

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Runtuhnya orde baru dan memasuki era reformasi, menjadikan media massa sebagai sentral informasi publik berputar, kebebasan pers pada masa ini telah menjadi industri di tengah kebebasan politik yang baru diperolehnya. Jatuhnya rezim orde baru menjadikan industri media di Indonesia meningkat tajam, ratusan surat kabar terbit tanpa harus memakai SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers), mekanisme pasar bebas pun sulit dihindari dalam industri pers nasional.

Kebebasan dalam memproduksi media massa mendorong adanya retorika, propaganda, agitasi, kampanye dan public relations politik, berkembang lebih pesat lagi. Penggunaan media massa dalam komunikasi politik tentu sangat penting karena media massa memiliki kontribusi yang besar dalam demokrasi. Selain itu media massa selalu dipandang memiliki pengaruh yang kuat terutama dalam membangun opini dan pengetahuan bagi khalayak (Anwar, 2011 : 159).

Kebebasan inilah yang menyebabkan media semakin terampil memproduksi teks-teks kritis terhadap tokoh-tokoh dan partai politik baik yang didukung maupun yang akan mereka serang, kepentingan politik media menjadi berbaur dengan kepentingan usaha pemilik media. Media massa Indonesia sangat kaya dengan wacana, yang kalau kita gali dengan berbagai analisis khususnya analisis wacana akan menunjukkan betapa wacana media massa bersifat hegemonik dan menjadi ranah perjuangan sosial.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 1552) wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang direalisasikan dalam bentuk karangan atau laporan utuh seperti novel, buku, artikel, pidato atau khotbah. Karena wacana adalah satuan bahasa terlengkap maka dalam wacana terdapat konsep, gagasan, baik berupa paparan lisan maupun tulisan yang berfungsi sebagai penyampai informasi atau hasil pemikiran kepada publik.

Hal inilah yang terjadi dalam dunia media, setiap harinya sebuah institusi media harus menyiapkan wacana untuk diberitakan ke masyarakat, dan untuk memahami sebuah wacana dalam media diperlukan suatu kajian yang membahas wacana baik dari segi gramatikalnya maupun dari konteksnya, ilmu yang mengkaji tentang wacana adalah analisis wacana. Analisis wacana merupakan suatu studi yang tidak hanya mengajarkan apa (*what*) itu wacana, atau apa itu teks berita akan tetapi bagaimana (*how*) pesan atau teks tersebut di produksi.

Analisis wacana sebagai studi bahasa didasarkan pada pendekatan pragmatik yang mengkaji wacana bahasa dalam pemakaiannya, dalam media massa suatu produksi teks atau berita tidak semata-merta teks tersebut langsung seperti realitas yang ada dilapangan tanpa melalui proses konstruksi, karena tidak bisa dipungkiri setiap media khususnya media cetak (koran) memiliki orientasi sendiri dalam setiap berita-beritanya terutama berita politik.

Aktivitasnya dalam melaporkan peristiwa politik memiliki dampak yang luar biasa dalam perubahan dan perkembangan politik, karenanya tidak jarang aktor politik yang dengan sengaja menarik perhatian wartawan agar aktivitas politiknya diliput dan diberitakan kepada khalayak luas, selain itu para aktor memang dengan sengaja memanfaatkan media sebagai ajang kampanye untuk mencari popularitas.

Peristiwa atau realitas politik tersebut dikonstruksi sedemikian rupa sehingga menjadi berita yang layak untuk dikonsumsi publik. Menurut Pawito (2009:40) dalam mengkonstruksikan realitas media massa melakukan dua cara, yaitu memberikan bobot (prioritas) terhadap isu-isu tertentu sambil mengabaikan yang lain (agenda setting) dan memberikan penekanan pada substansi persoalan tertentu dari isu atau peristiwa yang diberikan (framing).

Keterlibatan wartawan dalam memproduksi suatu wacana menjadi berita sangat besar. Mereka memiliki sikap, nilai, ideologi, kepercayaan dan orientasi berbeda yang dapat mempengaruhi hasil pekerjaannya. Hal ini banyak ditemukan dalam berita khususnya media cetak.

