



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**OPINI PUBLIK & PEMILIHAN UMUM PRESIDEN AMERIKA
SERIKAT (2008)**

Skripsi

Oleh

Ariendra Ratu Sakina

2013330013

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

OPINI PUBLIK & PEMILIHAN UMUM PRESIDEN
AMERIKA SERIKAT (2008)

Skripsi

Oleh

Ariendra Ratu S.

2013330013

Pembimbing

Sukawarsini Djelantik, Dra., M. Int., Ph. D.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

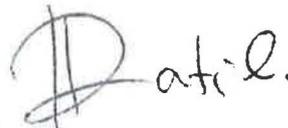


Tanda Pengesahan Skripsi

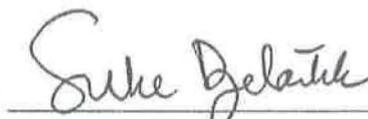
Nama : Ariendra Ratu Sakina
Nomor Pokok : 2013330013
Judul : Opini Publik & Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat (2008)

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 6 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Ratih Indraswari, MA

: 

Sekretaris
Sukawarsini Djelantik, Dra., M. Int. S, Ph. D.

: 

Anggota
Giandi Kartasmita, MA

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN



Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ariendra Ratu Sakina
NPM : 2013330013
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Judul Penelitian : Opini Publik & Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat
(2008)

Dengan ini menyatakan bahwa rancangan penelitian ini merupakan hasil karya ilmiah sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 9 Januari 2017



Ariendra Ratu Sakina

ABSTRAK

Nama : Ariendra Ratu Sakina

NPM : 2013330013

Judul : Opini Publik & Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat (2008)

Media mempunyai kekuatan dan pengaruh yang besar dalam pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 2008. Obama sebagai kandidat calon Presiden Partai Demokrat menjadi orang keturunan Afro-Amerika pertama yang berhasil memenangkan pemilihan umum Presiden AS. Obama juga berhasil mengubah persepsi masyarakat mengenai Presiden yang seharusnya berkriteria *White Anglo-Saxon Protestant* (WASP) menjadi netral, tidak membeda-bedakan berdasarkan ras, suku, agama dan warna kulit. Penelitian ini menjelaskan peranan media yang dipaparkan menjadi empat bagian berdasarkan kepentingannya dalam menyebarkan informasi, sosialisasi, edukasi dan hiburan. Kekuatan media tersebut juga terjadi karena adanya opini publik masyarakat. Lebih lanjut lagi tentang bagaimana Obama dapat memanfaatkan peran media dan opini publik masyarakat dalam membantu kampanyenya sebagai calon Presiden AS tahun 2008. Media menjadi alat penting bagi Obama melawan paradigma masyarakat mengenai WASP. Obama juga cermat melihat perkembangan masyarakat dan mencari celah melalui kekuatan media massa untuk merebut simpati masyarakat, sehingga tidak satupun yang disia-siakan Obama dalam menyebarkan pengaruhnya melalui kekuatan media massa.

Kata kunci : Media, Pemilu AS, Obama, Opini Publik

ABSTRACT

Name : Ariendra Ratu Sakina

NPM : 2013330013

Title : Opini Publik & Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat (2008)

Media have power and a big difference role in United States's presidential elections 2008. Obama as a candidate President from Democratic Party is the first Afro-American that elected as America's president. He also succeeded in changing public's opinion about President that should have criteria White Anglo-Saxon Protestant (WASP) become neutral, not divided based on race, tribe, religion and skin colors. In this research explain the role of media presented into four parts based on their interests in spreading information, socialization, education and entertainment. The power of media happened with public opinion's roots. How Obama can use the role of media and public opinion in helping his campaign as a candidate U.S. President 2008. Media become an important tools for Obama to against paradigm in citizen about WASP. Obama also cautious to see developing in citizen and looking for a gap through the power of mass media.

Key words : Media, Presidential Elections, Obama, Public Opinion

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang tiada pernah hentinya mencurahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada saya. Dengan segala kemudahan dan pertolongan Allah SWT, akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Opini Publik & Pemilihan Umum Presiden Amerika Serikat (2008)”. Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari akan keterbatasan, kemampuan dan pengetahuan saya dalam penyusunannya. Apabila dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan baik dalam materi maupun penyajian, kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat dibutuhkan. Terima kasih untuk seluruh pihak yang terlibat, semoga bermanfaat.

