

**POLITIK PENCITRAAN MELALUI METRO TV SEBAGAI
MEDIA PEMENANGAN PASANGAN CALON JOKOWI-
MA'RUF**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Politik**

OLEH :

Munser ZL

NIM : 1657020082

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
1441 H / 2020 M**

**POLITIK PENCITRAAN MELALUI METRO TV SEBAGAI
MEDIA PEMENANGAN PASANGAN CALON JOKOWI-**

MA'RUF



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Politik**

OLEH :

Menser ZL

NIM : 1657020082

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
1441 H / 2020 M**

Kepada Yth
Bapak Dekan Fak. Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, UIN Raden Fatah
di
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi sdr. Munser ZL NIM 1657020082 yang berjudul "Politik Pencitraan Melalui Metro TV Sebagai Media Pemenangan Paslon Jokowi-Ma'ruf" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian terima kasih.

Wassalam

Palembang, 23 Januari 2020

Pembimbing II,



Hatta Azzuhri, M.Si
NIDN. 2016028804

Pembimbing I,



Reza Arkianti, MA
NIP. 1983022320112004

LEMBAR PENGESAHAN MAHASISWA

Nama : Munser ZL
NIM : 1657020082
Jurusan : Ilmu Politik
Judul : Pencitraan Politik Melalui Metro TV Sebagai Media Pemenangan Paslon Jokowi-Ma'ruf.

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang pada :

Hari / Tanggal : Kamis / 16 Januari 2020

Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah.

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata I (SI) pada Jurusan Ilmu Politik.

Palembang, 23 Januari 2020

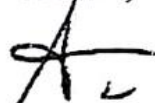
DEKAN,



Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP. 196206201988031001

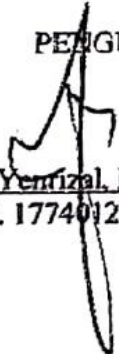
TIM PENGUJI

KETUA,



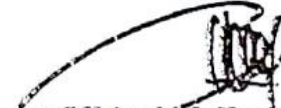
Dr. Ahmad Syukri, M.Si
NIP. 197705252005011014

PENGUJI I,



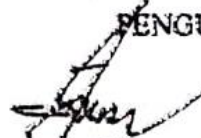
Dr. Yennizal, M.Si
NIP. 177401232005011004

SEKRETARIS,



Afif Muathofa Kawayani, M.Sos
NIDN. 2027029302

PENGUJI II,



Taufik Akhvar, M.Si
NIP. 197109132000031003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Munser ZL
Tempat & Tanggal Lahir : Gunung Tiga, 18 September 1998
NIM : 1657020082
Jurusan : Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pencitraan Politik Melalui Metro TV Sebagai media Pemenangan Pasangan calon Jokowi-Ma'ruf

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, intepretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam Skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelohan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
 2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang maupun Perguruan Tinggi lainnya.
- Dengan pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 23 Januari 2020

Yang membuat pernyataan,



Munser ZL
NIM. 1657020082

MOTTO

*Berusahalah Terus Karena Sukses Harus Dijemput Bukan
Ditunggu Dan Tanamkan Dalam Diri Bahwa Ada Orang-orang
Yang Menunggu Untuk Dibahagiakan*

KUPERSEMBAHKAN UNTUK :

1. Untuk Abah & Umak, Yang Sangat Kucinta Yaitu Bapak Zaili Dan Ibu Lesmana Dewi.
2. Untuk Kakakku Metra Hultikultura Yang Selalu Mendukung Dan Mengarahkanku Selama Ini.
3. Untuk Adik-Adik Kecilku, Olif Aisyi, Zolis Rajuis, Dan Celsy Lestari
4. Untuk Unggang Dan Kajut Yang Selalu Mendo'akanku Selama Ini.
5. Untuk Keluarga Besar Serta Sahabat Yang Selalu Ku Banggakan.
6. Untuk Kance-Kance Kostan Yang Menemani Selama Ini.
7. Untuk Agama, Bangsa, Dan Negara Semoga Dapat Bermanfaat.

ABSTRAK

Media massa menjadi sangat ampuh dalam menyampaikan informasi kepada khalayak umum. Namun dalam proses penyampaian informasi oleh media tidak semua peristiwa diberitakan, ada proses seleksi berita yang layak diberitakan atau tidak. Penelitian ini membahas tentang politik pencitraan yang dilakukan Metro TV untuk mendukung pasangan calon Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pencitraan yang dilakukan oleh pasangan calon Jokowi-Ma'ruf melalui Metro TV sebagai media pemenang dan upaya yang dilakukan oleh Metro TV dalam membuat citra positif pasangan Jokowi-Ma'ruf. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *Framing* dengan paradigma pertukaran makna atau disebut *konstruksionis*, serta menggunakan metode *analisis Framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai ujung tombak analisa, teknik mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan metode dokumentasi pada rekaman/dokumen yang di download dari laman *You Tube* resmi Metro TV. Penelitian ini menunjukkan bahwa Metro TV terlibat dan terlihat keberpihakkan atas beritanya terhadap Jokowi-Ma'ruf dengan cara membungkus setiap pemberitaanya kedalam pencitraan positif sehingga dapat mempengaruhi pandangan publik.

Kata kunci : Media Massa, Metro TV, Konstruksi dan Politik Pencitraan

ABSTRACT

The mass media has become very effective in conveying information to the general public. But in the process of delivering information by the media not all events are reported, there is a news selection process that is newsworthy or not. This study discusses the imaging politics carried out by Metro TV to support Jokowi-Ma'ruf candidate pairs in the 2019 general election. This study aims to find out the imaging carried out by Jokowi-Ma'ruf candidate pairs through Metro TV as a media for winning and making efforts by Metro TV in creating a positive image of the Jokowi-Ma'ruf couple. In this study the authors use the Framing theory with the paradigm of meaning exchange or so called constructionist, and use the analysis method of framing model Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki as the spearhead of analysis, the documentation method on the recording / document downloaded from Metro TV's official You Tube page. This research shows that Metro TV is involved and seems to take sides on its news to Jokowi-Ma'ruf by steaming each of its announcements into positive imagery so that it can influence public views.

Keywords : mass media, Metro TV, construction and imaging politics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
KATA PENGANTAR	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Teori	13
Teori <i>framing</i>	18
<i>Analisis Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	18
1. <i>Sintaksis</i>	19
2. <i>Skrip</i>	20
3. <i>Tematik</i>	20
4. <i>Retoris</i>	22
G. Metodologi Penelitian	24
1. Pendekatan / Metode Penelitian	24
2. Data dan Sumber Data	25
3. Teknik Pengumpulan Data	25
4. Tempat Penelitian	34
H. Sistematika Penulisan Laporan	35

BAB II	36
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	36
A. Sejarah Televisi	36
B. Berdirinya Metro TV	37
C. Logo dan Arti Metro TV	39
D. Visi, Misi dan Tujuan Metro TV	41
E. Struktur Organisasi Metro TV	42
F. Afiliasi Politik dan Media	43
Lahirnya Partai Nasional Demokrat (NasDem)	46
1. Visi dan Misi Partai NasDem	47
2. Makna Logo Partai	49
3. Struktur Kepengurusan Partai NasDem	49
G. Media Sebagai Alat Politik	51
BAB III	54
PEMBAHASAN DAN HASIL	54
A. Profil Joko Widodo dan Ma'ruf Amin	56
1. Biografi Joko Widodo (Jokowi)	56
2. Biografi Ma'ruf Amin	59
B. Hasil Penelitian <i>Frame</i> Berita Metro TV	62
Berita 1	62
Berita 2	75
Berita 3	87
Berita 4	99
Berita 5	118
Berita 6	120
Berita 7	129
Berita 8	140
Berita 9	149
Berita 10	163
Pembahasan	177
BAB IV	180
PENUTUP	180
Kesimpulan	180
Saran	181
DAFTAR PUSTAKA	183

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Tiga unsur kekuasaan	16
Tabel 1.2 : Model analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	24
Tabel 1.3 : Rincian berita pertanggal 17 April-21 Mei 2019	25
Tabel 3.1 : Spesifikasi berita 1	62
Tabel 3.2 : Spesifikasi berita 2	75
Tabel 3.3 : Spesifikasi berita 3	87
Tabel 3.4 : Spesifikasi berita 4	99
Tabel 3.5 : Spesifikasi berita 5	118
Tabel 3.6 : Spesifikasi berita 6	120
Tabel 3.7 : Spesifikasi berita 7	129
Tabel 3.8 : Spesifikasi berita 8	149
Tabel 3.9 : Spesifikasi berita 9	163
Tabel 3.10 : Spesifikasi berita 10	177

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Rangkain kekuasaan.....	15
Gambar 2.1 : Logo Metro TV	39
Gambar 2.2 : Struktur organisasi Metro TV	42
Gambar 2.3 : Logo partai NasDem	49
Gambar 3.1 : Tampilan awal “Arah Ekonomi Ditangan Jokowi-Ma’ruf”..	62
Gambar 3.2 : Tampilan <i>headline</i> berita 1.....	64
Gambar 3.3 : Tampilan <i>kutipan</i> berita 1	68
Gambar 3.4 : <i>Sin</i> pertama berita 1.....	73
Gambar 3.5 : <i>Sin</i> kedua berita 1	73
Gambar 3.6 : <i>Sin</i> ketiga berita 1	73
Gambar 3.7 : <i>Sin</i> keempat berita 1	73
Gambar 3.8 : <i>Sin</i> kelima berita 1.....	74
Gambar 3.9 : <i>Sin</i> keenam berita 1	74
Gambar 3.10 : <i>Sin</i> ketujuh berita 1	74
Gambar 3.11 : Tampilan awal “Pemimpin Dunia Ucapkan Selamat Untuk Jokowi”	75
Gambar 3.12 : Tampilan <i>headline</i> berita 2.....	77
Gambar 3.13 : Tampilan <i>kutipan</i> berita 2	80
Gambar 3.14 : <i>Sin</i> pertama berita 2	84
Gambar 3.15 : <i>Sin</i> kedua berita 2	84
Gambar 3.16 : <i>Sin</i> ketiga berita 2	85

Gambar 3.17 : <i>Sin</i> keempat berita 2	85
Gambar 3.18 : <i>Sin</i> kelima berita 2.....	85
Gambar 3.19 : <i>Sin</i> keenam berita 2	85
Gambar 3.20 : <i>Sin</i> ketujuh berita 2	85
Gambar 3.21 : <i>Sin</i> kedelapan berita 2	85
Gambar 3.22 : <i>Sin</i> kesembilan berita 2	86
Gambar 3.23 : Tampilan awal “ <i>Quick Count</i> Sesuai Harapan Mayoritas Pengusaha”	87
Gambar 3.24 : Tampilan <i>kutipan</i> berita 3	93
Gambar 3.25 : <i>Sin</i> pertama berita 3.....	97
Gambar 3.26 : <i>Sin</i> kedua berita 3	97
Gambar 3.27 : <i>Sin</i> ketiga berita 3.....	97
Gambar 3.28 : <i>Sin</i> keempat berita 3	97
Gambar 3.29 : <i>Sin</i> kelima berita 3.....	97
Gambar 3.30 : <i>Sin</i> keenam berita 3	97
Gambar 3.31 : Tampilan awal ” <i>Moment</i> Sambutan Warga Indonesia”	99
Gambar 3.32 : Tampilan <i>kutipan</i> berita 4	103
Gambar 3.33 : <i>Sin</i> pertama berita 4.....	107
Gambar 3.34 : <i>Sin</i> kedua berita 4	107
Gambar 3.35 : <i>Sin</i> ketiga berita 4	108
Gambar 3.36 : <i>Sin</i> keempat berita 4	108
Gambar 3.37 : <i>Sin</i> kelima berita 4.....	108

Gambar 3.38 : <i>Sin</i> keenam berita 4	108
Gambar 3.39 : <i>Sin</i> ketujuh berita 4	108
Gambar 3.40 : <i>Sin</i> kedelapan berita 4	108
Gambar 3.41 : <i>Sin</i> kesembilan berita 4	109
Gambar 3.42 : <i>Sin</i> kesepuluh berita 4	109
Gambar 3.43 : <i>Sin</i> kesebelas berita 4	109
Gambar 3.44 : <i>Sin</i> keduabelas berita 4	109
Gambar 3.45 : <i>Sin</i> ketigabelas berita 4.....	109
Gambar 3.46 : Tampilan awal “Jokowi Presiden Terpopuler Di Dunia” ...	111
Gambar 3.47 : Tampilan <i>kutipan</i> berita 5	112
Gambar 3.48 : <i>Sin</i> pertama berita 5	118
Gambar 3.49 : <i>Sin</i> kedua berita 5	118
Gambar 3.50 : <i>Sin</i> ketiga berita 5	119
Gambar 3.51 : <i>Sin</i> keempat berita 5	119
Gambar 3.52 : <i>Sin</i> kelima berita 5	119
Gambar 3.53 : <i>Sin</i> keenam berita 5	119
Gambar 3.54 : Tampilan awal “Tim TKN Terima 25.000 Aduan Kecurangan”	120
Gambar 3.55 : <i>Sin</i> pertama berita 6	127
Gambar 3.56 : <i>Sin</i> kedua berita 6	127
Gambar 3.57 : <i>Sin</i> ketiga berita 6.....	127
Gambar 3.58 : <i>Sin</i> keempat berita 6	127

Gambar 3.59 : <i>Sin</i> kelima berita 6	128
Gambar 3.60 : <i>Sin</i> keenam berita 6	128
Gambar 3.61 : <i>Sin</i> ketujuh berita 6	128
Gambar 3.62 : Tampilan awal “Presiden Bertemu Pimpinan Organisasi Buruh”	129
Gambar 3.63 : Tampilan <i>headline</i> berita 7.....	131
Gambar 3.64 : <i>Sin</i> pertama berita 7	137
Gambar 3.65 : <i>Sin</i> kedua berita 7	137
Gambar 3.66 : <i>Sin</i> ketiga berita 7	137
Gambar 3.67 : <i>Sin</i> keempat berita 7	137
Gambar 3.68 : <i>Sin</i> kelima berita 7	138
Gambar 3.69 : <i>Sin</i> keenam berita 7	138
Gambar 3.70 : <i>Sin</i> ketujuh berita 7	138
Gambar 3.71 : <i>Sin</i> kedelapan berita 7	138
Gambar 3.72 : <i>Sin</i> kesembilan berita 7	138
Gambar 3.73 : <i>Sin</i> kesepuluh berita 7	138
Gambar 3.74 : <i>Sin</i> kesebelas berita 7	139
Gambar 3.75 : <i>Sin</i> kedua belas berita 7	139
Gambar 3.76 : <i>Sin</i> ketiga belas berita 7.....	139
Gambar 3.77 : Tampilan awal “Libur <i>May Day</i> Jokowi Ajak Keluarga Pergi Ke Mall Di Solo	140
Gambar 3.78 : <i>Sin</i> pertama berita 8.....	147

Gambar 3.79 : <i>Sin</i> kedua berita 8	147
Gambar 3.80 : <i>Sin</i> ketiga berita 8	147
Gambar 3.81 : <i>Sin</i> keempat berita 8	147
Gambar 3.82 : <i>Sin</i> kelima berita 8	147
Gambar 3.83 : <i>Sin</i> keenam berita 8	147
Gambar 3.84 : <i>Sin</i> ketujuh beita 8	148
Gambar 3.85 : <i>Sin</i> kedelapan berita 8	148
Gambar 3.86 : <i>Sin</i> kesembilan berita 8	148
Gambar 3.87 : Tampilan awal “Peresmian Tol Pandaa-Malang”	149
Gambar 3.88 : Tampilan <i>headline</i> berita 9	152
Gambar 3.89 : <i>Sin</i> pertama berita 9	158
Gambar 3.90 : <i>Sin</i> kedua berita 9	158
Gambar 3.91 : <i>Sin</i> ketiga berita 9	159
Gambar 3.92 : <i>Sin</i> keempat berita 9	159
Gambar 3.93 : <i>Sin</i> kelima berita 9	159
Gambar 3.94 : <i>Sin</i> keenam berita 9	159
Gambar 3.95 : <i>Sin</i> ketujuh berita 9	159
Gambar 3.96 : <i>Sin</i> kedelapan berita 9	159
Gambar 3.97 : <i>Sin</i> kesembilan berita 9	160
Gambar 3.98 : <i>Sin</i> kesepuluh berita 9	160
Gambar 3.99 : <i>Sin</i> kesebelas berita 9	160
Gambar 3.100 : <i>Sin</i> kedua belas berita 9	160

Gambar 3.101 : <i>Sin</i> ketiga belas berita 9	160
Gambar 3.102 : <i>Sin</i> keempat belas berita 9	160
Gambar 3.103 : <i>Sin</i> kelima belas berita 9	161
Gambar 3.104 : <i>Sin</i> keenam belas berita 9	161
Gambar 3.105 : <i>Sin</i> ketujuh belas berita 9	161
Gambar 3.106 : <i>Sin</i> kedelapan belas berita 9	161
Gambar 3.107 : <i>Sin</i> kesembilan belas berita 9	161
Gambar 3.108 : <i>Sin</i> kedua puluh berita 9	161
Gambar 3.109 : <i>Sin</i> kedua puluh satu berita 9	162
Gambar 3.110 : Tampilan awal “Jokowi, Memimpin Tanpa Beban”	163
Gambar 3.111 : Tampilan <i>headline</i> berita 10	167
Gambar 3.112 : <i>Sin</i> pertama berita 10	174
Gambar 3.113 : <i>Sin</i> kedua berita 10	174
Gambar 3.114 : <i>Sin</i> ketiga berita 10	174
Gambar 3.115 : <i>Sin</i> keempat berita 10	174
Gambar 3.116 : <i>Sin</i> kelima berita 10	174
Gambar 3.117 : <i>Sin</i> keenam berita 10	174
Gambar 3.118 : <i>Sin</i> ketujuh berita 10	175
Gambar 3.119 : <i>Sin</i> kedelapan berita 10	175
Gambar 3.120 : <i>Sin</i> kesembilan berita 10	175
Gambar 3.121 : <i>Sin</i> kesepuluh berita 10	175

Gambar 3.122 : <i>Sin</i> kesebelas berita 10	175
Gambar 3.123 : <i>Sin</i> kedua belas berita 10.....	175
Gambar 3.124 : <i>Sin</i> ketiga belas berita 10	176
Gambar 3.125 : <i>Sin</i> keempat belas berita 10.....	176

KATA PENGANTAR

Alhamulillahirrabbil Aalamiin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan untuk mendapatkan kebahagiaan di dunia yang sementara ini dan di akhirat yang selama-lamanya. Skripsi ini berjudul “pencitraan politik melalui Metro TV sebagai media pemenangan paslon Jokowi-Ma’ruf” yang dibuat untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan petunjuk serta arahan dalam menyusun skripsi ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.M. Sirozi, Ph.D selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Bapak Prof. Dr. Izomiddin. MA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Dr. Andi Candra Jaya, S.Ag., M.Hum selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik.
4. Bapak Erik Dermawan, S.IP, M.HI. selaku Skretaris Program Studi Ilmu Politik.
5. Bapak Dr. Ahmad Syukri, S.IP., M.Si selaku Pembimbing Akademik.
6. Ibu Reza Aprianti, MA selaku Pembimbing I Skripsi
7. Bapak Hatta Azzuhri, M.Si selaku Pembimbing II Skripsi

8. Semua dosen jurusan Ilmu Politik yang telah mengajarkan semua pengetahuan di bidang ilmu politik.
9. Semua staf administrasi FISIP yang telah melancarkan segala urusan birokrasi
10. Kedua orang tua Bapak Zaili dan Ibu Lesmana Dewi, serta kakak Metra Hultikultura, adik Olif Aisyi, Zolis Rajuis, dan Celsy Lestari yang telah memberikan dukungan dan do'a.
11. Sahabat-sahabat terbaik Ilmu Politik A 2016 (Alex Rodhinal, S.Sos, Bobby Sumarlin, S.Sos, Ade Samudera, S.Sos, Ani Pariza, S.Sos, Alan Sutra, C. S.Sos)
12. Sahabat-sahabat Kostan (Kak Abenk Okta, S.TP, Zainal Abidin, C. S.Pd, Rahmat Iman, C. S.Pd, Rizky Gede Prayogi, Rizky Fajri, C. S.H)
13. Seluruh pihak yang tidak dapat saya tuliskan satu persatu yang telah memberikan segala curahan semangat dan bantuannya.

Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang bermanfaat bagi kita semua dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.
Aamiin...

Palembang, 23 Januari 2020



Munser ZL.
NIM. 1657020082

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Politik kontemporer yang disertai dengan modernisasi berdampak pada sistem politik. Swanson dan Mancini dalam Inri Inggrit Indrayani menyatakan bahwa konsekuensi yang muncul adalah “deideologisasi partai-partai” dan fenomena *electoral parties* yaitu partai-partai hanya bertujuan untuk memperbesar perolehan suara dalam pemilu dan membicarakan banyak isu tanpa mempertimbangkan ideologi¹.

Politik Indonesia kontemporer, tidak banyak partai politik yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap kader-kadernya. Dalam kondisi seperti ini, partai politik melemah dan kemudian melahirkan personifikasi yang dipandang sebagai representasi bagi ide-ide politik yang masih baru dan segar sehingga keberadaan partai politik terabaikan. Perolehan suara pada akhirnya tidak saja ditentukan oleh elektabilitas namun popularitas yang dimiliki oleh kandidat. Popularitas ini menuntut para kandidat untuk menampilkan identitasnya selaras dengan selera publik².

Banyak dari mereka yang mendekatkan diri dengan berbagai kasus yang sedang hangat menjadi pemberitaan, dengan tampil sebagai pihak yang prorakyat kecil. Mereka juga mengiklankan dirinya dengan slogan-slogan tertentu dan menyatakan sebagai pemimpin yang layak. Media yang digunakan tidak terbatas

¹Inri Inggrit Indrayani, “*Media Dan politik Citra Dalam Politik Indonesia Kontemporer*”, Jurnal Ilmiah Scriptura, Vol. 3, No 2, Juli 2009, h. 132

²*Ibid.*, h. 132

pada media cetak dan elektronik seperti televisi, tetapi juga media baru seperti internet.

Mereka menunjukkan eksistensinya melalui *website*, medsos (media sosial) seperti *twitter* atau *facebook*. sangat tingginya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dan semakin meningkatnya pengguna internet di Indonesia, menjadi peluang pula bagi para tokoh politik untuk menjadikan pengguna internet sebagai sasaran. Semua itu dilakukan tentu saja dalam membangun citranya, memperkenalkan diri kepada publik, dengan harapan tingkat elektabilitasnya meningkat³.

Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima oleh publik, baik secara langsung maupun melalui media massa. Citra kepada publik terwujud sebagai konsekuensi kognitif dari komunikasi. Citra politik dapat dirumuskan sebagai suatu gambaran tentang politik atau kekuasaan, kewewenangan, autoritas, konflik dan konsensus yang memiliki makna, walaupun tidak selamanya sesuai dengan realitas. Citra politik tersusun melalui persepsi yang bermakna tentang gejala politik dan kemudian menyatakan makna itu melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan dalam bentuk pendapat pribadi yang selanjutnya dapat berkembang menjadi pendapat umum atau opini publik.

Pencitraan identik dengan menonjolkan diri, membentuk persepsi masyarakat baik itu tentang partai maupun orang-orang berkepentingan di belakang partai. Pencitraan diperlukan sebagai sarana menjual “komoditas” partai dan cara

³Haryati, “*Pencitraan Tokoh Politik Menjelang Pemilu 2014*”, Jurnal Observasi, Vol. 11, No. 2, Tahun 2012, h. 176

efektif mengubah stigma negatif yang ada dalam masyarakat. Pencitraan merupakan salah satu bentuk penanaman ideologi, perspektif ke dalam benak orang lain, dalam konteks politik pencitraan kemudian lebih melihat pada tampilan citra diri yang lebih baik bagi masyarakat⁴.

Politik citra berbanding lurus dengan fenomena sebagian masyarakat yang pragmatis dengan melihat segala sesuatu tidak pada tataran substansi tetapi pada tampilan yang disuguhkan partai politik. Politik pencitraan telah menembus ruang-ruang yang telah diciptakan dengan kondisi awal sebagai ruang netral bagi aktivitas sosial masyarakat dan terbebas dari prentensi dan kepentingan-kepentingan individu maupun sekelompok orang selain kepentingan pemenuhan kepentingan lahiriah dan batiniah sebagai makhluk sosial.

Menurut Nimmo dalam Dudi Rustandi menjelaskan citra personal dalam politik memiliki tiga manfaat. Pertama, betapapun benar atau kelirunya, lengkap atau tidak lengkapnya untuk memahami peristiwa politik yang terjadi. Kedua, kesukaan atau ketidaksukaan publik pada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. Ketiga, citra positif diri seseorang memberikan cara menghubungkan dirinya dengan orang lain⁵.

