa lampau berdasarkan data yang diperoleh dengan menempuh proses itu disebut historiografi (penulisan sejarah) dengan mempergunakan metode sejarah dan historiografi sejarahwan berusaha untuk merekonstruksi sebanyak-banyaknya daripada masa lampau manusia²⁰. Sedangkan menurut Sartono Kartodirdjo membedakan antara metode sebagai “bagaimana orang memperoleh pengetahuan” (*how to know*) dan metodologi sebagai “mengetahui sebagaimana harus mengetahui” (*to know how to know*). Dalam kaitannya dengan ilmu sejarah, dengan sendirinya metode sejarah ialah bagaimana mengetahui sejarah, sedangkan metodologi ialah mengetahui bagaimana mengetahui sejarah.

Seorang sejarahwan yang ingin mengetahui sebuah sejarah, ia akan menempuh secara sistematis prosedur penyelidikan dengan menggunakan teknik-teknik tertentu pengumpulan bahan-bahan sejarah baik dari arsip-arsip maupun dari perpustakaan-perpustakaan (di dalam maupun di luar negeri) maupun dari wawancara dengan tokoh-tokoh yang masih hidup sehubungan dengan peristiwa bersejarah itu, atau dari orang-orang terdekat dengan tokoh-tokoh itu sehingga ia dapat menjangkau informasi selengkap mungkin²¹. Ciri-ciri penelitian kualitatif mewarnai sifat dan bentuk laporannya. Oleh karena itu laporan penelitian kualitatif disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam²².

Pada tahap pertama yaitu heuristik penulis mencari dan menemukan sumber yang diperlukan dalam penelitiannya. Berhasil atau tidaknya pencarian sumber, pada dasarnya tergantung dari wawasan peneliti mengenai sumber yang diperlukan dan keterampilan teknis penelusuran sumber. Berdasarkan bentuk

¹⁹ Lihat metode penelitian sejarah <http://www.pdfbase.com> (diunduh pada tanggal 15 Maret 2010 pada pukul 23.40)

²⁰ Louis Gottschalk, *Mengerti Sejarah*, Terj. Nugroho Notosusanto (Jakarta, 1975), hlm 32.

²¹ Helius Sjamsuddin, *Metodologi Sejarah* (rev. Ed Yogyakarta : Penerbit Ombak 2007), hal.14.

²² Mardalis. *Metode Penelitian*. (Jakarta : Bumi Aksara 1990), hlm.24.

penyajianya sumber-sumber sejarah terdiri atas arsip, dokumen, buku, majalah atau jurnal, surat kabar, dan lain-lain. Berdasarkan sifatnya, sumber sejarah terdiri atas sumber primer dan sumber sekunder.

Sumber untuk penulisan sejarah ilmiah bukan sembarang sumber, tetapi sumber-sumber itu terlebih dahulu harus dinilai melalui kritik ekstern dan kritik intern. Kritik ekstern menilai, apakah sumber itu benar-benar sumber yang diperlukan? Apakah sumber itu asli, turunan atau palsu? dengan kata lain, kritik ekstern menilai keakuratan sumber-sumber yang ada. Kritik kredibilitas data dalam sumber. Tujuan kritik sumber adalah untuk menyeleksi data, sehingga diperoleh fakta. Setiap data sebaiknya dicatat dalam lembaran lepas, agar memudahkan pengklasifikasiannya berdasarkan kerangka tulisan. Setelah fakta untuk mengungkapkan dan membahas masalah yang diteliti cukup memadai, kemudian dilakukan interpretasi, yaitu penafsiran akan makna fakta dan hubungan antara fakta-fakta lainnya. Penafsiran atas fakta harus dilandasi oleh sikap objektif. Kalaupun dalam hal tertentu bersikap subyektif, harus subyektif rasional, jangan subyektif emosional.

Rekonstruksi peristiwa sejarah harus menghasilkan sejarah yang benar atau mendekati kebenaran, kegiatan terakhir dari penelitian sejarah (metode sejarah) adalah penulis merangkai fakta berikut maknanya secara kronologis/diakronis dan sistematis, menjadi tulisan sejarah sebagai kisah. Kedua sifat uraian itu harus benar-benar tampak, karena kedua hal itu merupakan bagian dari ciri karya sejarah ilmiah, sekaligus ciri sejarah sebagai ilmu.

1.6. Landasan Teori

1.6.1. Teori Propaganda

Pada perjalanan sejarah teori propaganda terlihat adanya satu benang merah tentang dasar-dasar yang menjadi teori propaganda. Menurut Dan Nimmon, ada tiga pendekatan persuasi politik, yakni propaganda, periklanan dan retorika²³. Semuanya serupa dalam beberapa hal yakni bertujuan (purposif), disengaja

²³ Dan, Nimmo, *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan dan Media*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1993)

(intensional) dan melibatkan pengaruh; terdiri atas hubungan timbal balik antara orang-orang dan semuanya menghasilkan berbagai tingkatan perubahan dalam persepsi, kepercayaan, nilai dan pengharapan pribadi. Tentu saja ketiganya memiliki kekhususan yang membedakan satu dengan yang lainnya.

Menurut Jacques Ellul (dalam Dan Nimmo, 1993), propaganda sebagai komunikasi yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi yang ingin menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-tindakan suatu massa yang terdiri atas individu-individu, dipersatukan secara psikologis melalui manipulasi psikologis dan digabungkan di dalam suatu organisasi. Di satu pihak ada kelompok yang berusaha membentuk pikiran massa demi keuntungan penguasaan atau mereka yang memiliki akses terhadap yang memiliki akses terhadap kekuatan ekonomi dan militer. Merekalah yang merancang berbagai teori dan konsep untuk melakukan propaganda. Di sisi lain terdapat obyek yang jadi sasaran propaganda, mereka inilah yang merupakan kelinci percobaan teori lama maupun modern. Dalam alam modern maka teori propaganda digunakan baik di bidang militer, ekonomi maupun politik.

Meskipun demikian banyak kritik yang dilontarkan terhadap kelompok yang memanfaatkan rendahnya pendidikan masyarakat demi keuntungan mereka yang berkuasa. Penulis menggunakan teori ini karena sebagai bentuk penjelasan dan informasi, penulis ingin menjelaskan tentang kegiatan propaganda dalam penyebaran informasi atau pesan yang terlebih dahulu telah direncanakan secara seksama, sehingga dapat membentuk opini publik, mengubah sikap, pandangan, dari penerima informasi sehingga sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penyebar informasi atau pesan²⁴.

1.6.2. Teori Komunikasi Massa dan Media

Penulis memberi pengertian arti komunikasi terlebih dahulu sebelum membahas tentang teori komunikasi massa. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang

²⁴ Santoso. *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. (Bandung, 1991), hlm. 21

(*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa²⁵.

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah siaran radio dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah, keduanya disebut dengan media cetak, serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop. Media menurut Denis McQuail adalah jendela kita melihat dunia sekitar dalam membantu kita memahami pengalaman serta membawa informasi yang melingkupi tanggapan dari publik, untuk menyediakan petunjuk dan arah guna menyaring bagian-bagian pengalaman dan memberi fokus pada pengalaman lain untuk merefleksikan diri kita sendiri dan memblokade kebenaran²⁶. Pada perjalanan sejarah teori komunikasi massa diungkapkan oleh berbagai tokoh-tokoh komunikasi massa dan media. Setiap tokoh mempunyai pendapat yang beda tentang teori komunikasi.

Teori komunikasi massa dan media yang dikemukakan Geroge Gerbner adalah komunikasi massa adalah proses ketika organisasi media memproduksi dan mentransmisi pesan kepada publik yang luas dan juga merupakan proses ketika pesan dicari, digunakan, dimengerti, dan dipengaruhi oleh khalayak. Georger Gerbner mentelaah teori yang dikemukakan menjadi tiga bagian yaitu: pertama pusat dari studi komunikasi massa adalah media, kedua organisasi media mendistribusikan pesan yang mempengaruhi dan merefleksikan budaya suatu masyarakat dan menyediakan informasi secara berkelanjutan untuk publik yang luas, ketiga hal ini membuat media menjadi bagian yang penting dari kekuatan institusional masyarakat²⁷.

²⁵ <http://www.scribd.com/doc/20898975/DEFINISI-KOMUNIKASI-MASSA>

²⁶ Lihat Soejono Soekanto "Pengantar Teori Media Komunikasi".
Cari-pdf.com/pdf.php?q=teori+media+komunikasi(Diunduh pada tanggal 7 April 2010, pkl 01.00)

²⁷ Lihat "Pengantar Teori Media Komunikasi".
Cari-pdf.com/pdf.php?q=teori+media+komunikasi(Diunduh pada tanggal 7 April 2010, pkl 01.00)

1.6.3. Beberapa Pengertian

- Televisi adalah media audiovisual yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk menampilkan gambar dan suara. Kata televisi berasal dari kata *tele* dan *vision*, yang mempunyai arti masing-masing. *Tele* berarti jauh dan *vision* berarti tampak. Sehingga arti dari televisi itu berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh.
- Peran, pengertian peran menurut Soejono Soekanto adalah sebagai berikut : “Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran.” Konsep tentang peran (role) menurut Komarudin dalam buku “Ensiklopedia Manajemen” mengungkapkan sebagai berikut:
 - Bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen.
 - Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status.
 - Bagian suatu fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata.
 - Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya.
 - Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diambil pengertian bahwa peranan merupakan penilaian sejauh mana fungsi seseorang atau bagian dalam menunjang usaha pencapaian tujuan yang ditetapkan atau ukuran mengenai hubungan dua variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat²⁸.

- **Pengertian Kampanye dan Pemilu**

Sering terjadi kerancuan pengertian atau istilah kampanye yang disamakan dengan propaganda, dan secara operasional keduanya sama-sama melakukan kegiatan berkomunikasi yang terencana untuk

²⁸ Lihat “2.1 Pengertian Peranan”. dspace.widyatama.ac.id/bistream/handle/10364/1049/bab2a.pdf?sequence=12 (Diunduh pada tanggal 22 maret 2010, pkl 22.00)

mencapai tujuan tertentu dan berupaya mempengaruhi khalayak sebagai target sasarannya²⁹. Bedanya, pertama istilah propaganda terlebih dahulu dikenal dalam kegiatan komunikasi yang dirancang untuk jangka panjang, misalnya dalam bidang kegiatan ajaran politik dan hingga kepentingan propaganda militer melalui komunikasi searah, kursif dan intimidasi melalui kekuatan dan kekuasaan yang dimiliki oleh pihak komunikator biasanya berkonotasi negatif terhadap khalayaknya, sedangkan kedua, konsep kampanye yang lahir kemudian dan melakukan kegiatan komunikasi secara terencana yang lebih moderat, terbuka, toleran, dengan waktu terbatas atau jangka pendek, dan program yang jelas, persuasif serta dapat diidentifikasi secara jelas nara sumbernya (komunikator) dan selalu berkonotasi positif.

Pengertian secara umum tentang istilah kampanye yang dikenal sejak 1940-an *campaign is generally exemply persuasion in action* (kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk memebujuk), dan telah banyak dikemukakan beberapa ilmuwan, ahli dan praktisi komunikasi, yaitu definisi sebagai berikut: menurut Leslie B. Snyder adalah secara garis besar kampanye komunikasi merupakan aktifitas komunikasi yang terorganisasi, secara langsung ditujukan khalayak tertentu, pada periode waktu yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Pfau dan Parrot adalah suatu kampanye yang secara sadar, menunjang dan meningkatkan proses pelaksanaan yang terencana pada periode tertentu untuk bertujuan mempengaruhi khalayak sasaran tertentu.

Pemaparan dari berbagai definisi dari para pakar mengenai arti kampanye tersebut diatas maka dapat di tarik suatu kesimpulan, yaitu terdapat kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- Adanya aktifitas proses komunikasi kampanye untuk mempengaruhi khalayak tertentu.

²⁹ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi: Kampanye Public Relation* (Jakarta, 1997), hal. 22.

- Untuk membujuk dan memotivasi khalayak untuk berpartisipasi.
- Ingin menciptakan efek atau dampak tertentu seperti yang direncanakan.
- Dilaksanakan dengan tema yang spesifik dan nara sumber yang jelas.
- Dalam waktu tertentu atau yang telah ditetapkan, dilaksanakan secara terorganisasi dan terencana baik untuk kepentingan kedua belah pihak atau sepihak.
- Pemilu adalah suatu proses di mana para pemilih memilih orang-orang untuk mengisi jabatan-jabatan politik tertentu. Jabatan-jabatan yang disini beraneka-ragam, mulai dari Presiden, wakil rakyat di pelbagai tingkat pemerintahan, sampai kepala desa. Pada konteks OSIS atau ketua kelas, walaupun untuk ini kata 'pemilihan' lebih sering digunakan. Sistem Pemilu digunakan adalah asas *luber dan jurdil*. Dalam Pemilu, para pemilih dalam Pemilu juga disebut konstituen dan kepada merekalah para peserta Pemilu menawarkan janji-janji dan program-programnya pada masa kampanye. Kampanye dilakukan selama waktu yang telah ditentukan, menjelang hari pemungutan suara.

Setelah pemungutan suara dilakukan, proses penghitungan dimulai. Pemenang Pemilu ditentukan oleh aturan main atau sistem penentuan pemenang yang sebelumnya telah ditetapkan dan disetujui oleh para peserta, dan disosialisasikan ke para pemilih³⁰.