Saya ingin berterima kasih kepada keluarga saya yang selalu mendukung, mendoakan dan selalu ada di samping saya. Kepada orang tua saya yang sudah mencintai saya bahkan sejak di kandungan, dan merawat saya hingga sekarang. Terima kasih spesial untuk Ibum yang selalu yakin bahwa saya dapat menyelesaikan skripsi saya dan selalu menyalurkan energi positifnya setiap hari. Tidak ada yang berharga tanpa kasih sayang dan perhatian dari Ibum, termasuk apa yang sudah saya capai sekarang karena Allah SWT telah mendengar setiap doa dari Ibum. Juga kepada Bapa yang selalu melindungi dan mencintai anak gadisnya. Tidak ada yang berharga tanpa kasih sayang orang tua dan saya selalu bersyukur mempunyai orang tua yang hebat. Terima kasih Mas Chaka, kakak laki satu-satunya yang selalu jahil tetapi sayang, yang juga menjadi inspirasi saya. Mbak Risa yang selalu mendukung dan Alzena yang selalu menyemangati saya

dengan tawanya. Juga saya berterima kasih kepada Mbak Milah yang dari kecil merawat dan menyayangi saya selayak anaknya sendiri, yang telah membantu keluarga saya dari saya TK hingga ke jenjang kuliah. Tanpa jasa dan doa dari keluarga saya, saya tidak akan bisa bertahan hingga saat ini.

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh pihak yang bekerja di Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Program Studi Ilmu Hubungan Internasional (dosen, para pekerjanya, petugas parkir, administrasi, tata usaha) atas kerjasama dan didikannya selama 3,5 tahun ini. Spesial saya ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing saya Mbak Suke yang sudah membantu dan membina saya dalam topik yang saya ajukan, dan mengajak saya dalam acara yang beliau selenggarakan di Desa Arjasari bersama teman-teman S2. Menambahkan banyak pengalaman yang menyenangkan dan saya beruntung dibina oleh beliau selama setahun ini.

Kemudian kepada sahabat saya, Ammelia Paramitha Putri. Terima kasih karena selama di Bandung selalu menemani saya, senang dan sedih, tawa dan tangis. Juga kepada sahabat saya, Novela Arhatha, yang selalu menghibur saya di kala sedih, dan menjadi penyemangat dimanapun berada. Berkat kehadiran kalian di Bandung, saya tidak akan pernah merasa kesepian. Teman-teman 'Rempongs' Febby, Bayu, Ghiffari, Ryan, Naufal, Arif, Dwitiya yang saya terus terhibur dengan kehadiran mereka dan sangat bersyukur telah memiliki mereka. Sahabat-sahabat saya dari SMP dan SMA, Cynthia Desiree, Priani Nadhira, Afi Ressami, Hega Berliana, Lanny Alfiani dan juga Laura Shofa.

Kemudian kepada teman-teman Hubungan Internasional, Fadhilla Sandra Adjie, dari semenjak Ospek Fakultas di Gerbong 13 hingga sekarang, masih menemani hingga akhir dari perkuliahan di Unpar. Tawa dan tangis, sedih dan duka, hingga penyemangat satu sama lain. Amelinda Ari Ratnadewi, teman sangat ambis hingga masuk KBI yang sama, berjuang bersama dan kadang bertingkah seperti anak kecil. Lalu Yoan Oktaviani, teman menggila yang selalu ada di ke-random-an. Dinda Kamil dan Trifitri Muhammaditta, dua teman yang menemani hal-hal aneh ketika bersama saya. Keluarga baru saya, Delegasi Moldova *Harvard World Model United Nations* (HWMUN) 2016 yang telah mengisi hari-hari saya dan menambah pengalaman baru. Kepada ketua Delegasi, Erza, Jeanne & Ian. Dan teman-teman delegasi Monnica, Ebenezer, kak Richard, kak Abel, Gabby, Gavana, Firna. Teman-teman Prakdip Delegasi Rusia, yang memberikan pengalaman yang tidak akan pernah saya lupakan, Fadhilla, Jediza, Ziljian & Ray, LO kami, Sherly. Teman seperjuangan 'AMBIS' KBI 4, Inigo Abigail, Anna Kinanti dan Amelinda yang mendukung terus hingga sampai tahap ini, Serta teman-teman 2013 lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata, sekali lagi terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu saya menyelesaikan penelitian ini. manusia tidak ada yang sempurna, untuk itu, mohon maaf sekali lagi bagi pihak yang tidak disebutkan di ucapan terima kasih ini. Sungguh tidak mengurangi ketulusan, kesenangan, dan kebanggaan saya dapat mengenal Anda semua. Terima kasih.

