

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Indonesia merupakan negara demokrasi dengan segala kebebasan masyarakat dalam menyalurkan aspirasinya melalui berbagai sarana. Kepentingan masyarakat tidak terlepas dari kinerja pemerintah Indonesia sendiri yang mewujudkan visi dan misi dari pemerintahan tersebut. Maka dari itu sosok pemimpin negara Indonesia menjadi hal yang sangat diutamakan oleh masyarakat dalam berbagai golongan dan kepentingan. Sejak kemerdekaan negara Indonesia, pemimpin negara ini sudah mengalami beberapa pergantian masa dari pemimpin pertama hingga saat ini.

Pemimpin atau presiden pertama mulai dari Ir.H.Soekarno (Periode tahun 18 Agustus 1945 sampai 22 Februari 1967), Jendral (Purn) TNI. H. M. Soeharto (Periode 22 Februari 1967 sampai 21 Mei 1998), Prof. Dr. BJ. Habibie (Periode 21 Mei 1998 sampai 20 Oktober 1999), K. H. Abdurrahman Wahid (Periode 20 Oktober 1999 sampai 2001), Megawati Soekarnoputri (Periode 23 Juli 2001 sampai 20 Oktober 2004), Dr. Susilo Bambang Yudhoyono (Periode 20 Oktober 2009 sampai 20 Oktober 2014), dan presiden ketujuh saat ini yaitu Ir. H. Joko Widodo dengan wakil presidennya Jusuf Kalla (<http://kepuustakaan-presiden.pnri.go.id>).

Dari semua sosok pemimpin inilah yang membuat Negara mempunyai ketercapaian dalam segala hal yang berbeda-beda. Antar pemimpin mempunyai karakter masing-masing di mata masyarakat luas, baik sebelum menjabat presiden maupun sesudah menjabat presiden. Pemimpin saat ini, Ir. H. Joko Widodo merupakan sosok pemimpin yang menuai banyak persepsi dari masyarakat. Hal ini dikarenakan bagaimana karakter yang ditunjukkan sosok ini benar-benar berbeda dari pemimpin yang sebelum-sebelumnya, misalnya dengan strategi blusukan maupun penampilannya yang sederhana, serta asal-usul dari sosok beliau. Sosok Joko Widodo yang begitu sederhana kehidupannya, tidak seperti latar belakang presiden Indonesia sebelumnya dengan berbagai kekuasaan, Jokowi tidak mempunyai modal apapun, selain sifat dan gaya kepemimpinannya.

Media massa sebagai wadah publik dalam memperoleh informasi, menempati posisi yang sangat kompleks dalam membicarakan sosok Jokowi. Media menjadi industri konten yang selalu mencurahkan tujuan *audiens popular* maupun pembaca dalam media cetak. Hal tersebut dikemas oleh media massa yang berkuasa dengan strateginya masing-masing, sehingga menciptakan identitas Joko Widodo di mata masyarakat Indonesia. Media massa sebagai salah satu bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan masyarakat. Media massa juga memberikan pengaruh yang signifikan bagi khalayak, pengaruh tersebut dapat bersifat pengetahuan, perasaan, maupun tingkah laku. Masyarakat yang mengkonsumsi berbagai informasi, disajikan dengan banyak sumber yang mempunyai kajian masing-masing dalam menyampaikannya. Menurut Undang-undang (UU) Pers pasal 1 ayat (1), menyebutkan bahwa:

”...pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengelola, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, serta data grafik dengan menggunakan media cetak maupun elektronik”.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pers mempunyai peran sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Akan tetapi dari masa ke masa, pers juga memiliki kepentingan-kepentingan yang berbau politik, memunculkan propaganda dan lain sebagainya (Riswandi, 2009: hal 48). Bahkan, peran penting pers saat ini ditentukan oleh pers itu sendiri, dimulai dari kekuatan modal, kualitas, dan komitmen para jurnalis. Dengan segala kepentingan yang berbeda, setiap orang membuat kebebasan pers mulai dipertanyakan dalam sisi obyektivitasnya dan bisa dilihat dengan berbagai sudut pandang. Penggunaan media massa sebagai komunikasi politik banyak digunakan para politikus untuk membentuk citra seseorang tokoh yang akan diperlihatkan pada khalayak, yang tentunya demi mencapai sebuah tujuan, yaitu dukungan masyarakat itu sendiri.