Citra seseorang dapat membantu dalam pemahaman, penilaian, dan pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan, atau pemimpin politik, citra yang baik membantu memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya, tentang preferensi politik,

⁴Grendi Hendrastomo, “*Demokrasi Dan Politik Pencitraan Perang Iklan Politik Menuju Demokratisasi Di Indonesia*”, Jurnal Dimensia, Vol. 3, No. 2, September 2009, h. 4

⁵Dudi Rustandi, “*Pencitraan Politik Daring : Strategi Memenangkan Massa Digital Menjelang Pemilu 2014*”, Jurnal Observasi, Vol. 11, No. 2, Tahun 2013, h. 97

dan tentang penggabungan dengan orang lain. Orang tidak hanya memiliki alasan untuk bertindak tetapi juga memiliki kebutuhan untuk bertindak.

Media informasi berperan besar dalam pembentukan opini publik dan pencitraan, dan ini dianggap sangat penting untuk mewujudkan ide-ide dalam wujud material. Media juga dianggap penting karena penyebaran informasi yang jangkauannya luas, aksesnya lebih terbuka, serta sifatnya yang menghibur. Apalagi terkait pada isu keberagaman budaya seperti dalam masyarakat di Indonesia yang multikultural⁶.

Media merupakan tulang punggung demokrasi. Media menyediakan informasi politik bagi *elite* maupun masyarakat. Media membantu kita mengidentifikasi masalah-masalah yang terjadi dalam masyarakat kemudian menyediakan saluran untuk terjadinya dialog. Media juga berperan sebagai pengawas dari kemungkinan penyimpangan, ketidakadilan dan praktek kesalahan lainnya.

Selain media massa, keterlibatan komunikasi politik tidak kalah pentingnya. Adanya perolehan pengetahuan akibat terpaan berita politik media massa bukan saja telah mengonfirmasi ulang beberapa hasil penelitian yang telah mengungkapkan efek kognitif media massa, tetapi juga telah menguatkan dugaan keterlibatan media massa dalam pembangunan sistem politik⁷.

⁶ Danang Trijayanto, "*Relasi Antara Opini Publik Dan Media Massa (Pembentukan Opini Publik Melalui Iklan Politik Di MNC Dan Metro TV)*", Jurnal Promedia, Vol. 1, No. 2, Tahun 2015, h. 30

⁷Karim Suryadi, "*Media Massa Dan Political Literacy : Pemanfaatan Berita Politik Dikalanqan Remaja Kota Bandung*" Jurnal Mediator, Vol.8, No. 1, Juni 2007, h. 78

Seperti halnya terjadi pada pemilihan umum 2019 yang mana pada saat itu memperlihatkan hubungan yang sangat erat antara pasangan calon Jokowi-Ma'ruf dengan pemilik Metro TV yaitu Surya Paloh sekaligus ketua umum partai Nasional Demokrat (NasDem) yang tergabung dalam koalisi petahana. Dalam membuat citra positif Jokowi-Ma'ruf pasca hari pencoblosan 17 April 2019 Metro TV banyak menampilkan kalimat-kalimat yang menonjolkan kelebihanannya dibandingkan pasangan calon Prabowo-Sandi sebagai lawan politiknya pada pemilihan umum 2019.

Metro TV berusaha untuk mencerminkan bahwa pasangan calon Jokowi-Ma'ruf adalah pemimpin yang tepat untuk memimpin Indonesia lima tahun yang akan datang. Masyarakat yang melihat tayangan berita Metro TV ini tertanam dalam diri mereka rasa empati dan percaya kepada pasangan Jokowi-Ma'ruf. Sehingga muncullah citra positif pasangan Jokowi-Ma'ruf yang tersebar luas dan mempengaruhi dimasyarakat sesuai dengan yang diharapkan pihak Jokowi-Ma'ruf.

Dalam konteks skala yang lebih luas, konten-konten politik dalam komunikasi masyarakat sehari-hari menjadi hal yang biasa untuk disampaikan. Proses itu yang saat ini bisa dilakukan siapa saja, tidak mengenal usia, jabatan, agama, suku, latar belakang, dan pembeda-pembeda lainnya. Proses komunikasi politik dalam hal ini dapat dipahami sebagai upaya sengaja mempengaruhi lingkungan politik dengan jalan mengubah atau mempertahankan sesuatu. Dengan demikian aktivitas komunikasi politik banyak terkait dengan upaya mempersuasi

khalayak. Upaya persuasi khalayak ini disalurkan oleh beragam jenis-jenis media yang dewasa ini bertebaran, sehingga akhirnya membentuk opini publik.

Salah satu fungsi komunikasi politik adalah mengalirkan informasi baik dari atas ke bawah ataupun sebaliknya, dan dengan informasi secara horizontal inilah akan terjadi semacam proses saling memahami antara negara/pemerintah dan organisasi-organisasi yang menjadi subordinatnya. Hal ini penting karena dengan melalui proses saling memahami ini kecenderungan otoriterisme dari negara dapat dikurangi, bahwa mungkin dapat dihilangkan. Sedangkan pada pihak rakyat akan timbul kesadaran untuk berpartisipasi serta memberikan respons yang positif terhadap suatu kebijakan pemerintah⁸.

Politik pencitraan digunakan pada saat ini melalui media massa cetak maupun elektronik. Politik pencitraan melalui media elektronik terkadang dipakai oleh calon kandidat Pemilu dalam menaikkan popularitas mereka . Oleh karena itu dalam skripsi ini penulis bermaksud untuk meneliti **“Politik Pencitraan Melalui Metro TV Sebagai Media Pemenangan Paslon Jokowi-Ma’ruf”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Metro TV melakukan *frame* berita tentang Jokowi-Ma’ruf ?
2. Apa yang melatar belakangi Metro TV melakukan politik pencitraan pada Jokowi-Ma’ruf ?

⁸Yanto Supriyatno, “Peran Komunikasi Politik Pemerintah Dalam Mencegah Disintegrasi Bangsa”, Jurnal Kybernan, Vol. 2, No. 2, 2011, h, 5

C. Tujuan Penelitian

Skripsi ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui *frame* yang dilakukan oleh Metro TV terhadap pasangan calon Jokowi-Ma'uf.
2. Untuk mengetahui latar belakang politik pecitraan oleh Metro TV terhadap pasangan calon Jokowi-Ma'uf.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini kita dapat mengetahui bahwa politik dan media sangat terkait satu sama lain. Oleh karena itu kita dapat mengetahui bahwa media sangat ampuh digunakan sebagai instrumen politik dan dapat menguntungkan pihak-pihak tertentu. Kegunaan penelitian ini sendiri terbagi menjadi dua yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Memberikan sumbangan bahan kajian dalam bidang ilmu politik khususnya mengenai penggunaan media sebagai sarana kepentingan politik dan dapat menjadi rujukan penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan wawasan mahasiswa sehingga mahasiswa tidak langsung terprovokasi dengan cepat dengan apa yang diberikan di media massa pasca pemilihan umum yang akan datang.

E. Tinjauan Pustaka

Ridho Abdi Winahyu dalam *Politik Pencitraan Partai Gerindra Terhadap Prabowo Subianto Pada Pilres 2009*⁹. Penelitian ini menjelaskan yang dilakukan oleh partai Gerindra dalam membangun politik pencitraan Prabowo Subianto pada pilpres 2009. Pada saat Pemilu 2009 partai Gerindra sangat berperan dalam melakukan politik pencitraan Prabowo Subianto. Langkah yang nyata bagi politik pencitraan yang dilakukan partai Gerindra terhadap Prabowo diantara adalah partai Gerindra melakukan kampanye politik yang cukup intens di berbagai media publik, baik internal maupun lokal.

Selain menggunakan jasa media, Partai Gerindra juga melakukan komunikasi politik secara dialogis keberbagai segmentasi masyarakat misalnya kaum buruh, mahasiswa, petani, nelayan dan guru. Intensitas komunikasi politik yang dilakukan partai Gerindra dengan masyarakat umum menghasilkan kebijakan-kebijakan politik yang pro-rakyat seperti gagasan mengenai rencana ekonomi kerakyatan.

Selain komunikasi secara dialogis, Partai Gerindra juga melakukan kampanye politik yang cukup intens di berbagai media massa seperti televisi, koran, jurnal, radio, dan jejaring sosial. Di media televisi Prabowo sering ditampilkan melalui iklan-iklan politiknya bersama Partai Gerindra untuk mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk kembali memperhatikan ekonomi kerakyatan, dengan harapan akan tercipta citra yang positif terhadap Prabowo.

⁹ Ridho Abdi Winahyu. (2012). *Politik Pencitraan Partai Gerindra Terhadap Prabowo Subianto Pada Pilres 2009*, Skripsi Ilmu Politik, Jakarta : Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah.

Wildan dalam *Strategi Pencitraan Diri Presiden Amerika Serikat Studi Kasus : Barack Hussein Obama Pada Pemilihan Presiden 2008*¹⁰. Penelitian ini menjelaskan pada pemilihan presiden 2008 menciptakan antusiasme dan minat yang lebih tinggi dalam politik. Lebih dari 130 juta orang Amerika memberikan suara dalam pemilihan presiden 2008. Jutaan lebih yang cukup umur memilih hampir 100 juta pada tahun 2008. Sehingga sangat penting bagi mereka untuk mengetahui mengapa beberapa orang muncul di jajak pendapat dan yang lainnya tidak.

Skripsi ini menjelaskan Amerika berbeda dari warga negara-negara demokrasi lainnya. Sebuah proporsi yang lebih kecil dari Amerika biasanya akan memilih dalam pemilu yang diberikan dari warga negara demokrasi lainnya, tetapi kolektif suara Amerika jauh lebih sering, dan lebih penting, dari siapapun juga.

Ayusta Gilang Wanodya dalam *Penyetiran Opini Publik Di Media Massa : Telaah Teori Konspirasi Atas Perlemahan Islam*¹¹. Penelitian ini menjelaskan media massa telah menjadi senjata di berbagai sektor kehidupan baik politik, ekonomi, maupun agama. Mereka yang menginginkan kekuasaan menggunakan media sebagai perang opini yang memunculkan konspirasi masyarakat.

Jurnal ini mempercayai teori konspirasi sama dengan menyederhanakan peristiwa sejarah yang kompleks menjadi baik dan buruk, benar dan salah. Dan juga dalam jurnal ini mengajak umat islam untuk tidak mempercayai seratus persen

¹⁰ Wildan. (2012). *Strategi Pencitraan Diri Presiden Amerika Serikat Studi Kasus : Barack Hussein Obama Pada Pemilihan Presiden 2008*, Skripsi Perbandingan Politik, Depok, h. 1-82.

¹¹ Ayusta Gilang Wanodya, “ *Penyetiran Opini Publik Di Media Massa : Telaah Konspirasi Atas Pelemahan Islam*”, Fikrah : Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan Vol. 6, No. 1, 2018, h. 117-140

teori-teori konspirasi yang beredar, dan walaupun konspirasi tersebut memang benar adanya, meyalahkan pihak lain bukanlah tindakan yang arif dan solusi yang efektif untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi umat islam saat ini.

Rusmulyadi Dan Hanny Hafiar dalam *Dekonstruksi Citra Politik Jokowi Dalam Media Sosial*¹². Penelitian ini menjelaskan proses pembenukan citra politik dapat terjadi dalam semua lini media, tidak terkecuali lewat media sosial. Media sosial telah banyak digunakan untuk mem-*brading* citra politik seseorang atau partai politik tertentu. Sebaliknya, media sosial ternyata juga digunakan sebagai media petarungan simbolik untuk mendekonstruksi atau pun mendegradasi citra politik seseorang atau lembaga politik.

Penelitian ini untuk menganalisa bagaimana citra politik mengalami dekonstruksi dalam ruang media sosial. Analisa penelitian diarahkan terhadap postingan Twitter dalam *hashtag* #2019GantiPresiden. *Hashtag* ini sendiri mengacu pada upaya untuk memviralkan pergantian Presiden dalam perhelatan Pilpres 2019. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa dalam ruang media sosial citra politik Jokowi berupaya didekonstruksi dan dicitrakan sebagai sosok yang tidak kompeten, tidak memiliki kapabilitas sebagai pemimpin dan inkonsisten terhadap janji-janji politiknya.

Suyatno Kahar dalam *Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi*¹³. Penelitian ini menjelaskan tentang pencitraan partai politik yang dilakukan partai nasional demokrat melalui iklan televisi. Dari hasil temuan

¹² Rusmulyadi Dan Hanny Hafiar, “*Dekonstruksi Citra Politik Jokowi Dalam Media Sosial*”, Jurnal Profesi Humas, Vol. 3, No. 1, 2018, h. 120-140

¹³ Suyatno Kahar, “*Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi*”, Jurnal Humanity, Vol. 9, No. 2, Maret 2014, h. 72-84

penelitian ini mengungkap bahwa partai NasDem mengajak publik bersatu bersama dalam melakukan perubahan menegakan hukum yang adil dan merata.

Partai Nasdem melakukan pencitraan politik, publik juga membaca citra partainya secara berbeda berdasarkan subyektivitas mereka, baik berdasarkan pengalaman dan asosiasi yang pernah dialami, atau karena ada yang *setting* dimana citra tersebut muncul. Dengan demikian maka publik dalam menilai citra politik partai NasDem ada yang positif atau negatif bahkan ada juga yang netral, tergantung juga sudut pandang mereka masing-masing.

Anang Azas Azhar dalam *Pencitraan Politik Elektoral Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat*¹⁴. buku ini menjelaskan kajian yang telah dilakukan terkait dengan pencitraan politik yang dilakukan DPW PAN Sumatera Utara dalam menarik simpatik masyarakat. pencitraan yang dilakukan Partai Amanat Nasional (PAN) menggunakan strategi komunikasi politik yang sangat bervariasi.

Tujuan pencitraan tersebut adalah untuk meraih simpati masyarakat, sehingga elektabilitas perolehan suara PAN bisa meningkat. DPW PAN Sumatera Utara melakukan pencitraan politik lewat penggunaan saluran komunikasi massa, komunikasi kelompok. Pencitraan politik PAN juga dilakukan dengan menggunakan iklan politik di surat kabar. Pencitraan politik yang dilakukan PAN dengan menggunakan media massa lebih cenderung kepada masyarakat kota karena akses mereka lebih mudah ke media massa.

¹⁴ Anang Azas Azhar. (2017). *Pencitraan Politik Elektoral Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat*, Yogyakarta : Atap Buku Yogyakarta, Cet, Ke-1, h. 1-303

Idris Hemay dan Aris Munandar dalam *Politik Identitas Dan Pencitraan Kandidat Gubernur Terhadap Perilaku Pemilih*¹⁵. Penelitian ini menjelaskan perilaku pemilih yang memiliki hak suara menjelang Pilkada Bengkulu 2015 yang mana sangat dipengaruhi oleh identitas dan pencitraan calon Gubernur yang akan mereka pilih. Karakter atau citra positif yang dianggap penting oleh masyarakat Bengkulu adalah daerah yang religius, pandai dan jujur, masyarakat Bengkulu juga menganggap juga penting kandidat kaya dan mapan secara *finansial/ekonomi*, dikenal juga berasal keturunan yang baik-baik serta dianggap sukses dalam kehidupannya saat ini.

Sentimen kesukuan juga dapat berpengaruh besar apabila disandingkan dengan citra figur yang positif. Dengan citra figur yang begitu baik, semua orang dapat menerima kandidat apapun sukunya. Atau dikatakan kontribusi itu masing-masing faktor dapat bersifat positif atau negatif. Namun, dalam kasus menjelang Pilkada Gubernur Bengkulu 2015, faktor identitas yang dimiliki figur yang juga dapat disebut sentimen kesukuan, dapat banyak berkontribusi secara positif dalam membentuk perilaku pemilih.

Beberapa penelitian diatas memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu mengenai tema yang diteliti. Sedangkan perbedaannya yaitu mengenai objek dan tempat yang diteliti. Penelitian yang akan peneliti lakukan lebih fokus kepada politik dan pencitraan melalui Metro TV sebagai alat pemenangan paslon Jokowi-Ma'ruf.

¹⁵ Idris Hemay Dan Aris Munandar, "*Politik Identitas Dan Pencitraan Kandidat Gubernur Terhadap Perilaku Pemilih*", Jurnal Kajian Politik Dan Masalah Pembangunan, Vol. 12, No 01, 2016, h. 1737-1748

Meskipun diatas telah disebutkan adanya penelitian dengan tema yang serupa dengan penelitian yang peneliti lakukan, akan tetapi mengingat subjek, objek dan tempat penelitian yang berbeda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *Politik Pencitraan Melalui Metro TV Sebagai Media Pemenangan Paslon Jokowi-Ma'ruf*.

F. Kerangka Teori

Kekuasaan merupakan konsep yang paling mendasar dalam ilmu-ilmu sosial dan didalamnya terdapat perbedaan titik penekanan yang dikemukakan. Kekuasaan adalah kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk mempengaruhi tingkah-lakunya seseorang atau kelompok lain sedemikian rupa sehingga tingkah-lakunya menjadi sesuai dengan keinginan dan tujuan dari orang yang mempunyai kekuasaan itu.

Pada dasarnya kekuasaan politik adalah kemampuan individu atau kelompok untuk memanfaatkan sumber-sumber kekuatan yang bisa menunjang sektor kekuasaannya dalam rangka mencapai tujuan tertentu, sumber-sumber tersebut bisa berupa media massa, media umum, mahasiswa, *elite* politik, tokoh masyarakat ataupun militer¹⁶.

Sumber penunjang untuk memperoleh, mempertahankan dan menjatuhkan kekuasaannya yang perlu diperhitungkan adalah media massa. Jenderal dan Panglima Perang Perancis Napoleon Bonaparte, pernah berkata “Di medan perang aku tidak pernah takut, tapi yang paling aku takuti adalah pena wartawan”. Pemimpin, sebagai pemilik kekuasaan, bisa mempengaruhi pengikutnya. Bahkan

¹⁶ Imam Hidayat. (2009). Teori-Teori Politik, Malang : SETARA Pers. h. 31

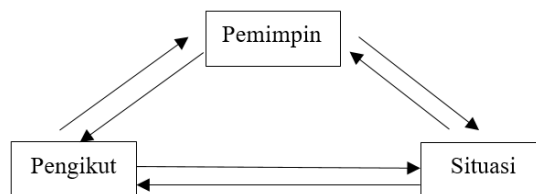
menciptakan pengikut, sehingga kepengikutan si pengikut akan membabi buta, tidak rasional lagi.

Dalam teori lain, unsur penunjang kekuasaan politik diantara lain adalah :

1. *Power machine*. Dikenal dengan nama lain “mesin politik” dari format kekuasaan. Misalnya pada zaman Orde Baru, dikenal adanya kekuasaan di jalur A (ABRI), kekuasaan di jalur B (Birokrasi), kekuasaan di jalur G (Gorkar Murni). Dalam penentuan pemilihan kepala daerah (Gubernur, Bupati/Walikota), misalnya, paling tidak harus terjadi konsultasi yang mendalam dari tiga jalur tersebut.
2. *Power backing*. Dibelakang kekuasaan harus ada pendorong, harus ada kekuatan yang bisa mengamankan dan mempertahankan sang penguasa. *Power backing* dalam praktik bisa mendominasi “peranan kekuasaan” dan biasanya dilakukan oleh militer.
3. *power fund*. Pelaksanaan kekuasaan tentu saja memerlukan dana yang besar dalam rangka menjalankan roda pemerintahannya. Indonesia, misalnya sejak tahun 1977 telah terjebak dalam krisis ekonomi dengan didesak oleh masalah hutang luar negeri. Kemudian terjadi lagi krisis ekonomi sejak lengsernya Orba.
4. *People's power*. Unsur pendukung yang luas pengaruhnya, yaitu kekuasaan rakyat, akan dapat menurunkan sang penguasa. Contohnya adalah di Iran (Syah Iran), di Nakagarua (Somoza), di Indonesia (Soeharto), di Filipina (Marcos, Estrada). Kekuatan massa pada akhirnya akan menjadi pola

gerakan yang sanggup menjatuhkan penguasa yang otoriter dan tidak disukai oleh rakyat.

Ada tiga komponen dalam rangkaian kekuasaan yang akan mempengaruhi penguasa atau pemimpin dalam menjalankan kekuasaannya. Komponen ini harus diikuti, dipelajari, karena saling terkait di dalam roda kehidupan penguasa. Tiga komponen ini adalah pemimpin (pemilik atau pengendali kekuasaan), pengikut dan situasi. Seperti pada gambar berikut :



Gambar 1.1 : Rangkaian Kekuasaan

Dari gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut. Pemimpin, sebagai pemilik kekuasaan, bisa mempengaruhi pengikutnya. Bahkan menciptakan pengikut, menggiring pengikut, menjadi provokator pengikut, sehingga kepengikutan si pengikut, menjadi membabi buta, tidak rasional lagi. Pengikut sebaliknya juga bisa mempengaruhi pemimpin, bisa memberikan bisikan kepada pemimpin, bisa menyuruh untuk mempertahankan kekuasaan dan bahkan bisa menjatuhkan kekuasaannya. Pemimpin juga bisa menciptakan suatu situasi, merekayasa situasi.

Dari gerak tiga komponen diatas, maka kekuasaan juga mempunyai unsur *influence*, yakni menakinkan sambil berargumentasi, sehingga bisa mengubah tingkah laku. Kekuasaan juga mempunyai unsur *persuasion*, yaitu kemampuan untuk menakinkan orang dengan cara sosialisasi atau persuasi/bujukan atau rayuan

baik yang positif maupun negatif, sehingga bisa timbul unsur manipulasi *coercion*, yang berarti mengambil tindakan desakan, kekuatan, kalau perlu disertai kekeuatan unsur *force* atau kekuatan massa, termasuk dengan kekuatan militer¹⁷. Untuk menyederhanakan penjelasan diatas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 : Tiga unsur kekuasaan

Variable	Demensi	Indikator
Kekuasaan	<i>Influence</i> /pengaruh	Pengaruh media
	<i>Persuasion</i> /persuasi	Bujukan atau rayuan melalui media
	<i>Coercion</i> /kekuatan politik	Media sebagai alat politik

Sumber : Pengamatan pengertian dari Imam Hidayat

Pada saat ini, otoritas yang ada mengutamakan karisma yang dimiliki oleh seorang pemimpin. Media massa mengkonstruksikan kekuasaan yang berkarisma melalui produksi media terhadap penciptaan citra/*image*. Dalam kehidupan berpolitik, kekuasaan yang berkarisma dibatasi oleh kekuatan ekonomi dan intelektual yang dapat memberikan pengaruh besar atas yang mendapatkan kekuasaan. Hal ini dikenal dengan sebutan *elite* politik yang dibentuk dari mereka yang mengendalikan sarana utama produksi atau dalam lingkup yang lebih luas lagi.

Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat seperti surat kabar, film, televisi, dan radio. Media massa bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan

¹⁷ *Ibid.*, h. 33

heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Dan juga media massa mampu menyebar pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas¹⁸.

Kekuatan media ini terwujud dalam tiga aspek. *Pertama, agenda setting* media mampu menciptakan isu, membuat sebuah isu lebih menonjol dibandingkan isu lain atau. *Kedua, framing* media mempunyai kekuatan dalam membingkai suatu peristiwa, sebagai akibatnya media bisa mempengaruhi pandangan publik atas isu. *Ketiga, priming* media mempunyai kemampuan dalam mengarahkan pandangan publik¹⁹. Dalam penelitian ini sendiri peneliti menggunakan teori *framing* yang dipadu dengan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai pisau pembedah berita-berita yang ditayangkan oleh Metro TV.

Framing adalah kemampuan media membingkai isu, *Framing* atau bingkai bisa dianalogikan seperti bingkai jendela rumah. Bingkai menentukan pandangan sekaligus membatasi pandangan, hal-hal apa yang kita lihat dan tidak kita lihat. Analogi bingkai ini, bisa diterapkan ke media. Peristiwa sebaliknya dilihat dengan bingkai atau jendela tertentu, sebagai akibatnya ada hal yang diberitakan, dan tidak diberitakan. Ada bagian yang diberitakan porsi besar dan bagian lain diberikan porsi kecil.

Teori *framing* ini menjelaskan sebuah cara penyajian berita oleh media, penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas. Media menghubungkan dan menonjolkan

¹⁸ Nurudin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*, jakarta : PT. Rajagrafindo persada,

¹⁹ Eriyanto. (2018). *Media Dan Opini Publik*, Jakarta : Rajawali Pers, Cet, Ke-1, h. 10

peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak.

Konsep *framing* dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman. Menurut Goffman, manusia pada dasarnya secara aktif mengklasifikasikan dan mengkategorisasikan pengalaman hidup ini agar mempunyai arti atau makna. Setiap tindakan manusia pada dasarnya mempunyai arti, dan manusia berusaha memberi penafsiran atas perilaku tersebut agar bermakna dan berarti. Sebagai akibatnya, tindakan manusia sangat tergantung pada *frame* atau skema interpretasi dari seseorang²⁰. Cara bercerita tersebut terbentuk dalam suatu kemasan/*package*. Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima.

Menurut Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki analisis *framing* adalah strategi konstruksi dan memproses berita²¹. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. Dalam perspektif komunikasi, *analysis framing* dipakai untuk membedah/menggali cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta yang ada. *Analysis* ini mengfokuskan pada strategi seleksi, penonjolan, dan hubungan fakta berita agar lebih bermakna, lebih berarti, mudah diingat juga lebih menarik, untuk mengiringi interpretasi publik yang muncul sesuai perspektif yang diinginkan media.

