

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Pemilihan umum merupakan suatu alat atau sarana yang sangat penting dalam pelaksanaan demokrasi suatu negara, di mana rakyat dapat melaksanakan kedaulatan dan hak asasinya. Melalui pemilihan umum terjadi proses pergantian kekuasaan secara konstitusional di samping juga terdapat suksesi kepemimpinan politik dalam sistem politik negara bersangkutan.

Pemilihan umum dianggap demokratis apabila dilaksanakan secara terbuka, jujur dan bebas dalam menentukan pilihan tidak ada perekrayasa dalam perhitungan suara. Seorang calon yang mampu menarik simpati masyarakat dan dianggap dapat mewakili kepentingan mereka biasanya akan mendapat banyak dukungan.

Pada tahun 2005 di Bolivia, jutaan warga Bolivia menggunakan hak pilihnya dalam pemilu untuk memilih presiden baru pada Minggu 18 Desember 2005. Pemilu tersebut diikuti oleh delapan kandidat presiden, diantaranya Evo Morales, mantan presiden Bolivia Jorge Quiroga, dan salah satu pengusaha kaya Samuel Doria.¹

Pada pemilu tersebut Evo Morales berhasil terpilih menjadi presiden. Kemenangan Morales pada pemilu Bolivia ini tidak lepas dari strategi kampanye yang dilakukan oleh Morales sendiri. Morales merupakan sosok sentral bagi

¹ <http://www.google.com/search?q=cache:tcmc64lhtaYJ:coen-husain-pontoh.blogspot.com/2005/12/evo-morales.html+pemilu+bolivia&hl=id&gl=id&ct=clnk&cd=5>

warga pribumi dan mendapat dukungan penuh dari rakyat Bolivia khususnya dari kalangan petani. Isu-isu yang dilontarkan oleh Morales telah menarik hati masyarakat Bolivia yang mayoritasnya adalah petani daun koka. Kepribadian Morales yang merakyat merupakan kunci keberhasilannya. Morales yang anti Amerika Serikat (AS) berjanji akan memberikan keadilan bagi masyarakatnya serta membebaskan Bolivia dari dominasi dan segala bentuk kepentingan dan intimidasi AS selama ini.

Adapun strategi dan perjuangan Morales dalam memenangi pemilu 2005, telah menyebabkan penulis tertarik untuk mengetahuinya lebih jauh. Morales yang merupakan mantan petani koka dan sosoknya yang begitu membenci kebijakan-kebijakan Amerika Serikat membuat penulis merasa bahwa hal di atas sangat menarik untuk dijadikan sebuah penelitian. Dengan alasan-alasan tersebut penulis memilih judul **“Upaya Evo Morales Memanfaatkan Media Untuk Memenangkan Pemilu Bolivia 2005?”**

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Mengetahui proses pemilihan presiden di Bolivia.
2. Menjawab pokok permasalahan tentang peran media dalam kemenangan Evo Morales pada pemilu Bolivia tahun 2005.
3. Melengkapi tugas akhir, yaitu penulisan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana jurusan Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Menambah wacana keilmuan penulis.
5. Diharapkan dapat memperkaya literatur Bolivia sehingga penelitian ini bisa memberikan kontribusi positif bagi khasanah ilmu pengetahuan khususnya tentang pemilu tahun 2005 di Bolivia.
6. Menerapkan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah, yang tentunya merupakan teori yang sesuai untuk menggambarkan kejadian-kejadian yang berlangsung pada proses pemilu 2005 di Bolivia.
7. Belum adanya penulis lain yang menulis skripsi tentang tema di atas, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Gajah Mada (UGM) maupun Universitas Negeri Yogyakarta (UNY).

C. Latar Belakang Masalah

Republik Bolivia adalah sebuah negara di kawasan Amerika Selatan dan merupakan negara bekas jajahan Spanyol yang merdeka pada 6 Agustus 1825. Bolivia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah.