Joko Widodo melonjak namanya pertama kali ketika saat itu dia sedang menjabat sebagai Wali kota Solo, Jawa Tengah. Ia melakukan banyak tindakan yang membuat ia dekat dengan rakyat dan mendorong perubahan Kota Solo dengan cara-cara yang sangat manusiawi. Namanya terus diperbincangkan oleh

media massa karena berani menjadikan mobil buatan siswa SMK yang dikenal dengan sebutan Esemka, sebagai kendaraan dinas yang selalu digunakan Jokowi selama menjabat Wali kota Solo. Sejak saat itu, banyak simpati yang didapat dan media pun menyebutnya dengan Jokowi agar lebih mudah diingat masyarakat, banyak sisi positif yang ditampilkan media sampai pada akhirnya Jokowi maju dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Dalam pihak yang berseberangan dengan Jokowi, mengatakan bahwa jika Jokowi tetap maju dalam pilihan gubernur, ia dianggap tidak dapat berkomitmen, karena sebagai Wali kota harus melaksanakan semua janji yang di paparkan saat kampanye, selebihnya ia juga disumpah saat pelantikan untuk menyelesaikan segala tugasnya dalam menjabat sebagai kepala daerah (Putra, 2015: hal 3). Akhirnya, Jokowi tetap maju dalam pemilihan gubernur DKI Jakarta. Ia tinggalkan Solo dan berhasil memimpin pemerintahan Jakarta bersama wakilnya Basuki Tjahaya Purnama.

Dari saat itu, Jokowi semakin familiar dengan aksi blusukan yang sering dilakukan pada masyarakat kawasan Jakarta. Elektabilitas Jokowi semakin tinggi dan menjadi perhatian banyak partai politik yang ingin mengangkatnya sebagai sosok yang diunggulkan. Belum mencapai dan selesai dalam menjabat sebagai gubernur, Jokowi membuat langkah baru maju dalam pemilu Presiden, dan PDI-P lah yang kemudian mendukungnya untuk maju dalam Pemilihan Umum Presiden 2014. Langkahnya untuk mencalonkan diri sebagai presiden menuai banyak pro dan kontra dalam prosesnya, mulai dari gaya memimpin, riwayat keluarga, tindakan, serta dalam bertutur kata. Walaupun pada akhirnya, tidak bisa dibantah, Jokowi pun memimpin perolehan akhir pemilu Presiden dan Wakil Presiden pada 9 Juli 2014. Pada sisi lain, mengenai cakupan pemberitaan Joko Widodo yang memenangkan Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014 tidak terlepas dari media massa yang begitu menyoroti sosok ini dari awal karir sampai bagaimana kinerjanya dalam pemerintahan, terutama media cetak. Media cetak menampakkan tujuan mereka akan sosok Joko Widodo dengan menyudutkan topik maupun wacana yang diusung. Misalkan saat menjabat Gubernur DKI Jakarta, Jokowi dikenal dengan baju kotak-kotaknya bersama Ahok, tradisi blusukan serta kesederhanaannya begitu menjadi perbincangan masyarakat. Dari

gayanya tersebut, sosok Jokowi memiliki sepak terjang yang begitu cepat di Indonesia.

Media cetak mempunyai strategi masing-masing dalam menampilkan informasi atau berita mengenai hal yang sedang menjadi topik hangat di tengah masyarakat, utamanya media cetak *Jawa Pos*. *Jawa Pos* yang dikenal masyarakat Indonesia sebagai surat kabar yang simetri dan netral terhadap isu politik, ternyata juga terkena imbas dari alur politik saat Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2014 lalu (www.socio-politica.com). Hal ini bisa dilihat bagaimana sisi objektivitas media cetak dalam memberitakan sebuah informasi berbau politik saat itu.