1.7. Sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini sumber-sumber yang digunakan merupakan sumber tertulis yang dibagi menjadi dua, yaitu :

- Sumber primer, berupa dokumen yang isinya lebih dalam mengulas tentang perkembangan televisi di era Boris Yeltsin, di fokuskan pada

³⁰ <http://referensi-Pemilu09.blogspot.com/2009/06/pengertian-Pemilu.html>

tahun 1990an, karena dalam kurun waktu 1991-2000 pergolakan perindustrian televisi meningkat, dan penulis mengambil beberapa data statistik sebagai sampel dan dokumen-dokumen penting untuk penulisan skripsi ini. Dari data statistik yang diambil oleh penulis dari beberapa buku mengenai televisi. Alasan penulis memilih periode ini karena penulis ingin menyampaikan bahwa pada tahun 1990-an adalah masa dimulainya perkembangan televisi, tidak hanya perkembangan televisi tetapi juga peranan partai dalam perkembangan televisi dalam mengkampanyekan kandidat-kandidat partai.

- Sumber sekunder, berupa buku teks seperti Sumber yang dipakai adalah *News Media dan Power in Russia and Democration*, *Television and Election in Russia*, jurnal ilmiah, buku penunjang lainnya serta data-data yang diambil dari internet untuk membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

1.8. Susunan Penulisan

Bab I Berisi bab pendahuluan yang meliputi : latar belakang, tinjauan pustaka, permasalahan, tujuan penulisan, metode penulisan, sumber data, dan susunan penulisan.

Bab II merupakan bab yang membahas awal perkembangan televisi di Rusia periode Uni Soviet dan periode Federasi Rusia 1991-2000 , termasuk Pemilu di era federasi Rusia.

Bab III pada bab ini dibahas bagaimana Analisis fakta sejarah yang memaparkan situasi aktivitas kampanye pemilihan Presiden pada tahun 1996, dan menjelaskan peranan media televisi dalam kampanye pemilihan Presiden Boris Yeltsin.

Bab IV Berisi kesimpulan, merupakan hasil analisa keterkaitan antara media Televisi dan keberadaan peranannya sebagai pendorong penentu siapa penguasa politik serta para pemegang pemerintahan di Rusia.

BAB 2

SEJARAH MEDIA TELEVISI dan PEMERINTAHAN UNI SOVIET HINGGA FEDERASI RUSIA

2.1. Sejarah Televisi Periode Pemerintahan Uni Soviet

Di era Uni Soviet, televisi mempunyai peran besar dalam penyampaian informasi kepada rakyat. Televisi merupakan media yang diandalkan dapat menjangkau secara simultan jutaan pemirsa, jaringannya melintasi zona waktu di sebelas wilayah Uni Soviet. Terdapat dua saluran televisi nasional di samping beberapa stasiun lokal wilayah setempat³¹. Dengan di perluasnya liputan televisi, Hal itu mencerminkan tumbuhnya kekuasaan televisi dan kepedulian negara dengan membuat media ini tersedia seluas mungkin. Bisa dikatakan bahwa negara ingin juga memegang kendali.

Televisi era Uni Soviet cenderung menampilkan berita yang meyakinkan bahwa Uni Soviet dalam suasana yang nyaman dan aman. Berita politik dan pidato kenegaraan disiarkan secara langsung. Beberapa bentuk acara hiburan televisi berupa permainan dengan memberikan hadiah kepada pemenang sangat dibatasi, sebaliknya acara pertunjukkan yang menunjukkan kepada pemirsa cara untuk membantu mengembangkan keterampilan berkaitan dengan pekerjaan lebih diutamakan³². Ramalan bintang tidak dihadirkan dalam setiap tayangan televisi Soviet maupun pada media cetak, karena negara percaya ada masa depan yang cerah, dimana masa depan seorang komunis dapat dipastikan dan tidak perlu untuk diprediksi lagi³³.

Berbagai saluran (*Channel*) semua program berita berasal dari agen berita yang sama: *TASS (Telegraph Agency of the Uni Soviet)* untuk berita nasional yang berdiri pada 10 July 1925, berubah nama sejak January 1992, menjadi *ITAR-TASS, (Information Telegraph Agency of Russia)*³⁴. dan *APN (Agence Press Novosti,*

³¹ Beumers Birgit, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

³² Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

³³ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

³⁴ Diunduh dari www.itar-tassonline.ru pada pukul 01.00

sekarang *RIA Novosti / RIA Vesti, Russian Internasional Agency Novosti*) untuk berita dan fitur internasional³⁵.

Oktober 1934, Rusia mulai melakukan aktifitasnya dalam industri media elektronik yakni televisi. Stasiun Televisi Uni Soviet melakukan percobaan siaran televisi pertama kali pada 9 Maret 1938, di Moskow melalui menara Shabolovka. Kemudian pada tanggal 25 Maret 1938, stasiun televisi Uni Soviet menayangkan film televisi pertama dengan judul *The Great Citizen* (Великий гражданин). Pada 7 juni 1938, Leningrad melakukan percobaan perdana dalam siaran televisi³⁶. Perkembangan televisi ini menggeser keberadaan bioskop sebagai media yang pada masa awal Uni Soviet sebagai media propaganda yang mencakup banyak orang.

Memasuki tahun 1940 kepemilikan televisi mulai menyebar tercatat ada sebanyak 400 pesawat televisi dimiliki oleh masyarakat Uni Soviet³⁷. Program acara televisi Uni Soviet saat itu hanya film-film yang menggambarkan kehebatan Uni Soviet serta pendidikan sosialis untuk masyarakat Uni Soviet. Uni Soviet yang kala itu terlibat pertempuran dalam Perang Dunia kedua membuat stasiun televisi Uni Soviet tidak dapat siaran secara reguler. Setelah Perang Dunia usai tepatnya pada 15 Desember 1945, stasiun televisi *Moscow Television* baru tayang lagi secara reguler. Pada 29 Juni 1949 stasiun televisi *Moscow Television* pertama kali menyiarkan siaran di luar studio pada acara pertandingan sepakbola dari *Dynamo Stadium*³⁸.

Memasuki tahun 1950, angka kepemilikan televisi masyarakat Rusia mencapai angka 10.000³⁹. Program Acara yang disiarkan relatif belum berubah dari awal penayangannya. Perubahan hanya pada konten acara yang mengedepankan pemberitaan perang bintang antara Uni Soviet dengan Amerika Serikat. Pada tanggal 24 Agustus 1950 untuk pertama kalinya Uni Soviet menyiarkan dengan jangkauan yang jauh yaitu dari Moscow hingga Ryazan⁴⁰.

³⁵ Diunduh dari www.rianovosti.ru pada pukul 01.00

³⁶ Diunduh dari google.com/timeline history of soviet television pada pukul 01.30

³⁷ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

³⁸ Diunduh dari google.com/timeline history of soviet television pada pukul 01.30

³⁹ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

⁴⁰ Diunduh dari google.com/timeline history of soviet television pada pukul 01.30.

Memasuki era 1960, kepemilikan pesawat televisi masyarakat Uni Soviet mencapai angka lima juta unit⁴¹. Bertambahnya kepemilikan pesawat televisi membuat penyebaran informasi pada masa Uni Soviet menjadi sangat cepat, walaupun begitu angka lima juta unit itu hanya lima persen dari seluruh jumlah penduduk Uni Soviet pada saat itu. Pada tahun 1960, Uni Soviet pertama kali memiliki stasiun televisi nasional yaitu *Channel 1*. Di Moskow *Channel 3* ini memulai transmisi lokal pada tahun 1965, berfokus pada pendidikan.

Pada tahun 1967 *Evening Channel 4* mulai dengan program acara olahraga dan lokal, sedangkan *Channel 5* adalah *Leningrad Channel*⁴². Satelit komunikasi pertama Soviet, disebut Molniya, diluncurkan pada tahun 1965. Pada bulan November, 1967 satelit sistem televisi nasional, disebut Orbita ditempatkan. Sistem ini terdiri dari 3 satelit yang sangat elips Molniya, fasilitas utama di Moskow yang berbasis *uplink* dan Timur Jauh. Masing-masing stasiun 12 meter menerima parabola dan pemancar untuk sinyal TV siaran ulang lokal untuk rumah tangga⁴³.

Pada tahun 1970-an, bisa dikatakan sebagai era baru dalam media televisi karena Uni Soviet melakukan pembangunan menara televisi di Ostankino. Pembangunan ini dimaksudkan agar televisi bisa mengakomodir televisi diperkantoran⁴⁴. Pada tahun-tahun sebelumnya sebagai masyarakat sosialis, Uni Soviet didasarkan pada kesetaraan dengan tidak ada bintang atau selebriti. Orang menghargai mereka sebagai pahlawan dan mengagumi sebagai bintang tetapi citra seorang selebriti tidak diangkat oleh media. Jadi pujangga yang sangat terkenal Vladimir Vysotsky tidak akan pernah muncul di acara televisi. Seorang bintang yang didukung Estrada Soviet seperti Arkadi Raikin, Alla Pugacheva, dan Iosif Kobzon baru menaklukkan media pada tahun 1970 dengan sejumlah acara musik dan program televisi lainnya⁴⁵. Pada era sebelum 1970 televisi hanya mengangakt

⁴¹ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal.14

⁴² Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005),hal.14

⁴³ Diunduh dari google.com/time line history of soviet television technology pada pukul 01.30

⁴⁴ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005),hal.14

⁴⁵ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005),hal.14

citra para pemimpin Uni Soviet melalui pemberitaan, iklan masyarakat dan pidato kenegaraan.

Memasuki tahun 1980-an, kepemilikan televisi bisa mencapai 86 persen dari penduduk Uni Soviet⁴⁶. Pada tahun 1982, *Channel 2* didirikan. *Channel 2* digunakan untuk mengirimkan sebagian besar berita yang tidak mempunyai rating dari *Channel 1*. Meskipun hanya sebagai saluran televisi kelas dua, 80 persen dari penduduk Uni Soviet menyaksikan program berita malam pada jam 9 malam, *Vremia (Time)*. Beberapa program berita lain juga sangat populer, seperti *Mir v Segodnia (Dunia Hari ini)*, sebuah program analisis yang menawarkan panorama internasional⁴⁷.

Pada tahun 1989 dua instansi kantor berita yaitu *Independent News Agency* dan *Interfax* yang dibentuk juga dikuasai oleh negara⁴⁸. Televisi Soviet menunjukkan 29 persen program film, 20 persen program berita, 9 persen program sejarah, 12 persen program ekonomi, 15 persen program kebudayaan, 4 persen program olahraga, 8 persen program anak-anak, dan 3 persen program ilmu pengetahuan dan perjalanan. Angka-angka ini mencerminkan minimnya hiburan untuk para pemirsa televisi di Uni Soviet⁴⁹. Salah satu inovasi televisi yang mencolok adalah penciptaan sebuah *Telemost, Space Bridge*⁵⁰ yang sering digunakan selama akhir tahun 1980-an dan menjadi sangat populer kala itu. *Space Bridge* pertama terjadi pada bulan Februari 1986 antara studio televisi di Leningrad dan Seattle yang kemudian disusul pada tahun 1986 oleh saluran antara Moskow dan Kabul. Saluran itu dimaksudkan untuk membantu pasukan Soviet yang berada di Afghanistan. Saluran langsung ke sebuah studio televisi di luar negeri menghubungkan dengan Amerika menjadi resmi yang mana program terkini akan diperoleh dari barat secara cepat.

Mikhail Gorbachev berkuasa di tahun 1985, ia menyadari pentingnya media. Gorbachev memulai reformasinya dengan mengangkat opini publik.

⁴⁶ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 14.

⁴⁷ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 15.

⁴⁸ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 15.

⁴⁹ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 15.

⁵⁰ sebuah saluran televisi interaktif public yang menghubungkan antara dua lokasi yang jelas berbeda secara geografis maupun budaya.),

Keinginan dia untuk mendapat respon dari masyarakat Uni Soviet dengan cara mengekspresikan kebutuhan, keinginan, dan masalah masyarakat Uni Soviet. Ia mendorong kritik yang dianggap sebagai alat untuk memberantas korupsi dan kesalahan manajemen yang melekat pada birokrasi Uni Soviet. Ideologi keterbukaan dan cara propaganda sebagai pendekatannya adalah instrumen kunci dalam pertarungan untuk terbuka dalam opini publik⁵¹.

Gorbachev memulai reformasi dengan menempatkan para reformator Alexander Yakovlev dan Yegor Ligachev ke posisi kunci dalam *Partai Komunis* di Komite Pusat⁵². Yakovlev yang mendukung kekuatan televisi ditugaskan di propaganda dan media massa dan Ligachev mengambil alih ideologi. Gorbachev membawa sejumlah inovasi untuk televisi. Pertama dengan menganjurkan program acara disiarkan secara langsung dan terbuka dalam pelaporan berita kilat. Gorbachev juga menganjurkan *pluralisme* opini untuk menghancurkan praktek birokrasi Uni Soviet yang menawarkan hanya satu baris yaitu garis Partai Komunis.

Terlepas dari inovasi Gorbachev yang membawa program dan metode penyajian berita, televisi pusat masih berkewajiban untuk mengikuti tatanan lama yang menyangkut berita partai. Gorbachev mendorong kritik, namun kritik ini seolah tak pernah berakhir karena ia belum mampu memberikan solusi dengan cepat. Pada akhirnya, ia menggunakan televisi untuk menghancurkan tatanan lama tanpa mendorong masyarakat Uni Soviet untuk terlibat secara aktif dalam membangun opini publik. Publik yang pernah menderita disinformasi sekarang sedang menerima banyak informasi dan tidak sepenuhnya memahami bahasa pelaporan dengan model baru. Hal ini menjadi bagian dari awal perbedaan persepsi publik dengan kondisi yang tidak menguntungkan bagi pemerintahan Gorbachev, namun ia terlambat untuk menghentikannya⁵³.

⁵¹ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 15.

⁵² Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 15.

⁵³ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 15.

2.1.1. Doktrin Media Massa dari Pemerintah Uni Soviet

Perjuangan yang terjadi di balik layar sesungguhnya adalah untuk mengukuhkan kekuasaan, pada kenyataannya penggunaan media adalah untuk mencapai tujuan politik bukannya untuk memegang teguh standar nilai, ditambah dengan transisi dari keuangan negara untuk televisi independen, memberikan peluang terbuka lebar dimana televisi dijadikan lahan korupsi. Sebagai contoh hasil pendapatan iklan tidak diberikan kepada stasiun televisi melainkan diambil oleh unit produksi iklan⁵⁴.