Sejak awal 1980-an kawasan Amerika Latin telah mengadopsi konsep kebijakan pasar bebas AS yang neoliberal, tetapi hanya Chile yang mampu beradaptasi, sementara negara-negara lainnya gagal. Bahkan perekonomian Argentina sempat kolaps empat tahun lalu. Hal ini yang mendorong munculnya fenomena perlawanan rakyat melalui kotak pemilu yang tercermin melalui terpilihnya pemimpin-pemimpin "kiri" di kawasan ini.²

²"Amerika latin semakin ke kiri", <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0602/07/ln/2417135.htm>, diakses 8 Maret 2006.

Bolivia yang merupakan negara termiskin di kawasan ini, tingkat pengangguran naik tiga kali lipat, demikian juga dengan tingkat kematian bayi. Padahal, negara ini memiliki sumber daya alam yang berlimpah khususnya gas alam, namun, hasil kekayaan alam itu tak menetes ke rakyat.

Bolivia merupakan salah satu penghasil koka ketiga terbesar di dunia setelah Kolombia dan Peru, koka dijadikan oleh masyarakat Indian sebagai bahan dasar obat tradisional, ritual keagamaan dan secara ekonomis koka menjadi mata pencaharian masyarakat Indian yang merupakan penduduk mayoritas di Bolivia. Pertengahan 1990, pemerintahan Hugo Banzer dan pemerintah Amerika Serikat berupaya menghapus koka dengan tujuan untuk menekan peredaran kokain di Amerika Serikat, rencana penghapusan koka ini banyak ditentang oleh masyarakat Indian.

Selain penghasil koka, Bolivia juga merupakan penghasil gas kedua terbesar di Amerika Latin setelah Venezuela. Hasil kekayaan tersebut hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang Bolivia yang kaya raya dan para investor asing, sedangkan suku Indian yang mayoritas tidak pernah mendapat hasil dari sumber daya alam tersebut.

Memanasnya situasi politik di Bolivia dan keadaan negara yang tidak stabil menyebabkan dipercepatnya proses pemilu pada 18 Desember 2005. Pemilu ini diadakan karena presiden sementara Eduardo Rodriguez menyerukan diadakannya pemilihan presiden, sebelumnya Eduardo Rodriguez menggantikan presiden Carlos Mesa yang mengundurkan diri pada Juni 2005 akibat dari serangkaian demonstrasi massa besar-besaran yang menuntut nasionalisasi sektor

industri gas. Pada waktu itu Carlos Mesa menaikkan pajak bagi perusahaan asing dari 18% menjadi 50%, tetapi masyarakat suku Indian yang merupakan mayoritas merasa bahwa Undang-Undang tersebut tidak menguntungkan mereka, karena itu mereka menuntut nasionalisasi.³

Pemilu ini diikuti oleh delapan kandidat presiden. Dalam kampanyenya para kandidat kandidat mengusung isu-isu untuk menarik masyarakat Bolivia misalnya, Jorge Quiroga dari partai PODEMOS (*Poder Democrático y Social/ Democratic and Social Power*) yang menganjurkan liberalisasi pasar dan penolakannya terhadap koka di Bolivia, sebaliknya Evo Morales dari partai MAS (*Movimiento al Socialismo/Gerakan ke Sosialisme*) yang berhaluan kiri mengangkat isu untuk melegalkan tanaman koka, dan berjanji untuk meningkatkan kontrol pemerintah terhadap sektor gas alam yang menjadi sumber devisa negara, sebelumnya Evo Morales pernah juga menjadi salah satu kandidat presiden pada pemilu tahun 2002 namun hanya berhasil menduduki posisi kedua.

Dalam pemilu 2005 tersebut berhasil dimenangi oleh Evo Morales dengan memperoleh 53,7% persen suara dan berhasil mengalahkan pesaing utamanya, yakni mantan presiden Jorge Quiroga yang memperoleh 28.6% suara. Evo Morales adalah presiden Bolivia yang pertama berasal dari suku Indian (suku Aymara).⁴

³ *Kompas*, 9 Juni 2005.