Media cetak telah menjadi bagian kehidupan publik sejak zaman romawi, dan menjadi jantung revolusi bagi Amerika Serikat serta sebagai penentu kebebasan perlindungan terhadap pers, yang diabadikan dalam amandemen pertama yang disebut dengan Bill of Rights. Pada era jurnalisme kuning, kehadiran surat kabar mengalami peningkatan yang sangat pesat yaitu dari tahun 1910 sampai awal Perang Dunia II, pelanggan surat kabar meningkat dua kali lipat bahkan sampai tiga kali lipat.

Sejarah perkembangan surat kabar di Indonesia mengalami proses yang cukup panjang, yang terbagi kedalam enam periode, yaitu zaman Belanda, zaman Jepang, zaman kemerdekaan, zaman Orde Lama, zaman Orde Baru dan zaman reformasi. Pers pada masa reformasi adalah pers yang telah menjadi industri ditengah kebebasan politik yang baru diperolehnya. Tidak aneh jika setelah rezim Orba jatuh pada tahun 1998, industri media di Indonesia meningkat tajam (Hamad, 2004 : 66). Salah satu perusahaan Pers terkemuka di Indonesia yaitu Jawa Pos Group yang ada di Graha Pena, Surabaya.

Jawa Pos didirikan oleh The Chung Shen pada tanggal 1 Juli 1949 dengan nama Djava-Post, pada tahun 1982 Djava-Post mengalami kebangkrutan yang mengharuskan Chung Shen menjualnya kepada Eric F.H Samola, pada tahun itu juga Eric menunjuk Dahlan Iskan sebagai pimpinan Djava-Post yang baru. Dahlan Iskan mampu menjadikan Jawa Pos yang hampir mati dengan oplah hanya 6.000 eksemplar dalam kurun waktu lima tahun menjadikan Jawa Pos dengan oplah 300.000 eksemplar yang kemudian dibentuklah Jawa Pos News Network (JPNN) yaitu salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia.

Saat ini Jawa Pos sudah berpindah kepemimpinan yaitu dipimpin oleh Azrul Ananda anak dari Dahlan Iskan, Jawa Pos sudah menaungi sebanyak 151 cabang surat kabar tingkat daerah maupun nasional yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Setiap penerbitan surat kabar, Jawa Pos memiliki tiga seksi utama, yaitu Jawa Pos, radar daerah dan Sportainment. Seksi Jawa Pos berisi berita-berita utama, seperti politik, ekonomi/bisnis, nasional, internasional, dan rubrik tematik lainnya.

Sejak dipimpin Dahlan Iskan hingga Azrul Ananda, Jawa Pos meraih berbagai penghargaan, diantaranya, Pada tahun 1984 menjadi koran pertama di Indonesia yang menggunakan sistem komputer dan meraih penghargaan sebagai “The Best Customer Satisfaction serta Brand terbaik”. Pada tahun 1986 merupakan koran pertama yang terbit menggunakan halaman berwarna dan pada tahun 1988 koran pertama yang menggunakan teknologi cetak dengan jarak jauh.

Penghargaan lainnya, Jawa Pos sebagai Indonesia Best Brand pada tahun 2007, pada tahun 2010 – 2011 Superbrands Indonesia’s Choice, di tahun yang sama yaitu pada bulan Oktober 2011 dikukuhkan sebagai koran anak muda dunia dengan predikat Newspaper of The Year oleh World Young Reader Prize 2011, penghargaan ini diterima oleh Azrul Ananda diwina, dan pada tahun 2012 sebagai Best Design in Asian Media Awards.

Dengan berbagai penghargaan tersebut Jawa Pos selalu berusaha menjadi koran nomor satu di Indonesia, baik dengan berita-berita yang diterbitkan, desain yang menarik dan unik, serta mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada setiap pelanggannya agar kebutuhan akan informasi terpenuhi.

Akhir 2014 semua media di Indonesia dihebohkan dengan kabar terpilihnya pasangan Jokowi –JK sebagai Presiden dan wakil Presiden periode 2015 – 2019. Padahal masa jabatan Jokowi sebagai Gubernur DKI Jakarta baru berjalan dua tahun. Hal ini menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat. Track Record-nya di dunia politik memang tidak diragukan lagi, Jokowi memulai karir politiknya dengan menjadi Walikota Surakarta pada tahun 2005, Jokowi berhasil menjadikan Surakarta sebagai kota pariwisata, kota budaya dan kota batik. Pada tahun 2012, Jokowi memenangkan Pilkada Jakarta sebagai Gubernur, sejak saat itu namanya mulai melambung tinggi berkat rekam jejaknya yang baik dan pendekatannya yang membumi kepada masyarakat.