²⁰ Eriyanto. (2002). *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*, Yogyakarta : LkiS, Cet, Ke-I, hal. 83

²¹ *Ibid.*, Eriyanto, h. 291

Didalam *analysis framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terdapat cara melihat suatu berita diproduksi dan peristiwa yang telah dikonstruksi oleh wartawan. Wartawan tidaklah sendiri, mereka mempunyai hubungan dengan pihak lain dan khalayak. Sementara itu wartawan sangat menekankan pada pemaknaan mereka atas suatu peristiwa dengan cara strategis kata, kalimat, lead, hubungan antar kalimat, foto, grafik, dan perangkat lain. Dari semua perangkat framing dibagi empat struktur besar. Rangkaian keempat struktur ini dapat menunjukkan framing media dengan sempurna.

1. Sintaksis

Struktur sintaksis berhubungan dengan bagaimana jurnalis menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, dalam susunan umum berita. Dalam hal ini sintaksis berusaha mengkaji hubungan tanda-tanda bekerjasama untuk menjalankan fungsinya. Keberadaan struktur sintaksis ini dapat dilihat dengan mengamati bagan sebuah berita yang meliputi *headline*, *lead* yang dipakai, latar kutipan yang diambil. Skema berita adalah perangkat *framing* dari struktur sintaksis yang mempunyai beberapa bagian. Bagian dari sintaksis tersebut adalah :

a. *Headline*

Headline atau judul berita, yang merupakan aspek sintaksis dari wacana berita dengan tingkat kemenonjolan yang tinggi dan menunjukkan kecenderungan berita yang diangkat. Berkaitan dengan judul berita, biasanya judul berita dibuat semenarik mungkin.

b. *Lead*

Lead merupakan pengantar sebelum masuk kedalam isi berita, *lead* bisa menjadi penjelas *headline* dan bisa juga menggambarkan latar berita. Fungsi *lead* dalam *framing* berita adalah memberikan sudut pandang berita dan perspektif tertentu dari peristiwa yang diberitakan.

c. Latar

Latar merupakan bagian dari berita yang dapat digunakan sebagai alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Latar peristiwa dipakai untuk menyediakan latar belakang kemana teks berita hendak diarahkan

d. Kutipan

Penulis kutipan sumber bertujuan untuk membangun objektivitas. Kutipanpun dipakai untuk menjelaskan bahwa apa yang ditulis berita bukan sekedar pendapat wartawan, melainkan pendapat dari narasumber.

2. Skrip

Bentuk umum dari unsur penulisan berita atau *skrip* adalah pola 5W+1H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*). Meskipun pola ini tidak selalu dapat dijumpai dalam berita yang ditampilkan, kategori informasi ini diterapkan diambil oleh wartawan untuk dilaporkan. Unsur kelengkapan berita ini dapat menjadi pertanda *framing* yang ingin ditampilkan.

3. Tematik

Tematik merupakan proses pengaturan tekstual yang disuguhkan kepada pembaca dapat memberikan perhatian pada bagian-bagian terpenting dari isi teks. Sebuah tema bukan merupakan hasil dari seperangkat elemen yang spesifik

melainkan berhubungan dengan bagaimana fakta itu tertulis. Dalam peristiwa tertentu, pembuat teks dapat melakukan rekayasa penafsiran pembaca/akhlak tentang suatu peristiwa. Elemen dari struktur skrip adalah :

a. Detail

Elemen yang berelasi dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang komunikator. Komunikator akan menampilkan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit bila perlu tidak diampaikan jika hal itu merugikan kedudukannya. Dalam *analisis framing*, kita bisa melihat jurnalis menampilkan informasi secara lebih banyak daripada informasi yang lain.

b. Koherensi

Koherensi difahami sebagai pentaan secara rapi realitas dan gagasan, fakta, logis sehingga memudahkan untuk memahami pesan yang dikandungnya. Koherensi dapat ditampilkan melalui hubungan sebab akibat dan bisa juga sebagai penjelas. Koherensi ini secara mudah dapat diamati, diantaranya dari kata hubung yang dipakai (dan, akibat, tetapi, lalu, karena, meskipun) menyebabkan makna yang berlainan ketika hendak menghubungkan proposisi.

c. Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat adalah sisi pemakaian kalimat yang berelasi dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Logika kaulitas ini kalau diterjemahkan kedalam bahasa menjadi susunan subjek yang menerangkan

dan predikat yang diterangkan. Bentuk kalimat ini tidak hanya menjadi persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat.

d. **Kata Ganti**

Kata ganti adalah elemen yang digunakan untuk melakukan manipulasi bahasa dengan membuat suatu komunitas imajinatif. Ada gejala umum dalam praktik, jurnanisme, jurnalis menggunakan kata yang berbeda dengan makna yang sama dalam konteks yang sama. Jurnalis menggunakan kata-kata yang berbeda dalam sebuah berita. Namun yang perlu diperhatikan adalah kata yang berbeda walaupun bermakna sama, memiliki makna yang berbeda.

4. Retoris

Struktur retorik berelasi dengan cara jurnalis memberi penekanan arti tertentu dalam berita yang disusunnya. Jurnalis menggunakan perangkat retorik untuk membangun citra, meningkatkan poin-poin yang menonjol pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh wartawan:

a. *Leksikon*

Elemen ini menandakan seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Pilihan kata yang digunakan komunikator secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaannya terhadap fakta atau realitas.

b. Metafora

Metafora merupakan unsur ketiga dalam struktur retorik. Dalam berita, jurnalis bukan hanya menyusun teks saja, namun untuk menghidupkan berita, para jurnalis menuliskan pula kiasa, ungkapan, perbandingan, dan sebagainya. Secara literal, metafora dapat diartikan sebagai cara untuk memindahkan makna dengan merealisasikan dua fakta melalui analogi, atau memakai kiasan dengan menggunakan kata-kata seperti, ibarat, bak, umpama dan laksana.

c. Grafis

Grafis merupakan elemen wacana yang dipakai untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan melalui bagian tulisan, seperti pemakaian tanda tanya, huruf tebal, miring, garis bawah, bahkan termasuk grafis, tabel dan foto. Pendekatan ini dapat juga digambarkan seperti pada gambar berikut :

Tabel 1.2 : Model Analisis Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIANALISIS
SINTAKSIS Cara wartawan menyusun fakta	1. Skema berita	Headline, lead, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan fakta	2. Kelengkapan berita	5W+1H
TEMATIK Cara wartawan menulis fakta	3. Detail 4. Koherensi 5. Bentuk kalimat 6. Kata ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	7. Leksikon 8. Grafis 9. Metafora	Kata, idiom, gambar/foto grafik

Sumber : Eriyanto. 2002. Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media, Lkis Yogyakarta.

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan/Metode Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan tipe *analisis*, pendekatan kualitatif. Oleh karena itu metode mengumpulkan data yang dipakai adalah Dokumentasi. Dokumen yang telah diperoleh kemudian di analisa/diurai, dibandingkan dan dipadukan/sintesis membentuk satu kajian yang sistematis, padu, dan utuh. Menurut Bogdan dan Biklen dalam Fellicia dkk Analisa data kualitatif adalah, “upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilih-memilihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya,

mencari dan menemukan pola, menemukan yang penting dan yang pelajari dan memutuskan yang dapat disampaikan kepada orang lain”²².

2. Data Dan Sumber Data

Mengacu pada pengumpulan dan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis ada dua sumber yang dipakai yaitu, sumber data primer dan data sekunder.

- a. Data primer merupakan data utama yang didownload pada konten *You Tube* sehingga data tersebut berbentuk rekaman yang memutar ulang tayangan berita pagi, siang, sore/petang dan prime time Metro TV. Penelitian ini tercatat pada tanggal 17 April-21 Mei 2019.
- b. Data sekunder adalah data yang memperkuat atau pendukung data primer seperti, komentar pengguna media sosial di media sosial antara lain twitter, instagram, dan facebook.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penlitian ini dokumen yang dikumpulkan adalah video tayangan berita Metro TV yang mengacu kepada pencitraan pasangan Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019.

Tabel 1.3 : Rincian Berita Per-Tanggal 17 April-21 Mei 2019

No	Tanggal Tayang Berita	Program Berita	Teks Line Berita	Jam Penayangan	Durasi Video	Nara Sumber (Jika Ada)
1	17 April 2019	Headline News	Hitung Cepat Pilpres	21:09 WIB	02:01	-
		Live Event Pemilu 2019	Presiden Pilihan Kita	18:15 WIB	25:25	-

²² Fellicia Dkk, "Ideologi Dalam Konteks Komunikasi Politik (Kajian Semiotik Terhadap Iklan Nasional Demokrat Versi Himne), Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara, Vol. III, No. 2, 2012, h. 44

2	18 April 20 19	Live Event Pemilu 2019	Aktivitas Joko Widodo Hari Ini Rapat Terbatas Tambahan Kouta Haji	13:50 WIB	03:11	-
		Live Event Pemilu 2019	Indonesia Bersatu	19:36 WIB	08:11	Maman Imanulhaq (Wakil Ketua Fraksi Pkb)
		Live Event Pemilu	Wawancara Khusus Jokowi	17:10 WIB	15:35	
3	19 April 20 19	News Line	Arah Ekonomi Negeri Ditangan Jokowi-Ma'ruf	15:34 WIB	01:18	-
		Primetime News	Mengawal Hasil Pemilu Secara Pemilu Secara Konstitusional	18:31 WIB	08:22	Jimly Asshiddiqie (Mantan Ketua MK)
		Election Update	Pemimpin Dunia Ucapkan Selamat Untuk Jokowi	16:07 WIB	02:09	-
		Selamat Pagi Indonesia	Quickcount Sesuai Harapan Mayoritas Pengusaha	09:36 WIB	02:33	Hariyadi Sukamdani (Ketua Umum Apindo)
		Live Event Pemilu 2019	Seruan Pemilu Di Media Sosial	20:47 WIB	10:33	Okky Asokawati (Politikus Partai Nasdem)
4	20 April 2019	Metro Siang	Perhitungan Suara Pemilu 2019	12:32 WIB	03:03	-
		President's Corner	Momen Sambutan Warga Indonesia	22:19 WIB	04:27	-
		Headline News	Menjaga Pemilu Damai	21:02 WIB	01:23	-
		Headline News	Deklarasi Kemenangan Versi Quick Count	21:00 WIB	04:47	-

5		Top News	Real Count TKN Terbuka Untuk Umum	21:08 WIB	02:53	-
6	22 April 2019	Metro Hari Ini	Presiden Gelar Ratas Anggaran	17:39 WIB	01:00	-
		Metro Hari Ini	Pemungutan Suara Ulang	16:20 WIB	01:12	-
		Metro Siang	Perhitungan Suara Ulang 2019	12:00 WIB	03:13	-
		Prime Talk	Menjaga Integrasi Bangsa	19:09 WIB	07:45	Wiranto (Menko Polhukam)
7	23 April 2019	Metro Malam	Real Count KPU	23:45 WIB	01:04	-
		Metro Siang	Perhitungan Suara Pemilu 2019	12: 30 WIB	04:14	-
		Metro Pagi Primetime	Pemilu Tidak Bisa Dicurangi	06:35 WIB	10:55	Mahfud MD (Mantan Ketua MK) Hadar Nafis Gumay (Mantan Komisioner KPU)
8	24 April 2019	Selamat Pagi Indonesia	Jokowi Presiden Terpopuler Di Dunia	08:30 WIB	01:18	-
		Election Update	Fitnah Konspirasi Penyelenggaraan Pemilu	16:04 WIB	02:53	-
9	25 April 2019	Headline News	TKN Sebut Paslon 01 Unggul Di Jateng Dan Sulut	20:00 WIB	01:39	-
		Top News	Tim TKN Terima 25.000 Aduan Kecurangan	21:00 WIB	01:26	-
		Election Update	Menolak Propaganda	16:08 WIB	02:45	-

			Kecurangan Pemilu			
10	26 April 2019	Primetimes News	PAN Percaya KPU Selesaikan Rekap Nasional	18:42 WIB	01:01	-
		Election Update	TKN Siap Bongkar Kecurangan Lawan	16:07 WIB	01:27	
11	27 April 2019	Headline News	Pemungutan Suara Ulang Pemilu 2019	17:00 WIB	04:53	-
		Metro Pagi Primetime	Pemilu Dimana Curangnya	06:27 WIB	11:55	Ray Rangkuti (Pemerhati Pemilu)
12	28 April 2019	Editorial Media Indonesia	Dokumen Mahkota Rujukan Pemilu	07:23 WIB	27:38	Gaudensius Suhardi (Anggota Dewan Redaksi Media Group)
13	29 April 2019	Metro Hari Ini	Rencana Pemindahan Ibu Kota	16:50 WIB	01:37	-
		Metro Hari Ini	Rekapitulasi Suara Pemilu 2019	17:10 WIB	04:28	-
14	30 April 2019	Metro Hari Ini	Presiden Bertemu Pimpinan Organisasi Buruh	17:20 WIB	02:35	-
15	1 Mei 2019	Headline News	KPK Periksa Dirut Pertamina Sebagai Saksi	11:01 WIB	03:59	-
		Headline News	Libur May Day Jokowi Ajak Keluarga Pergi Ke Mall Di Solo	21:00 WIB	01:13	-
		Metro Hari Ini	Rekapitulasi Suara Pemilu 2019	17:28 WIB	05:20	-

16	2 Mei 2019	Headline News	Bijak Menunggu Hasil Pemilu 2019	19:00 WIB	01:32	-
		Headline News	Presiden Resmikan Bendungan Gondang	13:00 WIB	02:36	-
		Headline News	LSI Denny JA : 01 Menang Di 21 Provinsi	20:01 WIB	01:33	-
		Primetalk	Menghormati Hasil Pemilu	19:00 WIB	41:52	Ilham Saputra (Komisioner KPU) Usman Kansong (Direktur Komunikasi Politik TKN) Andi Mallarangeng (Politisi Partai Demokrat)
17	3 Mei 2019	Metro Hari Ini	Indonesia Pimpin Dewan Keamanan PBB	17:53 WIB	03:32	-
18	4 Mei 2019	Headline News	Pleno Rekapitulasi Suara Tingkat Nasional	11:00 WIB	04:39	-
19	5 Mei 2019	Headline News	Kemenangan Jokowi-Amin Tanpa Kecurangan	13.00 WIB	01:03	-
		Metro Siang	Rekapitulasi Hasil Suara Luar Negeri	12:24 WIB	05:12	-
20	6 Mei 2019	Metro Siang	Rekapitulasi Suara Pemilu 2019 Di Jawa Tengah	12:21 WIB	03:08	-

		Metro Pagi Prime Time	Menjaga Keutuhan Bangsa	05:09 WIB	01:01	-
		Metro Siang	Rekapitulasi Suara Pemilu 2019	12:27 WIB	06:28	-
		Newsline	Evaluasi Pelaksanaan Pemilu 2019	13:11 WIB	08:54	-
21	7 Mei 2019	Metro Hari Ini	Jokowi Tinjau Lokasi Berpotensi Ibu Kota Baru	16:19 WIB	01:08	-
		Primetime News	Bersatu Menjaga Stabilitas Nkri	18:35 WIB	10:55	-
22	8 mei 2019	Metro Hari Ini	Menuju Final Rekapitulasi Suara	16:51 WIB	06:39	-
		Metro Pagi Primetime	Dugaan Penyebaran Hoaks Dan Makar	06:14 WIB	01:47	-
		Primetime News	Menuju Gerbang Kemenangan	18:05 WIB	12:20	-
		Editorial Media Indonesia	Tidak Siap Kalah Massa Dikerahkan	07:11 WIB	37:46	Elman Saragih (Anggota Dewan Redaksi Media Group)
23	9 Mei 2019	Primetime News	Delik Pasal Makar	18:07 WIB	09:19	-
24	10 Mei 2019	Metro Pagi Primetime	Mengungkap Jaringan Terorisme Bekasi	06:26 WIB	13:57	-
		Editorial Media Indonesia	Presiden Tanpa Beban	07:21 WIB	16:09	Gaudensius Suhardi (Anggota Dewan Redaksi Media Group)

25	11 Mei 2019	Metro Siang	Kivlan Zein Pasca Dicekal	11:34 WIB	03:20	-
		Editorial Media Indonesia	Tolak Pensus Pemilu 2019	07:31 WIB	15:49	Abdul Kohar (Anggota Dewan Redaksi Media Group)
26	12 Mei 2019	Metro Siang	Hasil Sementara Rekapitulasi Pemilu	11:49 WIB	01:48	-
27	13 Mei 2019	Prime Talk	Pemilu, Siap Menang Harusnya Siap Kalah	19:09 WIB	34:24	Aria Bima (Direktur Program Kampanye Tkn) Adi Prayitno (Ahli Komunikasi Politik)
		Metro Siang	Peresmian Tol Pandaan-Malang	12:22 WIB	05:55	-
		Newsline	Presiden Tinjau Sirkuit Mandalika	15:07 WIB	01:28	-
		Headline News	Aksi Tolak People Power	21:01 WIB	01:37	-
28	14 Mei 2019	Editorial Media Indonesia	Kabinet Ahli	07:26 WIB	23:08	Elman Saragih (Anggota Dewan Redaksi Media Group)
		Metro Hari Ini	BAWASLU Ingatkan Pemilu Bukan Dari Situng	16:05 WIB	01:00	-
		TOP News	Kasus Dugaan Makar Eggi Sudjana	21:12 WIB	03:51	-

29	15 Mei 2019	Headline News	Aktivis 98 Jaga Hasil PEMILU	21:03 WIB	01:14	-
		Metrotv Newsroom	Jokowi, Memipin Tanpa Beban	20:37 WIB	09:08	Don Bosco Selamun
		Headline News	Rekapitulasi Suara Nasional	21:00 WIB	03:09	-
		Primetime News	Mengkritisi Tudingan Kecurangan	18:08 WIB	23:21	-
		Prime Talk	PEMILU, Jangan Asal Klaim Menang !	19:45 WIB	07:21	I Gusti Putu Artha (Wakil Direktur Saksi Tkn Jokowi-KH Ma'ruf)
		Headline News	Rekapitulasi Suara PEMILU 2019	10:00 WIB	01:06	-
30	16 Mei 2019	Primetime News	Drama Koalisi Prwabowo Sikapi PILRES	18:21 WIB	10:52	-
		Metro Siang	Ambigu Menyikapi Hasil Pemilu	12:07 WIB	07:20	-
		Editorial Media Indonesia	Terjebak Delusi Kemenangan	07:23 WIB	26:00	Abdul Kohar (Anggota Dewan Redaksi Media Group)
31	17 Mei 2019	Prime Talk	Siasat Prabowo Tolak Hasil PILPRES	19:09 WIB	13:34	Maruarar Siahaan (Mantan Hakim Konstitusi)
		Prime Talk	Siasat Prabowo Tolak Hasil Pilpres	19:05 WIB	03:55	-
		Editorial Media Indonesia	Tiada Alasan Tolak Hasil PEMILU	07:23 WIB	16:05	Gaudensius Suhardi (Anggota Dewan Redaksi

						Media Group)
		Primetime News	Teroris Ancam Ledakakkan KPU 22 Mei	18:48 WIB	05:26	-
32	18 Mei 2019	Editorial Media Indonesia	Rekapitulasi Jaga Kemurnian Suara	07:27 WIB	19:54	-
		Live Event PEMILU 2019	Pemimpin Terpilih	11:23 WIB	04:03	-
		Metro Siang	Lawan Terorisme	11:24 WIB	05:37	-
33	19 Mei 2019	Top News	Bersatu Menjaga NKRI Pasca PILPRES	22:10 WIB	01:35	-
		Metro Siang	Rekapitulasi Suara PEMILU 2019	12:09 WIB	02:23	-
		Metro Siang	Sayembara Buktikan PEMILU Curang Ditutup	12:19 WIB	09:40	-
34	20 Mei 2019	Live Event	Rekapitulasi Hasil PEMILU	10:17 WIB	21:38	Arya Fernandes (Peneliti CSIS)
		Metro Siang	Jokowi Di Sampul Majalah Milenial Arab Saudi	12:50 WIB	01:24	-
		Live Event	Final, Rekapitulasi Hasil PEMILU 2019	12:10 WIB	10:02	-
		Live Event	Hasil Akhir Rekapitulasi PEMILU 2019	12:54 WIB	01:49	-
		Primetime News	Ketok Hasil PEMILU 22 Mei	18:13 WIB	11:52	-
		Editorial Media Indonesia	Tuduhan Kecurangan Yang Asal-Asalan	07:24 WIB	23:15	Elman Saragih (Anggota Dewan

						Redaksi Media Group)
35	21 Mei 2019	Prime talk	Dewasa menerima hasil PEMILU	19:47 WIB	05:05	-
		Live Event	Tren sosmed pasca pengumuman KPU	14:09 WIB	08:06	-
		Live Event	Presiden pilihan kita	13:37 WIB	02:57	-
		Live Event	PA N akui hasil rekapitulasi resmi KPU	16:30 WIB	01:00	-

Sumber : <https://m.youtube.com/user/metrotvnews>

Terlihat dalam tabel video diatas yang berjumlah 98 video menunjukan bahwa media sangat berperan penting dalam pencitraan politik Paslon Jokowi-Ma'ruf pada Pemilu 2019. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 10 *sample* video program berita yang berbeda dengan kriteria judul berita yang menunjukan indikasi pencitraan paslon Jokowi-Ma'ruf.

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu :

- a. Melakukan pengamatan terhadap beberapa video yang didownload dari tanggal 17 April-21 Mei 2019.
- b. Setelah itu dilakukan dokumentasi terhadap pengamatan yang telah dilakukan.

4. Tempat Penelitian

Topik penelitian yang mengkaji politik pencitraan melalui Metro TV sebagai media pemenangan paslon Jokowi-Ma'ruf oleh sebab itu, lokasi penelitian ini adalah rekaman berita Metro TV pada tanggal 17 April-21 Mei 2019.

H. Sistematika Penulisan Laporan

Sistem penulisan laporan hasil dari penelitian ini akan di susun dalam empat bab yang terdiri dari :

- BAB I : Berisi pendahuluan yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.
- BAB II : Berisi gambaran umum tentang lokasi penelitian secara rinci mengenai objek yang diteliti, metode penelitian adalah Metro TV karena sebagai objek penelitian.
- BAB III : Bagian ini berisi tentang hasil dan pembahasan yang ditulis berdasarkan data yang sudah didapatkan.
- BAB IV : Bagian ini berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Televisi

Sejarah televisi dimulai dari Amerika Serikat tahun 1939 yang dimana saat itu berlangsung *World's Fair* di New York. Selain di Amerika Serikat, Inggris juga termasuk negara yang paling lama dalam eksperimen di bidang televisi. BBC yang kini merupakan salah satu organisasi televisi terbesar di dunia sudah mencoba mengadakan siaran sejak tahun 1929 dan tanggal 2 November 1936 ditetapkan sebagai hari lahirnya.

Di Indonesia sendiri, sejarah pertelevisian dimulai pada era Orde Lama yang lalu masyarakat hanya memiliki satu pilihan siaran televisi pemerintah yakni TVRI. TVRI yang meluncurkan pada tanggal 24 Agustus 1962, tercatat sebagai televisi siaran teresterial yang pertama dan satu-satunya hingga awal tahun 1990. Pada awal berdirinya TVRI adalah medium pemerintahan Soekarno yang berada pada sebuah yayasan untuk memperkenalkan bangsa Indonesia pada dunia luar. Adapun terbentuknya tidak lepas dari upaya menegakkan eksistensi bangsa Indonesia melalui *Event* Pekan Olahraga Asian Games pada tahun 1962. Setelah Asian Games berlalu dan sukses di gelar, tepatnya Oktober 1963, struktur organisasi TVRI mulai dibentuk²³.

Pertimbangan bahwa frekuensi merupakan milik khalayak umum yang seharusnya dinikmati dan dimanfaatkan oleh khalayak umum sesuai daerahnya membuat pemerintah menerapkan program televisi berjejaringan. Ada dua model

²³ <http://repository.wima.ac.id/12993/2/BAb1.pdf>, Diakses Tanggal 2 September 2019

televisi berjejaringan yang dibuat pada saat ini, yaitu sistem stasiun berjejaringan (biro) dan kerjasama dengan televisi-televisi lokal. Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran menyepakati konsep siaran berjejaringan sebagai kemitraan antara stasiun penyiaran lokal dengan stasiun yang bersiaran secara nasional.

Pasal 6 ayat 3 Undang-Undang penyiaran bahwa dalam sistem penyiaran Nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal, Konsep stasiun berjejaringan adalah satu upaya menghindari terjadinya pemusatan kepemilikan atau monopoli media. Konsep ini penting bagi demokratisasi penyiaran karena keterpusatan industri media kepada segelintir pemilik saja akan cenderung mengabaikan pluralitas pendapat karena kepemilikan media akan mempengaruhi isi media, dan isi media selalu merefleksikan kepentingan mereka yang membiayainya.

Salah satu televisi swasta Nasional yang menerapkan sistem televisi berjejaringan yaitu Metro TV yang diikuti oleh kompetitornya yaitu TV ONE. Surya Paloh mengambil alih Media Indonesia dan arena teknologi yang tinggi, Surya Paloh membangun televisi berita yang mengikuti teknologi dari media cetak ke media elektronik.