⁴ "Morales Potong Gaji, Kita?" dalam http://www.republika.co.id/koran_detail.asp?id=231172&kat_id=16, diakses 18 Maret 2006.

D. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan suatu pokok permasalahan sebagai berikut: **“Mengapa Evo Morales yang menawarkan program kontroversial legalisasi tanaman koka dan nasionalisasi industri gas alam tersebut berhasil memenangi pemilu Bolivia tahun 2005?”**

E. Kerangka Dasar Teori

Konsep Ideologi dominant

Menurut Andrew Heywood Konsep ideologi dominan merupakan teori perilaku pemilih radikal yang cenderung menjelaskan bahwa banyaknya pilihan individu dibentuk oleh suatu proses manipulasi ideologi dan kontrol. Dalam beberapa perhatian, teori tersebut mengkaitkan model sosiologis dalam perilaku pemilih yang menggambarkan suatu posisi seseorang dalam hirarki sosial. Teori-teori ini berbeda dengan model sosiologis, dalam hal penekanan bagaimana kelompok dan individu mewujudkan posisi mereka tergantung pada pendidikan, pemerintahannya dan media massa.⁵

Dunleavy dan Husband (1985) misalnya berargumentasi bahwa sebagai dampak kelas dalam penurunan perilaku pemilih di Inggris, kompetisi partai dan debat politik sangat dipengaruhi oleh media.⁶

Sebaliknya pada pandangan sebelumnya bahwa media massa hanya memperkuat minat yang sudah ada, hal ini memberikan saran bahwa media mampu memutarbalikkan arus komunikasi politik, keduanya dengan mengatur

⁵ Andrew Heywood, *Politics*, Macmillan Press LTD, London, 1997, hal 226.

⁶ *ibid.*

agenda debat dan membuat strukturisasi minat dan simpati. Konsekwensinya adalah bahwa jika sikap pemilih menghadapi pada gejala ideologi yang dominan, partai-partai tidak akan mampu mengembangkan kebijakan yang keluar dari ideologi tersebut.⁷

Menurut teori ini perilaku pemilih dalam suatu pemilihan (umum) yang semula dikira atas dasar kehendak bebas atau atas dasar rasionalitas, sesungguhnya didasarkan pada tawaran-tawaran yang mendominasi opsi-opsi pilihan itu. Misalnya, mengapa partai-partai baru jarang menang, bukan karena partai itu jelek, tapi lebih sering karena pemilih tidak mengenal partai tersebut atau bisa dikatakan partai tersebut kurang populer. Menurut teori ini, perilaku memilih dapat dibentuk sebelumnya. Jadi kalau orang sudah menganggap seseorang kandidat itu populer, dikenal luas kebaikannya, sekalipun ada kandidat lain yang bisa jadi lebih berkualitas, namun karena tidak dikenal, kandidat tersebut tidak dipilih.

Namun untuk mengantarkan seseorang menjadi dikenal luas oleh masyarakat dibutuhkan media sebagai sarana untuk mencapai popularitas tersebut, karena media merupakan alat yang efektif dan cepat. Hal ini berlaku misalnya dalam kampanye presiden.

Media mempunyai peranan yang sangat penting dalam kampanye, dengan media partai atau kandidat dapat mensosialisasikan program-programnya melalui media massa melalui iklan kampanye dan program berita. Teknik kampanye ini jauh lebih modern dengan teknik tradisional. Konsep dasar dari kampanye media