Hingga akhirnya pada tahun 2014, wacana untuk menjadikannya sebagai presiden benar-benar terjadi. Pada tanggal 20 Oktober pasangan Jokowi-JK dilantik sebagai Presiden di gedung DPR. Namanya Jokowi setiap harinya tidak

pernah absen dari media untuk menjadi sorotan utama dalam pembuatan berita. Rentetan pemberitaannya menjadi sangat menarik untuk diikuti, merekam jejaknya sebagai presiden baru Indonesia, dan program kerja apa yang akan dilakukannya untuk melakukan perubahan bagi Indonesia lima tahun ke depan.

Dengan mengusung Visi “Terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong”. Berharap untuk membawa kehidupan bangsa kearah yang lebih baik lagi, dengan menggerakkan semangat gotong royong demi terwujudnya Indonesia yang berdaulat dibidang politik, mandiri dibidang ekonomi serta berkepribadian dalam kebudayaan (Ismantoro, 2014: 227).

Untuk mencapai visi tersebut pemerintahan Jokowi-JK menawarkan 12 agenda strategis dalam mewujudkan Indonesia yang berdaulat dalam bidang politik, 16 agenda strategis untuk menuju Indonesia yang berdikari dalam bidang ekonomi dan 3 agenda strategis yang diperas lagi menjadi 9 agenda prioritas dalam pemerintahan kedepan (Ismantoro, 2014: 227).

Pemberitaan pasangan Jokowi-JK di surat kabar Jawa Pos memiliki ruang yang cukup lebar dalam setiap pemuatan beritanya, bahkan pada bulan Oktober hingga januari 2015 pasangan tersebut selalu menjadi headline atau berita utama. Rentetan peristiwa baik tentang kinerja dan semua hal kecil yang mereka lakukan tak pernah luput dari sorotan media khususnya Jawa Pos. Fakta inilah yang menjadi landasan memilih Jawa Pos sebagai objek penelitian, selain pangsa pasarnya yang sangat luas dan kekuatan bisnisnya yang sudah sangat maju tentu akan berpengaruh pada produksi teks berita yang akan dihadirkan kepada pembacanya.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu pendekatan untuk menganalisis realitas yang dihasilkan oleh wacana media, bagaimana produksi beritanya dan bagaimana proses konstruksi realitas pada berita yang akan diterbitkan oleh media tersebut. proses pemaknaan suatu pesan teks berita tidak hanya bisa ditafsirkan dari yang tampak nyata akan tetapi juga harus menganalisis makna yang ada dibalik teks tersebut, analisis wacana model van Dijk yang juga disebut dengan kognisi sosial

mampu memetakan bagaimana produksi teks yang melibatkan proses yang kompleks tersebut dapat dipelajari dan dijelaskan (Eriyanto, 2001 : 222).

Berita tentang kinerja Jokowi – JK di surat kabar harian Jawa Pos menjadi fokus dalam penelitian ini, berita tersebut akan di analisis menggunakan model Teun A. Van Dijk untuk menemukan konstruksi realitas yang diberikan oleh Jawa Pos terhadap beritanya yang ditujukan pada khalayak luas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah, bagaimana wacana media tentang pemberitaan kinerja Pemerintahan Jokowi – JK di masa 100 hari pertama yang dimuat dalam Surat Kabar Harian Jawa Pos?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui wacana media tentang pemberitaan kinerja pemerintahan Jokowi – JK di masa 100 hari Pertama yang dimuat dalam surat kabar harian Jawa Pos.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang Ilmu Komunikasi pada umumnya, dan sumbangan pemikiran untuk menambah khazanah penerapan kajian wacana media pada khususnya.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memiliki manfaat untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan judul yang peneliti lakukan di lingkungan Universitas Trunojoyo maupun tempat-tempat lain.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini bagi media diharapkan dapat menjadi referensi dalam upaya menjaga keobjektifan pesan yang akan dijadikan berita
2. Hasil penelitian ini diharapkan bagi pihak-pihak lainnya dapat menjadi bahan untuk meningkatkan kadar *media literacy*. Khususnya tentang teks berita mengenai kinerja pemerintahan Jokowi-JK.