B. Berdirinya Metro TV

Metro TV adalah sebuah televisi berita 24 jam pertama di Indonesia yang mulai diluncurkan pada tanggal 25 November 2000. Metro TV merupakan anak perusahaan MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh. dia memulai

usahanya dibidang pers sejak mendirikan surat kabar harian PRIORITAS, yang dibrendel oleh pemerintah pada tanggal 29 Juni 1987 karena dinilai terlalu *vocal*. Tahun 1989, Surya Paloh memutuskan untuk membangun sebuah televisi berita mengikuti perkembangan teknologi dari media cetak ke media elektronik. Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh plosok/penjuru Indonesia²⁴.

Stasiun televisi ini pada awalnya memiliki konsep berbeda dengan televisi lainnya, sebab selain tayang selama 24 jam setiap hari, stasiun ini hanya memusatkan program pada siaran berita saja. namun dalam perkembangannya, stasiun televisi ini kemudian memasukan unsur hiburan dalam program-programnya. Metro TV adalah sbuah stasiun televisi pertama di Indonesia yang menyiarkan berita dalam bahasa mandarin: *Metro Xin Wen*, dan juga satu-satunya stasiun TV di Indonesia yang tidak menayangkan program sinetron. Metro TV juga menyiarkan siaran Internasional berbahasa Inggris pertama di Indonesia *Indonesia Now* yang dapat disaksikan dari seluruh dunia. Stasiun ini dikenal memiliki presenter berita terbanyak di Indonesia²⁵.

Metro TV melakukan kerjasama dengan beberapa televisi asing yaitu kerjasama dalam pertukaran berita, kerjasama pengembangan tenaga kerja dan banyak lagi. Stasiun televisi tersebut adalah *Chainnel News Asia* (CAN) Singapura, Channel 7 Australia, Al Jazeera Qatar, *Voice of America* (VOA), dan ABS-CBN dan Filipina. Dengan kerjasama internasional ini Metro TV berusaha untuk

²⁴ <http://metrotvnews.com>, Diakses Tanggal 2 September 2019

²⁵ Agus Isnaien. (2011). *Analisis Program Acara Kick Andy Di Metro TV*, Skripsi Komunikasi Penyiaran Islam, Jakarta : Institutional Respository UIN Syarif Hidayatullah, h. 38

memberikan sumber berita mengenai keadaan dalam negeri yang dapat dipercaya dan komprehensif kepada dunia luar dan juga hal ini mendukung Metro TV untuk menjadi cepat, tepat dan cerdas dalam mendapatkan beritanya.

C. Logo dan Arti Metro TV



Gambar 2.1 : Logo Metro TV

Adapun logo dan arti Metro TV, logo Metro TV dirancang untuk tampil dalam citraan topografis sekaligus citraan gambar. Oleh karena itu komposisi visualnya merupakan gabungan antara tekstual (diwakili huruf-huruf M-E-T-R-T-V) dengan visual (diwakili simbol bidang elips emas kepala burung elang). Elips emas dengan kepala burung elang pada tepat diposisi huruf “O”, dengan elips emas, dan menjadi pemisah bentuk-bentuk teks M-E-T-R dengan T-V. Hal itu mengingatkan, dirancang agar yang melihat menangkap dan membaca sekaligus melafalkan METR-TV sebagai Metro TV.

Logo Metro TV dalam kehadirannya secara visual tidak saja dimaksudkan sebagai simbol informasi atau komunikasi Metro TV secara institusi, tetapi berfungsi sebagai sarana pembangun *image* yang cepat dan tepat dari masyarakat terhadap institusi Metro TV. Melalui tampilan logo, masyarakat luas mendapatkan gerbang masukan, mengenal, memahami serta menyakini visi, misi serta karakter

Metro TV sebagai institusi. Logo Metro TV dalam rancangan rupa bentuknya berlandaskan pada hal-hal sebagai berikut :

1. *Simple*, tidak rumit
2. Memberi kesan global dan modern
3. Menarik dilihat dan mudah diingat
4. Dinamis dan lugas
5. Berwibawa namun familiar
6. Memenuhi syarat-syarat teknis dan estesi dan estesi untuk aplikasi print, elektronik dan filmis
7. Memenuhi syarat teknis dan estetis untuk metamoforsis dan animatif

Selain menampilkan unsur simbol teks atau huruf, Metro TV menampilkan juga simbol gambar yaitu : bidang elips dan kepala burung elang.

1. Bidang Elips Emas

- a. Bola dunia

Sebagai simbol cangkupan yang global dari sifat informasi, komunikasi dan seluruh kiprah operasional institusi Metro TV.

- b. Telur emas

Sebagai simbol bold yang tampil penuh kewajaran. Telur juga merupakan simbol kesempurnaan dan merupakan *image* suatu bentuk (institusi) yang secara struktur kokoh, akurat dan artistic sedangkan tampilan emas adalah sebagai simbol puncak prestasi dan puncak kualitas.

c. Elips

Sebagai simbol citraan lingkaran (*ring*) benda planet, tampil miring ke kanan sebagai kesan bergerak, dinamis. Lingkaran (*ring*) planet sendiri sebagai simbol dunia cakrawala angkasa, satelit sesuatu yang erat berkaitan dengan citraan dunia elektronik dan penyiaran.

d. Elang

Simbol kebibawaan, kemandirian, keluasaan penjelajah dan wawasan. Simbol kejelian, awas, tajam, tangkas namun penuh keagungan gerak hidupnya anggun.

D. Visi, Misi dan Tujuan Metro TV

1. Visi

Untuk menjadi stasiun televisi di Indonesia yang berbeda dengan dan menjadi nomor satu dalam pemberitaan, penyajian program hiburan dan gaya hidup alternatif yang berkualitas dan bermutu. Sedangkan Visi redaksi Metro TV ialah menjadi referensi utama untuk berita televisi di Indonesia, dan dikenal sebagai pembawa berita berkualitas tinggi, komprehensif, menarik dan khas.

2. Misi

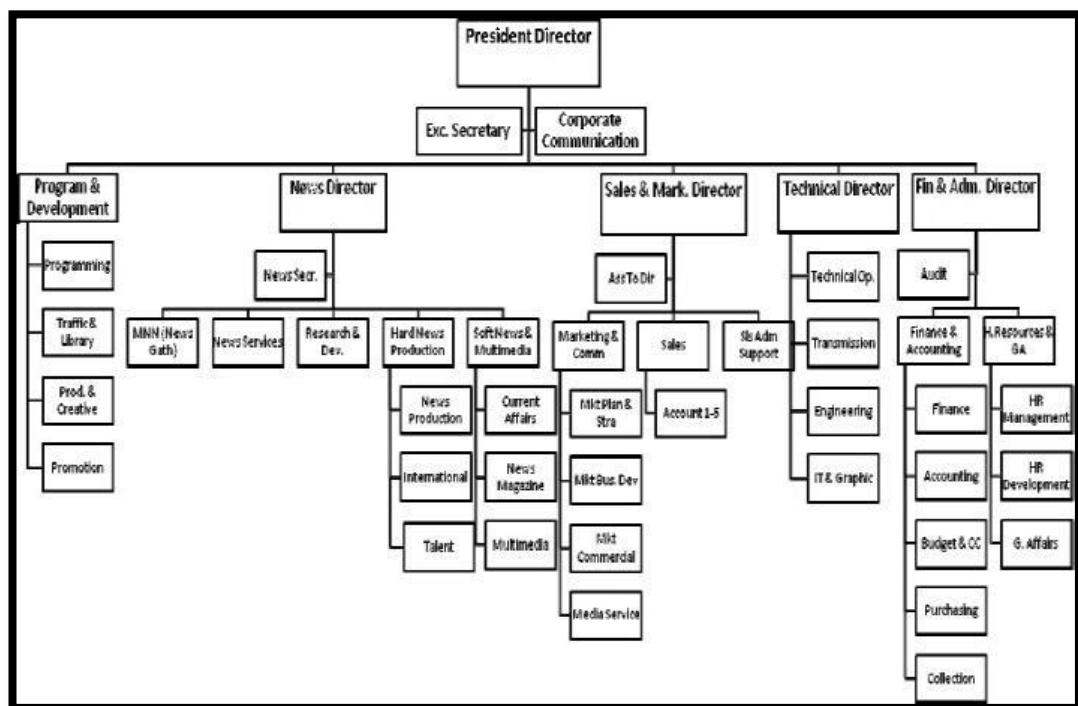
- 1) Untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan bangsa dan negara melalui suasana yang demokratis, agar dapat unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.
- 2) Untuk memberikan nilai yang lebih dalam industri pertelevisian dan memberikan pandangan baru, memperluas penyajian informasi yang lain serta berbeda dan memberikan hiburan yang bermutu.

- 3) Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemegang saham.

3. Tujuan

Metro TV mempunyai tujuan untuk menyampaikan dan menayangkan berita-berita yang di peroleh keseluruhan penjuru nusantara.

E. Struktur Organisasi Metro TV²⁶



Gambar 2.2 : Struktur organisasi Metro TV

²⁶https://www.academia.edu/9576254/BAB_3_Slogan_Metro_TV_Knowledge_to_Elevate Di Akses Tanggal 18 September 2019 Pukul : 01:30 WIB

F. Afiliasi Politik dan Media

Media massa di masa kini sudah tidak lagi terpengaruh oleh kekuatan penguasa negara dan tengah menikmati kebebasannya. Namun, tidak berarti media massa bebas dari kontrol pihak tertentu. Dewasa ini, tantangan yang sungguh mengancam kebebasan pers Indonesia adalah intervensi pemilik media kedalam ruang redaksi. Adanya pola pemikiran yang terpusat pada segelintir penguasa, pengusaha, atau kontribusi keduanya yang kini marak berkembang di Indonesia, membuat media tidak lagi bebas, tetapi berada dalam kontrol kepentingan tertentu²⁷.

Intervensi utamanya banyak dimainkan dalam penyajian konten media. Media hanya akan menyorot aspek yang dianggapnya penting dan mendukung kebijakan editorial media semata. Pemilik media seakan mempunyai agenda khusus yang ingin disalurkan melalui redaksi media yang dikuasainya sehingga informasi yang dianggap menyimpang dapat dihalangi. Pengaruh dari dalam media biasanya tidak jauh dari kepentingan pemilik media. Sementara pengaruh dari luar berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah, masyarakat, dan lainnya. Media massa memiliki peran yang sangat krusial dalam proses transisi politik dari zaman otoritarianisme menuju arah demokratisasi. Begitupun peran yang dijalankan oleh stasiun televisi di Indonesia saat ini.

Pemilik media yang berafiliasi dengan partai politik tidak jarang mempengaruhi kebijakan media sampai kepada isi atau konten medianya.

²⁷ Elfira Pradita dkk, “Kepemilikan Media Televisi Sebagai Alat Komunikasi Politik Dalam PEMILU”, Vol. 4, No. 3, Tahun 2018, h. 1162

Intervensi yang dilakukan sampai sejauh memasukan agenda politik mereka kedalam produk berita. Situasi ini tercermin di Indonesia pada masa pemilihan umum 2014. Hasil penelitian Masyarakat Peduli Media menunjukkan terjadi keberpihakan media terhadap pemiliknya²⁸. Sebagai sebuah entitas bisnis, penyelenggara operasional televisi dapat dikatakan sangat mahal. Industri penyiaran televisi juga merupakan sarana pelengkap bagi bisnis modern dewasa ini.

Industri penyiaran televisi juga merupakan sebuah entitas sosial artinya ia harus mendapat dukungan dari masyarakat melalui program-program yang ditayangkan. Televisi merupakan entitas budaya karena ia turut berperan dalam mewujudkan majunya sebuah negara. Sekaligus bisa mempengaruhi kemundurannya. Media televisi sebagai entitas politik artinya bahwa televisi dipercaya memiliki kemampuan yang kuat untuk mempengaruhi masyarakat dan membentuk opini publik.

Fakta yang menunjukkan bahwa media tidak bisa bersikap netral atau tidak berpihak pada realitas-realitas politik yang ada karena pemilik-pemilik media itu sendiri adalah politisi yang memerlukan pemberitaan untuk membuat mereka dikenal oleh masyarakat ataupun memperkenalkan visi-misi partai politik mereka. Keterlibatan media dalam politik di Indonesia begitu dalam sehingga sulit untuk melihat sikap netral mereka ataupun pilihan untuk tidak masuk ke ranah politik dan tetap memilih berjuang atas nama kepentingan rakyat.

Seperti ketidak netralan Metro TV pada Pemilu 2019 bisa dibaca sehingga bisa muncul kepentingan media pendukung dikarenakan politik praktis pemilik

²⁸ *Ibid.*, Elfira Pradita dkk, h. 1164

media. Selain kepentingan politik praktis pemilik media, kepentingan kedua yang mendasar ketidak netralan media adalah kepentingan ideologis, kepentingan ini sifatnya mendasar dan tidak bersifat praktis. Misalnya saja keberpihakan media kepada pihak Joko Widodo dikarenakan media menganggap bahwa Prabowo Subianto adalah bagian dari Orde Baru²⁹.

Media televisi memiliki posisi yang paling strategis diantara elemen negara yang lain seperti eksekutif, legislatif, yudikatif bahkan partai politik. Hal ini disebabkan karena media televisi memiliki senjata yang ampuh yaitu dapat mempengaruhi opini publik dan menggiring persepsi masyarakat untuk mencapai tujuannya. Namun, stasiun televisi yang seharusnya menjadi penyalur informasi dan berita kepada masyarakat di Indonesia dalam era menuju negara demokrasi, belum sepenuhnya menjalankan fungsinya secara tepat dan sebagaimana mestinya.

Di Indonesia, sebanyak 12 kelompok media besar menguasai saluran informasi dari ujung Aceh hingga Papua. Kedua belas kelompok media ini menguasai saluran informasi mulai dari media cetak koran, majala, radio, televisi, serta jaringan berita on-line. Diantaranya *Visi Media Asia, MNC Group, Kelompok Kompas Gramedia, Elang Mahkota Teknologi, Group Jawa Pos, Mahaka Media, CT Group, Berita Satu Media Holdings, Media Group, MRA Media, Femina Group, Dan Tempo Inti Media*³⁰.

Dari deretan 12 kelompok media besar tersebut, terdapat Media Group yang kepemilikannya adalah Surya Paloh sekaligus politisi yang mendirikan dan juga

²⁹ Intan Permata Sari, “Keberpihakan Media Dalam Pemilihan Presiden 2014”, Jurnal Penelitian Komunikasi, Vol. 21, No. 1, Juli 2018, h. 79

³⁰Merlyna Lim. (2011), @Crossroads : Democratization & Corporatization Of Media In Indonesia, Participatory Media Lab University Of Arizona & Ford Foundation, h. 10-11

mengetuai partai Nasional Demokrat (NASDEM) yang dalam hal ini mendukung salah satu calon presiden pada Pemilu 2019. Pada pilpres 2019 ini, partai Nasdem menjadi salah satu pengusung pasangan calon Jokowi-Ma'ruf dari PDI Perjuangan dan PKB..

Lahirnya Partai Nasional Demokrat (NasDem)

Partai Nasional Demokrat adalah sebuah partai politik di Indonesia yang berasaskan Pancasila yang didirikan pada tanggal 1 Februari 2011 di Jakarta dan secara resmi dideklasikan pada tanggal 26 juli 2011 di Hotel Mercure Ancol, Jakarta Utara. Melalui sebuah rapat koordinasi nasional (rakomas), partai ini berdiri sebagai salah satu partai baru di Indonesia. Pada awalnya partai NasDem merupakan sebuah ormas yaitu Nasional Demokrat yang didirikan oleh Surya Paloh dan Sri Sultan Hamengkubuwono X yang diakibatkan oleh kegelisahan terhadap bangsa Indonesia yang semakin merosot, ormas Nasional Demokrat ini dideklarasikan pada 1 Februari 2010 oleh 45 deklator tokoh nasional di Istora Senayan Jakarta³¹.

Terdapat beberapa faktor yang terus mendorong lahirnya Partai NasDem diantaranya ada desakan dari beberapa kalangan untuk segera membentuk partai, lahirnya UU No. 02 Tahun 2011 tentang Partai Politik, serta upaya dari partai lain yang mencoba menjegal partai baru lahir. Faktor-faktor tersebut kemudian menstimulasi beberapa kader Ormas Nasional Demokrat untuk mendirikan Partai NasDem dengan dukungan penuh Surya Paloh.

³¹<https://www.partainasdem.id/> Diakses Pada Tanggal 18 September 2019 Pukul : 01:45 WIB.

Kongres I Partai NasDem yang dilaksanakan pada 25-26 Januari 2013 di Jakarta menjadi tonggak sejarah perjalanan Partai NasDem diikuti oleh seluruh 33 Dewan Pimpinan Wilayah (DPW), 497 Dewan Pimpinan Daerah (DPD), dan empat organisasi sayap (Gerakan Massa Buruh, Liga Mahasiswa, Badan Advokasi Hukum, dan Petani NasDem), kongres I Partai NasDem saat itu diikuti 66 orang yang mewakili 33 DPW, 994 orang mewakili 497 DPD, 9 orang mewakili Majelis Tinggi, dan 2 orang anggota Dewan Pakar. Selain peserta yang memiliki hak suara, Kongres juga dihadiri 800 orang peninjau yang datang dari seluruh penjuru Indonesia.

1. Visi dan Misi Partai NasDem

a. Visi

Indonesia yang merdeka sebagai negara bangsa, berdaulat secara ekonomi, dan bermartabat dalam budaya.

b. Misi

- 1) Membangun Politik Demokratis Berkeadilan berarti menciptakan tata ulang demokrasi yang membuka partisipasi politik rakyat dengan cara membuka akses masyarakat secara keseluruhan. Mengembangkan model pendidikan kewarganegaraan untuk memperkuat karakter bangsa, serta melakukan perubahan menuju efisiensi sistem pelayanan masyarakat. melakukan reformasi birokrasi hukum dengan menjadikan konstitusi UUD 1945 (Undang-Undang Dasar tahun seribu sembilan ratus empat puluh lima) sebagai kontrak politik kebangsaan.

- 2) Menciptakan Demokrasi Ekonomi. Melalui tatanan demokrasi ekonomi maka tercipta partisipasi dan akses masyarakat dalam ekonomi negara, termasuk di dalamnya distribusi ekonomi yang adil dan merata yang akan berujung pada kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Dalam mewujudkan cita-cita ini maka perlu untuk mendorong penciptaan lapangan kerja, sistem jaminan sosial nasional, penguatan industri nasional, serta mendorong kemandirian ekonomi di level lokal.
- 3) Menjadikan Budaya Gotong Royong sebagai karakter bangsa. Dalam mewujudkan ini maka sistem yang menjamin terlaksananya sistem pendidikan nasional yang terstruktur dan menjamin hak memperoleh pendidikan bagi seluruh rakyat Indonesia. Menyelenggarakan pendidikan kewarganegaraan yang menciptakan solidaritas dan solidaritas nasional, sehingga seluruh rakyat Indonesia merasakan cita rasa sebagai bangsa dan menjadikan gotong royong sebagai amalan hidup keseharian. Kebudayaan ini akan menciptakan karakter bangsa yang bermartabat dan menopang kesiapan Negara dalam kehidupan global.

2. Makna Logo Partai³²



Gambar 2.3 : Logo partai Nasional Demokrat

Lambang Partai NasDem berbentuk lingkaran biru yang dibalut dengan warna jingga. Lambang yang sederhana bertujuan agar mudah diingat dan digambar sebagai simbol gerakan perubahan, lingkaran biru merupakan simbol perputaran yang dinamis sebagai semangat dan harapan baru, keterbukaan, dan ketegasan dengan memiliki tujuan nyata. Balutan warna jingga yang membentuk seperti tangan memeluk merupakan simbol dari kebersamaan, keutuhan dalam bergerak, dan semangat pembaruan yang siap menampung aspirasi.

3. Struktur Kepengurusan Partai NasDem

Kepengurusan lengkap Dewan Pimpinan Partai (DPP) NasDem dibentuk berdasarkan Surat Keputusan DPP Partai NasDem Nomor. SKEP-001/DPNasDem/II/2013 yang ditandatangani Ketua Umum DPP Partai NasDem Surya Paloh di Jakarta, tanggal 12 Februari 2013. Susunan lengkapnya adalah sebagai berikut :

³² <https://www.partainasdem.id/> Diakses Pada Tanggal 19 September 2019 Pukul : 09:30 WIB.

Ketua Umum : Surya Paloh

1. Ketbid Pemilihan Umum : Ferry Mursyidan B
2. Ketbid Organisasi, Keanggotaan & Kaderisasi : Sugeng Suparwoto
3. Ketbid Media Dan Komunikasi Publik : Sri Sajekti Sudjunadi
4. Ketbid Pendidikan Politik Dan Kebudayaan : Dr. Silverius Sonny
5. Ketbid Politik Dan Pemerintahan : Akbar Faizal
6. Ketbid Hukum, Advokasi Dan HAM : Taufik B, SH, MA
7. Ketbid Otonomi Daerah : Dr.Ir. Siti N B, M.Sc
8. Ketbid Pertanian Dan Maritim : Victor L, SH, MH
9. Ketbid Pertahanan Dan Keamanan : Laksamana (Purn) Tejdo Edhy, SH
10. Ketbid Energi, SDA Dan Lingkungan Hidup : Dr. Kurtubi
11. Ketbid Agama Dan Masyarakat Adat : Hasan Aminudin
12. Ketbid Hubungan Luar Negeri : Enggartiasto Lukita
13. Ketbid Ekonomi Dan Moneter : Dr. Anthony B
14. Ketbid Kesehatan, Perempuan Dan Anak : Irma Chaniago
15. Ketbid Industri, Perdagangan Dan Tenaga Kerja : Zulfan Lindan
16. Ketbid Olahraga, Pemuda Dan Mahasiswa : Martin M, SE.MA

Sekretaris Jenderal : Patrice Rio Capella

1. Wasekjen Bid Organisasi, Keanggotaan Dan Kaderisasi : Willy A,
S.Fil,MDM
2. Wasekjen Bid Internal Dan Kesekretarian : Dra. Nining Indra S,Msi
3. Wasekjen Bid Rencana Penelitian Pengembangan : Dedy Ramanta, SH
4. Wasekjen Bid Eksternal : Siar A S, MA

Bendahara Umum : Frankie Turtan

1. Wakil Bendahara Bidang Penggalangan Dana : Guntur Sentosa
2. Wakil Bendahara Bidang Pengelolaan Aset : Joice Triatman

G. Media Sebagai Alat Politik

Setelah Pemilu tahun 2014, sebanyak 120 kali dalam sehari, Metro TV menayangkan pemberitaan Presiden terpilih Joko Widodo pada waktu itu. Metro TV juga terkadang menghujat, calon Presiden dari koalisis Merah Putih, melalui penayangan “Daftar Dosa Prabowo”, selama masih aktif dalam kemiliteran. Berdasarkan dari hasil rekapitulasi pemberitaan Capres dan Cwapres di Metro TV pada tanggal 19-25 Mei 2014, Metro TV memberikan jangka waktu pemberitaan yang banyak yaitu 37.577 kepada paslon Jokowi-JK dengan seluruh frekuensi pemberitaannya 184 kali³³.

Hal ini menimbulkan kecenderungan semakin kuat politik citra dalam pemilihan Presiden dan wakil Presiden Republik Indonesia. Walaupun, politik citra juga dapat dilihat dan semakin kuat pengaruh media televisi didalam kehidupan politik di Indonesia. Tetapi juga pada sisi lain tren ini dapat dilihat dari semakin perdulunya pasangan calon terhadap opini publik. Kenyataan seperti menjadi bukti terutama pada masa menjelang pemilihan umum (Pemilu), dan di saat berlangsungnya pemilu, media massa (TV) sering digunakan sebagai sarana kampanye politik untuk kepentingan mereka.

³³ Susilawati Belekubun Dkk, “Opini Tokoh Partai Politik Terhadap Keberpihakan TV One Dan Metro TV Dalam PILPRES 2014 Di Sulawesi Selatan”, Vol. 4, No. 2, April-Juni 2015, h. 91

Televisi sangat unggul dalam hal menyiarkan, karena kemampuannya dalam menjaring umpan balik dari masyarakat secara segera dan serentak.

Sebagaimana media penyiaran memanfaatkan keunggulannya tersebut, sehingga suara rakyat tidak hanya terdengar sekali dalam lima tahun lewat pemilu saja tetapi juga bisa diperdengarkan setiap saat.

Kecenderungan ini bisa dilihat dari semakin meningkatnya politik citra dalam pemilihan presiden dan wakil presiden. Meski politik citra, dapat dirasakan dan semakin kuatnya pengaruh media televisi didalam kehidupan berpolitik dan bernegara. Tetapi pada satu sisi lainnya tren ini dapat tampak dari semakin pedulinya paslon pada opini publik. Opini publik sendiri dapat berkembang dengan sangat baik jika media khususnya televisi dapat memberikan informasi berimbang dan sehat bagi masyarakat pada umumnya sehingga media harus memiliki independen yang nyata dalam melakukan fungsinya.