Para elit politik Uni Soviet menyatakan bahwa partai dan pemerintah secara bersama-sama menciptakan propaganda yang bertujuan untuk memajukan bangsa Uni Soviet, tidak bisa dihindari bahwa propaganda tersebut tidak akan terwujud tanpa peran wartawan dalam menyebarkan informasi tersebut. Terlebih lagi di Uni Soviet istilah media massa diinterpretasikan sebagai "sarana informasi massa dan propaganda". Kebijakan Soviet terhadap media massa berasal dari tesis Lenin yang mengatakan bahwa surat kabar harus menjadi "kolektif propagandis, agitator dan organisator."⁵⁵ Jadi salah satu langkah yang efektif dari elite politik untuk strategi media massa yaitu mengesahkan dan menormalisasi fungsi instrumental mereka. Media secara terbuka diharapkan mendukung rezim Uni Soviet.

Dalam paparan pidato ilmiah politiknya Lenin mengatakan ada dua hal yang harus dilaksanakan pemerintah Uni Soviet yaitu Pertama, membuat demonstrasi semu kebebasan dan objektivitas, hanya untuk menghasilkan berita bagi Barat. Kedua, memungkinkan kebebasan berbicara kemudian mendefinisikan kembali model dan kebebasan keluar dari pengaruh panggung politik, sebagai bentuk terbuka tanpa keberpihakan⁵⁶. Akan tetapi, ini tidak berarti bahwa doktrin

⁵⁴ Mickiewicz, Ellen. *Televisi, Power, and Public in Russia* (Cambridge University Press : Cambridge 2008)

⁵⁵ Dikutip dari Lenin V. (1979) "с чего начать?" полное собрание сочинений. 5-е изд. Москва издательство политической литературы. Di ambil dari buku *New Media and power in Russia*, hlm.24

⁵⁶ dikutip dari Lenin V. 1975 "партийная организация и партийная литература", сборник произведений В.И.Ленина для учащихся средних учебных заведений. 3-е изд. Москва:

ini adalah sepenuhnya diinternalisasi oleh wartawan. Wilbur Schramm yang menyatakan bahwa dalam karya klasik kerja Empat Teori Pers didasarkan pada bahan dari periode Stalin⁵⁷. Studi serta hasil wawancara menunjukkan bahwa jurnalis setuju dengan bagian kajian ilmiah resmi yang mendefinisikan mereka sebagai alat agitasi dan propaganda yang seringkali tidak dilihat sebagai kejahatan. Pada saat yang sama, mereka menolak klaim tujuan resmi yang menyatakan jurnalis untuk melayani kepentingan publik. Karena sebenarnya Jurnalis dianggap pelindung publik adalah untuk kepentingan sebenarnya dari kelompok yang berkuasa.

2.1.2. Sistem Pengawasan Terpusat

Secara resmi ide tentang media didukung dengan pertimbangan sistem penegakan hukum dan hirarki pengawasan terpusat. Meskipun tidak tertulis dalam undang-undang, sistem ini memiliki aturan main yang stabil dan relatif jelas, sehingga dapat meliputi seluruh aspek kegiatan media. Misalnya, format media yang dikontrol dari luar dan beberapa jenis prioritas yang lain. Pada periode waktu yang sama, Anggota perwakilan partai itu juga menjabat dewan artistik yang menyetujui film dan produksi selain berita televisi, sehingga sistem itu tidak secara ideal efektif, karena bahkan beberapa sensor tergantung pada kualitas editor. Pusat dari sistem pengawasan Uni Soviet adalah lembaga sensor negara yang diwakili oleh Glavlit sebagai Ketua Dewan Sastra dan Penerbitan. Lembaga itu didirikan pada tahun 1922⁵⁸. Setelah kematian Stalin nama lembaga itu berubah menjadi Dewan Keamanan Rahasia Negara dan Pers (тайный совет государственной безопасности и журналистики), tetapi singkatan Rusia Glavlit tetap digunakan dalam pidato dan percakapan. Glavlit secara resmi bertanggung jawab kepada Menteri Soviet tetapi dalam kenyataannya adalah hirarki kebijakannya

издательство политической литературы. Diambil dari buku *News Media and Power in Russia*, hlm . 24

⁵⁷ Dikutip dari Siebert, F., Schramm, W. and Peterson, T. (1998): четыре теории прессы, Москва: Вагриус. Diambil dari buku *News Media and Power in Russia*, hlm.24

⁵⁸ Olessia Koltsova, *New Media and Power in Russia* (New York, 2006), hal. 25

berada dibawah Partai Komunis dan terbuka untuk berbagai pengaruh. Glavlit memiliki staf untuk menyensor yang secara resmi disebut editor.⁵⁹

Peran fungsi Editor mengawasi semua lembaga yang berurusan dengan produksi dan penyebaran barang simbolis seperti media massa, penerbitan atau media cetak, perpustakaan, dan lain-lain. Urutan berkas yang disensor diatur berdasarkan daftar instruksi tertutup ditandai dengan tulisan rahasia dan hanya untuk kalangan tertentu⁶⁰. Ada dua kelompok yang ditunjuk yaitu orang-orang anggota rahasia negara, dan orang-orang yang berkaitan dengan ideologi. Kelompok **pertama** melakukan instruksi yang dikeluarkan oleh berbagai kementerian negara departemen dan pemerintah. Daftar yang berisi larangan memperlihatkan foto-foto pengintaian, atau foto-foto kota dari udara, menyebutkan nama perusahaan industri militer, atau menerbitkan statistik kecanduan pada obat atau wajib militer dan lain-lain. Sementara itu kelompok **kedua** yaitu badan Partai membuat daftar larangan dalam bidang ideologi⁶¹.

Badan sensor tidak berhak dan mempunyai wewenang untuk memberikan instruksi kepada wartawan, tetapi mereka mengadakan pertemuan pencegahan dan memberikan saran secara lisan. Lembaga Sensor diberi hak untuk membuat keputusan untuk permasalahan biasa, tetapi mereka sering berkonsultasi dengan pemerintah. Keputusan De facto lembaga sensor adalah keputusan akhir dan tidak bisa mengajukan keberatan ke organisasi yang lebih tinggi. Selain Glavit, partai juga mengontrol media. Setiap komite lokal partai komunis berisi departemen propaganda, di dalam sektor itu bertanggungjawab untuk media yang berbeda-beda. Meskipun Departemen budaya yang mengontrol mutu acara radio dan televisi memiliki status resmi mereka hanya memberikan instruksi secara lisan atau memberi pesan dengan cara merobek kertas. Aktivitas itu merupakan rutinitas proses yang merupakan cara untuk menutupi sebuah tanda terhadap sikap atau kebijakan yang direkomendasikan oleh partai kepada departemen budaya

⁵⁹ karena istilah tidak kompatibel dengan kebebasan berbicara, bahkan pesta kebebasan demokrasi sejati

⁶⁰ (Wawancara 13, mirip fakta dikonfirmasi pada umumnya di Hopkins 1970). Diambil dari buku *New Media and Power in Russia*, hlm.25

⁶¹ Buku pedoman yang berisi larangan untuk menerbitkan segala sesuatu yang bertentangan dengan ideologi komunis.

sebagai lembaga yang secara resmi mengeluarkan status ijin isi informasi media radio dan televisi. Dengan demikian, tidak ada aturan tertulis yang jelas dalam hal surat-menyurat antara ketua partai dengan jajaran editor. Jika para editor tidak mengikuti perintah ketua partai maka editor mendapatkan konsekuensinya⁶².

Salah satu cara yang paling ampuh menegakkan keputusan Partai adalah personil manajemen. Badan Partai mengangkat semua media eksekutif dan mewajibkan menjadi anggota Partai. Kadang-kadang mereka direkrut dari dalam organisasi media dan pengangkatan pihak terkait dipilih oleh pihak partai. Namun banyak kasus mereka dipilih dari antara para fungsionaris Partai, yang sebenarnya tidak peduli dan tidak memiliki kompetensi dalam hal jurnalisme dan untuk sikap tersebut lebih diakibatkan oleh hasil perjanjian kepartaian dan hanya untuk langkah sementara dalam karir di partai. Badan-badan yang mempengaruhi dalam produksi media adalah kementerian, perusahaan, serta badan penegak hukum. dengan kata lain, siapapun yang memiliki kekuasaan apapun sumber dayanya juga bisa bertindak selain Glavlit. Tetapi yang penting adalah mereka selalu bertindak melalui pihak yang berkuasa. Bahkan relasi hubungan kepada pihak yang berkuasa termasuk semua panggilan telepon ditujukan kepada penguasa maka merekalah yang memutuskan dan mempertimbangkan untuk menerima panggilan itu⁶³.

Bagian lain yang penting dari sistem pengendalian adalah jajaran fungsionaris di atas mengelola untuk memasok media massa yang relatif terkoordinasi dan setuju pada gambaran peristiwa, situasi dan diri mereka sendiri.

Anna Soroka, seorang wartawan dari Koran *Starograd*, membuat catatan : Hal seperti ini juga sering terjadi: kota (Partai komite) memberikan instruksi untuk menerbitkan artikel kritis tentang direktur pabrik tertentu, ia telah diluar batas, kata mereka. Jadi, anda diizinkan mengkritik cara ini. Kemudian mereka memecatnya, tetapi tampak seolah-olah

⁶² Wawancara 15 dikutip dari "Vadim Shnurenko," m, 45, St. Petersburg newspaper investigative journalist, October 1998. Diambil dari buku *News Media and Power in Russia*.hlm.25

⁶³ Wawancara 1 dikutip dari "Semyon Starozhilov," m, 70, *Vesti Starograda* reporter, formerly-head of its news department, May 1997. Diambil dari buku *News Media and Power in Russia*.hlm.

bukan inisiatif mereka sendiri, tapi inisiatif dari wartawan. Hal itu menunjukkan bagaimana mereka menggunakan kami para wartawan⁶⁴.

Oleh karena itu, harus diperhitungkan bahwa sebagian besar kritik terhadap wartawan Soviet yang begitu ditinggikan sebenarnya diprakarsai oleh sistem sensor media itu sendiri. Jenis perjuangan kekuasaan diantara agen yang membuat media menjadi sumber utama sekaligus senjata. Sebenarnya fenomena ini memang sangat mirip dengan apa yang kemudian menjadi dikenal sebagai "perang informasi." Namun itu tidak terjadi disebabkan inisiatif wartawan, sebab wartawan tidak pernah memulai perlawanan terhadap berbagai tekanan luar, baik untuk alasan normatif atau bahkan bukan karena memihak kepentingan mereka sendiri. Sehingga bentuk perang informasinya pun menjadi bisa karena sarat dengan pertarungan antar elit politik partai yang berseteru dan berkuasa.

2.1.3. Rethinking Ideologi

Perestroika dalam kata Rusia berarti membangun kembali dan reorganisasi. Batas-batas periode ini dianggap bertepatan dengan tahun kekuasaan Mikhail Gorbachev (1985-1991). Gorbachev memiliki fraksi dari elit politik yang percaya bahwa sistem Soviet jelas kurang efektif dibandingkan pesaing di Barat, untuk itu dianggap diperlukan beberapa amandemen undang-undang⁶⁵. Bagian penting dari kebijakan perestroika adalah doktrin glasnost. *Glasnost*, berarti keterbukaan, berasal dari kata *Glas* (*suara*), dan dengan demikian juga menyiratkan sesuatu yang menyuarakan bahwa dahulu sebelumnya terbungkam. Saat diumumkan secara resmi, *Glasnost* segera mengintensifkan praktek perlawanan jurnalistik terhadap musuh dari luar dan dengan cepat situasi diluar kontrol. Pada awalnya ideologi sekunder dilarang muncul. Karena perbedaan yang jelas antara citra yang dibangun oleh media dengan kehidupan sehari-hari ketika *Glasnost* muncul di media massa sebagai kata-kata lisan yang diketahui oleh

⁶⁴ Catatan lapangan 1: 1997/05/06 diambil dari buku *News Media and Power in Russia*. hlm. 26

⁶⁵ *Ibid*, *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 29

umum atau publik tetapi tidak dapat dikatakan di depan umum⁶⁶. Pada tahap awal glasnost tidak semua laporan tersebut disetujui oleh pihak pemerintah otoritas. Kegiatan yang melanggar suatu larangan aturan politik penguasa akan diperpanjang hukumannya dengan menggunakan metode yang berbeda.

Metode yang pertama dan penting adalah siaran langsung, Sebagai contoh pada tahun 1986 sebuah program pemuda 12 *etazh* (lantai 12) diperbolehkan menyiarkan laporan dari pernyataan kemarahan siswa SMA yang ditujukan kepada pejabat pendidikan untuk disiarkan. Kemudian Eduard Sagalaev sebagai pembawa acara program sangat terkejut bahwa tidak ada pejabat yang bertanggung jawab untuk telepon itu setelah siaran. Setelah itu Eduard Sagalaev mengasumsikan kalau setiap pejabat yakin bahwa program telah disetujui oleh yang lain⁶⁷. Wartawan menganggap kasus sebagai contoh dan mereka mulai membuat praktek umum di seluruh Negara, yaitu mengembalikan ideologi tabu tertentu setelah peristiwa itu semakin sulit. Pada tahun 1987-1988 dapat dilihat media dibanjiri publikasi doktrin tentang rezim Stalin. Pada tahun 1989 media mengangkat salah satu topik terakhir yang tetap tak tersentuh yaitu Lenin⁶⁸.