Bandung, 31 Desember 2016

Ariendra Ratu Sakina

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
<i>Abstract</i>	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Bagan.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Grafik.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Kajian Literatur.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	11

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	14
1.7 Sistematika Pembahasan.....	15
Bab II Kekuatan Media Massa Dalam Politik Pemerintah di Amerika	
Serikat.....	17
2.1 Peran dan Fungsi Media Massa.....	18
2.1.1 Komunikasi Massa.....	20
2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	21
2.1.3 Kohesi Sosial.....	22
2.1.4 Opini Publik dan Propaganda.....	22
2.2 Kampanye Kepresidenan di AS.....	24
2.2.1 Media dan Pemilihan Umum.....	27
2.2.2 Kekuatan Media Massa Cetak.....	28
2.2.3 Kekuatan Media Siaran.....	29
2.2.4 Kekuatan Media Internet.....	32
2.2.5 Pers Sebagai Kekuatan Keempat Demokrasi.....	35
2.3 Politik Pemerintahan AS.....	36
2.3.1 Sistem Pemerintahan AS.....	37
2.3.2 Partai Politik AS.....	38
2.3.3 Politisasi Media Massa AS.....	40

Bab III Kebijakan Dalam Pemilihan Umum Presiden di Amerika

Serikat	42
3.1 Pengaruh Opini Publik Terhadap Kinerja Pemerintah AS.....	43
3.1.1 Pengaruh Kelompok Kepentingan AS.....	46
3.1.2 Kebijakan Publik.....	51
3.1.3 Interaksi Partai Politik.....	53
3.2 Demokratisasi di AS.....	55
3.2.1 Liberalisme dan Demokrasi.....	56
3.2.2 Tujuan AS : Demokrasi Liberal.....	58
3.2.3 Pemilihan Umum yang Demokratis.....	59
3.2.4 Melindungi Hak-Hak Minoritas.....	60
3.3 Pemilihan Presiden AS.....	62
3.3.1 Proses Pemilihan Umum Presiden.....	64
3.3.2 Bagaimana Presiden AS Terpilih.....	66

Bab IV Peran Media Dalam Mengubah Opini *White Anglo-Saxon Protestant*

(WASP) di Masyarakat Amerika Serikat	69
4.1 Media Sebagai Informasi.....	72
4.2 Media Sebagai Sosialisasi.....	81
4.3 Media Sebagai Edukasi.....	88

4.4 Media Sebagai Penghibur.....	94
Bab V Kesimpulan.....	100
Daftar Pustaka.....	104

DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1.1 Situasi Opini Publik.....	44
---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1 Perkembangan Penonton untuk Berita Politik Secara <i>Online</i>	73
Tabel 4.2.1 Kumpulan Sosialisasi Kampanye Sosial Media Obama.....	85
Tabel 4.3.1 Pengguna Internet untuk Edukasi.....	90

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1.1 Lingkaran Penduduk AS Menerima Berita Sosial Media.....	78
Grafik 4.1.2 Pengguna Media Internet dalam Memperoleh Data.....	79
Grafik 4.1.3 Sumber Berita Pemilihan Umum Presiden AS.....	80
Grafik 4.2.2 Hasil Pemilihan Umum Presiden AS 2008.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Elektroal Suara Pemilihan Umum Presiden AS 2008.....	67
Gambar 4.4.1 John McCain, Barack Obama debate in Mississippi.....	94
Gambar 4.4.2 Obama dan McCain dalam debat kedua.....	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak tahun 1789, Amerika Serikat (AS) telah melakukan 44 kali pemilihan umum Presiden¹. Sebagian dari presiden terpilih memiliki latar belakang yang hampir sama. Salah satu kriteria yang secara turun temurun diterapkan di lingkungan masyarakat seolah-olah menjadi kriteria wajib untuk menjadi seorang Presiden AS adalah berdarah WASP (*White Anglo-Saxon Protestant*). WASP adalah sebuah paradigma masyarakat tentang etnis Amerika yang memenuhi kriteria berkulit putih, berketurunan Inggris (*Anglo-Saxon*) dan beragama Protestan.² Pada kenyataannya Presiden AS generasi ke generasi memiliki kriteria diatas.

Mayoritas penganut agama serta etnis dominan menjadi faktor penting dalam menjadi seorang Presiden. Sebagian dari yang terpilih adalah penganut *Episcopalian* (sebutan khusus Gereja Anglikan Inggris) dan *Presbyterian* (denominasi di lingkungan Gereja-gereja Protestan), setengah dari total Presiden adalah pemeluk kedua agama ini.³ kecuali John F. Kennedy yang merupakan

¹ History, "First U.S. Presidential Election", <http://www.history.com/this-day-in-history/first-u-s-presidential-election> diakses 22 Desember 2016

²Kane, Joseph Nathan, "Facts About the Presidents (Fourth Edition)." New York: The H. W. Wilson Co. (1981) hlmn. 360

³Kelly, Martin. "Presidential Election"
<http://americanhistory.about.com/library/charts/blchartpresidents.htm> diakses 7 Maret 2016

presiden satu-satunya yang menganut Agama Katolik. Terdapat 23 orang Presiden yang berasal dari keturunan Inggris.⁴ Diantara semua yang rata-rata berasal dari Inggris, Obama adalah satu-satunya presiden yang berasal dari keturunan Afro-Amerika.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kecenderungan masyarakat untuk memilih calon pemimpin bersifat subjektif. Walaupun tidak dipungkiri bahwa kecenderungan ini telah menjadi fenomena turun-temurun yang seolah-olah menjadi kepercayaan warga AS bahwa pemimpin berkualitas adalah pemimpin yang memenuhi kriteria WASP. Akan tetapi, terdapat anomali pada pemilihan Presiden tahun 2008 ketika Barack Obama yang keturunan Afro-Amerika terpilih sebagai Presiden.⁵ Fenomena tersebut menjadi bagian dari perubahan paradigma pemikiran warga AS terhadap kriteria seorang pemimpin. Perkembangan ini membawa harapan baru terhadap pemerintah AS serta perubahan dalam memandang ras yang berbeda pada kebanyakan warga AS pada umumnya.

