

## ABSTRAK

Ridho Rohmatul Aula. NIM 12.05.211.001.30. Program Studi Sosiologi. Analisis Wacana Media Cetak Jawa Pos dalam Menghadirkan Sosok Joko Widodo (Periode Pemilu 2014 sampai Satu Tahun Jabatan Presiden Jokowi).

Penelitian kali ini memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui, dan mendeskripsikan bagaimana wacana terbentuk dalam menghadirkan sosok Joko Widodo melalui media cetak Jawa Pos periode pemilu 2014 sampai satu tahun jabatan Presiden Jokowi dengan pendekatan analisis wacana. Kemudian dianalisis dari konstruksi yang dibangun oleh media tersebut, dan bagaimana proses terjadinya dialektika wacana pada masyarakat melalui kemasan media Jawa Pos, sampai pada akhirnya bias wacana itu sendiri. Teori yang digunakan yaitu Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan sebuah pendekatan yaitu analisis wacana. Informan yang dipilih dalam penelitian kali ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data penelitian didapatkan dari data primer (observasi, wawancara semistruktur, dan dokumentasi). Analisis data menggunakan teknik analisis wacana serta teknik analisis Miles dan Huberman. Serta untuk teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teori.

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa sosok Joko Widodo sebagai Walikota Solo sampai Presiden RI, telah diwacanakan oleh media termasuk Jawa Pos, dan masyarakat terkonstruksi di dalamnya. Pada periode pemilu 2014, Jawa Pos mengkonstruksikan Jokowi dengan sangat baik dan menonjol, kemudian saat setelah pemilu hal tersebut berbeda. Masyarakat menerima realitas yang sudah dikemas oleh media dan ikut larut dalam proses produksi wacana. Teori Norman Fairclough mampu menggambarkan wacana bagaimana Jokowi melalui teks berita Jawa Pos. Dilihat dari bagaimana peristiwa atau suasana disajikan, maka institusi media dipenuhi dengan berbagai kepentingan dan kekuasaan. Berdasarkan wawancara, Jawa Pos menyajikan sosok Jokowi relevan dengan tujuannya, terdapat dua perbedaan, yaitu wacana yang begitu positif selama pemilu dan kemudian wacana berubah seakan penuh kritik dan ironi ketika setelah menjadi presiden. Strategi *marketing politiknya*, baik secara *personal branding*, promosi, penempatan menjadi satu sistem yang sangat bagus dalam kiprah Jokowi sampai pada jabatan Presiden dengan waktu yang cepat.

Kata Kunci: Analisis Wacana, Media Cetak, Jawa Pos, Jokowi.

## **ABSTRACT**

Ridho Rohmatul Aula. NIM 12.05.211.001.30. Sociology Department. Social Discourse Analysis of Jawa Pos Newspaper in Figure Labelling of Joko Widodo (2014 Election Period Until One Year of The President Jokowi Position).

This study has a purpose, which is to know and describe how the social discourse is created in a labelling of Joko Widodo figure through Jawa Pos News Paper 2014 election period up to one year of President Jokowi position with semiotic approach. Then, analyse from discourse that built by the media and how the process of dialectic discourse on the society through the Jawa Pos media package, until finally the bias of social construction it self. The theory used is Norman Fairclough Analysis Critical Discourse.

The research method uses descriptive qualitative research method, with a discourse approach. Informant that is selected in the study uses purposive sampling technique. Source of research data is obtained from the primary data (observation, semi- structured interviews, and documentation). Data analysis uses discourse analysis critical technique and Miles and Hiberman analytical technique. As well as to the data validity technique uses triangulation theoretical and sources.

The result of this study indicate that the Joko Widodo figure as Solo Mayor to the President, has been discoursed by the media including the Jawa Pos, and society discoursed in it. In the 2014 election period, Jawa Pos constructs Jokowi very well and stand out, and then after the election it is different. Society accepted the reality that has been packaged by the media and come late in the process of discourse. Theory of Norman Fairclough able to describe how Jokowi discourse through text news Jawa Pos. Judging from how the events or the ambiance was presented, then the media institutions are filled with a variety of interests and power. Based on interviews, Jawa Pos presents the figure Jokowi relevant to its purpose, which is so positive during elections and full of criticism and irony when after becoming president. Political strategy, even in personal branding, promotion, placement into one system that is very good in gait (pursuit) of Jokowi until reach a President position with a fast time.

Keywords: Discourse Analysis, Media Printing, Jawa Pos Newspaper, Jokowi.