Media cetak tersebut banyak diminati masyarakat dan mempunyai sisi menarik masing-masing mengenai pemberitaan Joko Widodo, terlihat segala hal yang diberitakan menjadi sebuah kebenaran, akan tetapi kebenaran bisa berbeda dari tiap postingan berita masing-masing pihak. Hal ini dapat terlihat dari konteks topik yang ditampilkan maupun simbol-simbol tertentu yang diperlihatkan sebagai sebuah berita yang penting untuk diperhatikan khalayak. Bahkan saat ini, bisa dikatakan para pelaku media cetak “Kepada pemilik modal, kami mengabdikan”. Dapat diartikan bahwa media cetak yang tidak lepas dari pemilik modal, membuat media tersebut bisa bekerja dengan mengarahkan pada sisi subjektivitas sebuah media terhadap pemilik modal mereka.

Media cetak menampilkan berbagai simbol yang diperlihatkan mulai dari konteks kata yang dipaparkan, kemudian dialog atau wacana yang dicantumkan menjadi bahan uji tersendiri bagi setiap media cetak yang memberitakan sosok Joko Widodo semenjak menjadi orang yang terkemuka di kalangan masyarakat Indonesia dengan segala tindakan yang dilakukannya. Setiap media cetak mempunyai strategi maupun tujuan yang berbeda dalam memberitakan sosok Joko Widodo. Dari alasan inilah, kemudian penulis memilih media cetak, karena sangat menarik, dari sebuah wacana yang dibuat media cetak dapat menghasilkan sebuah pernyataan kreatif tentang Jokowi, dimulai dari kata-kata yang menarik serta mengandung banyak makna menjadi persepsi berbeda dari setiap pembacanya yang akhirnya objek pemberitaan terkonstruksi oleh media cetak itu

sendiri. Aspek yang sangat penting, yaitu nilai berita itu sendiri (Hartley, 2004: hal 209), disini didasarkan bagaimana sebuah objektivitas dari sebuah berita menjadi bagian yang klimaks di era saat ini.

Nilai berita tidak selalu dilihat dari siapa jurnalis tersebut ataupun nilai personal. Akan tetapi, yang lebih diperhatikan adalah konsep yang selalu berkaitan dengan pemilik perusahaan atau industri media. Dalam lingkungan seperti ini, nilai berita bekerja untuk menyatukan berbagai macam keberpihakan ideologis di antara jurnalis dan para penjaga gawang di bawah media tersebut. Inilah yang menjadi sangat penting bagaimana masyarakat bisa menilai sebuah kajian berita yang disajikan dan dicerna sebagai informasi positif, akan tetapi akan menjadi masalah, karena tidak semua masyarakat bisa memposisikan sebagai personal dengan daya subjektivitas tinggi.

Setelah berlalunya masa pemilu 2014 lalu, pelantikan resminya Jokowi dan Jusuf Kalla memimpin Indonesia sudah berjalan satu tahun, masyarakat Indonesia banyak dikejutkan dengan Jokowi dan Jusuf Kalla yang tidak sesuai bahkan banyak menuai pro dan kontra. Dari data tersebut, banyak diberitakan di media, bahwa citra Jokowi di mata masyarakat mulai menurun dengan jabatan yang sudah ia jalankan, termasuk Jawa Pos. Hal ini menunjukkan, betapa dominannya sebuah pemberitaan yang memuat berbagai kepentingan dapat mempengaruhi opini serta pemahaman masyarakat. Mulai dari realita yang dikemas banyak media di Negara Indonesia akan sampai pada pemahaman yang dibentuk dengan berbagai strategi tentunya. Peneliti ingin menunjukkan bagaimana wacana yang terbangun pada saat Jokowi mengikuti pemilu sampai pada bias wacana tersebut sampai mengkonstruksikan Jokowi itu sendiri saat setelah satu tahun berjalannya pemerintahan Jokowi.