Presiden Barack Obama mengalahkan John McCain dalam pemilihan umum 4 November 2008 dengan 365 suara pemilihan dan menjadi Presiden AS pertama keturunan Afro-Amerika. Dalam pidato kemenangannya yang disampaikan di depan ratusan ribu orang pendukung di Chicago's Grant Park, Obama menyatakan "*change has come to America*" yang berarti perubahan baru

⁴Biography.com, "Biography People" <http://www.biography.com/people> diakses 9 Maret 2016

⁵The New York Times, Carl Hulse, "Obama is Sworn In as the 44th President" http://www.nytimes.com/2009/01/21/us/politics/20web-inaug2.html?_r=0 diakses pada 5 April 2016

sudah datang ke Amerika.⁶ Pada tahun 2009, “*joint session*” Kongres AS bertemu untuk menerangkan yang dinilai dari *Electoral College* untuk pemilihan Presiden 2008. Barack Obama dinyatakan sebagai pemenang pemilu AS dan Joseph Biden yang dipilih telah dinyatakan sebagai wakil Presiden AS. Kemudian pada tahun 2012, ia terpilih sekali lagi menjadi Presiden hingga tahun 2016.⁷

Aspek penting lainnya sehubungan dengan kampanye Presiden AS adalah keterlibatan media, atau yang sering kali dirujuk sebagai opini publik. Kebanyakan isu politik memiliki beberapa elemen, namun suatu media mungkin berfokus hanya pada satu atau dua elemen saja. Dalam argumen yang berkaitan, para jurnalis beroperasi dengan skema yang berbeda dari yang digunakan oleh para pemilih yang menghasilkan suatu pola tertentu dalam perumusan isu-isu dan kandidat pada saat berlangsungnya kampanye⁸. Seluruh dunia menanti dan terus mengikuti perkembangan pemilihan umum Presiden AS tahun 2008 tersebut, disini tentunya peran media massa sangatlah unggul. Tanpa disadari proses pemilu Presiden AS cukup berhasil dalam memanfaatkan teknologi, khususnya media massa.

⁶Lee Glendinning, “Barack Obama Victory Speech”
<http://www.theguardian.com/world/2008/nov/05/barack-obama-victory-speech-chicago> diakses 7 Maret 2016

⁷The Washington Post “After Grueling Campaign Polls Open for Election Day”
https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/after-grueling-campaign-polls-open-for-election-day-2012/2012/11/06/d1c24c98-2802-11e2-b4e0-346287b7e56c_story.html diakses 5 April 2016

⁸Patterson, T, *Out of Order*, 1993, New York, Knopf.

Penyampaian informasi baik melalui televisi, surat kabar, radio, media cetak, koran dan yang lebih menariknya lagi melalui sosial media yang sedang populer, yaitu *twitter*, *blogger* dan *facebook* yang ada di internet lebih diminati oleh masyarakat dunia dan dapat dikonsumsi dengan mudah pada umumnya. Bahkan, dari media massa, Obama lebih terlihat sebagai figur seorang artis dibanding figur seorang Presiden, sehingga tidak dapat dipungkiri lagi kehebatan media massa dalam mengemas peristiwa untuk disampaikan pada forum publik.

Setelah media massa menyebarkan peranannya dalam menyebarkan informasi pada pemilihan Presiden AS tahun 2008, pembentukan opini publik dimulai. Masyarakat yang mengonsumsi media massa dapat membuat tanggapan apapun terkait dengan isu yang dilemparkan. Tanggapan yang bersifat positif dan negatif, tergantung perspektif pribadi dan pengetahuan yang diperoleh oleh penerima informasi.⁹ Opini publik yang terjadi pada masyarakat AS bisa didasari oleh emosi kepribadian mereka sendiri, atau pengalaman yang pernah mereka lalui. Mengingat kesalahan Presiden George W. Bush mengenai kegagalan intelijen soal Irak¹⁰, hal ini bisa menjadi pemicu kemarahan dan kekesalan masyarakat AS.