Larangan dinding itu menembus dari sisi lain juga. Beberapa sensor Glavlit bisa melihat meningkatnya ketidakmampuan organisasi mereka untuk mengatasi arus informasi dan mulai berpaling dari musuh jurnalis menjadi sekutu mereka. Mereka mencoba menafsirkan kembali aturan lama dengan cara mengizinkan publikasi data sebanyak mungkin⁶⁹. Pada akhir 1980-an instruksi Glavlit hampir tidak terpantau. UU Pers berada dalam persiapan dan sensor itu harus dihapuskan Glavit. Selain itu penerbitan majalah bebas dari editing awal oleh pejabat. Secara hukum sudah ada dan tidak ada sanksi hukuman yang dijatuhkan pada mereka. Pada saat UU Pers tersebut diadopsi ada sekitar 600

⁶⁶ Di kutip dari Константинов, А. (1998) “Политическое расследование в РоссийскихСМИ”, лекция на летней школе факультета журналистики СПбГУ. Di ambil dari buku *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 29

⁶⁶ Wawancara 13 Di ambil dari buku *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 29

⁶⁷ Mickiewicz *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*, (Oxford: Oxford University Press 1997), hal. 68

⁶⁸ Ibid, *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 29

⁶⁹ Wawancara 13 diambil dari buku *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm 30

majalah, meskipun kebanyakan dari mereka memiliki sirkulasi cukup kecil tetapi ada yang menerbitkan sampai 10.000 eksemplar⁷⁰. Jadi di Uni Soviet seperti di negara-negara pasca-sosialis, banyak perubahan dalam praktek kontrol media sebagian besar sebelum perubahan hukum.

Salah satu alasan mengapa kekuasaan elite gagal untuk menjaga *Glasnost* di bawah pengawasan para elite politik. Hal itu disebabkan elite itu sendiri tidak lagi menjadi monolit atau sentral penguasa, sebab tidak bisa lagi menyediakan perusahaannya yang menyetujui dan mengkoordinasi citra ke media⁷¹. Bahkan perdebatan umum dipanaskan oleh pandangan berbeda antar internal elit tentang cara-cara untuk mereformasi Uni Soviet yang dituangkan ke dalam wilayah publik, terutama setelah Pemilu multi kandidat pertama tahun 1989 yang membuat elit politik menjadi lebih heterogen. Di sinilah muncul perpecahan pertama antara Gorbachev dan pemimpin politik reformis Boris Yeltsin. Boris Yeltsin dihapus dari semua pemangku posisi pada tahun 1988. Dia digambarkan sebagai korban tertindas sehingga mendapatkan popularitas dan pengaruh yang besar⁷².

Pada Juni 1990 Yeltsin terpilih sebagai Presiden Federasi Rusia, yaitu republik yang berada di dalam Uni Soviet. Di hari yang sama salah satu pendukung dekatnya, Anatoly Sobchak, terpilih menjadi walikota Leningrad⁷³. Ini berarti televisi Leningrad yang pada saat itu menjangkau sebagian besar Eropa dan Rusia dengan menyiarkan dengan jaringan pemancar sendiri juga masuk ke grup sekutu Yeltsin. Setahun kemudian pada bulan Mei 1991, tim Yeltsin berhasil mendapatkan waktu tayang di Saluran nasional yaitu *Channel 2* dan melakukan siaran oposisi nasional⁷⁴.

Perpecahan elite pada bagian puncaknya seiring dengan terbaginya semua tingkat jajaran dengan jenis yang berbeda dari para pelaku politik. Di akhir 1980-

⁷⁰ Di kutip dari Сваровский, Ф. (2002) “Информационные войны, или как специалисты по PR покупают СМИ”, Вдомости. Di ambil dari *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 30.

⁷¹ Ibid, *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*, (Oxford: Oxford University Press 1997).hal 35.

⁷² Ibid, *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 29

⁷³ pemerintahan Rusia bagian utara

⁷⁴ Ibid, *New Media and Power in Russia* (New York. 2006) hlm. 30

an dan awal 1990-an kantor redaksi itu dibanjiri dengan panggilan telepon dari berbagai orang dan lembaga yang mencoba memerintahkan mereka untuk mendirikan kekuasaan langsung atas publikasi atau program.⁷⁵ Tidak ada badan khusus mediasi antara mereka dan media dari kelompok yang berbeda. Media memberikan instruksi yang berbeda sehingga terjadi perpecahan antara satu dengan yang lainnya. Dengan hanya mengikuti semua petunjuk ini sekaligus maka menghasilkan pengungkapan posisi bertentangan yang sudah sangat tampak. Selanjutnya, instruksi tersebut kadang-kadang dapat sepenuhnya diabaikan. penelepon sering tidak menyadari bahwa mereka tidak memiliki cara untuk memenuhi perintah mereka.pada posisi inilah mereka menjadi rentan dan kurang berkuasa⁷⁶.

2.2. Sejarah Televisi dan Pemerintahan Federasi Rusia

Pada masa Federasi Rusia Televisi *Channel 1* berpindah kepemilikan setelah kudeta 1991 dari Uni Soviet ke tangan Federasi Rusia. Dengan meningkatnya biaya oprasional dan turunnya stabilitas ekonomi maka pemerintah tidak bisa memberi anggaran untuk *Channel 1*. *Channel 1* menyajikan program acara melalui unit produksi dengan mengandalkan 80 persen pada anggaran negara tanpa hak menghasilkan pendapatan dari iklan. Iklan-iklan yang di tampilkan *Channel 1* adalah pendapatan dari berbagai unit produksi individu tetapi tidak ke manajemen⁷⁷. Penghasilan dari iklan-iklan diambil dan disimpan oleh perusahaan produksi independen.

Pada tahun 1995, *Channel 1* tidak bisa membayar listrik maka Yeltsin memerintahkan swastanisasi dalam rangka memperbaiki situasi dan memutuskan mendirikan ORT (*Obshestvennoe Rossiiskoe Televidenie*, Public Televisi Rusia) agar menghasilkan pendapatan dari iklan. ORT memulai mengudara pada april 1995 dan menerima 30-50 persen dari iklan⁷⁸.

⁷⁵ Wawancara 12, 15. Diambil dari buku

⁷⁶ Ibid, *New Media and Power in Russia* (New York, 2006) hlm. 30

⁷⁷ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 41

⁷⁸ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 41

Media massa memiliki pemahaman yang berbeda, kata "propaganda" baru dihilangkan pada awal 1990. Sebulan sebelum pemilihan Yeltsin sebagai Presiden Federasi, pada tanggal 13 Mei 1991, Yeltsin meluncurkan RTR (*Russian Television*). Saluran ini dibentuk untuk menentang Gorbachev. Oleg Poptsov diangkat sebagai direktur umum RTR dan didukung dengan wartawan investigasi berita. Program berita *Vesti* menjadi unggulan di RTR sehingga pembawa acara terkenal berpindah ke RTR seperti Oleg Dobrodeyev, Yevgeni Kiselyov, Tatiana Mitkova, dan Svetlana Sorokina. RTR lebih percaya diri dalam liputan beritanya karena perannya itu, dan selama khususnya Poptsov telah memainkan peran dalam dua kejadian penting yaitu pertama, pada saat Sponsor pertama langsung antara kekuasaan politik dan kedua, saat media berakhir sebelum kampanye Pemilu Presiden pada bulan Februari 1996⁷⁹. Yeltsin membuat keputusan dengan memberhentikan Oleg Poptsov dari jabatannya dan mengangkat direktur sementara pada dua pengusahaan media yaitu Vladimir Gusinsky⁸⁰ dan Boris Berezovsky⁸¹.

Pada Agustus 1991, perusahaan *Moskow Independen Broadcasting Corporation* (*MNVK Moskov Nezavisimaya veshchatelnaia korporatsiia*), sebagian besar sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Moskow⁸². *MNVK* didirikan untuk menyediakan saluran lokal untuk mendukung Walikota Moskow Luzhkov yang menyalonkan diri lagi di Pemilu Walikota melawan Gafrill Popov. Luzhkov memperoleh dukungan dari media-media lokal dan masyarakat Moscow. Media-media yang mendukung Luzhkov seperti *Metro*, *Obshchaya*, *Gazeta*, *TV6*, *Versiya*, *Moskovskii Komsomolets* dan *TVT*⁸³.

⁷⁹ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal. 41

⁸⁰ Vladimir Aleksandrovich Gusinsky atau lebih dikenal dengan Günsinsky. Günsinsky adalah salah satu tokoh oligarki yang dekat dengan Presiden Yeltsin. Günsinsky mempunyai peran besar dalam pemilu presiden putaran kedua. Günsinsky menggunakan medianya sebagai alat untuk membantu Yeltsin. Günsinsky mempunyai stasiun televisi NTV dan surat kabar *Segodnya* dan *Magazines*.

⁸¹ Boris Abramovic Berezovsky atau lebih dikenal Berezovsky. Berezovsky adalah salah satu oligarki yang dekat Presiden Yeltsin, Berezovsky membantu Yeltsin dalam memenangkan Pemilihan Presiden tahun 1996. Berezovsky mempunyai banyak perusahaan akibat swastanisasi salah satunya perusahaannya adalah media televisi ORT, TV6, dan surat kabar *Nezavisimaya Gazeta*, *Novye Izvestiya* dan *Kommersant*.

⁸² Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal.41

⁸³ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal.42

Pada tahun 1996, moment penting bagi Yeltsin yang mengikuti Pemilu Presiden. Sebagian media yang sebelumnya dimiliki negara telah diswastanisasi. Namun, meskipun sektor swasta telah memegang sebagian besar saham, para pemegang saham tetap memegang kendali dikarenakan kekuatan finansial mereka atas perusahaan media. Pemerintah dan Presiden secara khusus membentuk kekuatan konsolidasi setelah terkena percobaan kudeta tahun 1993. Televisi telah melakukan manuver yang memposisikan pemerintah untuk bergabung, yaitu kepemilikan saham dalam stasiun televisi tanpa memegang kendali secara finansial tetapi memegang kendali dalam program tayangan. Situasi inilah disatu sisi kebergantungan pada media dan disisi lain media masuk dalam bidang politik. Hal ini membuat ketegangan yang berbahaya antara kekuatan politik dengan pengawasan politik⁸⁴.

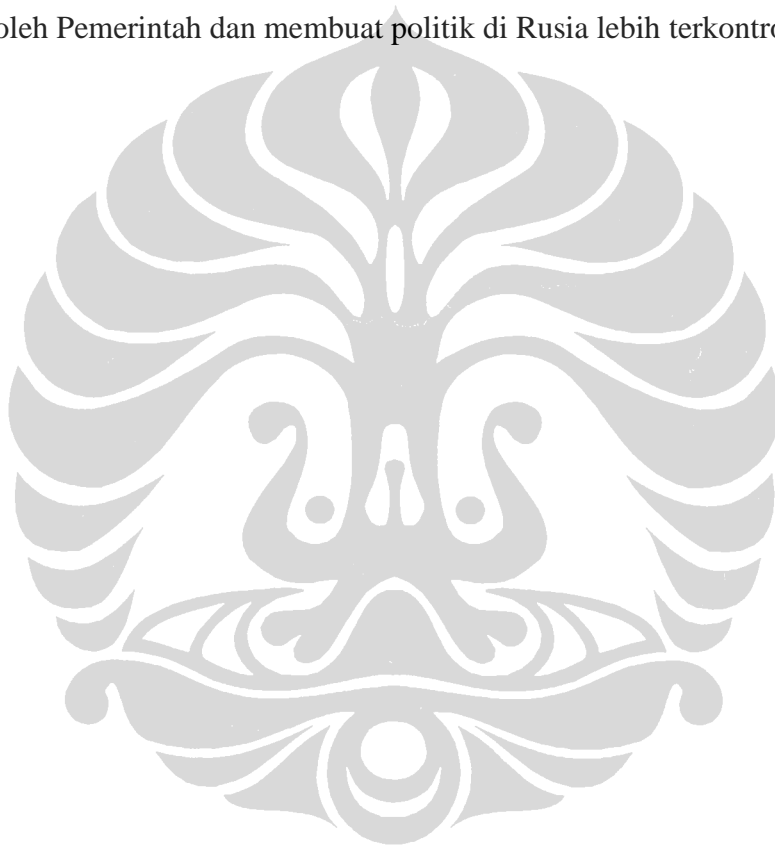
Pemilihan Presiden pada tahun 1996 telah mengikat kuat kekuatan politik dengan media. Situasi ini adalah bentuk status quo dukungan umum untuk semua saluran televisi untuk Presiden yang akan berlangsung melewati beberapa masa perdana menteri dan krisis ekonomi di tahun 1998. Hal ini yang akan menjadi faktor yang menentukan hubungan relasi dari kekuatan baru dengan media.

TVT yang telah bertransmisi pada 3 frekuensi semenjak Juni pada tahun 1997 dimiliki oleh pemerintah Moskow. Ini adalah saluran televisi Luzhkov yang efektif. Pada Februari tahun 2000 mantan direktur umum RTR Oleg Poptsov telah ditunjuk sebagai direktur baru saluran televisi baru⁸⁵. Setelah stasiun televisi memainkan perannya selama pemilihan parlementer di tahun 1999. Mereka harus membayar kembali tindakan mereka yang mencampuri urusan politik. Pada masa ini ORT dan RTR mendukung Putin dan menolak Luzhkov. Sedangkan NTV dan TV Center memberikan waktu siaran kepada para politikus yang melawan kelompok Putin. Jurnalis dari ORT, Sergei Dorenko yang telah berkontribusi dalam wawancaranya dan menunjukkan penolakan kepada Luzhkov telah tercemari oleh skandal. Dorenko juga angkat pendapat dalam penyerahan paksa saham Berezovsky. Dorenko ditangkap dengan alasan holiganisme dan dijatuhi hukuman

⁸⁴ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal.42

⁸⁵ Ibid, *Pop Culture Russia* (California,2005), hal.42

penjara pada November 2001, Keputusan ini lalu berubah menjadi dibebaskan dari hukuman pada Desember 2002. Disisi lain jurnalis yang melakukan investigasi ke pihak lain telah dihapus dari televisi. Selama pemilihan Presiden, media Berezovsky telah mencoba untuk memberikan berita-berita negatif untuk Luzhkov dan Primakov. Hal ini secara efektif untuk mendukung Putin. Di lain pihak Gusinsky mendukung Promakov dan Luzhkov tetapi Gusinsky kalah dalam permainan kekuatan. Setelah kekuasaan dibawah Putin semua media dikontrol oleh Pemerintah dan membuat politik di Rusia lebih terkontrol⁸⁶.