⁷ *ibid.*

adalah menjawab pertanyaan bagaimana caranya agar calon dapat mendekati pemilih sedekat mungkin dalam waktu yang sesingkat mungkin terhadap sebanyak mungkin pemilih. Kampanye lewat media iklan, mampu mendekatkan calon dengan pemilih dalam waktu yang sangat singkat dan mencakup sebanyak mungkin pemilih. Pemanfaatan video klip adalah tehnik yang sangat maju karena pemilih juga terhibur oleh penampilan calon yang ditata secara artistik sehingga kesannya menjadi sangat canggih. Tidak jarang kesan yang tertangkap melampaui realitas diri sang calon. Namun dalam kampanye perbedaan antara realitas dan mitos calon diperlukan karena untuk mencari sebanyak mungkin dukungan dalam waktu singkat.⁸

Kampanye pemilu presiden saat ini diakui lebih banyak memanfaatkan peran media massa, sehingga dapat dikatakan bahwa calon presiden yang memenangkan pemilihan umum adalah yang dapat menguasai media massa.

Media massa adalah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi yang berfungsi untuk menyalurkan informasi, berita, maupun pesan kepada masyarakat luas.⁹

Kampanye pemilu presiden juga menjadi ajang media massa untuk menginformasikan berita mengenai para kandidat calon presiden dan wakil presiden. Masing-masing media memiliki gaya dan kecenderungan masing-masing dalam mengungkap berbagai sisi berita kepada pembaca. Demikian juga dalam pemilihan isu. Media memiliki kecenderungan masing-masing dalam memilih isu-isu yang paling menarik untuk diberitakan.

⁸ Bambang Cipto, *Diktat Politik Dan Pemerintahan Amerika Serikat*, FISIPOL UMY, 1999, hal 24.

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, Depdiknas, Balai Pustaka, Jakarta, 2003, Hal 726.

Keberadaan media massa baik cetak maupun elektronik sangat penting digunakan masyarakat maupun pemerintah dalam mempublikasikan pesan-pesan politik. Atas dasar itu, media massa juga dapat berperan dalam membentuk pendapat umum, bahkan media massa dapat berperan aktif meningkatkan disiplin rakyat dalam kehidupan berbangsa.

Peran media massa dalam mengomunikasikan politik sangat sulit ditandingi oleh saluran lain karena sifat hakikinya mudah dijangkau dan dekat dalam kehidupan sehari-hari.¹⁰

Dalam pemilu, melalui pembentukan opini publik yang berujud kampanye diarahkan untuk mencari dukungan dalam wujud kerelaan masyarakat memilih partai politik ataupun memilih calon presiden dan wakil presiden yang menjadi pilihannya. Dalam kampanye tersebut, para aktor politik melakukan persuasi dan propaganda politik termasuk kepada media massa supaya media tersebut mau memuatnya yang pada dasarnya merupakan retorika politik merayu khalayak.¹¹

Kekuasaan media massa dalam konstelasi politik dan hingar-bingar kampanye calon presiden-wakil presiden setidaknya dapat dilihat dalam dua poin berikut:¹²

Pertama, media massa dapat menekan pengaruh partai politik dalam mempengaruhi publik untuk memilih kandidat presiden. Sebagai komparasi, Doris A. Graber dalam *Mass media and American Politics* (2002) menyebutkan, sejak tahun 1940, variabel yang menajadi landasan dalam memilih seorang presiden

¹⁰ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1990, hal 53.

¹¹ Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in Amerika*, Santa Monica-California, Goodyear Publishing, 1978, hal 117.

¹² Asep Purnama Bahtiar dan Endro Dwi Hatmanto, Media Massa Sebagai "King Maker", *Suara Merdeka*, Rabu 7 Juli 2004.

Amerika Serikat secara berurutan adalah: ikatan partai politik, personalitas, karakter kandidat, serta visi, misi dan isu yang dimunculkan para calon.

Sejak tahun 1900 kecenderungan itu berubah, karakter dan personalitas menjadi variabel yang paling penting. Para tim sukses calon presiden kemudian menggunakan media massa untuk mempromosikan karakter dan personalitas kandidat-kandidatnya.

Di Indonesia misalnya, kecenderungan tersebut mengarah pada kasus yang sama. Dengan informasi mengenai karakter capres-cawapres lewat media massa, para calon pemilih bisa menjadi independent dalam mengevaluasi calon dan selanjutnya menjatuhkan pilihan kepada calon presiden dan calon wakil presiden yang disukainya.