Konsistensi media dalam mempengaruhi dan membentuk opini publik, sangat penting dalam sistem demokrasi Indonesia maka persoalan independensi dan netralitas jurnanisme media akan selalu menjadi perhatian khalayak. Independensi media adalah syarat berlangsung sebuah demokrasi yang berkualitas dalam sebuah negara. Tanpa adanya media yang memberitakan informasi yang berkualitas dan aktual, berimbang, maka publik kemungkinan tidak akan mampu mengambil keputusan yang tepat. Hal tersebut menjadi bukti yang nyata terutama pada masa menjelang pemilihan umum, dan saat berlangsungnya pemilu/pesta demokrasi

dimana media massa kerap kali digunakan sebagai sarana kampanye politik yang efektif³⁴.

³⁴ *Ibid.*, Susilawati Belekubun Dkk, h. 92

BAB III

PEMBAHASAN DAN HASIL

Pada bab ini akan menjelaskan Bagaimana Metro TV digunakan sebagai media pemenangan dan apa saja yang menjadi faktor-faktor yang melatar belakangi politik pencitraan Jokowi-Ma'ruf yang dilakukan oleh Metro TV pasca Pemilu 2019. Politik pencitraan merupakan bagian penting dari komunikasi politik (*political communication*) dalam segala seginya. Sedangkan komunikasi politik merupakan perpaduan antara komunikasi dan politik yang telah dikenal dan dipraktikan sejak manusia berkomunikasi dan berpolitik.

Perpaduan antara komunikasi dan politik menjadi komunikasi politik telah terjadi sejak lama dalam retorika, propaganda, agitasi, lobi, dan tindakan politik serta opini publik. Bahkan *acta diurna* (pengumuman pemerintah) dan *acta senatus* (pengumuman senat) sebagai cikal bakal pers modern pada masa pemerintahan Julius Caesar Di Kerajaan Romawi tahun 59 sebelum Masehi merupakan salah satu bentuk komunikasi politik³⁵.

Komunikasi politik yang banyak dikenal dan mudah dipahami adalah perspektif atau paradigma mekanistik, yang bersumber dari fisika. Paradigma mekanistik itu terdiri atas unsur komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek. Pusat kajiannya terletak pada efek dengan keyakinan bahwa efek yang positif dapat diciptakan. Itulah sebabnya citra politik dipandang sebagai efek dari

³⁵ Anwar Arifin. (2014). *Politik Pencitraan*, Yogyakarta : Graha Ilmu, Cet, Ke-1, h. 12

komunikasi politik, baik secara langsung maupun melalui media, terutama media massa dan media sosial.

Media berperan untuk menyampaikan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat yang bisa digunakan sebagai sumber daya atau kekuatan lainnya. Media massa adalah penyambung antara komunikator dan khalayak umum yang dimanfaatkan sebagai sarana politik khususnya pada pemilihan umum. Fungsi yang utama media massa adalah memberikan informasi kepada kepentingan yang ingin menyebarluas dan mengiklankan segala hal. Ciri khas media massa yaitu tidak ditujukan kepada individu/perorangan, sangat mudah didapatkan, isinya merupakan hal umum dan juga merupakan komunikasi satu arah³⁶.

Kekuatan/*power* yang utama dalam penggunaan media untuk komunikasi politik umumnya adalah pembentukan opini publik positif. Karena pada dasarnya opini publik terbangun melalui citra politik yang baik, sedangkan citra politik terwujud sebagai konsekuensi kognisi dari komunikasi politik yang sedang berjalan. Melalui penggunaan media massa inilah pembentukan citra politik individu yang menjadi sorot khalayak menuju arah yang diinginkan. Media massa juga bisa mengarahkan pandangan khalayak (individu-individu) dalam mempertahankan citra positif yang sudah dimilikinya.

Salah satu media komunikasi massa yang paling besar pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik adalah televisi. Televisi sebagai media massa yang paling populer merupakan alat yang efektif digunakan untuk kepentingan

³⁶ Muh Zulkifli Tahir, "*Penggunaan Media Komunikasi Untuk Politik Pencitraan Kandidat Bupati Dan Wakil Bupati Dalam Pemilukada Takalar 2012*", Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 2, No. 2, April-Juni 2013, h. 166

politik tertentu. Televisi mempunyai peranan besar dalam proses demokratisasi sebuah negara. Contoh media televisi yang berakibat pada kepentingan pemiliknya seperti, Metro TV yang dimiliki oleh Ketua Umum Partai Nasional Demokrat (NasDem) Surya Paloh yang berafiliasi dengan Paslon Jokowi-Ma'ruf pada Pemilu 2019 .

A. Profil Joko Widodo dan Ma'ruf Amin

1. Profil Joko Widodo (Jokowi)

1.1.Latar Belakang dan Pendidikan Joko Widodo (Jokowi)

Nama : Joko Widodo

Tempat tanggal lahir : Surakarta, 21 Juni 1961

Agama : Islam

Pendidikan :

1. SDN 111 Tirtoyoso Solo
2. SMP 1 Solo
3. SMAN 6 Solo
4. Fakultas Kehutanan UGM Yogyakarta Lulusan 1985

Karir :

1. Pendiri Koperasi Pengembangan Industri Kecil Solo (1990)
2. Ketua Bidang Pertambangan dan Kamar & Industri Surakarta (1992-1996)
3. Ketua Asosiasi Pembekalan Dan Industri Kerajinan Indonesia Surakarta (2002-2007)

Penghargaan :

1. Joko Widodo Terpilih Salah Satu Dari “10 Tokoh 2008”
2. Menjadi Walikota Terbaik Tahun 2009
3. Meraih Penghargaan Bung Hatta Award, Atas Kepemimpinan dan Kinerja Beliau Selama Membangun dan Memimpin Kota Solo.
4. Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) Award

Penghargaan kota Solo saat kepemimpinan Joko Widodo :

1. Kota Pro-Investasi dari Badan Penanaman Modal Daerah Jawa Tengah.
2. Kota Layak Anak dari Kementerian Negara Perbedayaan Perempuan
3. Wahana Nugraha dari Departemen Perhubungan
4. Sanitasi Dan Penataan Pemukiman Kumuh dari Departemen Pekerjaan Umum.

Jokowi dilahirkan di Solo 21 juni 1961 dengan nama asli/lemgkap Joko Widodo. Ayahnya yang bernama Noto Miharjo dan ibunya bernama Sujatmi. Dia anak sulung dari empat bersaudara. Ketiga adiknya semuanya perempuan, dari kecil dia sudah terbentuk dengan sendirinya untuk bisa berusaha menjadi contoh yang baik, tapi juga berusaha semaksimal mungkin untuk bisa melindungi dan memberi rasa aman terhadap ketiga adiknya dan segenap anggota keluarganya³⁷.

Setelah diwisdah dari bangku kuliah pada tahun 1985, Jokowi bekerja di sebuah BUMN di Aceh selama 1,5 tahun, pada tahun 1986, Jokowi menikah dengan Iriana, seorang gadis yang dipacarinya sejak masih dibangku kuliah. Dan kini

³⁷ Punto Ali Fahmi. (2019), *Kisah Perjuangan Dan Inspirasi Jokowi*, Yogyakarta : Checklist, h. 1

pasangan ini telah dikaruniai tuga buah hati, Gibran Rakabumu (32), Kahiyang Ayu (28), dan Kaesang Pangerap (24).

1.2. Menjabat Sebagai Wali Kota Solo

Jokowi menjalani profesinya di bidang mebel kurang lebih selama 23 tahun. Jokowi termasuk seorang yang sukses dalam dunia usaha. Dalam dunia politik, Jokowi tergolong sedikit pengalaman. Dirinya hanya pernah mengecap pengalaman berorganisasi di asosiasi pengusaha mebel. Yaitu sebagai ketua Asosiasi Mebel Indonesia (ASMINDO) cabang Surakarta periode 2002-2005. Kemudian pada tahun 1998, Jokowi mulai memasuki dunia politik praktis. Partai yang dipilihnya adalah Partai Demokrasi Indonesia (PDI-P) pimpinan Megawati Soekarno Putri. Melalui partai ini sebagai kendaraan politiknya, akhirnya pada tahun 2005 Jokowi terpilih menjadi Wali Kota Solo menggantikan Slamet Suryanto.

Semenjak tahun 2005, kepala daerah dipilih langsung oleh masyarakat. hal ini tertuang dalam UU 32 2004 yang dioperasionisasikan melalui PP No. 0 tahun 2005. Sebelumnya, sesuai UU No. 5 1974 di era Soeharto dan UU NO. 22 tahun 1999 di awal era reformasi, pemilihan dilakukan oleh DPRD. Pencalonan Jokowi menjadi Wali Kota berawal dari keprihatiannya melihat kota Solo yang menurutnya kian hari tidak semakin baik. Akan tetapi, meskipun menyebut terpilihnya dirinya menjadi Wali Kota sebagai kecelakaan dan keisengan, langkahnya dalam pencalonan benar-benar dilakukannya dengan sungguh-sungguh. Baginya, keputusan untuk maju bukan untuk kalah, tapi untuk menang. Oleh karena itu, sebelum akhirnya menclonkan dirinya sebagai Wali Kota, Jokowi telah membuat kerhitungan dan kalkulasi yang matang.

Menuju DKI Jakarta

Sepak terjang Jokowi ternyata menarik perhatian Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dan juga Gerindra. Kedua partai ini tertarik dengan profil dan keberhasilan sang Walikota Solo. Baik PDI-P ataupun GERINDRA sama-sama ingin menjagokan Jokowi kedalam panggung pemilihan gubernur DKI Jakarta pada bulan juli 2012. Dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta tersebut, Jokowi ditemani oleh Basuki Tjahya Prunama, atau yang lebih akrab dipanggil Ahok. Nama kedua tokoh tersebut besaing dengan beberapa nama orang besar lainnya seperti Faisal Basrie-Biem Benjamin, Hendradji Soepandji Soepandi-Ahmad Riza Patria, Alex Noerdin-Nono Sumpomo, Hidayat Nur Wahid dan Didik J Rachbini dan Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli.

Namun Jokowi tetaplah menjadi sebuah nama yang menyita banyak sekali perhatian warga Jakarta. Semua orang tidak lupa bagaimana *track record* Jokowi selama membesarkan dan membangun kota Solo. Mereka yakin bahwa Jokowi merupakan Gubernur yang selama ini di harapkan mampu membawa perubahan besar bagi Jakarta. Maka dari itu, banyak sekali yang yakin bahwa Jokowi dan Ahok mampu memenangkan Pemilihan Gubernur Jakarta pada Juli 2012.. Jokowi yang mencalonkan diri sebagai Gubernur DKI Jakarta akhirnya memenangkan Pilkada DKI Jakarta dengan proses Pemilu 2 putaran. Pada tanggal 15 Oktober 2012, Jokowi dilantik sebagai Gubernur DKI Jakarta.

2. Biografi Ma'ruf Amin

Nama : Prof. DR. Kiai Haji Ma'ruf Amin

Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 1 Agustus 1943

Orang tua	: Mohamad Amin
Istri	: Siti Churiyah, Wury Estu Handayani
Anak	: Siti Haniatunnisa, Siti Makrifah
Profesi	: Ulama dan Politisi

KH. Ma'ruf Amin atau yang lebih akrab di panggil Ma'ruf Amin merupakan seorang ulama yang pernah menjabat sebagai Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan ketua PBNU. Selain sebagai ulama beliau juga merupakan seorang politisi yang pernah menjabat sebagai Anggota MPR dan DPR mewakili partai PKB. Ma'ruf Amin dilahirkan di Desa Kresek di wilayah Tangerang, Banten pada tanggal 1 Agustus 1943. Dikutip CCN Indonesia, dari sisilah keluarga Ma'ruf Amin merupakan keturunan dari ulama besar asal Banten yang pernah menjadi imam Masjidil Haram bersama Syeikh An Nawawi Al Bantani³⁸.

2.1. Masa Kecil

Masa kecil Ma'ruf Amin lebih banyak dihabiskan di desa Kresek, Tangerang. Ayahnya yang bernama KH. Mohammad Amin merupakan seorang ulama besar Banten. Aktifitas Ma'ruf Amin sewaktu di waktu pagi dia habiskan besekolah di SD, sore harinya dihabiskan belajar mengaji di Madrasah Ibtida'iah. Diketahui Ma'ruf Amin sempat belajar agama selama beberapa bulan di Pesantren Citangkil, Silegon, Banten milik KH. Syam'un Alwiah.

Setelah selesai menimba ilmu di Pesantrean Tebu Ireng, Ma'ruf Amin melanjutkan pendidikannya di Jakarta tepatnya di SMA Muhammadiyah, namun

³⁸<https://www.biografiku.com/biografi-kh-maruf-amin-profil-dan-biodata-lengkap-ulama-indonesia/> Di Akses Pada Tanggal 7 Oktober 2019 Pukul : 01:09 WIB

pendidikannya itu dia tidak selesaikan. Ma'ruf Amin memilih kembali ke Banten dan lebih memilih mendalami agama islam di berbagai pondok pesantren lagi. Mulai dari pesantren Caringin, labuan, Pesantren Etir, Serang, dan Pesantren Pelamunan, Serang.

Menjadi Anggota DPRD Jakarta

Berbekal pengalamannya sebagai ketua GP Ansor jakarta, karir Ma'ruf Amin di politik menanjak. Dia berhasil menjadi anggota DPRD DKI Jakarta Fraksi Golongan Islam pada gelaran Pemilu 1971. Dalam Biografi KH. Ma'ruf Amin diketahui pada tahun 1989, nama Ma'ruf Amin mulai masuk di lingkaran PBNU setelah didaulat sebagai Khitib Aan Syuriah PBNU dalam sebuah Mukhtamar NU yang digelar di pesantren Krapyak.

Pasca lengsernya Presiden Soeharto pada tahun 1998, Ma'ruf Amin menjabat sebagai ketua tim lima yang dibentuk oleh PBNU. Dari tim inilah kemudian lahir Partai Kebangkitan Bangsa atau PKB. Setelah PKB berdiri, Ma'ruf Amin menjabat sebagai anggota MPR RI dari perwakilan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Ia juga pernah menjadi ketua komisi VI DPR RI dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).

2.2. Ketua Majelis Ulama Indonesia

Setelah Gusdur lengser, KH. Ma'ruf Amin lebih banyak menghabiskan aktifitasnya di Majelis Ulama Indonesia sebagai ketua komisi Fatwa MUI dari tahun 2001 hingga 2007. Setelah itu, Ma'ruf Amin di kenal sebagai seorang ulama kemudian membuat Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) kala itu menunjuk Ma'ruf Amin masuk dalam Anggota Dewan Pertimbangan Presiden atau

Watimpres. Pengalamannya yang sangat banyak di bidang agama dan juga politik mengantarkan KH. Ma'ruf Amin menjabat sebagai *Rais 'Aam* atau Ketua Umum PBNU dari tahun 2015 MUI pusat dari tahun 2015.

B. Hasil Penelitian *Frame* Berita Metro TV

Berita 1: https://www.youtube.com/watch?v=WSAdQ_bXh4



Gambar 3.1 : Tampilan awal berita “arah ekonomi negeri ditangan Jokowi-Ma’ruf”

Tabel 3.1 : Spesifikasi berita 1

1	Tanggal Tayang Berita	19 April 2019
	Program Berita	News Line
	Teks Line Berita	Arah Ekonomi Negeri Ditangan Jokowi Ma’ruf
	Jam Penayangan	15:34 WIB
	Durasi Berita	01:18
	Narasumber	-
	Isi Berita :	

	Pasangan Wapres dan Cawapres Joko Widodo dan Ma'ruf amin memiliki sejumlah misi utama untuk menggenjot perekonomian negeri 5 tahun kedepan. Diantaranya menjadikan struktur ekonomi tanah air yang produktif, mandiri, dan berdaya saing serta menciptakan pembangunan yang merata dan berkeadilan. Selain dua misi tersebut Jokowi dan Ma'ruf amin juga memiliki sejumlah gagasan dan program yang akan menunjang perekonomian indonesia 5 tahun kedepan diantaranya menumbuhkan kewirausahaan yakni dengan menggenjot angka wirausahawan muda termasuk dari kalangan santri. Untuk mengoptimalkan program infrastruktur yang telah berjalan pada periode ini Jokowi dan Ma'ruf amin akan meningkatkan nilai tambah dari pemanfaatan infrastruktur. Kedepan Jokowi akan melanjutkan revitalisasi industri dan SDM untuk menciptakan ekosistem yang siap menghadapi revolusi industri 4.0. Jokowi dan Ma'ruf amin juga akan menggenjot pembangunan yang merata dan berkeadilan di Indonesia dengan pengembangan ekonomi kerakyatan serta menguatkan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan khususnya dalam penguatan ekonomi keluarga.
--	--

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=WSAdQ_bXh4 di akses pada tanggal 3 Oktober 2019 Pukul : 07:15 WIB

a. Elemen Sintaksis

Sintaksis adalah susunan kata atau frase dalam kalimat. Dalam wacana berita, sinteksis menunjuk pada pengertian susunan bagian dan berita dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bagian itu tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta disusun. Bentuk sinteksis yang paling populer adalah struktur piramida terbalik yang dimulai dengan judul *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam bentuk piramida terbalik ini, bagian yang diatas ditampilkan lebih penting dibandingkan dengan bagian bawahnya. Elemen sintaksis memberi petunjuk yang berguna tentang bagaimana wartawan memaknai peristiwa dan hendak kemana

berita tersebut akan dibawah³⁹. Untuk memberikan gambaran maka peneliti akan memulai dengan menganalisis *headline* yang disiarkan pada tanggal 19 April 2019 sebagai berikut :

Arah Ekonomi Negeri Di Tangan Jokowi-Ma'ruf
Pasangan Wapres dan Cawapres Joko Widodo dan Ma'ruf amin memiliki sejumlah misi utama untuk menggenjot perekonomian negeri 5 tahun kedepan. Diantaranya menjadikan struktur ekonomi tanah air yang produktif, mandiri, dan berdaya saing serta menciptakan pembangunan yang merata dan berkeadilan



Gambar 3.2 : Tampilan *headline* pada berita 1

Headline merupakan aspek sintaksis dan wacana berita dengan tingkat kemenonjolan yang tinggi yang menunjukkan kecenderungan berita. Penonton/pembaca cenderung lebih mengingat *headline* yang dipakai dibandingkan bagian berita. *Headline* mempunyai fungsi *framing* yang kuat, *headline* mempengaruhi bagaimana kisah dimengerti untuk kemudian digunakan dalam membuat pengertian isu dan peristiwa sebagaimana mereka beberkan.

³⁹ Eriyanto, *Op, Cit.*, h. 295

Pembahasan headline atau judul berita yang berjudul “arah ekonomi negeri di tangan Jokowi-Ma’ruf Amin” dengan judul seperti ini akan memancing minat penonton untuk menonton berita yang ditayangkan Metro TV tersebut. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan Metro TV untuk menarik perhatian penonton melalui *lead* yang disampaikan presenter. Metro TV memberikan gambaran secara implisit bahwa ditangan Jokowi-Ma’ruf ekonomi Indonesia akan lebih baik jika dapat memenangkan Pemilu 2019.

Metro TV dalam berita ini faktanya menekan *headline* yang merupakan representasi dari pandangan wartawan Metro TV yang menunjukkan bahwa dalam peristiwa tersebut secara jelas diceritakan pasangan calon Jokowi-Ma’ruf memiliki program untuk memajukan perekonomian Indonesia kedepan. Terlihat sangat jelas bahwa yang diinginkan Metro TV adalah mengarahkan pandangan publik bahwa pasti ditangan Jokowi perekonomian Indonesia lima tahun yang akan datang dapat mensejahterakan rakyat dalam sektor perekonomian.

Lead adalah perangkat sintaksis lain yang sering digunakan. *Lead* yang baik umumnya memberikan sudut pandang dari berita, menunjukkan perspektif tertentu dari peristiwa yang diberitakan, berikut kutipan *lead* pada berita ini “Pasangan Wapres dan Cawapres Joko Widodo dan Ma’ruf amin memiliki sejumlah misi utama untuk menggenjot perekonomian negeri 5 tahun kedepan”

Pada bagian *Lead* ini Metro TV menyampaikan bahwa pasangan calon Jokowi-Ma’ruf mempunyai sejumlah misi utama untuk menggenjot perekonomian negeri lima tahun kedepan dan setelah itu presenter melanjutkan dengan kalimat mempertegas misi Jokowi-Ma’ruf yang menjelaskan mengenai struktur ekonomi

tanah air yang produktif, mandiri, dan berdaya saing serta menciptakan pembangunan merata dan berkeadilan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Latar informasi merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi makna yang ditampilkan wartawan. Seorang wartawan ketika membuat berita biasanya mengemukakan latar belakang atas peristiwa yang dibuat. Latar yang dipilih menentukan kearah mana pandangan khalayak yang akan dibawa. Latar informasi mulai terlihat pada penjelasan seperti kronologis berikutnya :

Selain dua misi tersebut Jokowi dan Ma'ruf amin juga memiliki sejumlah gagasan dan program yang akan menunjang perekonomian indonesia 5 tahun kedepan diantaranya menumbuhkan kewirausahaan yakni dengan menggenjot angka wirausahawan muda termasuk dari kalangan santri.

Pernyataan ini mempunyai maksud bahwa Metro TV menceritakan kronologis strategi Jokowi-Ma'ruf untuk mengatasi permasalahan perekonomian saat ini. Hal ini dapat kita lihat ketika Metro TV memaparkan apa yang menjadi solusi perekonomian dari pasangan calon Jokowi-Ma'ruf seperti menumbuhkan kewirausahaan yakni dengan menekan minat wirausahawan muda dari termasuk dari kalangan santri sekalipun.

Frame Metro TV yang dapat terlihat dengan jelas pada bagian ini yakni memberitakan strategi solusi-solusi yang dapat dilakukan lima tahun kedepan jika pasangan calon Jokowi-Ma'ruf dapat keluar sebagai pemenang pada Pemilu 2019. Dimana saat berita ini muncul Jokowi-Ma'ruf sedang diunggulkan melalui hitung cepat atau quick count sehingga hal ini dapat menguntungkan bagi pihaknya. Selain itu Metro TV sangat jelas menggambarkan dalam latar belakang informasi menunjukan benar bahwa Metro TV berpihak kepada pasangan calon Jokowi-Ma'ruf.

Kutipan bagian ini dimaksudkan untuk membangun objektivitas, prinsip keseimbangan dan tidak memihak. Kutipan juga merupakan bagian berita yang menekankan bahwa apa yang ditulis wartawan bukan pendapat wartawan semata, melainkan pendapat dari orang yang mempunyai otoritas tertentu. Dalam pengutipan sumber ini menjadi perangkat *framing* atas tiga hal. *Pertama*, mengklaim validitas atau kebenaran dari pernyataan yang dibuat dengan mendasarkan diri dari klaim otoritas akademik. *Kedua*, menghubungkan poin tertentu dari pandangannya kepada pejabat yang berwenang. *Ketiga*, mengecilkan pendapat atau pandangan tertentu yang dihubungkan dengan kutipan atau pandangan mayoritas sehingga pandangan tersebut tampak sebagai menyimpang.

Metro TV dalam berita ini menunjukan kutipan dari Media Research Centre (MRC). Sebagaimana kita tahu bahwa MRC adalah lembaga riset yang dibawah naungan Media Indonesia yang dipimpin oleh Surya Paloh sama seperti Metro TV. Oleh sebab itu wajar bila MRC memberikan hasil riset yang menguntungkan bagi pasangan calon Jokowi-Ma'ruf pada Pemilu 2019 karena pada dasarnya Metro TV ingin memberikan citra yang baik bagi pasangan calon tersebut.

Kutipan dalam berita ini dimaksudkan untuk mengkonstruksi pikiran penonton bahwa Metro TV itu sendiri hanya sebatas media yang hanya berkewajiban untuk menyiarkan berita tersebut dan tidak memiliki kepentingan apapun, begitu jelas bahwa Metro TV ingin dikatakan tidak memihak pasangan calon Jokowi-Ma'ruf yaitu dengan menampilkan sumber pada penjelasan misi Jokowi-Ma'ruf Amin kedepannya.



Gambar 3.3 : Tampilan *kutipan* berita 1

b. Skrip

Skip atau laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita. Hal ini dikarenakan dua hal. *Pertama*, banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari kisah yang sebelumnya. *Kedua*, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan percakapan yang dipaparkan dengan lingkungan komunal penonton. Bentuk umum dari struktur *skip* ini adalah pola 5 W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*).

Pembahasan, dengan cara Metro TV mengabarkan berita tersebut, dapat diamati kelengkapan skripnya (5W+1H). Pemberitaan Metro TV tentang arah ekonomi negeri ditangan Jokowi-Ma'ruf adalah unsur *what* (apa) unsur *what* ini akan menjelaskan gagasan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf yang diberitakan oleh Metro TV. Pasangan calon Jokowi-Ma'ruf adalah unsur *who* (siapa) karena dalam pemberitaan ini Metro TV berfokus dalam memberitakan strategi dan rencana

pasangan calon Jokowi-Ma'ruf. 19 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) ditanggal ini pemberitaan ini dipublikasi dan dapat disaksikan di siaran TV berskala nasional. Kata negeri (Indonesia) adalah unsur *where* (dimana) dikarenakan pada pemberitaan ini mengacu pembenahan ekonomi sebuah negara yaitu Indonesia.