⁸⁶ Ibid, *Pop Culture Russia* (California, 2005), hal.42

BAB 3

ANALISIS PERAN MEDIA TELEVISI PADA PEMILU PRESIDEN DI RUSIA TAHUN 1996

3.1. Pemilu Parlemen 1993

Pemilu Parlemen di Rusia berawal dari persertuan antara Presiden dan Parlemen Rusia. Persertuan itu terjadi akibat keinginan Presiden Yeltsin untuk membuat konstitusi baru. Sebab Presiden Yeltsin melihat bahwa anggota Parlemen merupakan orang-orang lama warisan Uni Soviet yang tidak menghendaki perubahan dan reformasi⁸⁷. Tetapi yang terjadi adalah Parlemen tidak mau menyepakati permintaan Yeltsin, disebabkan karena parlemen masih di duduki kelompok konservatif yang berbeda pendapat dengan Yeltsin.

Pada 21 September 1993, Yeltsin membubarkan parlemen dengan mengeluarkan Dekrit no. 1400 yang isinya membubarkan Parlemen⁸⁸. Presiden memerintahkan untuk mengadakan Pemilu Parlemen pada awal desember 1993, untuk membentuk Parlemen dengan konstitusi baru. Dalam Pemilu Parlemen tahun 1993 diikuti oleh tiga belas partai politik yang bersaing merebut kursi terbanyak di Parlemen. Sistem Pemilu Parlemen Rusia Menganut sistem proposional representatif yang berarti partai-partai politik harus mampu mengumpulkan suara minimum sebelum mendapatkan kesempatan untuk menempatkan wakilnya di Parlemen yang dikenal dengan proses *electoral treshold* dengan batas minimal lima persen⁸⁹.

Di luar partai politik yang mengikuti Pemilu Parlemen ada kelompok-kelompok partai atau organisasi politik lain. Kekuatan kelompok partai atau organisasi politik terbagi lima kelompok partai dapat dilihat dalam tabel berikut:

⁸⁷ Zeffry Alkatiri, *Transisi Demokrasi di Negara Federasi Rusia* (Depok,2007), hlm.106.

⁸⁸ Ibid. *Transisi Demokrasi di Negara Federasi Rusia* (Depok,2007), hlm.112.

⁸⁹ Emilia Yustingrum. *Jurnal Penelitian Politik*, Vol. 1 no 1, 2004:95-110, hlm.98.

Tabel 3.1 Partai dan organisasi yang muncul pada tahun 1993

Kelompok Radikal Reformasi	Kelompok Tengah Kanan	Kelompok Tengah	Kelompok Tengah Kiri	Kelompok Konservatif dan Nasionalis
<ul style="list-style-type: none"> Gerakan Demokrasi Rusia Gerakan Demokrasi Reformasi 	<ul style="list-style-type: none"> Partai Sosial Demokrasi Partai Republik Partai Demokrasi Konstitusi Partai Patriot Partai Petani Persatuan Demokrasi Kristen 	<ul style="list-style-type: none"> Persatuan Kaum Tengah Partai Kebebasan Rusia Partai Demokrasi Rusia Partai Rakyat 	<ul style="list-style-type: none"> Partai Republik Rusia Persatuan Rakyat Rusia Font Penyelamat Nasional 	<ul style="list-style-type: none"> Partai Demokrasi Liberal Partai Komunis Federasi Rusia Persatuan Komunis Partai Buruh Partai Pekerja Sosialis Partai Komunis Rusia Partai Persatuan Komunis Bolshevik

Sumber: white(ed). *Development in Russia and Post-Soviet Politics 1994*: 35-36 dan 102. Diambil dari buku *Transisi Demokrasi di Negara Federasi Rusia*.

Pada saat kampanye Partai-partai saling mengungkapkan visi dan misi untuk mendapatkan suara rakyat. Partai-partai juga mendapatkan jam tayang di televisi untuk kampanye dalam bentuk iklan-iklan partai dan debat antar partai. Partai politik memaksimalkan dalam penggunaan media televisi. Setiap partai diberi hak untuk dapat membeli waktu tayang untuk kampanye mereka⁹⁰.

⁹⁰Sarah Oates, *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.91

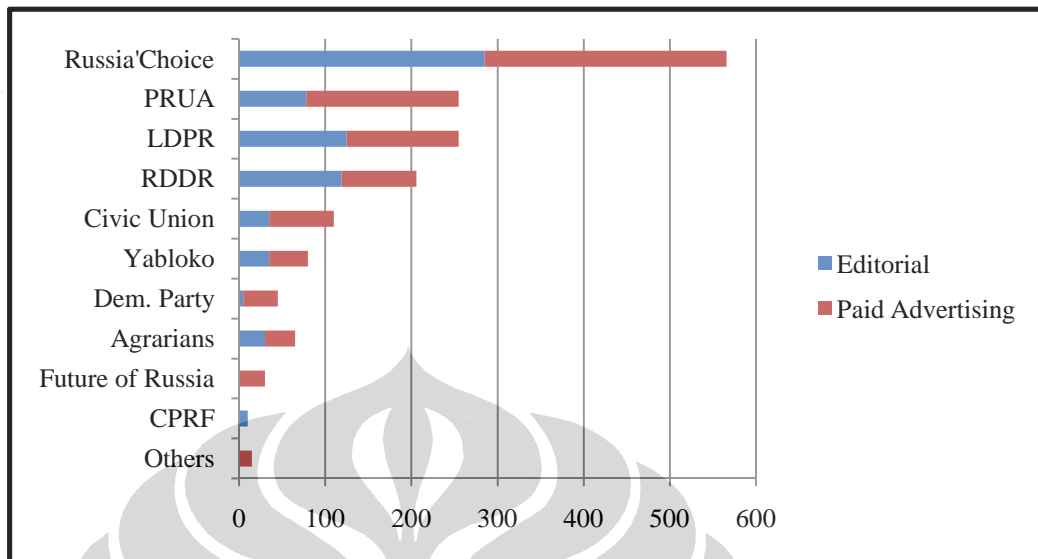
Ketika hasil Pemilu Parlemen diumumkan, partai-partai yang menduduki Parlemen adalah Partai yang pro terhadap Demokrasi. Partai-partai itu membuat konstitusi baru yang menjadikan kerja Yeltsin lebih mudah. Seperti hasil dari table 3.2 ada delapan partai yang mendapatkan kursi. Partai yang mendapatkan kursi adalah partai yang mendapatkan suara di atas lima persen.

Tabel 3.2 Hasil Pemilu Parlemen Desember 1993

Nama Partai	Suara(%)	Jumlah Kursi
Russia's Choice	22.92	64
Liberal Democratic Party of Russia	15.51	70
Communist Party of the Russian Federation	12.40	48
Agrarian Party	7.99	33
Yabloko	7.86	23
Women of Russia	8.13	23
Party of Russian Unity and Concord	6.76	19
Democratic Party of Russia	5.52	15
Others		8
Independents	–	141
Postponed	–	6
Total	100	450

Sumber: *Rossiskaya Gazeta*, December 28, 1993, 1, Byulleten' Tsentral'noi izbiratel'noikomissii Rossiiskoi Federatsii, no.12 (1994) as cited in White et al., 1997

Tabel 3.3 Penggunaan waktu tayang televisi dalam Pemilu Parlemen 1993



sumber : European Institute for the Media (1994, p. 117). Numbers rounded to the nearest minute dari buku *Television, Democracy and Elections in Russia*, hlm. 94

3.2. Pemilu Parlemen 1995

Aturan baru yang ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Pusat Rusia pada tanggal 20 September 1995 memberikan pedoman terperinci untuk partai politik yang mengikuti kampanye Pemilu Parlemen pada Desember 1995⁹¹. Pemilu Parlemen 1995 adalah Pemilu Parlemen kedua di Rusia. Partai-partai besar kembali mengikuti Pemilu Parlemen dengan kekuatan yang lebih besar. Setiap partai politik mempunyai batas anggaran yang dibuat oleh hukum, yakni sebesar \$ 2.400.000⁹².

Walaupun demikian Jumlah partai yang mengikuti Pemilu ada 43 partai tetapi hanya ada empat partai yang mendapatkan suara lebih dari lima persen. Pada Pemilu Parlemen 1995, Rusia masih menggunakan sistem proposional representatif. Hasil dari Pemilu Parlemen 1995 dapat dilihat dari tabel berikut:

⁹¹ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.94

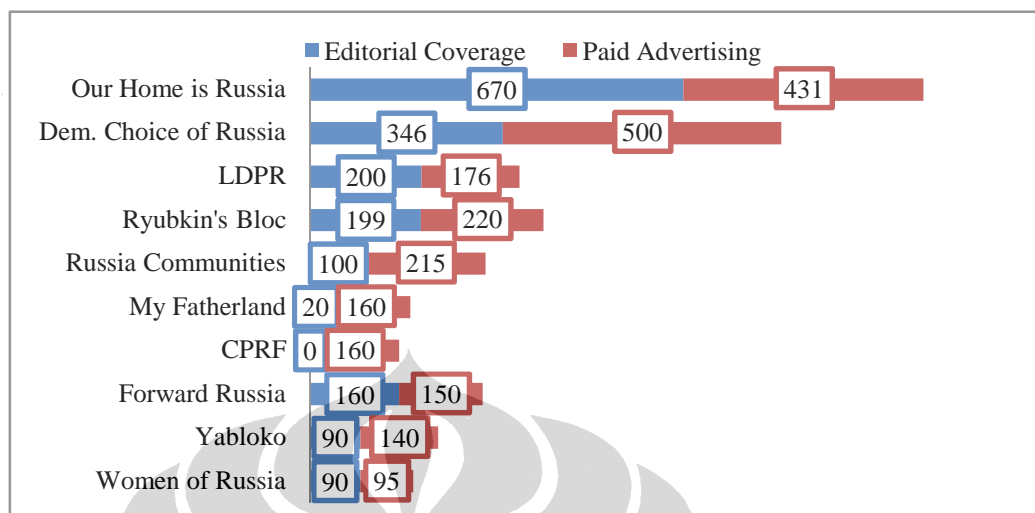
⁹² Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.95

Tabel 3.4 Hasil Pemilu Parlemen tahun 1995

Partai Politik dan Blok	Persentase Suara	Jumlah Kursi
Communist Party of the Russian Federation	22.3	157
Our Home Is Russia	10.1	55
Liberal Democratic Party of Russia	11.2	51
Yabloko	6.9	45
Agrarian Party of Russia	3.8	20
Russia's Democratic Choice	3.9	9
Power to the People!	1.6	9
Congress of Russian Communities	4.3	5
Women of Russia	4.6	3
Forward Russia	1.9	3
Communist Workers of Russia for the Soviet Union	4.5	1
Party of Workers' Self Choice	4.0	1
Others	20.9	13
Independents	–	78
Total	100	450

Sumber: Central Election Commission of the Russian Federation: Vybory Deputatov Gosudarstvenoy Dumi 1995.

Tabel 3.5 Penggunaan waktu tayang televisi dalam Pemilu Parlemen 1995



Sumber: European Institute for the Media (February 1996, pp. 32, 34). This chart refers to paid and editorial time on ORT, RTR, NTV, TV-Center and TV-6. Diambil dari buku dari buku *Television, Democracy and Elections in Russia*, hlm. 95

Pada Pemilu 1995 peserta Pemilu dengan gencar memberikan visi misi di televisi dalam acara debat pendapat dan iklan-iklan yang ditayangkan di seluruh saluran televisi. Saluran televisi memberikan jam tayang lebih banyak untuk berita Pemilu tetapi lebih sedikit untuk kampanye partai politik sebab jumlah partai lebih banyak. Pemilu tahun 1995, peserta Pemilu juga diberikan hak untuk mendapatkan menambah jam tayang untuk waktu iklan mereka, walaupun harga sangat mahal yakni dari \$ 10.000 sampai \$ 30.000 permenit, partai-partai besar tetap bisa membayar walaupun sudah ada hukum yang membatasi pengeluaran partai politik⁹³.

Pemimpin partai *Our Home is Russia* sekaligus Perdana Menteri Viktor Chernomyrdin. Ia mendominasi berita dengan menampilkan berita ketika ia sedang berbincang-bincang dengan para pekerja pabrik. Dan mempunyai slogan “Jangan Tidur melalui Masa Depan Anda” dan membuat gerakan membentuk atap sebagai simbol perlindungan⁹⁴. Pemimpin partai *Ryubkin bloc* dan juga juru bicara

⁹³ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.95

⁹⁴ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.96

duma yaitu Ivan Rybkin, mencalonkan diri sebagai anggota parlemen. Ia menampilkan lebih banyak iklan sebagai kampanyenya. Ia menawarkan keadilan, ketertiban dan perdamaian tetapi ironisnya dia hanya mendapat suara 1.1 persen. Pemimpin Partai Liberal Democratic, Zhirinovsky mempunyai kharisma sehingga dapat mengangkat popularitasnya. Ia dalam berkampanye menawarkan perekonomian yang baik seperti negar-negara barat, mendukung seluruh etnis yang ada di Rusia. Ia dengan berani mengkritik pemerintahan Yeltsin bersama Perdana Menteri Federasi Rusia dan partai Komunis⁹⁵.