George E. Marcus yang merupakan Profesor Antropologi di Universitas Kalifornia memublikasikan sebuah studi yang menunjukkan pentingnya kecemasan dan antusiasme dalam pembelajaran dan keterlibatan politik. Mereka

⁹Pew Research Center, "Internet Role in Campaign" <http://www.pewinternet.org/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/> diakses 5 April 2016

¹⁰Ewen Mac A. "Bush Memory in Iraq", <http://www.theguardian.com/world/2010/nov/08/bush-memoir-iraq-war> diakses 7 Maret 2016

berpendapat bahwa orang-orang tidak hanya merespons para kandidat secara positif atau negatif, melainkan dengan emosi-emosi yang spesifik. Pemikiran tradisional tentang efek emosi pada pemberian suara mempertahankan bahwa perasaan positif atau negatif terhadap para kandidat secara langsung mempengaruhi bagaimana cara orang-orang memberikan suara¹¹. Diharapkan adanya perubahan dalam memilih Presiden AS selanjutnya yang dapat bertanggung jawab dalam pemerintahan dalam maupun luar negeri.

Di AS, kampanye merupakan masa terpenting bagi media dimana dapat mempengaruhi opini publik. Obama menggunakan media sebagai bagian dari strategi untuk berkampanye merebut hati warga AS menyampaikan pesan kampanye. Obama yang memanfaatkan sosial media untuk dapat bisa berinteraksi dengan masyarakat merupakan salah satu strateginya memenangkan pemilihan. Media juga bertugas melaporkan tentang para kandidat, dan isu-isu yang berlangsung Selain itu, media meliput berbagai perdebatan-perdebatan, argumen yang disampaikan oleh kandidat. Media memiliki dampak yang lebih kuat pada konten dan kompleksitas sikap-sikap publik, orang-orang dipengaruhi oleh pendapat-pendapat yang diekspresikan oleh media yang menyebarluaskan isu¹².

¹¹Marcus, A. N. Crigler, & M. MacKuen, "the affect effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior," 1993, Chicago: University of Chicago Press, hlmn. 124

¹²Milburn, M. A., "Persuasion and politics: the social psychology of public opinion", 1996, Pacific Grove, CA, Brooks-Cole/Wadsworth

1.2 Identifikasi Masalah

Pemerintahan AS menyelenggarakan pemilihan umum Presiden untuk yang ke 44 kalinya pada tahun 2008. Pemilihan umum ini merupakan sebuah ajang pertarungan besar dan ketat bagi beberapa kandidat dari dua partai politik yang terkuat dan sangat berkuasa di negara tersebut yaitu Partai Republik dan Partai Demokrat.¹³ Seorang Presiden dibatasi menjabat paling lama dua periode atau delapan tahun. Konsitusi AS menjamin semua orang tanpa pertimbangan asal ras dan agama untuk maju jadi calon Presiden.

Jesse Jackson yang merupakan seorang senator Demokrat berkulit hitam pernah mencoba mencalonkan diri sebagai Presiden AS pada tahun 1988. Tapi ia gagal dalam pemilihan karena pemilih AS masih terpancang pada kriteria tak tertulis bahwa seorang Presiden AS haruslah memenuhi syarat WASP (*White, Anglo Saxon Protestant*). Tetapi WASP tidak berlaku ketika J.F Kennedy dan Barrack Obama menjadi Presiden AS. J.F Kennedy adalah seorang pemeluk Katolik sedangkan Obama adalah keturunan dari Afro-Amerika. Pilihan berdasarkan agama dan ras bukan alasan yang baik untuk memilih calon pemimpin bangsa¹⁴.

Paradigma yang ditanamkan pada warga AS bahwa pemimpin harus memenuhi kriteria WASP dibantahkan ketika Obama berhasil memenangkan pemilu Presiden AS pada tahun 2008. Media massa pun gempar dalam memberitakan hal tersebut, apalagi dengan kehebatan internet yang sudah

¹³Diffen, "Democrat vs. Republican", http://www.diffen.com/difference/Democrat_vs_Republican diakses 5 April 2016

¹⁴Agama dalam Kepemimpinan Politik, <http://www.satuharapan.com/read-detail/read/agama-dalam-kepemimpinan-politik> diakses pada 28 September 2016

mulai marak digunakan oleh masyarakat di dunia. Media massa menjadi alat yang paling efektif dalam menyebarkan informasi, termasuk bagaimana para kandidat Presiden AS mempromosikan dirinya untuk dapat dipilih oleh masyarakat itu sendiri. Selain keefektifan media massa dalam menyebarkan informasi, disisi lain media massa membuka pengetahuan lebih kepada khalayak yang mengkonsumsi media. Termasuk bagaimana cara menyimpulkan informasi yang datang kepadanya, dan menelan informasi tersebut dalam sudut pandang persepsi yang masyarakat pikirkan. Maka dalam hal ini, informasi yang dituangkan oleh media massa mempunyai pandangan yang berbeda-beda dari tiap individu. Termasuk dengan kecanggihan teknologi yang menangkal isu-isu etnik yang sudah pernah ada sebelumnya di AS.