## DAFTAR ISI

|                              |      |
|------------------------------|------|
| Halaman Sampul .....         | i    |
| Halaman Judul.....           | ii   |
| Originalitas Penelitian..... | iii  |
| Halaman Pengesahan 1 .....   | iv   |
| Halaman Pengesahan 2 .....   | v    |
| Lembar Persetujuan.....      | vi   |
| Kata Pengantar .....         | vii  |
| Halaman Publikasi .....      | viii |
| Ucapan Terima Kasih.....     | ix   |
| Halaman Persembahan .....    | xi   |
| Motto .....                  | xiii |
| Abstrak .....                | xiv  |
| Abstract .....               | xv   |
| Daftar Isi.....              | xvi  |
| Daftar Bagan .....           | xix  |
| Daftar Tabel .....           | xix  |
| Daftar Gambar.....           | xix  |
| Daftar Lampiran .....        | xx   |

### BAB 1 PENDAHULUAN

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang Masalah ..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah .....        | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....      | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....     | 7 |

### BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu ..... | 8  |
| 2.2. Landasan Teori .....             | 14 |
| 2.3. Landasan Konseptual .....        | 18 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 2.3.1. Analisis Wacana ..... | 18 |
| 2.3.2. Media Cetak .....     | 19 |
| 2.3.3. Jawa Pos .....        | 19 |
| 2.3.4. Jokowi .....          | 19 |

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 3.1. Jenis Penelitian .....            | 20 |
| 3.2. Pendekatan Penelitian .....       | 21 |
| 3.3. Sumber Data .....                 | 22 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....     | 23 |
| 3.5. Teknik Penentuan Informan .....   | 25 |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....        | 27 |
| 3.7. Teknik Keabsahan Data .....       | 27 |
| 3.8. Keterbatasan Penelitian .....     | 28 |
| 3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian ..... | 29 |

### **BAB 4 PEMBAHASAN DAN HASIL ANALISIS**

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                             | 30 |
| 4.2. Profil Joko Widodo.....                                                                          | 32 |
| 4.3. Analisis Wacana Media Cetak Jawa Pos .....                                                       | 33 |
| 4.3.1. Media Cetak Jawa Pos edisi menjelang Pemilu 2014 .....                                         | 34 |
| 4.3.1.1. Edisi 9 Juni 2014 (Prabowo Tanpa Persiapan Jokowi<br>Dibrifing).....                         | 34 |
| 4.3.1.2. Edisi 12 Juni 2014 (Rumah Polonia Pilih Pasif dan<br>Dukungan kepada Jokowi-JK).....         | 37 |
| 4.3.1.3. Edisi 15 Juni 2014 (Adu Jurus Kata-kata, Prabowo Lebih<br>Rileks, Jokowi Tetap Natural)..... | 39 |
| 4.3.1.4. Edisi 23 Juni 2014 (Jokowi adalah Kita, Pemimpin Tegas<br>Yang Lahir Dari Rakyat).....       | 41 |
| 4.3.1.5. Edisi 28 Juni 2014 (Unggul Elektabilitas) .....                                              | 47 |
| 4.3.1.6. Edisi 04 Juli 2014 (Orasi Politik di Hadapan Petani dan<br>kritik terhadap TV-One) .....     | 50 |

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.3.1.7. Edisi 09 Juli 2014 (Pemilu 2014) .....                                                  | 54 |
| 4.3.2. Media Cetak Jawa Pos edisi setelah Pemilu 2014.....                                       | 55 |
| 4.3.2.1. Edisi 10 Juli 2014 (Harus Tahan Diri dan Legawa).....                                   | 55 |
| 4.3.2.2. Edisi 20 Oktober 2014 (Run, Jokowi Run).....                                            | 56 |
| 4.3.2.3. Edisi 21 Oktober 2014 (Jokow dilantik).....                                             | 60 |
| 4.3.2.4. Edisi 18 Januari 2015 (Blunder Politik, Balas Budi).....                                | 62 |
| 4.3.2.5. Edisi 08 Februari 2015 (Proton Garap Mobnas, Gaikindo<br>Bungkam) .....                 | 68 |
| 4.3.2.6. Edisi 02 Maret 2015 (Harga Elpiji 12 kg Ikut Naik).....                                 | 71 |
| 4.3.2.7. Edisi 19 Oktober 2015 (Presiden Belum Mengesankan<br>sebagai Sosok Strong Leader) ..... | 73 |
| 4.3.2.8. 20 Oktober 2015 (Evolusi Mental bukan Revolusi Mental).....                             | 77 |
| 4.4. Klarifikasi Pengamat Politik sebagai Validitas Analisis.....                                | 79 |
| 4.4.1. Narasumber Pertama.....                                                                   | 79 |
| 4.4.2. Narasumber Kedua.....                                                                     | 81 |
| 4.5. Hasil Analisis dengan teori .....                                                           | 83 |
| 4.5.1. Teori <i>Critical Discourse Analysis</i> .....                                            | 83 |
| 4.6. Hasil Akhir Konsep Penelitian .....                                                         | 96 |