3.3. Pemilu Presiden Putaran Pertama

Analisis pemilihan Presiden tahun 1996 mencakup berita malam stasiun televisi ORT dan NTV menunjukkan sejauh mana cakupan tersebut dapat diubah terutama pada NTV. Selama beberapa bulan sebelum Pemilihan Umum parlemen, Yeltsin tidak secara resmi berafiliasi dengan partai politik manapun. Namun, dia justru lebih mempromosikan proses Pemilu tersebut dibandingkan dengan kandidat-kandidat partai tertentu. Pada kampanye Presiden 1996, Yeltsin mengembangkan strategi untuk memenangkan putaran pertama melawan sejumlah kandidat⁹⁶.

Pada putaran kedua, Yeltsin bergerak melawan kandidat partai Komunis, Zyuganov dan secara efektif mempersentasikan dirinya sebagai satu-satunya calon yang aman untuk siapa untuk di pilih⁹⁷. Strategi ini terlihat jelas dalam liputan berita pemilihan *Vremya* dan *Sevodnya*. Selain itu, analisis di bawah ini menunjukkan bahwa kedua saluran tersebut mendukung Yeltsin di putaran pertama dan kedua Pemilu. Direktur NTV, Igor Malashenko, secara terbuka bergabung dengan tim kampanye Presiden Yeltsin⁹⁸. Penonton mendapat informasi mengenai Zyuganov, terutama pada NTV. Zyuganov merasa kewalahan

⁹⁵ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.97

⁹⁶ Putihet al., *How Russia Votes*, Chatham, NJ: Chatham House Publisher Inc.1997)

⁹⁷ McFaul, *Russia's 1996 Presidential Election: The End of Polarized Politics*, (Stanford, CA: Hoover Institution Press 1997).

⁹⁸ Mickiewicz, 1999, *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*, 2nd edn, (Durham, NC: Duke University Press 1999), hlm 171.

pada putaran pertama Pemilu Presiden karena suara justru diberikan lebih banyak kepada Yeltsin yang sedang sakit.

Dalam kampanye putaran pertama 13 Mei - 15 Juni, 1996, sekitar 35 persen dari berita malam di *Vremya* telah dikhususkan untuk profil kandidat dalam beberapa cara, menurut analisis rekaman. Yeltsin mendominasi lingkup *Vremya* (lihat Tabel 3.6). Dari total 152 berita mengenai Pemilu yang tayangkan dalam info kampanye putaran pertama, Yeltsin disebutkan di 83 tayangan program informasi kampanye atau sekitar 55 persen. Sedangkan Zyuganov hanya disebut ditayangkan 53 kali atau sekitar 35 persen⁹⁹. Terdapat perbedaan kualitatif yang penting dalam liputan, hal ini terlihat secara khusus oleh karena itu Yeltsin tidak harus membagi pusat perhatian dengan kandidat Presiden lainnya. Terdapat perluasan wilayah untuk perjalanannya ke daerah dan dia sering menampilkan pertemuannya dengan masyarakat setempat serta menjanjikan untuk mengatasi masalah-masalah mereka¹⁰⁰. Sebagai gantinya, 5 persen dari subjek utama dalam berita Pemilu merupakan individu yang menyuarakan dukungan mereka untuk Yeltsin (lihat Tabel 3.7).

Perdana Menteri Chernomyrdin juga datang untuk membagi perhatiannya, hal itu membuat ia mendapatkan lima persen dari berita Pemilu *Vremya* yang menampilkan cerita perjalanannya dan komentar pada dukungannya untuk pemilihan ulang Yeltsin. Seperti dalam pengkodean dari liputan pemilihan parlemen, figur-figur ini bahkan tidak menghitung berita berkala mengenai proses menjalankan pemerintahan¹⁰¹. Meskipun penonton *Vremya* menyaksikan kandidat lainnya di televisi, mereka belajar sedikit tentang pandangan mereka terhadap isu-isu atau bahkan tentang kepribadian mereka. Bahkan, 26 tayangan informasi kampanye dari 152 tayangan informasi atau sekitar 17 persen adalah mengenai calon kandidat Presiden.

⁹⁹ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.103

¹⁰⁰ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.103

¹⁰¹ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA : Routledge 2006), hal.104

Tabel 3.6 Penggunaan media televisi oleh kandidat dalam Pemilu Presiden putaran pertama tahun 1996

Subject	Occupation	Mention on ORT's <i>Vremya</i>		Mentions on NTV's <i>Sevodnya</i>	
		Number	Share (%)	Number	Share (%)
B. Yeltsin	Incumbent	34	55	91	59
G. Zyuganov	Communist Party Leader	53	35	52	34
G. Yavlinsky	Yabloko leader	29	19	33	22
A. Lebed	Retired general	27	18	38	25
V. ZHIRINOVSKY	LDPR leader	25	16	23	15
S. Fedorov	Eye Surgeon	24	16	21	14
V. BRYNTSALOV	Entrepreneur	23	15	5	3
M. GORBACHEV	FORMER SOVIET LEADER	13	9	6	4
M. SHAKKUM	ACADEMIC	12	8	2	1
YU. VLASOV	WEIGHT- LIFTING CHAMPION	4	3	1	1
Total number of Stories		152	100	153	100

Sumber: Author's data, *Presidential election coding* by Laura Roselle (Elon College).

Zyuganov menerima liputan lebih banyak dari kompetitor Yeltsin yang lain pada berita ORT karena *Vremya* menampilkan Zyuganov sebagai pemimpin partai Komunis yang menjadi subjek utama dalam tayangan informasi kampanye hanya mendapat 5 persen. Hal yang penting untuk dicatat adalah bahwa bagaimanapun perhatian yang lebih atas kandidat lainnya tidak selalu memberikan

respon positif atau bahkan netral. Dalam tambahan empat persen dari cerita, *Vremya* disorot dengan dugaan perpecahan dalam Partai Komunis.

Walaupun Yeltsin dan Zyuganov sama-sama ditampilkan sebagai kandidat utama, tetap ada kemungkinan kecil bagi pemilih untuk membandingkan Yeltsin serta sejarahnya dengan para kandidat lain dan program partai mereka. Jadi, kandidat yang mungkin telah menantang Yeltsin untuk reformasi ditampilkan sebagai kelompok yang tidak secara nyata diakui keberadaannya. Pelajaran dari liputan *Vremya* adalah memberikan suara pada Yeltsin di putaran pertama adalah cara untuk mengalahkan ancaman komunis¹⁰².

Mayoritas saluran televisi utama pemerintah, banyak liputan Pemilu dari *Vremya* meliputi aturan Pemilu, organisasi dan persiapan pemilihan untuk hari pemungutan suara. Banyak liputan dengan tipe yang memiliki kesamaan seperti pada zaman Soviet yang dapat diprediksi. Hasil baik yang telah didorong sebagaimana seperti yang telah diatur. empat persen dari berita pemilihan *Vremya* berhubungan dengan keamanan Pemilu. Sementara itu fokus pada aturan main Pemilu bukanlah hal yang baru.¹⁰³ Unsur baru menampilkan ide bahwa pemilihan kembali Yeltsin disamakan dengan kelanjutan dari transisi demokratis di Rusia.

Garis antara dukungan untuk proses Pemilu dan kampanye untuk suara Yeltsin menjadi sangat kabur bahkan di seluruh liputan Pemilu *Vremya*. Jenis perpaduan antara liputan kampanye dengan politik indoktrinasi kini telah tertanam sendiri dalam liputan kampanye pada ORT. Tidak seperti Pemilu Parlemen tahun 1995, program *Sevodnya* di NTV menawarkan relatif sedikit pemberitaan untuk menyerang sisi positif dan sering menampilkan liputan yang menyesatkan mengenai Yeltsin di Pemilu Presiden di tahun 1996. Selama putaran pertama kampanye, Yeltsin terlihat atau disebutkan di 59 persen dari tayangan informasi Pemilu 91 dari 153 tayangan informasi Pemilu. Zyuganov diberitakan dalam 34 persen dari 52 dari 153 tayangan informasi Pemilu. Namun tetap saja terdapat beberapa perbedaan liputan antara *Sevodnya* dengan *Vremya*. *Sevodnya* memiliki berita-berita yang terpisah mengenai kandidatnya, termasuk Yavlinsky (Mei 24,

¹⁰² Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.105

¹⁰³ (Helvey dan Oates, 1998; Oates dan Helvey, 1997).

31, Juni 1), Alexander Lebed (Juni 7, 12), Mikhail Gorbachev (22 Mei 1 Juni 10), dan bahkan pengusaha kaya dan politikus luar Vladimir Bryntsalov (Mei 27)¹⁰⁴.

Sementara *Sevodnya* juga hampir mengabaikan beberapa kandidat kecil. Saluran komersial justru memberikan informasi lebih lanjut tentang Zyuganov daripada ORT saingannya. Bahkan, di dalam 21 persen dari tayangan informasi Pemilu *Sevodnya*, tema utama atau topiknya adalah Zyuganov atau Partai Komunis. Dalam banyak berita ini, Zyuganov berbicara mengenai dirinya sendiri dan menampilkan posisinya pada masalah-masalah yang ada. Sebagai contoh, *Sevodnya* menampilkan keluhan yang berasal dari Zyuganov dan kaum Komunis lain mengenai kebijakan Yeltsin di Chechnya dan juga mengenai berapa banyak waktu yang telah dikhususkan untuk Yeltsin di media massa¹⁰⁵.

Tabel 3.7 Tema Utama liputan kampanye Presiden pada tahun 1996 Presiden Rusia putaran pertama Pemilihan pada ORT dan Berita NTV

Primary story theme	Number of Stories	Coverage Share(%)
<i>ORT's Vremya</i>		
Multi Candidate roundup	26	17
Election rules, organization.voting, preparation, legitimization	19	13
Yeltsin campaigning, meetings	11	7
Support for Yeltsin	8	5
Chechnya	8	5
Zyuganov campaigning	8	5
Chernomyrdin travels, comments	8	5
Total number of stories	152	100
<i>NTV's Sevodnya</i>		
Zyuganov/Communists	32	21

¹⁰⁴ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.105

¹⁰⁵ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.105

Primary story theme	Number of Stories	Coverage Share(%)
Yeltsin	19	12
Election rules, organization, voting preparation, legitimization	19	12
Chechnya	16	10
Positioning/meetings	15	10
Total number of stories	153	100

Sumber: Author's data, *Presidential election coding* by Laura Roselle (Elon College).

Perbedaan penting lainnya antara liputan *Vremya* dan *Sevodnya* adalah penekanan liputan *Sevodnya* pada pemosisian politik dan pertemuan antarkandidat. Bahkan, 10 persen dari liputan Pemilu di *Sevodnya* selama putaran pertama kampanye Presiden di tahun 1996 mengenai posisi politik. Banyak berita yang merupakan laporan awal mengenai kemungkinan aliansi antara calon Presiden seperti Lebed, Yavlinsky, dan Svyatoslav Fedorov, ahli bedah mata. Ada juga berita mengenai apakah Yavlinsky akan berkonsolidasi dengan Yeltsin¹⁰⁶.

Berita *Sevodnya* lebih menggembarakan kerumitan proses Pemilu daripada apa yang telah ditampilkan di liputan *Vremya*. Selain itu, NTV justru terus fokus pada Chechnya, meskipun secara signifikan dijauhkan dari jangkauan liputan pemilihan parlemen. Sebagai contohnya, laporan *Sevodnya* mengenai pemungutan suara prajurit di Chechnya pada tanggal 14 Juni menunjukkan suara tentara Rusia dan koresponden mengatakan bahwa Sebagian besar pemungutan suara untuk Yeltsin. Walaupun begitu, pada tanggal 28 Mei *Sevodnya* juga melaporkan bahwa calon kandidat Presiden, Zhirinovsky dan Zyuganov meyakini pergerakan dalam perjanjian di Chechnya yang ternyata hanyalah sebuah umpan tipuan pra-Pemilu dari Yeltsin¹⁰⁷.

¹⁰⁶ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.106

¹⁰⁷ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.106

Tabel 3.8 Hasil Pemilu Presiden Putaran Pertama

Candidate	Percentage of the Vote:
	Round 1
Boris Yeltsin	35.28
Gennadii Zyuganov	32.03
Aleksandr Lebed	14.52
Grigorii Yavlinskii	7.34
Vladimir Zhirinovskii	5.70
Others	2.17
Against All / Invalid	2.96

Sumber: Central Election Commission of the Russian Federation: Vybory Prezidenta Rossiiskoi Federatsii 1996.

3.3.1. Peran Oligarki Media dalam Pemilu Presiden Putaran Pertama

Oligarki media dalam Pemilu Presiden ialah Berezovsky dan Gunsinsky. Kedua oligarki ini mempunyai stasiun televisi nasional yang telah diswastanisi oleh pemerintah Rusia. Berezovsky yang memiliki ORT mendukung Boris Yeltsin untuk menjadi Presiden kembali. Gunsinsky, oligarki media yang memiliki NTV mendukung Zyuganov untuk menjadi Presiden. Pemilu Presiden tahun 1996 merupakan ajang bagi Oligarki Media untuk berkerja sama dengan para Kandidat Presiden. Oligarki mempunyai tujuan tertentu dalam berafiliasi yaitu kemudahan-kemudahan kalau kandidat itu naik menjadi Presiden.

Oligarki media menggunakan Media Televisi sebagai kekuatan mereka. Televisi merupakan media komunikasi massa yang efektif. Sebab dengan televisi secara cepat dapat menyampaikan informasi dan mempunyai dampak besar bagi masyarakat. Oligarki membantu Yeltsin dan Zyuganov agar mereka mendapatkan popularitas melalui kampanye-kampanye. Kampanye-kampanye itu juga sebagai alat doktrinisasi kepada masyarakat Uni Soviet agar kandidat Presiden mendapat suara dari masyarakat Rusia. Oligarki membantu kandidat Presiden melalui Program acara. Yeltsin yang didukung oleh Berezovsky menggunakan program acara *Vremya*.