Salah satu hal paling berpengaruh pada tahun 2008 adalah penyebaran media massa yang begitu besar sehingga membentuk opini dalam masyarakat untuk memilih siapa yang akan menjadi Presiden AS selanjutnya. Opini publik yang terbentuk di masyarakat menjadi kekuatan besar dalam menilai baik buruknya pemimpin yang mencalonkan diri menjadi kandidat.¹⁵ Apalagi ketika WASP berhasil ditangkal pemikirannya dengan pengaruh yang berhasil disebarkan oleh Obama dalam kampanye. Hal ini menjadi satu langkah besar AS untuk menerima pemimpin AS yang tidak memiliki kriteria WASP.

¹⁵The Good, the Bad, and the Ugly of Public Opinion Polls,” http://cstl-cla.semo.edu/rdrenka/Renka_papers/polls.htm diakses 5 April 2016

1.2.1 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada tahun 2007 hingga 2008, karena tahun 2007 Obama menyatakan mengikuti pemilihan AS sebagai kandidat Presiden Partai Demokrat. Sedangkan 2008, Obama mengalahkan McCain dalam pemilihan Presiden AS dan menjadi Presiden AS pertama dari keturunan Afro-Amerika.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka pertanyaan riset yang akan diajukan penulis adalah **“Bagaimana peran media massa mengubah opini publik kepada WASP dalam pemilihan Presiden AS 2008?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan peran media massa seperti majalah, internet serta opini publik dalam menanggapi pemilihan umum Presiden AS tahun 2008. Keterlibatan media massa dalam hal ini menjadi hal besar, begitu besarnya dampak yang terjadi pada tahun 2008 karena meledaknya media massa yang tersebar. Selain itu, opini publik yang menjadi sorotan utama dalam penelitian ini menjadi elemen penting menentukan pengaruh dari masyarakat AS.

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, gambaran, serta referensi terhadap para pembaca mengenai pemilihan umum Presiden tahun 2008.

1.4 Kajian Literatur

Literatur pertama berjudul “*Renegade: The Making of a President*” oleh Richard Wolffe yang diterbitkan *Crown* pada tahun 2009. Tulisan ini menceritakan mengenai perjuangan dan perjalanan Obama untuk bisa sampai di kedudukannya sebagai Presiden AS. Dijelaskan pula mengenai keahlian politik yang sudah dimiliki Obama sejak kecil dan karirnya yang melesat naik sampai mendapat pengakuan¹⁶. Ada begitu banyak persoalan yang dialami termasuk permasalahan keturunan Afro-Amerika. Hal inilah yang menarik untuk diperluas bagaimana Obama dapat mengubah *mindset* masyarakat AS akan pemimpin yang memiliki karakteristik WASP.

Literatur kedua yang dikaji berjudul “*The Politics of Cognitive Dissonance: Spin, the Media, and Race (and Ethnicity) in the 2008 US Presidential Election*” yang diterbitkan oleh *the American Review of Canadian Studies* dan penulis Marilyn Lashley tahun 2009. Jurnal ini menjelaskan bahwa media merupakan salah satu alat yang paling berpengaruh dalam pemilihan umum Presiden AS tahun 2008. Begitu pun dalam hal menarik perhatian masyarakat AS untuk berhasil mengumpulkan suara terbanyak demi kemenangan yang diinginkan masing-masing partai.¹⁷ Jurnal ini sudah sesuai dengan topik, kekurangannya adalah tidak secara spesifik menjelaskan media massa apa yang mempengaruhi

¹⁶Richard Wolffe, *Renegade: The Making of a President* (New York, Crown, 2009)

¹⁷Lashley, Marilyn, “*The Politics of Cognitive Dissonance: Spin, the Media, and Race (and Ethnicity) in the 2008 US Presidential Election: [1]*”, (New York, The American Review of Canadian Studies, 2009), hal. 364-377

proses dari pemilihan umum tersebut. Sehingga penelitian ini bertujuan melengkapi faktor yang berpengaruh di dalam proses seleksi kepemimpinan.

Literatur ketiga berjudul “Pemilihan Presiden Amerika Serikat” yang ditulis oleh Marthen Napang dan diterbitkan oleh Yusticia Press. Adapun tulisan ini menjelaskan hak suara sebagai dasar hak sipil yang dimiliki setiap warga negara begitupun dalam memilih Presiden AS¹⁸. Disebutkan juga ketika dunia dikejutkan dengan pemimpin AS yang merupakan keturunan Afro-Amerika yang merubah pola pikir masyarakat akan pemimpin AS terdahulu.

Selanjutnya literatur berjudul “*Mass Media & American Politics*” ditulis oleh Doris A. Graber. Tulisan ini memaparkan mengenai kekuatan media dan kontrol dari pemerintah yang dapat mengubah sudut pandang masyarakat dalam menilai suatu keputusan. Tidak terkecuali keputusannya dalam memilih Presiden AS. Kekuatan besar itu dapat dikendalikan untuk kepentingan publik, dan dapat menjadi alat paling berpengaruh untuk menyebarkan kebijakan yang dilakukan pemerintah terhadap masyarakat¹⁹. Media massa yang secara bebas memberikan informasi kepada masyarakat disertai fakta, serta kebenaran politik yang terjadi di AS.