Pada konteks inilah kontrol dan otoritas partai politik terhadap konstituennya mengalami penurunan. Pengaruh partai seolah-olah dikurangi oleh peran media massa tadi.

Kedua, media massa dapat menjadi semacam *king maker* dalam kampanye presiden. Semakin sering frekuensi seorang calon menggunakan media dalam kampanyenya, maka semakin besar pula peluangnya untuk menarik simpati calon pemilih. Imej media, terutama yang bersifat audio-visual, akan sangat impresif dalam membentuk bahkan merekayasa opini publik tentang karakter seorang calon presiden. Bahkan untuk membentuk gambaran positif, para calon harus memanfaatkan para ahli komunikasi politik dan komunikasi masa sehingga penampilannya dalam kampanye dan dalam iklan-iklan di media lebih bisa "menjual".

Sebagai perbandingan, bahkan untuk debat di televisi, para calon presiden di Amerika memanfaatkan jasa ahli bahasa tubuh (*body language*) untuk mengevaluasi dan memperbaiki penampilannya ketika tampil untuk debat. Pada saat yang sama mereka dapat memperlihatkan kekuatan karakter, sekaligus menutupi kelemahan dan kekurangannya.

Tahun 1960, John F. Kennedy mampu meyakinkan publik lewat debat di televisi, bahwa walaupun dia masih muda dan kurang pengalaman, tetapi dia mampu mengungguli Nixon. Tahun 1980 Ronald Reagan mampu menunjukkan keunggulannya atas Mondale, meskipun banyak orang yang mengatakan dia terlalu tua. Kemudian pada debat yang kedua antara George Bush dan Al Gore di televisi tahun 2000, Bush tampil lebih percaya diri daripada penampilan pertamanya dan sekaligus menghapus opini publik bahwa dia adalah calon presiden yang kurang pintar.

Media massa sangat efektif dalam menciptakan pendapat umum. Sifat media ini sangat besar pengaruhnya terhadap perilaku pemilih. Dewasa ini pemilih bebas yang tidak terikat kepada partai politik tertentu atau yang berpindah dari satu partai ke partai yang lain yang cenderung naik.¹³

Keadaan tidak menentu ini menyulitkan partai politik yang terlampau mengandalkan lambang organisasi partai. Bagi media massa sebaliknya, kelompok bebas tidak menjadi persoalan. Kelompok pemilih bebas dengan mudah dapat dicapai oleh media. Kondisi ini dengan sendirinya juga menurunkan

¹³ Dye and Zeigler, *American Politic in The Media Age*, 1983, hal 149. Ellis Zandos and Cecil V Crabb Jr.(eds). *A Tide of Discontent: The 1980 Elections and Their Meaning*, Washinton D.C:Congressional Quartrterly press, 1981, hal 22, dalam Bambang Cipto, *Propek dan Tantangan Partai Politik*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1996, Hal 53.

dominasi partai terhadap pemilih. James M. Perry¹⁴ menyebut gejala ini sebagai era politik baru. Dalam era ini, media massa dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai mobilisator para pemilih. Perry selanjutnya menjelaskan bahwa era politik baru ini terdiri dari dua komponen utama. Komponen pertama berupa kemampuan calon untuk menarik perhatian pemilih yang dilakukan melalui media massa. Komponen kedua yaitu berupa teknologi yang digunakan untuk menarik perhatian seperti adanya polling atau jajak pendapat dan pemanfaatan televisi. Hal ini harus disiapkan sungguh-sungguh dengan metode yang canggih dan ilmiah.

Media massa baik itu media cetak maupun media elektronik sebagai instrumen informasi menjadi sangat efektif untuk menyampaikan pesan dan membangun citra, hingga pada akhirnya menggiring opini publik untuk memilih calon presiden yang bersangkutan. Hampir seluruh media massa mulai dari surat kabar, majalah, radio, dan televisi dimanfaatkan oleh para calon presiden untuk berkampanye dan menarik hati para calon pemilih.