Metro TV ingin memberitakan gagasan Jokowi-Ma'ruf untuk menumbuhkan perekonomian lima tahun yang akan datang ini adalah unsur *why* (kenapa) karena hal ini akan menjadi senjata yang ampuh untuk menarik kepercayaan masyarakat terhadap Jokowi-Ma'ruf. Dan gambaran atau kronologis strategi Jokowi-Ma'ruf lima tahun kedepan adalah unsur *how* (bagaimana) karena didalam pemaparan Metro TV atas gagasan Jokowi-Ma'ruf dapat dimengerti oleh penonton yang menyaksikan.

Oleh sebab itu dari pengamatan penulis muncul pernyataan bahwasanya unsur kelengkapan tayangan berita ini dapat menjadi penanda *framing* yang penting, yang mana jika penulis hubungkan dengan elemen skrip seperti ini, penulis sependapat bahwa cara wartawan dalam menyajikan berita agar menarik perhatian peneonton dengan menyusun elemen skrip sproporsional mungkin, sebab unsur 5W+1H merupakan unsur kunci sebuah tayangan berita. Metro TV mengarahkan topik penayangan pemberitaannya pada gagasan pasangan Jokowi-Ma'ruf untuk memajukan perekonomian negeri lima tahun kedepan dan sebagai citra baik bagi Jokowi-Ma'ruf.

c. Elemen Tematik

Struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis, bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber

kedalam teks berita secara keseluruhan. Ada beberapa elemen yang dapat diamati dari perangkat tematik ini. Diantaranya adalah koherensi : pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan menggunakan koherensi. Ada beberapa koherensi.

Pertama, koherensi sebab akibat. Proposisi atau kalimat satu dipandang akibat atau sebab dari proposisi lain. *Kedua*, koherensi penjelas. Proposisi atau kalimat satu dilihat sebagai penjelas proposisi atau kalimat lain. *Ketiga*, koherensi pembeda. Proposisi atau kalimat satu dipandang kebalikan atau lawan dari proposisi atau kalimat lain. Proposisi sebab-akibat umumnya ditandai dengan kata hubung “sebab” dan “karena”. Koherensi penjelas ditandai dengan pemakaian kata hubung “dan” atau “lalu”. Sementara koherensi pembeda ditandai dengan kata hubung “dibandingkan” atau “sedangkan”.

Pembahasan, ada tema yang begitu besar yang diangkat oleh Metro TV, yaitu tema tentang Jokowi-Ma’ruf ingin menjadikan perekonomian negeri yang unggul, Metro TV terlihat jelas pada bagian berita yaitu :

Pasangan Wapres dan Cawapres Joko Widodo dan Ma’ruf amin memiliki sejumlah misi utama untuk menggenjot perekonomian negeri 5 tahun kedepan. Menjadikan struktur ekonomi tanah air yang produktif, mandiri, dan berdaya saing **serta** menciptakan pembangunan yang merata dan berkeadilan.

Untuk mengoptimalkan program infrastruktur yang telah berjalan pada periode ini Jokowi dan Ma’ruf amin **akan** meningkatkan nilai tambah dari pemanfaatan infrastruktur. Kedepan Jokowi **akan** melanjutkan revitalisasi industri dan SDM **untuk** menciptakan ekosistem yang siap menghadapi revolusi industri 4.0. Jokowi dan Ma’ruf Amin juga **akan** menggenjot pembangunan yang merata **dan** berkeadilan di Indonesia dengan pengembangan ekonomi kerakyatan **serta** menguatkan kesetaraan genjer

dan pemberdayaan perempuan khususnya dalam penguatan ekonomi keluarga.

Warna cetak biru pada penggalan kalimat berita diatas menjelaskan bahwa Metro TV menggunakan koherensi penjelas pada penyampaian berita ini. Metro TV mempertegas dan banyak menekankan penjelasan untuk meyakinkan penonton agar bisa dipercaya oleh penonton itu sendiri. Sedangkan warna cetak ungun pada penggalan kalimat berita diatas menjelaskan bahwa Metro TV juga menggunakan koherensi sebab-akibat pada penyampaian berita ini. Kalimat ini dimaksudkan untuk mempengaruhi pikiran penonton bahwa yang akan dilakukan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf akan berdampak positif kedepannya dan cocok untuk menghadapi revolusi industri 4.0 .

Pada kalimat tersebut Metro TV terlihat jelas menggunakan elemen wacana, elemen wacana paling dominan yang digunakan untuk mengungkap tema adalah dengan koherensi penjelas proposisi. Dimana Metro TV banyak memberikan penjelasan tentang hubungan antar kalimat seperti yang sudah disebutkan diatas, pada bagian tersebut mengungkap tema yang sebenarnya yang di inginkan Metro TV untuk mendapatkan simpati dari penonton (*frame* Metro TV) yang menguntungkan pihak Jokowi-Ma'ruf sebagai unsur pencitraan mereka.

Kalimat ini sebagai kalimat koherensi penjelas dan juga sebagai alasan kuat untuk menggiring opini publik bahwa gagasan Jokowi-Ma'ruf yang di sampaikan oleh Metro TV sebagai cerminan pemimpin yang ideal dan didambakan bagi seluruh rakyat Indonesia. Metro TV memberikan tekanan yang mempunyai unsur pencitraan, dan bisa memilah bagian yang bisa dijadikan sebagai strategi untuk

menyembunyikan informasi yang tidak menguntungkan bagi pihak Jokowi-Ma'ruf pada Pemilu 2019.

d. Elemen Retoris

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Struktur retorik dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran. Ada beberapa elemen struktur retorik yang dipakai oleh wartawan. Yang paling penting adalah *leksikon*, pemilihan, dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa.

Metro TV retorik untuk mendukung frame bahwa penayangan tentang gagasan arah ekonomi negeri di tangan Jokowi-Ma'ruf merupakan kesengajaan dan merupakan bentuk pencitraan. Retorik ini bukan saja mengajukan bukti-bukti mengkonstruksikan pikiran penonton, sehingga penonton benar-benar yakin dan percaya gagasan yang dibuat oleh Jokowi-Ma'ruf yang disiarkan oleh Metro TV sebagai cerminan pemimpin yang benar-benar yang begitu peduli dengan rakyat.

Retorik Metro TV dalam penyampaian gagasan Jokowi-Ma'ruf juga didukung dengan penekanan-penekanan kalimat yang berupa elemen *leksikon*. Metro TV memilih kata “menggenjot” untuk penyebutan menaikkan perekonomian Indonesia yang akan datang. Metro TV seolah menegaskan bahwa dibawah pemerintahan Jokowi-Ma'ruf nanti perekonomian negeri akan meningkat pesat.

Retoris yang digunakan dalam bentuk *grafis* berupa menampilkan foto atau gambar Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Sehingga menambahkan kesan yang positif bagi para penonton karena yang sedang menyaksikan, dan juga terlihat pada gambar tersebut kedua pasangan calon mengenakan pakaian putih serta mengenakan peci berwarna hitam yang melambangkan perpaduan antara nasionalis dan agamis yang cocok untuk memimpin Indonesia kearah yang lebih baik.

1.



Gambar 3.4 : Sin pertama berita 1

2.



Gambar 3.5 : Sin kedua berita 1

3.



Gambar 3.6 : Sin ketiga berita 1

4.



Gambar 3.7 : Sin keempat berita 1

5.



Gambar 3.8 : Sin kelima berita 1

6.



Gambar 3.9 : Sin keenam berita 1

7.



Gambar 3.10 : Sin ketujuh berita 1

Dari 7 gambar diatas menunjukan *sin* (tampilan) yang dapat mendukung pencitraan Jokowi-Ma'ruf seperti pada gambanr 3 dimana memunculkan kata yang asing didengar yaitu kata “*santripreneur* dan wirausahawan sosial” yang dilambangkan dengan seseorang berpakaian jas rapi seperti orang kantor dan seperti seorang yang ahli agama lengkap dengan sorban dan jenggotnya. Kata-kata asing ini baru terdengar pada pemilihan umum 2019 saja untuk menarik simpati dari masyarakat pada umumnya dan juga mencerminkan itikat baik mereka.

Mencermati hal ini penulis berpendapat bahwa Metro TV ingin penonton menganggap bahwa pasangan calon Jokowi-Ma'ruf adalah pasangan calon yang serasi karena dapat mewujudkan meningkatnya perekonomian negeri lima tahun

yang akan datang dengan nilai-nilai agama sebagai pedomannya. Metro TV juga ingin menunjukkan bahwa Joko Widodo memilih Ma'ruf Amin yang notabennya ulama sebagai wakilnya adalah pilihan yang tepat untuk perekonomian yang berlandaskan ekonomi syariah.

Berdasarkan pengamatan penulis, dari dari seluruh elemen yang terlibat dari proses produksi berita, akan bisa menampilkan siapa pihak yang ada dibalik media tersebut. Unsur keberpihakan dan kepentingan pada kelompok tertentu bisa dideksi dengan mengamati pola dalam pemberitaannya. Ketika memproduksi suatu berita, wartawan bukan saja hanya menentukan apakah peristiwa tertentu layak diberitakan atau tidak, akan tetapi juga memperkirakan peristiwa tersebut layak untuk ditampilkan atau tidak sehingga khalayak dapat mengambil posisi netral dari peristiwa yang ditayangkan di televisi. Wartawan harus memikirkan dan memperhatikan nilai-nilai sosial dan segmentasi konsumennya.

Berita 2 : <https://www.youtube.com/watch?v=m5-AaM1t-A>



Gambar 3.11 : Tampilan awal “pemimpin dunia ucapkan selamat untuk Jokowi”

Tabel 3.2 : Spesifikasi berita 2

2	Tanggal Tayang Berita	19 April 2019
	Program Berita	Election Update
	Teks Line Berita	Pemimpin Dunia Ucapkan Selamat Untuk Jokowi
	Jam Penayangan	16:07 WIB
	Durasi Berita	02:09
	Narasumber	-
	Isi Berita : Pemirsa sejumlah pemimpin dunia mengucapkan selamat kepada calon presiden Joko Widodo terkait Pemilu 2019 sedikitnya ada 22 pemimpin negara yang memberikan ucapan kepada Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin dan rakyat Indonesia atas kesuksesan menyelenggarakan pemilu serentak 2019. Penyelenggaraan 2019 ternyata menjadi sorotan dunia sebab, setelah sukses melaksanakan pemilu serentak untuk yang pertama kali para pemimpin dunia mengucapkan selamat. Itu disampaikan calon presiden petahana Joko Widodo ketika mengungkapkan ada sedikitnya dua puluh dua pemimpin dunia yang telah menelponnya untuk memberikan selamat. "Dan beliau mengucapkan selamat kepada seluruh masyarakat Indonesia dan juga Jokowi dan K.H Ma'ruf Amin atas keberhasilan pemilu 17 April kemarin" ungkap Jokowi. Ketua tim kampanye nasional Erick Tohir bersyukur atas begitu banyaknya ucapan selamat yang diterima Jokowi usai pelaksanaan pemilu 2019. Menurut Erick Tohir yang terjadi di Indonesia adalah hal luar biasa. Berartikan dunia internasional sudah mengakui dan mengapresiasi atas apa yang terjadi di pemilu kita kan sesuatu yang luar biasa dan tadi beliau juga menyampaikan ini sesuatu hal yang sangat besar terjadi di Indonesia pemilu secara bersamaan belum pernah ada di dunia. Pemilu secara bersamaan dan alhamdulillah berjalan dengan baik dan tingkat partisipasinya lebih dari delapan puluh persen" ungkap Erick Tohir. Indonesia telah sukses melaksanakan 2019 yang terdiri dari pemilihan presiden dan dan pemilihan anggota legislatif pemerintah juga menghimbau kepada masyarakat untuk tetap menjaga ketertiban dan keamanan selama proses perhitungan suara berlangsung tim liputan Metro TV.	

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=m5-AaMl1t-A> Di Akses Pada Tanggal 4 Oktober 2019 Pukul : 08:20 WIB

a. Elemen Sintaksis

Pada tanggal yang sama dengan berita 1, berita 2 ini akan membahas frame Metro TV terhadap Joko Widodo mengenai pemimpin dunia berikan ucapan selamat untuknya yang di prediksi bakal menang pada pemilu 2019. Untuk memberikan gambaran berita yang kedua ini penulis akan memulai dengan menganalisis *headline* yang disiarkan pada tanggal 19 April 2019 sebagai berikut :

Pemimpin Dunia Ucapkan Selamat Untuk Jokowi

Pemirsa sejumlah pemimpin dunia mengucapkan selamat kepada calon presiden Joko Widodo terkait Pemilu 2019 sedikitnya ada 22 pemimpin negara yang memberikan ucapan kepada Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin dan rakyat Indonesia atas kesuksesan menyelenggarakan pemilu serentak 2019.



Gambar 3.12 : Tampilan *headline* berita 2

Headline atau judul berita yang menampilkan “pemimpin dunia ucapkan selamat untuk Jokowi” yang tidak lain adalah cara Metro TV untuk memberitahukan kepada khalayak umum bahwa kemenangan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf yang di prediksi menang oleh *quick count* bukan hanya kabar

burung saja tetapi kabar yang sebenarnya. Untuk memperkuat hal itu Metro TV sengaja mengabarkan berita tentang pemimpin dunia mengakui kemenangan tersebut dengan cara pemimpin dunia menelpon Jokowi secara langsung.

Ini adalah strategi Metro TV untuk mengkonstruksi pikiran penonton bahwa Joko Widodo benar-benar menang dan diakui dunia internasional. Terlihat juga pada *Lead* yang disampaikan oleh presenter dengan kalimat “sejumlah pemimpin dunia mengucapkan selamat kepada Jokowi” yang mana memperlihatkan bahwa Metro TV memberikan keuntungan yang signifikan bagi citra Joko Widodo setelah hari pencoblosan. Wartawan Metro TV ingin memperjelas dan menunjukan pengakuan serta dukungan pemimpin dunia bahwa Jokowi adalah pemenang pemilu. Tidak hanya itu saja efek dari pemberitaan ini nantinya akan berdampak skala nasional dimana masyarakat awam akan terpengaruh dengan sangat mudah.

Pada bagian *Lead* berita ini diperjelas dengan kalimat “sedikitnya ada 22 pemimpin negara yang memberikan ucapan selamat kepada Jokowi” dengan menyampaikan hal ini Metro TV membuat mereka yang telah terpengaruh semakin yakin bahwa pada pemilu 2019 Joko Widodo bisa dikatakan positif yang akan keluar sebagai pemenang nantinya. Itulah yang sebenarnya diinginkan oleh pihak Metro TV maupun pihak pasangan calon Jokowi-Ma'ruf. Dan ditambah dengan kata “rakyat Indonesia” seolah-olah mereka mengabarkan berita ini untuk kepentingan masyarakat luas tetapi sebenarnya adalah untuk kepentingan meraih kekuasaan semata.

Latar informasi mulai terlihat pada kalimat berikutnya yang mengatakan “penyelenggaraan pemilu 2019 ternyata menjadi sorotan dunia setelah kesuksesan

penyelenggaraan pemilu serentak 2019. Kalimat ini dimaksudkan Metro TV untuk menyeret dan mendorong pandangan publik ke arah dimana Jokowi telah diakui pemimpin dunia sebagai pemimpin yang sangat pantas memimpin Indonesia lima tahun yang akan datang.

Secara jelas bahwa Metro TV melakukan *frame* yang begitu sempurna dalam perencanaannya untuk membuat harum nama Jokowi dimata masyarakat hal itu dapat didukung karena Jokowi sebagai calon petahana yang memiliki hubungan sebagai presiden sebelumnya. Jadi, wajar saja dia mendapatkan ucapan selamat dari pemimpin dunia walaupun sebenarnya waktu itu Jokowi belum bisa dipastikan sebagai pemenang yang sah karena yang berhak mengklaim pemenang dari pemilu adalah KPU selaku penyelenggara.

Metro TV membuat dalam *kutipan* berita ini merujuk kepada ucapan selamat dari pemimpin dunia yang dituliskan Joko Widodo di media sosial twitter pribadinya. Secara rasional hal ini pasti akan menguntungkan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf dimana saat itu masyarakat yang sengaja banyak dibuat bingung dengan berita yang simpang siur dan tak tahu siapa yang memang harus di percaya atau tidak. Dan masyarakat disuguhkan berita seperti ini maka akan secara tidak langsung pikiran mereka sesuai yang dikonstruksikan oleh Metro TV bahwa memang benar Joko Widodo adalah pemimpin yang tepat untuk Indonesia.



Gambar 3.13 : Tampilan *kutipan* berita 2

Kutipan dalam berita ini dibuat untuk memobilisasi pikiran penonton agar dapat tertanam dalam pikiran mereka bahwa Joko Widodo mendapatkan sambutan positif dari pemimpin dunia. Metro TV memberikan kutipan seperti itu sebagai alibi agar tidak dikatakan memihak pasangan calon manapun. Karena Metro TV beralasan hal ini adalah kewajiban sebuah media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tetapi sebenarnya dilihat dari manapun Metro TV jelas memihak pasangan calon Jokowi-Ma'ruf apalagi Metro TV sangat berantusias dalam memberitakan semua hal positif tentang pasangan calon ini.

Untuk memperkuat kebenaran berita ini Joko Widodo sampai menuliskan ucapan selamat untuknya di twitter resmi Jokowi seperti dari Lee Hsien Loong perdana menteri Singapura, Tun Mahathir Mohamad perdana menteri Malaysia, dan Recep Tayyip Erdogan presiden Turki yang telah diklaim Joko Widodo telah mengakuinya secara *legal* untuk kepemimpinannya lima tahun kedepan.

b. Skrip

Metro TV dalam memberitakan berita ini dapat diamati kelengkapan skripnya dengan cara meninjau unsur (5W+1H). Pemberitaan pemimpin dunia ucapkan selamat untuk Jokowi adalah unsur *what* (apa) dari unsur *what* ini Metro TV menjelaskan Joko Widodo mendapatkan apresiasi dan respon positif dari pemimpin dunia sehingga dapat menimbulkan dan memberikan citra yang baik bagi Joko Widodo.

Jokowi adalah unsur *who* (siapa) karena didalam pemberitaan ini Joko Widodo menjadi objek pemberitaan. 19 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) ditanggal inilah berita ini disiarkan di Metro TV dan disebarluaskan ke publik. Resto Plataran, Menteng, Jakarta adalh unsur *where* (dimana) dikarenakan ditempat itulah Joko Widodo mengatakan dalam pidatonya tentang ada beberapa pemimpin dunia yang mengucapkan selamat untuknya. Metro TV ingin menunjukan bahwa Joko Widodo di akui dunia internasional ini adalah unsur *why* (kenapa) karena dengan begitu menimbulkan citra yang baik bagi Joko Widodo di mata masyarakat. Dan gambaran atau kronologis pidato yang disampaikan Joko Widodo adalah unsur *how* (bagaimana) karena pemberitaan Metro TV atas ucapan selamat dari pemimpin dunia untuk Joko Widodo dapat memberikan citra positif bagi masyarakat yang menyaksikan.

Dari pembahasan unsur skrip ini penulis berpendapat bahwa unsur kelengkapan dapat berpengaruh sangat besar dan bisa menjadi *framing* yang sangat penting. Penulis juga berpendapat bagaimana cara wartawan menyampaikan berita

ini yang begitu menarik sehingga membuat siapa saja yang menyaksikan akan terdoktrin citra Joko Widodo yang begitu sempurna dimata dunia dan masyarakat Indonesia sendiri. Metro TV mengarahkan kaca mata penonton hanya melihat sosok positif Joko Widodo saja namun sebaliknya tidak ada cela untuk pemberitaan negatif tentang sosok Joko Widodo di Metro TV.

c. Elemen Tematik

Ada pembahasan yang begitu besar yang ingin di angkat oleh Metro TV, yaitu pembahasan tentang bagaimana Joko Widodo mendapatkan tanggapan yang positif dari pemimpin dunia yang saat itu diberitakan sebagai pemenang pemilu 2019. Hal itu terlihat jelas pada bagian berita sebagai berikut :

Pemirsa sejumlah pemimpin dunia mengucapkan selamat kepada calon presiden Joko Widodo terkait Pemilu 2019 **sedikitnya** ada 22 pemimpin negara yang memberikan ucapan kepada Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin **dan** rakyat indonesia atas kesuksesan menyelenggarakan pemilu serentak 2019. Penyelenggaraan 2019 ternyata menjadi sorotan dunia **sebab**, setelah sukses melaksanakan pemilu serentak untuk yang pertama kali para pemimpin dunia mengucapkan selamat. Itu disampaikan calon presiden petahana Joko Widodo ketika mengungkapkan ada sedikitnya 22 pemimpin dunia yang telah menelponnya untuk memberikan selamat.

“Dan beliau mengucapkan selamat kepada seluruh masyarakat indonesia dan juga Jokowi dan K.H Ma'ruf Amin atas keberhailan pemilu 17 April kemaren” ungkap Jokowi. Ketua tim kampanye nasional Erick Tohir bersyukur atas begitu banyaknya ucapan selamat yang diterima Jokowi usai pelaksanaan pemilu 2019.

Warna cetak ungu pada teks berita diatas menunjukan bahwa Metro TV menunjukan koherensi penjelas pada penyampaian kabar berita tersebut. metro TV ingin menjelaskan lebih dalam dan menunjukan kepada penonton bahwa Joko Widodo mendapatkan respon yang sangat positif dari pemimpin dunia dan juga para pemimpin negara tetangga. Sedangkan warna cetak biru pada teks berita tersebut

untuk menjelaskan koherensi sebab-akibat kalimat ini dibuat oleh wartawan untuk mengarahkan pikiran masyarakat yang masih ragu dengan kepemimpinan Joko Widodo menjadi baik dimata mereka.

Dari kalimat yang ditampilkan diatas menunjukan Metro TV terlihat jelas menggunakan koherensi sebab-akibat untuk memperkuat kalimatnya. Dengan dasar-dasar yang berlandasan dukungan terhadap Joko Widodo Metro TV membuat kalimat yang selalu mengarahkan pandangan masyarakat ke hal yang positif-positif saja itu dibuktikan dengan cara mewawancarai Erick Tohir yang saat itu sebagai ketua Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019. Jadi hal sangat tidak mungkin untuk Erick Tohir berbicara selain sesuatu yang positif untuk Joko Widodo. Dari kalimat-kalimat koherensi diatas sangat wajar bila menjadi komponen yang dapat menggiring opini publik secara maksimal. Metro TV sangat memberi penekanan terhadap unsur pencitraan untuk Joko Widodo sebagai sosok pemimpin berkelas yang diharapkan oleh rakyat untuk memajukan Indonesia.

d. Elemen Retoris

Retoris Metro TV untuk melambungkan citra positif Joko Widodo atau *framing* dengan pemberitaan “pemimpin dunia ucapkan selamat untuk Jokowi” merupakan kesengajaan yang terencana dengan matang. Retoris ini bukan hanya mempengaruhi pikiran yang menonton tetapi juga tingkat kepercayaan terhadapnya. Sehingga publik percaya apa yang disampaikan oleh Metro TV adalah sesuatu yang mutlak benar.

Retoris Metro TV dalam menyampaikan pemberitaannya didukung dan dilengkapi dengan kalimat yang berupa elemen *Leksikon*. Wartawan memilih kalimat “sedikitnya ada 22 pemimpin negara yang memberikan ucapan selamat” kalimat ini untuk memperkuat respon positif dari pemimpin dunia yang mengucapkan selamat kepada Joko Widodo lebih dari 22 pemimpin negara, tidak hanya untuk saja tetapi juga untuk mendapatkan pengakuan dari rakyat Indonesia.

Retoris yang digunakan dalam bentuk *grafis* seperti menampilkan foto atau gambar yang menunjukkan Joko Widodo yang berpidato didepan pendukungnya yang terlihat bahagia mendengar kabar baik ini darinya. Sehingga menambahkan kesan yang sangat berwibawa dan sosok yang dapat jadi panutan mereka terlihat juga, Joko Widodo yang memakai baju putih dan lengan tangan baju yang digulung menandakan dia siap untuk bekerja lagi.

1.



Gambar 3.14 : Sin pertama berita 2

2.



Gambar 3.15 : Sin kedua berita 2

3.



Gambar 3.16 : Sin ketiga berita 2

4.



Gambar 3.17 : Sin keempat berita 2

5.



Gambar 3.18 : Sin kelima berita 2

6.



Gambar 3.19 : Sin keenam berita 2

7.



Gambar 3. 20 : Sin ketujuh berita 2

8



Gambar 3. 21 : Sin kedelapan berita 2

9.



Gambar 3.22 : Sin kesembilan berita 2

Dari 9 gambar di atas menunjukkan sin (tampilan) yang dapat menguatkan pendapat Metro TV untuk memolisasi pikiran publik bahwa Joko Widodo mendapatkan respon positif dari kalangan kepala negara. Seperti pada gambar 4 dimana Metro TV menampilkan gambar Jokowi yang sedang menerima telepon dari seseorang yang diartikan dia sedang berkomunikasi dengan para pemimpin dunia. Dan disamping gambar itu diperlihatkan apa yang Joko Widodo ingin sampaikan hal itu untuk memperkuat pernyataan Metro TV Joko Widodo sedang berbincang dengan para pemimpin dunia. Dan pada gambar 9 Joko Widodo juga selalu digambarkan sebagai sosok yang selalu dekat dengan rakyatnya seperti tanpa ada batasnya diantara mereka, hal ini dapat menimbulkan pengaruh yang luar biasa sehingga menjadi alat *framing* untuk pencitraan Joko Widodo itu sendiri.