Jurnal terakhir berjudul “*The Third Way: The Theory of Affective Intelligence and American Democracy*” diterbitkan oleh *Academic Press* dan penulis MacKuen & Marcus, G.E tahun 2007. Jurnal ini menjelaskan argumen yang mengulas wawancara dengan masyarakat pada saat berlangsungnya kampanye

¹⁸Marthen Napang, “Pemilihan Presiden Amerika Serikat” (Jakarta, Yusticia Press)

¹⁹Doris A. Graber, “*Mass Media & American Politics*” (Washington, DC: CQ Press, 2009)

pemilihan presiden pada tahun 1980, 1984, 1988, 1992 dan 1996 untuk mencari respon emosional terhadap para kandidat dan keputusan-keputusan pemberian suara. MacKuen & Marcus membuat pengukuran terhadap preferensi para pemilih, dengan menggunakan faktor-faktor “pilihan pendirian” untuk pemilihan umum ini, yaitu keanggotaan partisan, isu-isu dan kualitas serta pribadi para kandidat. Kemudian mereka menambahkan analisis tentang antusiasme dan kecemasan para pemilih.²⁰ Jurnal ini memaparkan bagaimana masyarakat memberi keputusan terhadap kandidat presiden berdasarkan pengukuran terhadap preferensi.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam konsep teori libertarian atau teori pers bebas, manusia tidak lagi dipandang secara pasif menerima kebenaran seperti yang ditentukan penguasa.²¹ Manusia dipandang rasional dan memiliki kemampuan bawaan untuk membedakan kebenaran dan yang salah, seperti layaknya hak untuk mencari kebenaran yang bisa dijalankan oleh setiap orang. Peran media adalah membantu individu mencari kebenaran²². Dengan demikian, media bukanlah bagian dari pemerintah melainkan bersifat independen, otonom dan bebas untuk

²⁰MacKuen, M., Marcus, G. E., Neuman, W. R., & Keele, L. *The Third Way: The Theory of Affective Intelligence and American Democracy* (In W. R. Neuman, G. E. 2007)

²¹ Hikmat Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, “Teori Pers Bebas” dalam *Jurnalistik, Teori dan Praktik* (PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005) hal. 20

²²Perbandingan Sistem Pers, <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/3781/1/komunikasi-herutomo.pdf> diakses 20 September 2016

mengekspresikan gagasan untuk masyarakat. Konsep Barat berpegang bahwa pemerintah tidak boleh mengganggu proses pengumpulan dan penyebaran data²³.

Dalam konsep Barat, hal yang mendasari proses untuk “membenarkan diri-sendiri” (*self-righting*) adalah keyakinan bahwa warga negara akan menentukan pilihan yang benar terhadap apa yang harus dipercayainya jika cukup suara didengar dan pemerintah berlepas tangan²⁴. Secara konteks internasional ini berarti arus informasi harus bebas dan tidak dihalangi oleh campur tangan negara. Media mempunyai kewajiban yang jelas dengan mengutamakan pelayanan kepada publik untuk memenuhi kepentingan pemilik perusahaan pers. Pelayanan publik itu mencakup profesional bagi wartawan serta pelaporan yang jujur dan objektif²⁵. Media juga berkewajiban menjamin bahwa semua suara dan pendapat masyarakat didengar.

Media massa merupakan sarana pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma. Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karenanya kedudukan media massa dalam masyarakat sangat

²³*Ibid.*

²⁴William A. Hachten, “Clashing Ideologies: Five Concepts of The Press” (Iowa State University, 1981)

²⁵Pusat Studi Hukum & Kebijakan Indonesia, 2015, <http://www.pshk.or.id/id/publikasi/siaran-pers-masyarakat-peduli-pelayanan-publik-mp3-tentang-desakan-perpanjangan-waktu-pendaftaran-calon-anggota-ombudsman-republik-indonesia-periode-2016-2021/> diakses 21 September 2016

penting²⁶. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya tidak mengetahui apa-apa, menjadi masyarakat yang beradab. Hal ini pun disebabkan karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat²⁷.

Tugas dan fungsi pers ialah mewujudkan keinginan kebutuhan informasi melalui medianya baik melalui media cetak maupun media elektronik seperti radio, televisi dan internet. Fungsi normatif dari pers yaitu memberikan informasi atau berita kepada khalayak ramai dengan teratur²⁸. Pers akan memberitakan kejadian-kejadian yang terjadi pada hari tertentu, memberikan pertemuan-pertemuan yang diakan, juga memperingatkan orang banyak tentang peristiwa yang diduga akan terjadi. Selain itu media massa juga berfungsi sebagai informasi, sosialisasi, edukasi serta hiburan bagi lapisan masyarakat²⁹.