Menurut Skornis dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, surat kabar, majalah, buku, dan sebagainya), televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar yang bersifat informatif, hiburan dan pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu para pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya. Penyampaian isi pesan seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan.

¹⁴ James M Perry, *The New Politics: The Expanding Technology of Political Manipulation*, New York: Potter, 1968, dalam Bambang Cipto, *ibid*, hal 56.

Informasi yang disampaikan oleh televisi, akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual.¹⁵

Morales adalah sosok yang sangat populer di kalangan masyarakat pribumi. Sering munculnya pernyataan-pernyataan yang berisi tentang ketidaksukaannya terhadap Amerika Serikat di media ternyata berhasil mengangkat nama Evo Morales menjadi banyak dikenal oleh masyarakat di seluruh Bolivia terutama bagi penduduk suku Indian Aymara dan Quechua. Pemberitaan media tentang Evo yang anti AS ternyata mampu mencuri hati rakyat yang sebagian besar petani koka.

Sebelumnya belum pernah ada presiden yang terpilih dari kalangan petani koka dengan suara sebesar 53,7%. Karena itu, banyak pakar memandang pemilihan Evo Morales betul-betul mempunyai legitimasi dan popularitas yang tinggi sekali, melebihi semua pemimpin-pemimpin Bolivia lainnya di masa yang lalu.

F. Hipotesa

Berdasarkan pokok permasalahan dan kerangka pemikiran di atas, maka dapat ditarik hipotesa bahwa terpilihnya Evo Morales pada pemilu 2005 karena Keberhasilan Evo Morales dalam memanfaatkan media untuk mencari popularitas.

¹⁵ Wawan Kuswandi, "Komunikasi Massa" (Sebuah Analisis Media Televisi), PT Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hal 8.

G. Jangkauan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskannya pada pemilihan umum Bolivia tahun 2005 di mana Evo Morales menjadi salah satu kandidat presiden. Namun tentunya berbagai peristiwa yang terjadi sebelum tahun 2005 dan sesudahnya yang masih relevan dengan tema skripsi ini tetap menjadi bahan yang terpenting dalam memberikan gambaran yang obyektif tentang proses terpilihnya Evo Morales dalam pemilu 2005

H. Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini bersifat deskriptif, yakni menjelaskan permasalahan berdasarkan data dan informasi yang dikumpulkan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penelitian kepustakaan dengan mencari berbagai informasi, baik dari buku-buku, media internet, berita analisis, konsep-konsep hasil penelitian para ahli yang dimuat dalam buku, karya ilmiah serta artikel. selanjutnya data juga diperoleh dari sumber-sumber lain seperti yang terdapat dalam media cetak baik majalah, koran, elektronik dan sebagainya.

I. Sistematika Penulisan

Sistem penulisan yang akan disajikan dalam penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

Bab pertama berisi tentang pendahuluan yang terdiri dari: alasan pemilihan judul, tujuan penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka dasar

teori, hipotesa, jangkauan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua yaitu, membahas mengenai sistem politik Bolivia yang terdiri dari sistem pemerintahan, sistem partai, sistem pemilu, krisis yang melanda Bolivia pada masa presiden Carlos Mesa dan proses pada masa pemerintahan Eduardo Rodriguez.

Bab ketiga yaitu, membahas tentang perjalanan politik Evo Morales yang terdiri dari profil Evo Morales, karir politik Morales sebelum pemilu 2005 dan tentang pemilu presiden 2005

Bab keempat yaitu, membahas tentang upaya Evo Morales memanfaatkan media untuk mencari popularitas yang terdiri dari kampanye melalui media dan Evo Morales sebagai news maker.

Bab kelima yaitu, berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari penjelasan di bab-bab terdahulu.