Penulis, dalam menanggapi penayangan pemberitaan Metro TV terhadap Joko Widodo sangat yakin bahwa Metro TV ingin masyarakat menyaksikan siaran ini agar citra Joko Widodo semakin hari semakin baik dimata masyarakat itu sendiri. Terlebih lagi masyarakat Indonesia saat ini mempertanyakan legitimasi masyarakat terhadap Joko Widodo kerana semakin hari malah semakin pudar. Oleh

sebab itu wajar bila Metro TV ingin memulihkan citra Jokowi lewat media karena cara itulah yang paling efektif yang dapat terjangkau walaupun ke plosok daerah.

Berdasarkan pengamatan penulis, dari seluruh elemen yang terlibat untuk mencitrakan Jokowi ini unsur keberpihakanlah yang paling mungkin itu bisa diamati dari pola pembuatan pemberitaannya dari awal sampai akhir. Metro TV selalu dominan hanya menampilkan berita-berita baik saja dan didalam agenda memproduksi berita wartawan akan banyak pertimbangan untuk berita bisa diyangkan atau tidak. Tetapi jika ternyata berita itu baik untuk citra Jokowi kedepannya maka kemungkinan besar berita tersebut akan di siarkan tetapi sebaliknya jika berita itu sebuah citra buruk Jokowi maka hal itu tidak akan pernah disinggung dalam program acara berita manapun di Metro TV. Padahal seharusnya media tidak boleh berpihak ke siapapun karena media seharusnya independen berdiri sendiri dan dapat memberitakan peristiwa apa yang benar-benar terjadi bukan alat untuk pencitraan dan kepentingan semata

Berita 3 : <https://www.youtube.com/watch?v=1LQdLk0sk9c>



Gambar 3.23 : Tampilan awal “quick count sesuai harapan mayoritas pengusaha”

Tabel 3.3 : Spesifikasi berita 3

3	Tanggal Tayang Berita	19 April 2019
	Program Berita	Selamat Pagi Indonesia
	Teks Line Berita	Quick Count Sesuai Harapan Mayoritas Pengusaha
	Jam Penayangan	09:36 WIB
	Durasi Berita	02:33
	Narasumber	-
	Isi Berita : Sementara itu kalangan pelaku usaha mengapresiasi hasil hitung cepat atau quick count pemilihan presiden dan legislatif yang telah sesuai harapan pasar. Hasil hitung cepat ini juga mendapat sambutan positif dari pelaku pasar modal, ketua umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Hariyadi Sukamdani menyebutkan bahwa hasil hitung cepat telah sesuai dengan harapan mayoritas pengusaha menurutnya dengan berbagai gejala ekonomi global saat ini pasangan petahana lebih tepat untuk menjabat di periode selanjutnya Hariyadi berharap pada periode kedua ini Jokowi dapat lebih optimal dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dan penanaman investasi di dalam negeri. Pelaku pasar saham juga menyambut positif hasil hitung cepat ini. Sementara itu kita simak bersama pemirsanya bahwa perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia berlangsung bergairah kita simak bersama dan indeks harga saham gabungan (IHSG) ditutup menguat ke level 6.507,22 atau naik 0,40% analisis dari Frost Capital, Alfred Nainggolan menyebutkan bahwa euforia lebih semarak dibandingkan pemilu sebelumnya namun menurutnya euforia ini hanya tidak berlangsung lama. “oprol bahwa kita lihat sentimennya sudah selesai skenario yang perlu dicermati pasar bahwa ini bersifat short term artinya bagaimana IHSG kedepan akan sangat tergantung pada faktor-faktor fundamental kembali seperti nanti bicara pergerakan rupiah bagaimana kondisi perang dagang China-Amerika dan beberapa faktor-faktor yang lainnya. Kita melihat bahwa impact dari hasil quick count ini bersifat short term” ujar Alfred Nainggolan “sesuai dengan harapan kami jadi kebanyakan pelaku usaha memang berharap pasangan 01 yang menang pak Joko Widodo dan pak Ma'ruf Amin karena, memandang dengan beliau melanjutkan pertumbuhan ekonomi kita akan lebih cepat dibandingkan dengan misalnya pemerintahan baru atau presiden baru tentunya perlu waktu untuk transisi	

dan sebagainya nah transisi itu paling tidak memakan waktu bisa sampai 1 tahun sampai betul-betul normal tentunya ini juga tidak kita harapkan terjadi pada kondisi global pada saat ini” imbuh Hariyadi Sukamdani
--

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=1LQdLk0sk9c> Di Akses Pada Tanggal 5 Oktober 2019 Pukul 17:00 WIB

a. Elemen Sintaksis

Pada dasarnya elemen sintaksis memberikan petunjuk yang berguna tentang strategi wartawan untuk memaknai peristiwa yang terjadi dan ingin dibawa kemana berita yang akan disampaikan tersebut. untuk memberikan dan mengungkap gambaran berita ini maka peneliti akan memulai dari menganalisis *headline* yang ditayangkan pada tanggal 19 April 2019 sebagai berikut :

Quick Count Sesuai Harapan Mayoritas Pengusaha

Sementara itu kalangan pelaku usaha mengapresiasi hasil hitung cepat atau *quick count* pemilihan presiden dan legislatif yang telah sesuai harapan pasar. Hasil hitung cepat ini juga mendapat sambutan positif dari pelaku pasar modal, ketua umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Hariyadi Sukamdani menyebutkan bahwa hasil hitung cepat telah sesuai dengan harapan mayoritas pengusaha menurutnya dengan berbagai gejala ekonomi global saat ini pasangan petahana lebih tepat untuk menjabat diperiode selanjutnya Hariyadi berharap pada periode kedua ini Jokowi dapat lebih optimal dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dan penanaman investasi didalam negeri. Pelaku pasar saham juga menyambut positif hasil hitung cepat ini.

Terlihat dalam judul berita yang berjudul “*Quick Count* Sesuai Harapan Mayoritas Pengusaha” dengan judul seperti ini maka Metro TV ingin menampilkan sambutan yang positif dari pengusaha Indonesia yang dibawah naungan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO). Dengan berita seperti ini akan mudah bagi Metro TV untuk mempengaruhi pandangan publik yang seakan-akan sambutan positif seperti ini bisa memperwakilan semua pengusaha di Indonesia.

Metro TV dalam berita ini memunculkan kalimat *headline* yang sangat ditekankan hal ini dikarenakan wartawan ingin memberi pandangan representasi mereka dan tidak melihat faktor diluar representasi mereka. Mero TV dalam tayangan ini secara jelas menunjukan bahwa dengan harapan menangnya nanti Jokowi-Ma'ruf dapat menunjang pertumbuhan ekonomi yang mana mereka beranggapan tinggal meneruskan hasil kerja pada periode sebelumnya sehingga tidak ada adaptasi program jika pemenangnya bukan Joko Widodo.

Strategi Metro TV lainnya juga melalui *Lead* pada berita yang menunjukan aspirasi positif dari kalangan pengusaha yang begitu gembira melihat hasil sementara *quick count* yang mengunggulkan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf pada pemilu 2019. Dengan demikian Metro TV dapat menggiring pendapat atau opini publik bahwa ditangan Jokowi-Ma'ruf Indonesia kedepan bisa maju di sektor perekonomian karena pengusaha adalah salah satu faktor untuk menggerakkan roda perekonomian di tanah air ini.

Metro TV pada bagian *Lead* ini mempertegas penyampaiannya yang sesuai dengan harapan pasar dan pelaku pasar modal. Wartawan menampilkan pengusaha beranggapan bahwa hasil hitung cepat atau *quick count* telah sesuai dengan harapan mayoritas pengusaha dan dengan berbagai gejala ekonomi global saat ini pasangan petahana lebih tepat untuk menjabat periode selanjutnya. Metro TV juga memperkuat pernyataan ini dengan menampilkan juga perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia dimana sedang berlangsung sangat bergairah dan melonjak naik.

Untuk memudahkan melihat *Latar informasi* bisa dilihat dari kronologis berikut :

ketua umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Hariyadi Sukamdani menyebutkan bahwa hasil hitung cepat telah sesuai dengan harapan mayoritas pengusaha menurutnya dengan berbagai gejala ekonomi global saat ini pasangan petahana lebih tepat untuk menjabat diperiode selanjutnya Hariyadi berharap pada periode kedua ini Jokowi dapat lebih optimal dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dan penanaman investasi didalam negeri. Pelaku pasar saham juga menyambut positif hasil hitung cepat ini.

Dari kronologis pernyataan ini mempunyai maksud yang ingin disampaikan oleh Metro TV sebagai salah satu strategi framenya. Itu dapat dilihat ketika Metro TV yang memberitakan pernyataan dari ketua umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) yang menyampaikan “pasangan petahana lebih tepat untuk menjabat diperiode selanjutnya, Hariyadi berharap pada periode kedua ini Jokowi dapat lebih optimal dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dan penanaman investasi didalam negeri” pernyataan seperti ini agar masyarakat percaya bahwa ditangan Joko Widodo kelak pertumbuhan ekonomi akan semakin meningkat.

Kalimat “meningkatkan SDM dan penanaman investasi didalam negeri” menjadi jurus jitu sebagai frame Metro TV dalam berita ini yang sangat membuat menarik perhatian dimata masyarakat. sehingga masyarakat akan berfikir sosok seorang Jokowi adalah pemimpin yang tepat untuk memegang harapan yang baik untuk khalayak umum lima tahun yang akan datang, dan hal itu yang sangat diharapkan Metro TV sebagai media yang begitu jelas sangat memihak pada pasangan Jokowi-Ma'ruf.

Metro TV membuat sebuah *Kutipan* agar berita seolah-olah tidak diambil dari cara berpikir subjektif tetapi dengan cara objektif hal itu dilakukan untuk mengelabui penonton yang menjadi sasaran narasi yang memihak dari Metro TV. Dalam berita ini Metro TV menunjukkan sebuah kutipan yang merujuk dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang menunjukkan saham saat itu sedang menguat ke level 6.507,22 atau menaik 0,40%. Berita ini menjadi senjata Metro TV untuk menjadi dasar bahwa unggulnya Jokowi di *quick count* memiliki dampak yang begitu positif bagi pasar modal dan berita baik juga untuk rakyat Indonesia.

Pada Metro TV dalam kutipan berita ini menunjukkan kutipan dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang di pimpin oleh Inarno Djajadi sebagai direktur utama PT. Bursa Efek Indonesia yang memiliki hubungan baik dengan Erick Tohir dimana saat ini dia sebagai ketua Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf pada pemilu 2019.

Kutipan yang ditampilkan di berita ini dimaksudkan Metro TV sebagai landasan dasar tinjauan objektif mereka untuk mengkonstruksikan pikiran masyarakat yang menonton untuk percaya dan terpengaruh dari berita positif tentang Joko Widodo. Begitu jelas bahwa Metro TV ingin membuat citra Joko Widodo sangat baik dan IHSG sebagai sumber yang dapat dipercaya dan mereka menganggap menyampaikan berita adalah kewajiban media massa tanpa ada niatan berpihak kepada pasangan calon manapun.



Gambar 3. 24 : Tampilan *kutipan* berita 3

b. Skrip

Dengan cara Metro TV mengabarkan berita tersebut dapat diamati dengan jelas kelengkapan skripnya (5W+1H). Penayangan berita tentang *quick count* sesuai harapan mayoritas pengusaha adalah unsur *what* (apa) unsur *what* ini akan menjelaskan mayoritas semua pengusaha di Indonesia sangat gembira dengan hasil sementara *quick count* yang mengunggulkan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf. Pengusaha yang tergabung di Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) adalah unsur *who* (siapa) karena dalam pemberitaan ini topik pembicaraan Metro TV sangat ingin menekan bahwa semua pengusaha sangat senang dengan hasil sementara *quick count* yang mengunggulkan pasangan Jokowi-Ma'ruf.

19 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) inilah penayangan berita ini di Metro TV berlangsung. Jakarta adalah unsur *where* (dimana) dikarenakan pada saat wawancara dengan Hariyadi Sukamdani sebagai ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) bertempat di Jakarta. Metro TV ingin menunjukkan sambutan

positif dari kalangan pengusaha adalah unsur *why* (kenapa) karena dengan demikian akan menumbuhkan citra baik Jokowi-Ma'ruf di masyarakat dan di cap oleh masyarakat Joko Widodo adalah pemimpin yang baik untuk rakyatnya. Dan gambaran atau kronologis meningkatnya hasil IHSG adalah unsur *how* (bagaimana) karena dengan ditampilkannya hasil IHSG ini membuat masyarakat yang menyaksikan tayangan ini semakin yakin bahwa Joko Widodo adalah pemimpin yang berkompeten.

Maka dari itu dari pengamatan penulis pernyataan unsur kelengkapan tayangan berita yang di tayangkan ini dapat menjadi alat *framing* yang mumpuni untuk mempengaruhi opini publik. Oleh sebab itu penulis ingin menegaskan bahwa cara Metro TV menyajikan berita akan dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian penonton. Sebab unsur 5W+1H merupakan unsur yang sangat berpengaruh dalam sebuah tayangan berita. Metro TV mengfokuskan topik pemberitaannya pada kemenangan versi *quick count* Jokowi-Ma'ruf dan menjadi harapan mayoritas pengusaha dan hal ini sangat memberikan citra yang positif baginya.

c. Elemen Tematik

Ada peristiwa dan tema yang begitu besar yang ingin Metro TV angkat dalam berita ini yaitu : tema tentang kemenangan Jokowi versi *quick count* sesuai dengan harapan mayoritas pengusaha di Indonesia dan menjadi kabar baik untuk perekonomian di negeri ini. Terlihat Metro TV mengframe dengan jelas pada bagian-bagian berita sebagai berikut.

Hasil hitung cepat ini juga mendapat sambutan positif dari pelaku pasar modal, ketua umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Hariyadi

Sukamdani menyebutkan bahwa hasil hitung cepat telah sesuai dengan harapan mayoritas pengusaha menurutnya dengan berbagai gejala ekonomi global saat ini pasangan petahana lebih tepat untuk menjabat diperiode selanjutnya Hariyadi berharap pada periode kedua ini Jokowi dapat lebih optimal dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dan penanaman investasi didalam negeri. Pelaku pasar saham juga menyambut positif hasil hitung cepat ini.

Sementara itu kita simak bersama pemirsa bahwa perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia berlangsung bergairah kita simak bersama dan indeks harga saham gabungan (IHSG) ditutup menguat ke level 6.507,22 atau naik 0,40% analis dari Frost Capital, Alfred Nainggolan menyebutkan bahwa euforia lebih semarak dibandingkan pemilu sebelumnya namun menurutnya euforia ini hanya tidak berlangsung lama.

Warna cetak ungu pada penggalan kalimat diatas menjelaskan bahwa Metro TV menggunakan koherensi penjelas pada penyampaian berita ini. Untuk meyakinkan penonton Metro TV banyak menggunakan kata-kata yang mempertegas bahwasanya Joko Widodo adalah sosok yang diakui secara global. Sedangkan warna cetak hijau di atas memberikan penjelasan tentang koherensi pembeda yang mana menjelaskan tentang harapan positif para pengusaha di Indonesia bila pasangan Jokowi-Ma'ruf yang akan menang nantinya.

Pada penggalan kalimat berita ini menunjukkan Metro TV jelas menggunakan koherensi proposisi yang dapat memberikan penekanan atau penegasan pada suatu kalimat. Pada penekanan-penekanan kalimat pada berita ini tidak lain adalah untuk memunculkan tema yang sebenarnya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. itu terbukti dengan adanya Metro TV menampilkan berita yang sangat membahagiakan bagi pengusaha Indonesia dan hal ini juga akan sangat mempengaruhi citra positif Joko Widodo pada kompetisi perebutan kekuasaan saat ini.

Penggalan kata-kata diatas sebagai kalimat koherensi penjelas dan juga menjadi alasan kuat untuk upaya Metro TV agar dapat menggiring opini publik bahwa di mata dunia sekalipun Joko Widodo diakui dan dihormati sebagai pemimpin yang layak untuk kemajuan Indonesia yang akan datang. Metro TV juga dapat kita maknai sebagai media yang berperan memberikan tekanan yang mempunyai unsur pencitraan untuk Joko Widodo. Metro TV juga dapat dengan mudah memilah dan membuat strategi untuk menyembunyikan peristiwa yang merugikan pihak Jokowi dan dapat juga dengan mudah menampilkan pencitraan secara gamblang.

d. Elemen Retoris

Untuk menggambarkan hal yang begitu epic dalam penyiaran berita ini frame Metro TV adalah kesengajaan dan merupakan bentuk upaya pencitraan yang begitu nyata dari wartawan. Retoris dalam pemberitaan ini bukan saja hanya mengkonstruksi pikiran penonton tetapi berusaha mengontrol tindakan penonton dengan cara mengarahkan pandangan penonton itu sendiri sehingga penonton mau tidak mau akan terpengaruh oleh doktrin dari berita mereka yang ditayangkan.

Retoris Metro TV dalam penyampaian berita ini didukung dengan kalimat-kalimat *Leksikon*. Metro TV menggunakan kata “berlangsung bergairah” untuk menunjukan hasil IHSG yang menguat ke level 6.507,22 atau naik 0,40% yang mana kalimat tersebut digaungkan untuk menarik perhatian masyarakat dan terlihat luar biasa walaupun angka tersebut tidak terlalu signifikan untuk memperbaiki perekonomian Indonesia saat ini. Untuk retoris yang digunakan dalam bentuk *Grafis* berupa menampilkan foto atau gambar yang menguatkan citra Joko Widodo.

Sehingga akan menambahkan kesan yang baik bagi para penonton yang menyaksikan siaran berita ini

1.



Gambar 3. 25 : Sin pertama berita 3

2.



Gambar 3. 26 : Sin kedua berita 3

3.



Gambar 3. 27 : Sin ketiga berita 3

4.



Gambar 3. 28 : Sin keempat berita 3

5.



Gambar 3. 29 : Sin kelima berita 3

6.



Gambar 3. 30 : Sin keenam berita 3

Dari 6 gambar diatas menunjukan *sin* (tampilan) yang dapat mendukung dan menjadi dasar pencitraan politik Joko Widodo yang dilakukan oleh Metro TV seperti pada gambar 6 dimana terlihat jelas bahwa Hariyadi Sukamdani sebagai ketua Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) memberikan penjelasan dan harapannya secara terang-terangan untuk kemenangan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf dan juga didukung dengan teks line yang mana pasti menguntungkan bagi pasangan calon tersebut teks yang tertulis “respon pasar & pengusaha terhadap *quick count*” dengan teks line seperti ini sudah pasti yang melihat pasti akan langsung percaya dan yakin karena argumen yang begitu kuat untuk kemajuan perekonomian Indonesia kedepannya.

Untuk mencermati *sin* (gambaran) diatas penulis berpendapat bahwa Metro TV ingin penonton menganggap pasangan calon Jokowi-Ma'ruf menjadi sosok pasangan yang pass dalam memajukan Indonesia kedepannya. Metro TV ingin menunjukkan kemenangan versi *quick count* Jokowi-Ma'ruf sangat disambut dengan gembira dan antusias positif oleh kalangan pengusaha-pengusaha di Indonesia. Karena mereka yakin bahwa ditangan Jokowi-Ma'ruf kelak perekonomian Indonesia akan dapat menjadi yang berdaya saing tinggi di kawasan Asia Tenggara.

Berdasarkan *sin* diatas penulis dapat mengasumsikan bahwa, dari semua elemen yang terlibat dari proses berita, semua dapat dimanfaatkan sebagai alat framing Metro TV untuk kepentingan dan pencitraan pasangan Jokowi-Ma'ruf. Terlepas dari hal ini tergantung kepentingan apa yang Metro TV inginkan itu semua bisa terwujud karena banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya adalah faktor internal dimana pemilik dari Metro TV sendiri adalah Surya Paloh yang sekaligus

ketua umum partai Nasional Demokrat (NasDem) yang saat itu berkoalisi dengan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf. Jadi wajar saja Metro TV mengeluarkan tenaga lebih untuk kepentingan politiknya tersebut walaupun sebetulnya media harus netral tetapi itu tidak berlaku untuk Metro TV.

Berita 4 : <https://www.youtube.com/watch?v=5qnO1I8Zh4>



Gambar 3.31 : tampilan awal “momen sambutan warga Indonesia”

Tabel 3. 4 : spesifikasi berita 4

4	Tanggal Tayang Berita	20 April 2019
	Program Berita	President's Corner
	Teks Line Berita	Momen Sambutan Warga Indonesia
	Jam Penayangan	22:19 WIB
	Durasi Berita	04:27
	Narasumber	-
	Isi Berita :	Pemirsa momen sambutan warga ketika JokoWidodo datang suatu daerah selalu meriah sambutan inipun kerap kali membuat Joko Widodo sumbringa dan kerap kali ia abadikan lewat sebuah vlog dan pemirsa

	informasi tersebut sekaligus menutup perjumpaan kita malam hari ini dalam <i>president's corner</i> mewakili kerabat kerja yang betugas saya Fitri Mergantara mengucapkan terima kasih atas perhatian anda selamat malam sampai jumpa minggu depan. Jokowi Jokowi Jokowi, begitulah sambutan warga Indonesia dari Sabang sampai Marauke ketika Jokowi Widodo datang kesuatu tempat wilayah baik dalam masa kunjungan kerja ataupun masa kampanye yang telah lalu kemarin. Antusias warga tak terbendung ketika Jokowi datang, Jokowi pun kerap kali mengabadikan momentum sambutan warga yang meriah dengan sebuah vlog. “Sebuah sambutan yang luar biasa terimah kasih” ucap Jokowi. Ya moment sambutan-sambutan warga selalu membuat Joko Widodo tersenyum bahagia, ada juga moment tak terlupakan ketika kampanye di tegal. Ya palingan anu ya waktu kehujan di tegal hmhmhm ungkap Jokowi lagi kenapa itu pak tanya reporter? Ya kita sudah dalam perjalanan menuju ketempat kampanye kurang lebih lima belas menit itu hujan deras sekali waktu kita sampai ke lokasi masyarakat tidak ada yang bergeser satu sentipun semuanya menunggu hujan-hujan disitu saya mau pake payung gak ya ? hahah .. itu dilema juga ya pak ? gak patutlah dari sisi kepatutan yasudah saya lepas saya dan bu Jokowi yasudah hujan-hujan dipanggung. Rame-rame ? yang saya khawatirkanni saya sudah lebih dari empat puluh tahun gak pernah kehujan, sakit ndak-sakit ndak ? alhamdulillah ndak sakit heheh . pucaknya ketika kampanye akbar koset putih bersatu pada 13 April yang lalu.
--	--

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=5qnO1I8Zhx4> Di Akses Pada Tanggal 5 Oktober 2019 Pukul 18:00 WIB

a. Elemen Sintaksis

Untuk memperjelas dalam pembahasan ini penulis akan memberi gambaran berita di mulai dengan menganalisis *headline* yang ditayangkan Metro TV pada tanggal 20 April 2019 sebagai berikut :

Pemirsa momen sambutan warga ketika Jokowi Widodo datang suatu daerah selalu meriah sambutan inipun kerap kali membuat Joko Widodo sumbringa dan kerap kali ia abadikan lewat sebuah vlog dan pemirsa informasi tersebut sekaligus menutup perjumpaan kita malam hari ini dalam *president's corner* mewakili kerabat kerja yang betugas saya Fitri Mergantara mengucapkan terima kasih atas perhatian anda selamat malam sampai jumpa minggu depan.

Headline atau disebut juga dengan judul berita adalah perangkat analisis yang pertama untuk mengetahui *frame* Metro TV dalam beritanya. Seperti pada berita ini yang berbunyi “momen sambutan warga Indonesia” dengan judul seperti ini akan membuat orang yang menyaksikan akan tertarik untuk mengikuti berita yang ditayangkan Metro TV tersebut.

Metro TV dalam menyiarkan berita ini adalah taktik untuk membuat penasaran dan tertarik untuk terus mengikuti berita ini selengkap-lengkapnya sehingga dapat menggiring opini publik. Metro TV merancang berita ini dengan menunjukkan karakter Joko Widodo yang sesedarnya mungkin untuk memberikan kesan yang benar-benar sosok yang diharapkan untuk memimpin Indonesia kedepannya. Terlihat sangat jelas bahwa Metro TV menginginkan setiap orang yang melihat tayangan ini dapat diarahkan pandangannya dan hal itu juga terlihat pada *Lead* berita yang menegaskan antusias warga saat penyambutan Joko Widodo.

Pada bagian *Lead* ini Metro TV menyampaikan momen dimana Joko Widodo sangat ditunggu-tunggu kedatangannya pada suatu daerah seperti terlihat dalam kalimat berikut “momen sambutan warga ketika Joko Widodo datang ke suatu daerah selalu meriah” kalimat ini menunjukkan Metro TV sangat detail dalam menunjukkan citra positif Jokowi karena bagi mereka itu hal yang wajib itu tercermin dari program acaranya yang bernama *Presiden's Corner*.

Lead ini juga menunjukkan *frame* Metro TV yang secara terang-terangan mengkonstruksi pikiran penonton untuk ikut dalam keinginan mereka. Setelah itu presenter melanjutkan dengan memberitahukan sewaktu dalam kunjungan tersebut Jokowi sering mengabadikan momen sambutan tersebut, lagi-lagi Metro TV

mencoba mengarahkan pandangan publik kearah sesuatu yang dapat menguntungkan pihak mereka dengan menggambarkan kecintaan Jokowi dengan rakyatnya dan begitu pula rakyat sangat mencintai sosok seorang Jokowi.