Inilah yang perlu dikaji, bahwa simbol atau tanda yang ditunjukkan media cetak membentuk sebuah pelabelan tersendiri pada Joko Widodo yang disaksikan serta menjadi tolak ukur bagi masyarakat Indonesia tanpa mengetahui sosok atau karakter seperti apa Joko Widodo sebenarnya. Menarik memang, dari dialektika wacana teks saja, sebuah perubahan bisa terjadi atas kehendak orang yang mempunyai kepentingan. Kemudian pelabelan yang sudah melekat, disajikan

terus menerus oleh media massa termasuk Jawa Pos kepada masyarakat tentang Jokowi. Masyarakat yang dikenalkan dengan berbagai pencitraan mengenai Jokowi, membuat seakan media lah yang berkuasa dan membentuk karakter Jokowi itu sendiri. Peneliti sangat tertarik dengan realitas yang terjadi di Indonesia, kemudian dengan kemasan media termasuk media cetak menjadi sangat menarik, bahkan sering menjadi hegemoni dalam masyarakat akan sebuah pemberitaan. Akhirnya muncullah berbagai perbedaan, termasuk masalah politik, yang menjadi umum di Indonesia ketika ada pihak pro maupun kontra terhadap kubu atau pihak tertentu. Jokowi inilah yang kemudian menjadi sosok baru dengan kemampuan yang dimilikinya mampu menarik perhatian masyarakat, baik saat menjadi Walikota Solo maupun saat Gubernur DKI Jakarta bahkan saat menduduki jabatan Presiden. Dari latar belakang yang menarik inilah, peneliti membuat judul penelitian **“Analisis Wacana Media Cetak Jawa Pos dalam Menghadirkan Sosok Joko Widodo (Periode Pemilu 2014 sampai Satu Tahun Jabatan Presiden Jokowi)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka disusunlah rumusan masalah dalam penelitian kali ini, sebagai berikut:

“Bagaimana analisis wacana media cetak Jawa Pos dalam menghadirkan sosok Joko Widodo (*Periode Pemilu 2014 sampai Satu Tahun Jabatan Presiden Jokowi*)?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian kali ini dibuat dan ditulis dengan tujuan yang mendasar, diantaranya yaitu:

“Untuk mengetahui hasil analisis wacana tentang Jokowi dalam media cetak Jawa Pos (*Periode Pemilu 2014 sampai satu tahun jabatan presiden Jokowi*), serta memperlihatkan maksud wacana berita yang mempunyai makna dan tujuan tertentu sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari media cetak atau subyek yang membuat suatu pernyataan (teks berita)”.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian yang dapat diambil dari penelitian yang dilaksanakan kali ini, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menambah wawasan, terutama dalam permasalahan yang terkait dengan analisis wacana media cetak (*Jawa Pos* Periode Pemilu 2014 sampai satu tahun jabatan presiden Jokowi) dalam menghadirkan sosok Joko Widodo.
- b. Menjadi tambahan informasi ataupun pengetahuan bagi penelitian selanjutnya, serta penambah wawasan masyarakat terkait lingkup media di Indonesia dalam mengemas berbagai informasi negara.
- c. Dan menjadi karya yang kiranya mampu memperbaiki, memperluas, maupun mengembangkan penelitian yang sudah pernah ada, khususnya dalam keilmuan Sosiologi.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan pengalaman yang baru, dalam meneliti berbagai persoalan baru yang timbul di masyarakat sekitar, khususnya di ranah cakupan penjabaran media cetak negara Indonesia.
- b. Dapat menambah referensi pengetahuan untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi dalam penelitian.
- c. Menjadi bahan evaluasi bagi ilmu pengetahuan, selain itu dapat menjadi bahan penguji dari teori.