Sedangkan Zyuganov yang didukung Gunsinsky menggunakan program acara *Sevodnya*. Program acara ini berisi berita kampanye dan Pemilu yang secara tidak langsung memberikan doktrinasi kepada masyarakat, agar popularitas Yeltsin maupun Zyuganov terangkat dan visi misinya dapat diketahui oleh masyarakat Rusia. Walaupun begitu kedua program acara yaitu *Vermya* dan *Sevodnya* tetap menampilkan sosok lawan kandidat yang sudah berafiliasi dengan stasiun televisi lain. Hal ini disebabkan adanya ketentuan hukum dari Pemilu Presiden Rusia tahun 1999 sebuah undang-undang Pemilu Presiden.

Jadi dapat disimpulkan bahwa oligarki tampak sebagai orang yang obyektif tetapi, pada kenyataannya oligarki mendapatkan kesempatan untuk mengelola keberpihakan ke salah satu kandidat Presiden. Sehingga informasi dan popularitas kandidat Presiden dapat lebih dipercaya dan diterima dengan baik.

3.3.2. Peran Media televisi dalam Pemilu Presiden Putaran Pertama

Peran media televisi dalam Pemilu Presiden sangat penting, karena calon kandidat mendapatkan bantuan untuk melakukan aktifitas kampanye. Stasiun televisi nasional yaitu ORT lebih berpihak kepada Boris Yeltsin walaupun Yeltsin. Boris Yeltsin yang diterpa oleh isu kesehatannya dapat diselamatkan popularitasnya oleh ORT. Dapat dilihat di tabel 3.6 persaingan ketat antara Yeltsin yang mendapat tayangan sebesar tujuh persen dan Zyuganov sebesar lima persen dalam ORT.

ORT lebih mendukung untuk mengangkat popularitas Yeltsin meskipun keduanya mengadakan kampanye di stasiun televisi itu, sedangkan NTV lebih mendukung untuk mengangkat popularitas Zyuganov daripada Yeltsin. Tayangan kampanye Zyuganov berjumlah 21 persen sedangkan Yeltsin hanya dua belas persen (lihat tabel 3.6) Kandidat-kandidat Presiden lain juga menggunakan media televisi untuk popularitasnya di stasiun televisi regional dan nasional dengan mengeluarkan biaya lebih untuk itu. Sehingga Kandidat Presiden yang berafiliasi dengan oligarki dengan mudah untuk mendoktrinasi masyarakat Rusia melalui kampanye serentak dengan cakupan yang lebih luas.

Menurut teori komunikasi massa, komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa¹⁰⁸. media televisi merupakan alat media massa yang efektif dalam menyampaikan informasi. Media televisi dapat memberikan doktrinisasi kepada masyarakat tentang kandidat Presiden. Peran Televisi mendapatkan hasil yaitu kemenangan dua kandidat yang mereka dukung karena afiliasi dengan pemiliknya yaitu Berezovsky dengan Yeltsin dan Zyuganov dengan Gusev. (Lihat tabel 3.8)

Peran media dalam Pemilihan Presiden tahun 1996, diatur dan dilindungi oleh undang-undang negara sebagai berikut :

Статья 29

1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.
2. Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.
3. Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.
4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.
5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается¹⁰⁹.

¹⁰⁸. ibid. <http://www.scribd.com/doc/20898975/DEFINISI-KOMUNIKASI-MASSA>

¹⁰⁹ www.constitution.ru diunduh tanggal 16 July 2010 pukul 16.00.

Pasal 29

1. Setiap orang dijamin kebebasan dalam mengeluarkan ide dan berbicara.
2. Propaganda atau agitasi yang menghasut dalam konteks sosial, rasial, kebencian nasional atau agama dan perselisihan tidak akan diizinkan. Propaganda sosial, rasial, nasional, supremasi agama atau bahasa harus dilarang.
3. Tidak seorang pun boleh dipaksa untuk mengekspresikan pandangan dan keyakinan atau untuk menolak mereka.
4. Setiap orang secara bebas berhak untuk mencari, menerima, mengirimkan, memproduksi dan mendistribusikan informasi dengan cara hukum. Daftar data rahasia negara harus ditentukan oleh hukum federal.
5. Kebebasan komunikasi massa harus dijamin. Sensor harus dilarang.

Media televisi menayangkan program acara kampanye Pemilu Presiden sebagai wujud peran media televisi. Undang-undang diatas adalah untuk seluruh media massa koran atau televisi yang mempunyai peran untuk menginformasikan seluruh informasi kepada masyarakat Rusia dengan tidak ada sensor. Tayangan program acara atau informasi yang diberikan kepada masyarakat tidak diperkenankan ada unsur propaganda yang menyebabkan kericuhan dimasyarakat. Peran televisi yang bebas dalam berekspresi dalam menyampaikan seluruh informasi kampanye Pemilu adalah kewajiban media televisi dan tidak boleh ada satupun pihak yang melarang atau menghalangi. Oleh karena itu terjadi kerja sama antara calon kandidat Presiden dan media televisi, sehingga tayangan informasi kampanye tentang visi dan misi calon Presiden dapat dengan baik diterima oleh masyarakat Rusia

3.4. Pemilu Presiden Putaran Kedua

Yeltsin dan Zyuganov bersaing secara ketat di putaran pertama tahun pemilihan Presiden tahun 1996 meskipun Yeltsin telah memenangkan lebih dari suara terbanyak, 35 persen dibandingkan dengan 32 persen untuk pesaingnya,

Zyuganov. Pada putaran kedua, persaingan lebih tegas dibentuk oleh saluran televisi utama sebagai dukungan untuk Yeltsin atau pengembalian ke aturan Sosialis Komunis yang diterapkan oleh Zyuganov. Yeltsin masih mendominasi pemberitaan di *Vremya*, ORT, sebagaimana dia disebutkan dalam 81 dari 123 tayangan informasi Pemilu atau sekitar 66 persen, dalam liputan pemilihan dari 17 Juni - 3 Juli 1996 dapat dilihat Tabel 3.9. Zyuganov termasuk dalam 46 persen berita pemilihan *Vremya*. Namun Yeltsin jarang terlihat di muka umum selama putaran kedua dan isu tentang kesehatannya yang semakin berkembang dan menjadi hal yang lazim. Fakta bahwa dia mengalami serangan jantung antara pemilihan putaran pertama dan kedua, kemudian diungkapkan oleh dokter pada bulan September 1996 tidak dilaporkan. Daripada melihat Yeltsin pada kampanye, berita yang ada lebih meliput tugas eksekutif pada saat itu Lebed memasuki pemerintahannya, penasihat kunci dipecat dan isu reformasi militer berkurang sama halnya dengan berita mengenai Chechnya¹¹⁰.

Tabel 3.9 Penggunaan media televisi oleh kandidat dalam Pemilu Presiden putaran kedua tahun 1996

Candidates	<i>Vremya</i>		<i>Sevodnya</i>	
	Mention	Coverage share (%)	Mention	Coverage share (%)
Yeltsin	81	66	63	68
Zyuganov	56	46	34	37
Total story	123	100	93	100

Source: Author's data, *Presidential election coding* by Laura Roselle.

Hal yang signifikan dari *Vremya* adalah pengejaran taktik yang sama digunakan oleh produser berita Soviet dalam penggunaan berita pemimpin Soviet, Leonid Brezhnev, di awal tahun 1980-an. Meskipun sebagian besar masyarakat Rusia sadar bahwa Yeltsin sakit parah, itu tidak disebutkan atau ditutupi dengan

¹¹⁰ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.106

cara apapun yang serius¹¹¹. Masalah-masalah disajikan seperti sebagaimana seharusnya hal tersebut terjadi bukan bagaimana kejadian sebenarnya. Dalam hal kampanye, *Vremya* menyajikan pesan ganda (lihat Tabel 3.10 Tema Utama liputan kampanye Presiden pada tahun 1996 Presiden Rusia putaran kedua Pemilihan pada ORT dan Berita NTV). Di sisi negatif, *Vremya* melaporkan peringatan terhadap bahaya berkuasanya kembali komunisme. Pada saat yang sama, berita dalam posisi utama saluran menyalurkan pesan positif mengenai Soviet akhir, Rusia dan kemampuan Yeltsin sebagai pemimpin untuk berkompromi, bekerja sama dan membangun koalisi.

Vremya menggunakan popularitas Lebed, yang telah bergabung dengan pemerintahan Yeltsin setelah putaran pertama dalam Pemilu, sebagai alat pemilihan untuk Yeltsin. Pada kenyataannya, meskipun ia tidak dapat lagi bergerak, Lebed disebutkan dalam 44 tayangan program informasi Pemilu, yang hampir sebanyak Zyuganov. Sebelas persen dari berita pemilihan *Vremya* difokuskan terutama pada Lebed dan kaitanya dengan Yeltsin. Sebagai tambahan tujuh persen dari berita difokuskan pada perubahan personel dan kekuatan pergeseran dalam pemerintahan Yeltsin. Pelaporan *Vremya* juga menyorot kemampuan Yeltsin untuk melihat inisiatif dan untuk merespon hasil putaran pertama pemungutan suara¹¹².

Tabel 3.10 Tema Utama liputan kampanye Presiden pada tahun 1996 Presiden Rusia putaran kedua Pemilihan pada ORT dan Berita NTV

Primary story them	Number of storie	Coverage shar
<i>ORT's Vremya</i>		
Zyuganov/Communist	22	18
Lebed	13	11
Regional issues/opinion	11	9
Results of the first roun	9	7
Election rules,	8	7

¹¹¹ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.107

¹¹² Ibid, Sarah. *Television, Democration and Elections in Russia* (Routledge : 2006), hlm 107

Primary story them	Number of storie	Coverage shar
organization, voting preparation, legitimizatio		
Power/personnel change	8	7
Total number of storie	123	100
<i>NTV's Sevodnya</i>		
Power/personnel change	19	20
Lebed	17	18
Zyuganov/Communist	17	18
Chechny	9	10
Military/reform	8	9
Total number of storie	93	100

Source: Author's data, *Presidential election coding* by Laura Roselle.

Peran Aleksander Lebed dalam Pemilu Presiden putaran kedua adalah sebagai afiliasi Boris Yeltsin. Lebed mencoba menjadi orang yang mempersentasikan Yeltsin, sebab Yeltsin mulai sakit-sakitan. Keinginan Lebed untuk berafiliasi dengan Yeltsin adalah agar ia mendapatkan tempat dalam pemerintahan Yeltsin jika menang. Lebed muncul disetiap acara televisi ketika Yeltsin tidak dapat hadir. Kemunculan Lebed ini didukung oleh para pendukung Yeltsin lainnya. Dengan tetap munculnya Lebed sebagai orang yang mempresentasikan pemikiran Yeltsin, akan membuat suara Yeltsin tetap utuh.

Zyuganov juga menerima liputan di *Vremya* selama putaran kedua tahun 1996 pemilihan Presiden. Delapan belas persen dari berita pemilihan *Vremya* difokuskan pada kegiatan Partai Komunis atau pada konferensi pers harian Zyuganov. Meskipun Zyuganov berusaha meyakinkan para pemilih bahwa dia tidak akan kembali ke yang terburuk dari pemerintahan komunis, namun tetap saja kebanyakan pemilih merasa khawatir. Bagian lain dari kampanye yang bersangkutan dengan isu regional sering dimodifikasi oleh berita nasional di Rusia. Di dalam sembilan persen dari program acara *Vremya*, berbagai daerah atau kota, orang-orang di jalan diminta untuk mendiskusikan masalah-masalah mereka

dan Pemilu. Sebagai contohnya, terdapat laporan dari Saratov, Voronezh, Samara, Yaroslavl, Kamchatka, Lipetsk, Dagestan dan Krasnoyarsk. Pada banyak berita ini, masalah-masalah yang spesifik disebutkan, seperti transportasi, upah yang belum terbayar, pertanian, pengangguran dan rendahnya tingkat pensiun¹¹³.

Wartawan mewawancarai masyarakat yang bersaksi untuk menjadi pendukung baik Yeltsin dan Zyuganov. Yeltsin, bagaimanapun, sering disebutkan sehubungan dengan isu-isu daerah yang penting, meskipun ia tidak benar-benar muncul di daerah. Terdapat penekanan pada isu-isu dalam pelaporan putaran kedua dari dalam pelaporan putaran pertama pada *Vremya*. Sedangkan Yeltsin sudah sangat terlihat sebagai individual di putaran pertama, itu adalah kebijakan yang dibuat oleh dirinya sendiri.

Direktur NTV, Malashenko, telah mengatakan bahwa ia bisa melihat Yeltsin sakit tetapi memutuskan untuk membantu menyembunyikan informasi sehingga ia bisa memenangkan Pemilu melawan Zyuganov¹¹⁴. Jadi tidaklah mengherankan bahwa Yeltsin telah disebutkan di 68 persen dari berita Pemilu *Sevodnya* pada putaran kedua sedangkan Zyuganov hanya disebutkan hanya 37 persen. Seiring perkembangan kesehatan Yeltsin, tidak mengherankan bahwa NTV lebih berfokus pada isu-isu dan aksi pemerintah daripada aktifitas kampanye yang untuk menaikkan popularitas Yeltsin. Liputan NTV's *Sevodnya* selama kedua putaran terfokus pada dampak politik pemilihan pendahuluan dan peran Lebed dalam pemerintahan Yeltsin. Dengan liputan *Vremya*, terdapat laporan-laporan atas perubahan kepemimpinan, termasuk pemberhentian pengawal Yeltsin, Alexander Korzhakov. Ini merupakan peranan baru Lebed. Lebed sendiri hanya menjabat beberapa bulan di posisi baru dalam pemerintahan Yeltsin¹¹⁵.