## **BAB 5 PENUTUP**

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 5.1. Kesimpulan ..... | 102 |
| 5.2. Saran .....      | 104 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN:**

- Lampiran Pedoman Wawancara
- Lampiran Jawaban Informan
- Lampiran Dokumentasi
- Lampiran edisi Jawa Pos

## DAFTAR BAGAN

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| <b>Bagan 4.1.</b> Konsep Analisis Media Cetak Jawa Pos..... | 34 |
|-------------------------------------------------------------|----|

## DAFTAR TABEL

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 3.1.</b> Sumber Data Edisi Jawa Pos .....    | 23 |
| <b>Tabel 3.2.</b> Jadwal Program Kerja Skripsi .....  | 24 |
| <b>Tabel 4.1.</b> Hasil Akhir Konsep Penelitian ..... | 96 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 4.1.</b> Jawa Pos edisi 09 Juni 2014 halaman 2.....        | 34 |
| <b>Gambar 4.2.</b> Jawa Pos edisi 12 Juni 2014 halaman 2 dan 3.....  | 39 |
| <b>Gambar 4.3.</b> Jawa Pos edisi 15 Juni 2014 halaman 1 dan 15..... | 40 |
| <b>Gambar 4.4.</b> Jawa Pos edisi 11 dan 23 Juni 2014 halaman 1..... | 45 |
| <b>Gambar 4.5.</b> Jawa Pos edisi 28 Juni 2014 halaman 2.....        | 48 |
| <b>Gambar 4.6.</b> Jawa Pos edisi 28 Juni 2014 halaman 2.....        | 49 |
| <b>Gambar 4.7.</b> Jawa Pos edisi 4 Juli 2014 halaman 2.....         | 51 |
| <b>Gambar 4.8.</b> Jawa Pos edisi 4 Juli 2014 halaman 2.....         | 52 |
| <b>Gambar 4.9.</b> Jawa Pos edisi 9 Juli 2014 halaman 1.....         | 54 |
| <b>Gambar 4.10.</b> Jawa Pos edisi 10 Juli 2014 halaman 1.....       | 55 |
| <b>Gambar 4.11.</b> Jawa Pos edisi 10 Juli 2014 halaman 15.....      | 56 |
| <b>Gambar 4.12.</b> Jawa Pos edisi 20 Oktober 2014 halaman 1.....    | 57 |
| <b>Gambar 4.13.</b> Jawa Pos edisi 20 Oktober 2014 halaman 15.....   | 58 |
| <b>Gambar 4.14.</b> Jawa Pos edisi 20 Oktober 2014 halaman 15.....   | 59 |
| <b>Gambar 4.15.</b> Jawa Pos edisi 21 Oktober 2014 halaman 15.....   | 60 |

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 4.16.</b> Jawa Pos edisi 18 Januari 2015 halaman 1 dan 15..... | 62 |
| <b>Gambar 4.17.</b> Jawa Pos edisi 8 Februari 2015 halaman 1 dan 15..... | 68 |
| <b>Gambar 4.18.</b> Jawa Pos edisi 2 Maret 2015 halaman 1 dan 15.....    | 71 |
| <b>Gambar 4.19.</b> Jawa Pos edisi 19 Oktober 2015 halaman 1 dan 15..... | 74 |
| <b>Gambar 4.20.</b> Jawa Pos edisi 20 Oktober 2015 halaman 2.....        | 77 |
| <b>Gambar 4.21.</b> Wawancara dengan Bapak Moh. Ilyas Rolis M.Si.....    | 80 |
| <b>Gambar 4.22.</b> Wawancara dengan Bapak Agus M.Fauzi M.Si.....        | 82 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1.** Pedoman Wawancara Penelitian
- Lampiran 2.** Jawaban Informan
- Lampiran 3.** Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4.** Lampiran Edisi Jawa Pos