Untuk mendukung pemikiran media massa yang informatif, maka teori libertarian dapat menjadi fondasi penelitian mengenai pemilihan Presiden AS tahun 2008. Teori libertarian adalah teori yang menganggap bahwa pers sebagai sarana penyalur masyarakat dalam mengawasi dan menentukan sikapnya terhadap

²⁶Pengertian Media Massa, 2005, <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-media-massa-definisi-fungsi.html> diakses 20 September 2016

²⁷*Ibid.*

²⁸Tugas Wartawan dan Perannya dalam Dunia Pers, 2015, <http://www.fabelia.com/tugas-wartawan-dan-perannya/> diakses 22 September 2016

²⁹ Hikmat Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, Op,Cit. hal. 27-28

setiap kebijakan yang diambil pemerintah³⁰. Teori libertarian diartikan sebagai individu yang mempunyai hak dalam memublikasikan apapun yang diinginkan atau disukainya selama masih dalam batas kode etik. Pada sistem pers libertarian itu dapat menyerang atau mengkritis setiap kebijakan yang dilakukan pemerintah sepenuhnya yang bisa diterima atau bahkan dianjurkan. Oleh karena itu pemerintah tidak dapat melakukan pembatasan terhadap keluar dan masuknya informasi dari setiap penjuru dunia. Para jurnalis dan media pun memiliki otonomi penuh dalam organisasi-organisasi media yang dibentuknya³¹.

Dalam kasus pemilu Presiden AS, peran media selalu menjadi alat penting untuk menyebarkan ideologi masing-masing calon kandidat. Tanpa terkecuali Obama yang menjadi satu-satunya kandidat Presiden AS keturunan Afro-Amerika. Untuk menarik hati masyarakat AS, tidak dipungkiri pengaruh pers juga akan mempengaruhi pilihan Presiden AS.

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Dua metode dalam penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif. Paradigma kualitatif dan kuantitatif masing-masing memiliki asumsi-asumsi yang berbeda berdasarkan pendekatan ontologis, epistemologi, aksiologi, retorika dan metodologi. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang ditulis oleh Sugiyono (2010) dengan judul Metode Penelitian

³⁰Teori Pers pada Konsep Barat, <http://rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id/tag/teori/> diakses pada 21 September 2016

³¹Kebebasan Pers Itu Milik Kita!, 2015, <http://www.dw.com/id/kebebasan-pers-itu-milik-kita/a-19218062> diakses 1 Oktober 2016

Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D).³² Proses penelitian kualitatif adalah induktif, peneliti membangun abstrak, konsep, hipotesis dan teori. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumental kunci. Penelitian ini pun bersifat eksploratif bukan penelitian kepustakaan atau penelitian terhadap topik yang telah ditulis oleh orang lain sebelumnya.³³ Jenis penelitian ini bersifat deskriptif yaitu menyelidiki masalah dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian berdasar fakta juga digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap persaingan antara objek penelitian.

Didalam penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sekunder. Referensi diperoleh dari buku-buku, website, jurnal, surat kabar, majalah, ataupun sumber-sumber di lembaga institusi pemerintah, swasta dan non-formal.

1.7 Sistematika Pembahasan

Bab I menjelaskan pendahuluan mengenai asal mula Presiden Barack Obama serta politik pemerintahan yang terjadi di Amerika Serikat sendiri. Disini lebih menjelaskan tentang latar belakang masalah, kemudian dilanjutkan dengan identifikasi masalah, serta pembatasan dan perumusan masalah. Dalam bab ini akan dijelaskan secara garis besar keterkaitan opini publik dalam mengubah pandangan dan persepsi dalam memilih presiden Amerika Serikat tahun 2008.

³²Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan" (Jakarta, *Dan R&D*, 2010) hlmn. 6-15

³³*Ibid.*

Selain itu pula menjelaskan teori yang akan digunakan dan ditutup dengan pula tujuan, kegunaan serta metode dan teknik penelitian.

Bab II menjelaskan kekuatan media di AS. Dimana kekuatan media massa ini sangat berpengaruh dalam setiap keputusan dan kebijakan yang dibuat AS. Begitupun masyarakat yang terpengaruh akan kehadiran dari media massa tersebut. Pada bab III penulis akan mengungkapkan tentang pengaruh publik, demokratisasi di AS, mengapa masyarakat AS memilih pemimpin ber kriteria WASP, dan pemilihan Presiden AS.

Pada bab IV dilanjutkan dengan analisis mengenai peran media yang dapat merubah pola pikir masyarakat mengenai pemimpin WASP, opini publik pada masyarakat AS yang mengubah pemikiran dalam memilih Presiden AS. Adapun bab V, merupakan kesimpulan.