Delapan belas persen dari berita Pemilu *Sevodnya* difokuskan pada kampanye Zyuganov. Sebagai contoh, Zyuganov menunjukkan ia sedang bermain voli, penyorotan kepada kesehatan Zyuganov. Sementara desas-desus tentang penurunan fisik Yeltsin berlimpah tetapi tidak dibahas di *Vremya* ataupun

¹¹³ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.108

¹¹⁴ Ibid. *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*, 2nd edn, Durham, NC: Duke University Press.1999, hal 185

¹¹⁵ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.107

Sevodnya. Konferensi pers Zyuganov diliput dan ia bisa berbicara untuk dirinya sendiri. Tidak seperti dalam kasus Yeltsin, tidak semua liputan ini adalah positif. Selama konferensi pers, Zyuganov sering mengkritik melalui media, khususnya televisi, karena stasiun televisi mendukung Yeltsin secara terang-terangan. Dalam beberapa berita, dilaporkan bahwa televisi diatur menurut kategori, dan secara tidak adil menolak pengaduan Zyuganov. Dalam berita-berita lain, calon Presiden tidak berhasil dari putaran pertama pemilihan menunjukkan menolak untuk memberikan dukungan bagi Zyuganov¹¹⁶.

Tabel 3.11 Hasil Pemilihan Umum Presiden Putaran kedua

Candidate	Percentage of the Round 2
Boris Yeltsin	53.83
Gennadii Zyuganov	40.30
Against All / Invalid	5.87

Sumber: Central Election Commission of the Russian Federation: Vybory Prezidenta Rossiiskoi Federatsii 1996.

3.4.1. Peran Oligarki Media dalam Pemilu Presiden Putaran Kedua

Berezovsky dan Gunsinsky tetap mendukung kedua kandidat utama yakni Boris Yeltsin dan Zyuganov. Pada putaran kedua Pemilu Presiden, para peserta kandidat yang kalah berafiliasi dengan para pemenang. Salah satu kandidat yang berafiliasi itu ialah Aleksander Lebed. Oligarki media memunculkan popularitas Lebed untuk membantu Boris Yeltsin yang sedang sakit. Media berhasil mengangkat Popularitas Lebed sebagai sosok yang mempresentasikan Yeltsin, kala Yeltsin tidak dapat muncul di kampanye televisi.

Persaingan antara Yeltsin dan Zyuganov berubah menjadi antara Zyuganov dan Lebed. Persaingan ini dapat dilihat pada tabel 3.10. Pada tabel 3.10. terlihat Lebed lebih mendominasi daripada Yeltsin. Pada Pemilu Presiden putaran kedua keberpihakan oligarki media berubah arah, ORT mendukung untuk mengangkat popularitas Zyuganov, sementara NTV mendukung Yeltsin dan Lebed dalam

¹¹⁶ Ibid. *Television, Democracy and Elections in Russia* (USA: Routledge 2006), hal.109

mempertahankan popularitas Yeltsin. Peran Lebed dalam Pemilu Presiden putaran kedua mempunyai arti penting bagi Yeltsin, sehingga Yeltsin bisa mempertahankan kemenangannya walaupun sedang sakit. Gunsinsky bisa melihat arah permainan Pemilu Presiden dan mau membantu mempertahankan popularitas Yeltsin yang sedang sakit.

Berubahnya afiliasi ini karena Berezovsky melihat bahwa Yeltsin sudah jarang tampil dalam setiap acara dan digantikan oleh Lebed. Berezovsky beranggapan bahwa Yeltsin akan kalah pada putaran kedua sehingga ia memutuskan berafiliasi dengan Zyuganov. Gunsinsky mempunyai pandangan yang berbeda dengan Berezovsky. Gunsinsky beranggapan Yeltsin masih mempunyai peluang untuk menang walaupun jarang tampil. Gunsinsky membantu Yeltsin dengan cara mendoktrin masyarakat Rusia, dengan cara mengangkat popularitas Lebed. Gunsinsky mempersentasikan Lebed dengan baik sehingga masyarakat percaya bahwa Lebed bisa menggantikan sosok Yeltsin selama kampanye.

Oligarki media seperti Berezovsky tidak secara total melepaskan afiliasi dengan Yeltsin, karena Berezovsky melihat bahwa Yeltsin masih berpotensi menang meskipun sedang sakit. Dapat dilihat dalam tabel 3.10 bahwa Lebed yang berafiliasi dengan Yeltsin mendapatkan tayangan yang tidak beda jauh dengan Zyuganov sehingga Yeltsin yang jarang muncul masih dapat bersaing. Jadi ketika Yeltsin memenangkan Pemilihan Presiden tahun 1996 Berezovsky tetap berada dalam lingkaran kekuasaan Yeltsin.

3.4.2. Peran Media Televisi dalam Pemilu Presiden Putaran Kedua

Media televisi nasional yang berperan dalam kampanye Pemilu Presiden tahun 1996 yaitu ORT dan NTV. Kedua stasiun televisi nasional Rusia dimiliki oleh dua oligarki media yaitu Berezovsky untuk ORT dan Gussinsky untuk NTV.

Peran media televisi dalam Pemilu Presiden sangat penting, karena calon kandidat mendapatkan bantuan untuk melakukan aktifitas kampanye. Stasiun televisi nasional yaitu NTV berpihak kepada Boris Yeltsin. Boris Yeltsin yang diterpa oleh isu kesehatannya dapat diselamatkan popularitasnya oleh NTV. NTV

dengan ini memainkan perannya sebagai media komunikasi massa. Gunsinsky dengan direktur NTV Malashenko membantu Yeltsin dengan mengalihkan berita kampanye ke berita pemerintahan Yeltsin. Selain itu NTV mengangkat popularitas Lebed dengan berbagai program acara NTV. Program acara yang dibuat oleh NTV bertujuan untuk mendoktrin masyarakat agar tetap memilih Yeltsin meskipun yang tampil adalah Lebed. Cara itu terbukti efektif. Dapat dilihat dalam tabel 3.10. Lebed yang dibantu oleh NTV sama besarnya berita tentang Zyuganov. Meskipun begitu Yeltsin tetap menang. ORT yang berusaha mengangkat popularitas Zyuganov dengan menyajikan melalui program acara dan berita kampanye hingga delapan belas persen tetap tidak bisa menyaingi Yeltsin. Kerja keras media televisi untuk terus menjaga suara Yeltsin terbayar sudah dengan kemenangan Yeltsin atas Zyuganov dapat dilihat di tabel 3.11 hasil suara Yeltsin dalam pemilu presiden putaran kedua.

Bisa dikatakan bahwa media televisi sangatlah efektif dalam memberikan informasi kepada masyarakat dan memberikan perubahan pola pikir masyarakat melalui program acara yang disiarkan. Hal ini tak lepas dari tim dari media televisi.

BAB 4

KESIMPULAN

Pemerintahan Yeltsin dimulai pada tahun 1991, Yeltsin adalah Presiden pertama Federasi Rusia. Pemerintahan Federasi Rusia saat itu masih dalam tahap transformasi dari sosialis ke kapitalis. Undang-undang, dan peraturan daerah lainnya masih memakai milik Uni Soviet. Perekonomian Rusia terpuruk sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan untuk mengamankan perekonomian Rusia.

Hal ini juga terkait dengan anggota parlemen Rusia saat itu yang masih diisi dengan kaum konservatif, keterkaitan ini yang menyulitkan Yeltsin sebagai Presiden untuk membuat kebijakan. Pada tahun 1993 Yeltsin membubarkan parlemen dengan maksud membentuk Parlemen baru agar memudahkan langkah Yeltsin. Setelah konstitusi baru dibentuk Yeltsin ditimpa masalah dalam negeri yaitu perang Chechnya pertama. Tidak hanya itu Yeltsin masih dipusingkan dengan masalah perekonomian Rusia, dan transisi dari komunis ke liberal. Pada tahun 1995, Rusia mengadakan Pemilu parlemen kedua dalam sejarah Federasi Rusia dan berjalan dengan baik. Partai Politik memulai aktifitas kedua Pemilu pada tahun 1995. Partai Politik pada tahun 1995 lebih banyak daripada tahun 1993. Partai politik bersaing untuk mendapatkan kursi. Namun kekuatan partai politik yang dekat dengan pemerintahan sangat susah untuk digeser. Partai yang sudah ada pada tahun 1993 masih bisa bersaing dan bisa menembus suara diatas lima persen.

Pemilu Presiden pertama Federasi Rusia diadakan pada tahun 1996. Pemilu Presiden ini diadakan dalam dua putaran. Putaran pertama diadakan 16 juni 1996 dan putaran kedua tanggal 3 juli 1996. Pemilu Presiden dilaksanakan secara langsung. Calon Presiden harus mendapatkan lima puluh persen suara jika tidak mendapatkan lima puluh persen suara maka akan diadakan putaran kedua.

Aktifitas oligarki agar tetap berkuas dalam bisnis jaringannya sedangkan para penguasa politik bersaing menguasai Federasi Rusia. Oligaraki mencari Kandidat yang tepat agar ia bisa bertahan. Dua jaringan stasiun televisi nasional

yang dimiliki oleh oligarki dijunjuk sebagai media televisi sebagai tempat utama kampanye dalam media televisi. Oligarki media televisi besar maupun kecil memilih Yeltsin sebagai afiliasi. Oligarki mempunyai peran penting dalam mempertahankan popularitas Yeltsin. Orang nomor satu Rusia yaitu Yeltsin diterpa isu ekonomi dan kesehatan dirinya. Yeltsin sudah jarang memperlihatkan diri di dalam televisi sejak akhir kampanye putaran pertama. Walaupun begitu Yeltsin masih bisa meraih kemenangan pada pemilu pertama dengan suara 35.28 persen. Yeltsin melaju ke Pemilu Presiden putaran kedua bersama saingan terberatnya yaitu Zyuganov.

Zyuganov mencoba merebut dominasi Yeltsin, dengan meminta bantuan kepada oligarki media yang pada pada putaran pertama berpihak kepada Yeltsin. Yeltsin yang sudah jarang tampil digantikan perannya Lebed. Ia dibantu oleh oligarki yang pada putaran pertama berpihak kepada Zyuganov. Media televisi berusaha untuk mempertahankan popularitas Yeltsin dengan cara menaikkan popularitas Lebed pada kampanye putaran kedua. Selain itu media televisi mengalihkan berita kampanye dengan cara memberikan pelaporan tentang pemerintahan Yeltsin.

Media televisi membuat perannya menjadi penting karena televisi dapat merubah pola pikir masyarakat Rusia. Masyarakat Rusia juga mengikuti perkembangan politik di Rusia, Sebab masyarakat Rusia ingin mengetahui visi dan misi yang diusung oleh masing-masing kandidat Presiden Rusia. Yeltsin mengusung keamanan dan kenyamanan bagi masyarakat Rusia. Zyuganov mengusung visi dan misi agar Rusia kembali ke masa kejayaannya yaitu pada masa Uni Soviet. Dengan Zyuganov mengusung visi dan misi untuk kembali seperti pada masa Uni Soviet menyebabkan oligarki menjauh. Oligarki berpikir jika kembali pada masa Uni Soviet maka bisnis yang dimiliki oleh oligarki akan hilang. Jadi para oligarki media televisi lokal maupun nasional berusaha mendukung Yeltsin.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Alkatiri, Zeffry. 2000. *Transisi Demokrasi di Negara Federasi Rusia*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya UI.

Beumers, Brigit. 2005. *Pop Culture Russia*. California: Abc-Clio, Inc.

Basri, MS. 2006. *Metodologi Penelitian Sejarah (Pendekatan, Teori dan Praktik)*. Jakarta : Restu Agung.

Dan, Nimmo. 1993. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Koltsova, Olessia. 2006. *New Media and Power in Russia*, New York: Routledge.

McFaul, M. 1997 *Russia's 1996 Presidential Election: The End of Polarized Politics*, Stanford, CA: Hoover Institution Press.

Mickiewicz, E. 1997 *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*, Oxford: Oxford University Press.

———(1999) *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*, 2nd edn, Durham, NC: Duke University Press.

———2008 *Television, Power, and Public in Russia*, Cambridge: Cambridge University Press.

Oates, Sarah. 2006. *Television, Democracy and Election in Russia*, New York: Routledge.

Rusadi, Ruslan. 1997. *Kiat dan Strategi: Kampanye Publik Relation*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Gottschalk, Louis. 1986. *Mengerti Sejarah*. (terj.). Nugroho Notosusanto. Jakarta: UI Press.

Mardalis. 1990. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara,

Santoso. 1991. *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung.

Sjamsuddin, Helius. 2007. *Metodologi Sejarah*. Yogyakarta: Ombak.

White, S., Rose, R. and McAllister, I. (1997a) *How Russia Votes*, Chatham, NJ: Chatham House Publisher Inc.

SUMBER JURNAL

Emilia Yustinngrum. Jurnal Penelitian Politik, Vol. 1 no 1, 2004:95-110, hlm.98.

SUMBER INTERNET

<http://referensi-Pemilu09.blogspot.com/2009/06/pengertian-Pemilu.html>.
(Diunduh pada tanggal 7 April 2010, pkl 01.00)

<http://referensi-Pemilu09.blogspot.com/2009/06/Pemilu.html>. (Diunduh pada tanggal 7 April 2010. Pkl 01.00)

“2.1 Pengertian Peranan”.
<dspace.widyatama.ac.id/bistream/handle/10364/1049/bab2a.pdf?sequence=12>
(Diunduh pada tanggal 22 maret 2010,pkl 22.00)

<http://www.scribd.com/doc/20898975/DEFINISI-KOMUNIKASI-MASSA>
(Diunduh pada tanggal & April 2010, pkl 01.00)

“Pengantar Teori Media Komunikasi”. Cari-pdf.com/pdf.php?q=teori+media+komunikasi (Diunduh pada tanggal 7 April 2010, pkl 01.00)

Konstitusi Rusia www.constitution.ru (diunduh pada tanggal 16 July 2010 pkl 16.00)

www.itar-tassonline.ru Diunduh pada tanggal 15 Juni 2010 pada pkl 01.00

www.rianovosti.ru Diunduh pada tanggal 15 Juni 2010 pada pukul 01.00

[google.com/timeline history of soviet television](http://google.com/timeline%20history%20of%20soviet%20television) Diunduh pada tanggal 15 Juni pada pukul 01.30