Kecintaan rakyatnya terhadap Joko Widodo dapat pula digambarkan di *Latar Informasi* karena seorang wartawan ketika membuat dan memproduksi berita dibuat atas dasar peristiwa yang dibuat. Latar yang dipilih menentukan mau di bawah kemana pandangan publik terhadap berita tersebut. Latar informasi sangat terlihat pada penjelasan seperti kronologis berikut ini :

Jokowi Jokowi Jokowi, begitulah sambutan warga Indonesia dari Sabang sampai Marauke ketika Jokowi Widodo datang kesuatu tempat wilayah baik dalam masa kunjungan kerja ataupun masa kampanye yang telah lalu kemarin. Antusias warga tak terbendung ketika Jokowi datang, Jokowi pun kerap kali mengabadikan momentum sambutan warga yang meriah dengan sebuah vlog.

Pernyataan di atas mempunyai maksud Metro TV menceritakan kronologis betapa meriahnya dan antusia sambutan dari masyarakat untuk menyambut kedatangan Jokowi sang tokoh yang pantas untuk memimpin negara ini kedepannya. Hal ini dapat kita lihat dengan jelas pada kalimat “antusias warga tak terbendung ketika Jokowi datang” seakan-akan mereka percaya hanya Jokowi saja yang mampu mengemban tugas negara ini.

Frame Metro TV yang terlihat dengan jelas pada bagian latar informasi ini ada pada kalimat teriak “Jokowi Jokowi Jokowi” dan disambung dengan kalimat “begitulah sambutan warga Indonesia ketika Jokowi datang” kalimat ini mempertegas dengan jelas sosok seorang Jokowi sangatlah dicintai oleh rakyatnya dari sabang sampai marauke. Kalimat-kalimat ini menjadikan senjata yang ampuh

untuk menarik simpati dari masyarakat dan juga akan berefek membuat citra yang positif bagi Joko Widodo itu sendiri.

Untuk membuat semua seolah bukan hasil dari konstruksi dari Metro TV mereka menggunakan kutipan sebagai alibi mereka dan hal itu untuk mengklaim validitas, penghubung poin-poin secara data, dan mengspesifikasi pendapat. Metro TV dalam kutipan ini merujuk pada instagram pribadi Joko Widodo sehingga dalam penyampainya pun Metro TV ingin mengkedepankan kedekatan Jokowi dengan rakyatnya lewat media sosial sekalipun. Dan itu terbukti dengan banyak pengikut dari instagram pribadinya tersebut.



Gambar 3.32 : Tampilan *kutipan* berita 4

Kutipan dalam berita ini dimaksudkan untuk memperkuat argumen Metro TV yang melihat fenomena yang sedang terjadi tidak secara subjektif tetapi dengan cara objektif berdasarkan temuan-temuan yang ada dilapangan. Begitu jelas Metro TV ingin sosok seorang Jokowi yang begitu dicintai oleh rakyatnya secara

menonjol menampilkan keapikannya dalam melayani masyarakat dan memimpin Indonesia untuk lebih baik lagi kedepannya.

b. Skrip

bentuk umum dari struktur *skrip* ini adalah pola 5W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*). Dengan cara Metro TV menayangkan berita ini dapat diamati kelengkapan skripnya (5W+1H). Penayangan tentang pemberitaan dengan judul “momen sambutan warga Indonesia” adalah unsur *what* (apa), unsur *what* ini dapat menjelaskan momesn yang begitu meriah dalam penyambutan Jokowi disetiap kunjungan kerjanya disemua daerah. Joko Widodo adalah unsur *who* (siapa) dalam pemberitaan ini dikarenakan dia yang menjadi sorotan yang begitu jelas dari berita ini.

20 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) karena pada tanggal ini berita tersebut ditayangkan di TV nasional lebih tepatnya di Metro TV. Kota tegal adalah unsur *where* (dimana) dikarenakan pada momen sambutan yang sangat berkesan bagi Jokowi adalah Kota Tegal. Untuk melakukan kampanye dan kunjungan kerja adalah unsur *why* (mengapa) sehingga Joko Widodo mendapatkan sambutan yang begitu meriah dari masyarakat yang mendukung dia sewaktu mencalonkan sebagai calon presiden republik Indonesia periode 2019-2024. Dan gambaran kronologis sambutan yang begitu meriah dari masyarakat adalah unsur *how* (bagaimana) Jokowi disambut dengan sangat antusias oleh masyarakat yang dikunjunginya.

Dari penjelesan diatas penulis beranggapan dalam menayangkan pemberitaannya terlihat Metro TV membuat framing melalui elemen skrip adalah hal yang tidak bisa dipungkiri lagi kebenarannya. Penulis juga beranggapan dalam

menyajikan berita Metro TV pasti dibuat sangat semenarik mungkin sehingga dapat membuat semua orang yang terpanah akan kearifan seorang Jokowi yang terpancar darinya dan membuat citra Jokowi semakin berkesan bagi masyarakat.

c. Elemen Tematik

Ada sebuah tema besar yang coba Metro TV tampilkan untuk dilihat oleh semua masyarakat yaitu tentang sosok Jokowi yang begitu diinginkan oleh rakyat Indonesia untuk menjadi seorang pemimpin terlihat jelas pada bagian berita berikut :

Pemirsa momen sambutan warga ketika Jokowi datang suatu daerah selalu meriah sambutan **inipun** kerap kali membuat Jokowi sumringa **dan** kerap kali ia abadikan lewat sebuah vlog dan pemirsa informasi tersebut sekaligus menutup perjumpaan kita malam hari ini dalam president's corner mewakili kerabat kerja yang bertugas saya Fitri Mergantara mengucapkan terima kasih atas perhatian anda selamat malam sampai jumpa minggu depan.

Jokowi Jokowi Jokowi, begitulah sambutan warga Indonesia **dari** Sabang sampai Marauke ketika Jokowi Widodo datang kesuatu tempat wilayah baik dalam masa kunjungan kerja **ataupun** masa kampanye yang telah **lalu** kemarin. Antusias warga tak terbendung **ketika** Jokowi datang, Jokowi pun kerap kali mengabadikan momentum sambutan warga yang meriah dengan sebuah vlog.

warna cetak biru pada penggalan kalimat berita diatas menjelaskan bahwa Metro TV menjelaskan kalimat koherensi sebab-akibat pada tayangan berita ini. Metro TV ingin menonjolkan kepatutan Jokowi sebagai seorang pemimpin yang kerap kali mendapatkan sambutan yang begitu meriah dari warga Indonesia disetiap kunjungan kerja sewaktu menjadi presiden maupun disaat masa kampanyenya dalam pencalonan ulangnya.

Sedangkan warna cetak hijau menandakan Metro TV menggunakan koherensi penjelas untuk mendukung semua penyampaian yang mereka lakukan.

Terlihat seperti pada kalimat berikut “antusias warga tak terbendung ketika Jokowi datang” pernyataan ini akan menjadi daya tarik yang kuat untuk menjadi frame Metro TV untuk pencitraan seorang Jokowi yang di dukungnya.

Pada kalimat-kalimat diatas memperlihatkan Metro TV menggunakan elemen wacana sebagai alat untuk mengungkap tema berita yang disampaikan ini. Wacana yang paling menonjol dalam berita ini adalah kalimat koherensi penjelas dimana Metro TV banyak kalimatnya memberikan penjelasan tentang Jokowi selalu disambut dengan sepenuh hati oleh warga yang dikunjunginya. Sebetulnya itulah yang diinginkan Metro TV karena sebagai media yang condong mendukung Jokowi ini akan dianggap sebuah keberhasilan media tersebut.

Kalimat koherensi penjelas dapat juga sebagai alat *frame* yang sangat kuat untuk menggiring sebuah opini publik yang ada pada warga Indonesia untuk percaya dan yakin bahwa figur seorang Jokowi adalah pemimpin yang dapat mengayomi semua elemen rakyatnya dan hal ini akan mendapat respon dan juga citra yang baik dimanapun di negeri ini.

d. Elemen Retoris

Kecenderungan bahwa untuk menunjukan apa yang disampaikan adalah suatu kebenaran maka ada beberapa elemen struktur retorik yang digunakan oleh Metro TV dalam berita ini seperti *leksikon*, pemilihan, dan pemakaian kata-kata atau kalimat-kalimat tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa yang sedang terjadi sesuai dengan keinginan Metro TV.

Retorik Metro TV penyampaian penyiaran berita ini menggunakan juga dukungan dari kalimat yang berunsur *leksikon*. Metro TV memilih kata “sumringa”

untuk menggambarkan perasaan Jokowi yang begitu bahagia telah di sambut dengan baik dan penuh antusias oleh warga Indonesia. Metro TV seolah menunjukkan kebagian yang begitu dalam baik Jokowi ataupun warga yang menyambutnya, ini seolah mencerminkan keharmonisan yang tiada tara antara seorang pemimpin yang dicintai rakyatnya.

Retorika dalam bentuk *grafis* Metro TV menampilkan foto ataupun gambar sosok seorang Joko Widodo. Sehingga menambahkan kesan pemimpin yang benar-benar diinginkan oleh rakyatnya terlihat juga didalam gambar berita ini memperlihatkan Jokowi rela berhujan-hujan demi menyapa masyarakat pendukungnya begitu pula dengan masyarakatnya rela basah kuyup untuk menyaksikan Jokowi secara langsung mencerminkan keharmonisan yang hakiki antara keduanya.

1.



Gambar 3. 33 : Sin pertama berita 4

2.



Gambar 3. 34 : Sin kedua berita 4

3.



Gambar 3. 35 : Sin ketiga berita 4

4.



Gambar 3. 36 : Sin keempat berita 4

5.



Gambar 3. 37 : Sin kelima berita 4

6.



Gambar 3. 38 : Sin keenam berita 4

7.



Gambar 3. 39 : Sin ketujuh berita 4

8.



Gambar 3. 40 : Sin kedelapan berita 4

9.



Gambar 3. 41 : *Sin* kesembilan berita 4

10.



Gambar 3. 42 : *Sin* kesembilan berita 4

11.



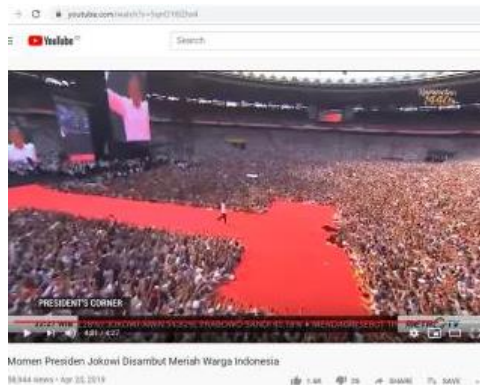
Gambar 3. 43 : *Sin* kesebelas berita 4

12.



Gambar 3. 44 : *Sin* keduabelas berita 4

13.



Gambar 3. 45 : *Sin* ketigabelas berita 4

Dari 13 gambar diatas menunjukan *sin* (tampilan) yang membuktikan pencitraan Joko Widodo melalui Metro TV benar adanya seperti pada gambar 8 dan

13 yang mana sangat jelas bahwa Metro TV ingin menunjukkan bahwa Jokowi itu sangat dicintai oleh rakyatnya dan juga Metro TV ingin menunjukkan bahwa semua orang tidak ada yang bergeming dari posisi semula seakan menunjukkan antusias mereka untuk melihat idola mereka walaupun keadaanyapun sedang diguyur hujan lebat.

Untuk mencermati gambar diatas penulis berpendapat Metro TV ingin penonton merasakan kegembiraan dan kesenangan seperti yang halnya orang-orang yang ada dalam berita itu. Sehingga mereka benar-benar akan yakin sosok Jokowi adalah pemimpin yang sangat mengayomi rakyatnya dan juga wartawan ingin memperlihatkan keikhlasan Jokowi untuk pada pengabdianya untuk rakyatnya sekarang ataupun lima tahun yang akan datang.

Berdasarkan pengamatan penulis, semua elemen yang terlibat dari proses berita dibuat hingga berita ditayangkan di Metro TV pasti memiliki kepentingan yang tersembunyi untuk menguntungkan pihaknya. Unsur kepentingan dan keberpihakan Metro TV untuk mendukung Joko Widodo bisa dideteksi dengan mengamati pola yang pembuatan pemberitaannya dari awal sampai akhir.

Berita 5 : <https://www.youtube.com/watch?v=FCMPb9lGB6k>



Gambar 3. 46 : Tampilan awal “Jokowi presiden terpopuler di dunia”

Tabel 3. 5 : Spesifikasi berita 5

5	Tanggal Tayang Berita	24 April 2019
	Program Berita	Selamat Pagi Indonesia
	Teks Line Berita	Jokowi Presiden Terpopuler Di Dunia
	Jam Penayangan	08:30 WIB
	Durasi Berita	01:18
	Narasumber	-
Isi Berita : Tapi kalau kita dengar avenger pasti kita juga ingat thanos kan tapi kalau saya ingat Thanos inget juga presiden Jokowi. Jokowi baru saja dinobatkan sebagai pemimpin terpopuler versi media online internasional Gzeromedia.com dalam graphic truth : Indonesia’s Mr. Popular menunjukan Jokowi berada pada peringkat teratas yaitu 71% suara bahkan kepopuleran Presiden Joko Widodo mengalahkan Vladimir Putin dan Donald Trump, ya menurut Gzeromedia ini prestasi Jokowi selama 5 tahun menjabat sebagai Presiden Indonesia sangat mengesankan. Diperingkat kedua bisa kita lihat di tempati oleh Presiden Russia Vladimir Putin dengan perolehan 64% lalu diperingkat ketiga ada PM India Narendra Modi sementara diperingkat ke empat ada Angela Merkel		

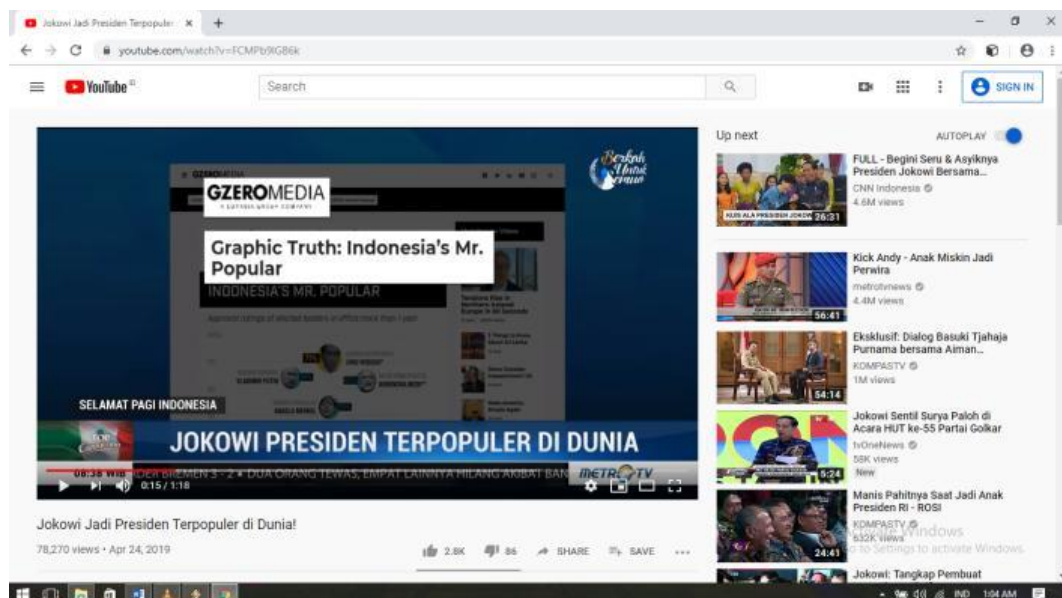
yang merupakan konselor Jerman dan Donald Trump ada di peringkat kelima dengan perolehan 42%. Ok kita mesti bangga ya Presiden Joko Widodo apakah akan berlanjut lima tahun kedepan kita nantikan kita nantikan dari KPU tentunya pastinya ya dan Emmanuel Macron Presiden Prancis di peringkat ketujuh dengan 27% Theresa May juga posisi kedelapan dengan jumlah suara 22%.

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=FCMPb9lGB6k> Di Akses Pada Tanggal 6 Oktober 2019 Pukul 16:34 WIB

a. Elemen Sintaksis

Untuk menganalisis dalam elemen *sintaksis* ini peneliti akan memulai dengan menganalisis *headline* pada pada berita ini yang ditayangkan pada program berita selamat pagi Indonesia di Metro TV :

Jokowi baru saja dinobatkan sebagai pemimpin terpopuler versi media online internasional Gzeromedia.com dalam graphic truth : Indonesia's Mr. Popular menunjukan Jokowi berada pada peringkat teratas yaitu 71% suara bahkan kepopularan Presiden Joko Widodo mengalahkan Vladimir Putin dan Donald Trump, ya menurut *Gzeromedia* ini prestasi Jokowi selama 5 tahun menjabat sebagai Presiden Indonesia sangat mengesankan.



Gambar 3. 47 : Tampilan kutipan berita 5

Judul berita yang berjudul “Jokowi presiden terpopuler di dunia” dibuat dengan sengaja oleh Metro TV untuk menarik perhatian penonton agar tertarik untuk menyaksikan tayangan tersebut. *Headline* sangat ditekankan dalam penayangan berita ini dikarenakan mereka ingin penonton percaya dan yakin pemberitaan tentang Jokowi adalah pemimpin yang sangat populer di dunia internasional dan memiliki kharisma yang mumpuni untuk memimpin Indonesia kedepannya, itu juga diperkuat dengan *lead* yang digambarkan oleh presenter pada pembukaan berita yang mengumpamakan kepopuleran Joko Widodo seperti film avenger.

Pada *lead* berita Metro TV ini mencoba untuk menerangkan bahwa Joko Widodo adalah sosok yang sangat populer di kalangan dunia internasional dan juga mencoba menghanyutkan pikiran penonton kedalam pengaruh mereka yang membuat citra positif Joko Widodo. Untuk memperkuat hal ini mereka juga menjelaskan penobatan pemimpin terpopuler dari media online internasional Gzeromedia.com yang mana Joko Widodo mengalahkan presiden Rusia Vladimir Putin dan Donald Trump dengan memperoleh 71% suara dan mereka menambahkan *latar informasi* sebagai faktor yang dapat mengarahkan pandangan khalayak umum.

Latar informasi sendiri bisa dilihat seperti pada kronologis berita berikut :

Media online internasional Gzeromedia.com dalam graphic truth : Indonesia's Mr. Popular menunjukan Jokowi berada pada peringkat teratas yaitu 71% suara bahkan kepopuleran Presiden Joko Widodo mengalahkan Vladimir Putin dan Donald Trump, ya menurut Gzeromedia ini prestasi Jokowi selama 5 tahun menjabat sebagai Presiden Indonesia sangat mengesankan.

Dari penggalan berita diatas menunjukan maksud Metro TV ingin memberitakan berita ini untuk memberitahukan kepopuleran Jokowi sangat mendunia yang patut Indonesia banggakan karena menurut mereka itu adalah prestasi yang sangat luar biasa. Mereka mengeluarkan statment ini agar bisa mengarahkan opini publik bahwa Jokowi adalah sosok yang diakui dunia juga sebagai kebanggaan bangsa Indonesia saat ini.

Dari statment ini juga *frame* Metro TV dapat dicermati dengan jelas yakni dengan menayangkan kepopuleran Jokowi sebagai strategi untuk memperoleh simpati dari masyarakat yang menyaksikan tayangan berita tersebut. Dengan dimana berita ini di publikasikan akan muncul dipikiran mereka Jokowi itu adalah figur tokoh nasional yang sangat disegani dunia internasional ditambah lagi dengan *kutipan* dari media online luar negeri menambah kesan yang tidak biasa karena penonton akan langsung percaya bahwa berita itu benar adanya.

Metro TV memberikan *kutipan* yang meyakinkan dan menguatkan argumen mereka agar berita ini terlihat diambil secara objektifitas. Metro TV merujuk kepada media online internasional yaitu *Gzeromedia.com* sebagai landasan dasar mereka untuk menyampaikan berita ini. Mereka berita Gzeromedia.com ini sebagai kamufase mereka agar tidak terlihat memihak Joko Widodo dalam pemilihan umum 2019.

Tetapi Metro TV hanya mengambil potongan depan kabar itu saja tidak meninjau lebih dalam beritanya karena media ini biasanya menyampaikan berita diawali dengan berbagi pandangannya tentang peristiwa global baru-baru ini dan mewawancarai para pemimpin dunia, pakar, dan pembuat berita yang membentuk

akan politik internasional saat pada saat ini dan pada akhir penyampaian dengan “wayang rezim” sebuah sindiran politik yang menggambarkan versi boneka dari para pemimpin dunia. Metro TV sengaja menampilkan hanya bagian bagus saja dari berita media ini dan tidak menampilkan tujuan akhir dari apa yang media asing ini sampaikan karena jika hal itu terjadi maka pencitraan Joko Widodo tidak akan berhasil.

Sebenarnya Metro TV hanya menampilkan pemberitaan bagus dari media online Gzeromedia.com dimaksudkan untuk mempengaruhi dan mengkonstruksi pandangan penonton agar terpengaruh dalam pencitraan Joko Widodo seutuhnya. Ini hanya alibi mereka agar disebut media yang hanya berkewajiban menyampaikan kabar dunia dan menegaskan tidak mempunyai kepentingan apapun atau memihak kepada pihak manapun.

b. Skrip

Bentuk umum dari *skrip* ini adalah pola 5W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*) pemberitaan dan penyampaian Metro TV tentang Jokowi presiden terpopuler di dunia adalah unsur *what* (apa) karena unsur *what* ini akan menjelaskan kepopuleran Jokowi mata dunia. Sosok seorang Jokowi adalah unsur *who* (siapa) dikarenakan dalam pemberitaan ini Jokowi lah yang menjadi topik pembicaraan. 24 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) itu karena pada tanggal inilah pemberitaan Jokowi sangat populer ditayangkan.

Kata dunia dalam teksline berita menunjukan unsur *where* (dimana) karena Metro TV menganggap Jokowi sosok tokoh yang bukan hanya presiden Indonesia yang dapat dibanggakan di dalam negeri saja tetapi diapun dapat dibanggakan luar

negeri maupun dunia internasional. Hasil yang menunjukkan perolehan suara 71% untuk Jokowi yang mengungguli pemimpin negara lain adalah unsur *why* (kenapa) karena dengan hasil Jokowi dapat dikatakan pemimpin negara terpopuler di dunia versi Gzeromedia.com. Dan kronologis pemberitaan Jokowi oleh Metro TV adalah unsur *how* (bagaimana) karena didalam pemberitaannyapun Metro TV banyak menampilkan hal-hal positif dari Jokowi saja.

Dari pengamatan penulis dalam tayangan ini elemen *skrip* adalah unsur pencitraan Metro TV yang menjadikan penanda *framing* yang sangat penting yang jika dihubungkan semua perangkat elemen *skrip* akan sampai kepada pengertian cara wartawan menyampaikan dan menyajikan berita dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian publik, dikarenakan unsur 5W+1H adalah unsur yang sangat penting dalam berita. Pada tayangan ini Metro TV terlihat sangat mengarahkan topik penayangannya pada kepopuleran Jokowi di mata dunia internasional, ini dikarenakan sosok Jokowi ingin mendapatkan legitimasi penuh dari seluruh rakyat Indonesia lima tahun yang akan datang baik itu dari Sabang sampai Marauke.

c. Elemen Tematik

Terdapat tema yang sangat besar yang ingin diangkat oleh Metro TV dalam pemberitaan ini, yaitu tentang tema kepopuleran Jokowi yang klaim sangat mendunia hal itu terlihat jelas pada kalimat berita berikut :

Tapi kalau kita dengar avenger pasti kita juga ingat Thanos kan tapi kalau saya ingat Thanos inget juga presiden Jokowi. Jokowi baru saja dinobatkan sebagai pemimpin dunia terpopuler versi media online internasional Gzeromedia.com dalam graphic truth : Indonesia's Mr. Popular menunjukan Jokowi berada pada peringkat teratas yaitu 71% suara bahkan kepopuleran Presiden Joko Widodo mengalahkan Vladimir Putin dan Donald Trump, ya

menurut Gzeromedia ini prestasi Jokowi selama 5 tahun menjabat sebagai Presiden Indonesia sangat mengesankan.

Ok kita mesti bangga ya Presiden Joko Widodo apakah akan berlanjut lima tahun kedepan kita nantikan kita nantikan dari KPU tentunya pastinya ya dan Emmanuel Macron Presiden Prancis di perinkat ketujuh dengan 27% Theresa May juga posisi kedelapan dengan jumlah suara 22%.

Warna cetak ungu dalam kalimat ini menunjukkan bahwa Metro TV menggunakan koherensi penjelas yang menunjukkan kepopulerannya mengalahkan pemimpin-pemimpin negara lainya seperti Vladimir Putin presiden Rusia dan Donald Trump presiden Amerika Serikat. Tidak banyak elemen tematik yang dapat ditemukan dalam berita ini dikarenakan berita ini banyak menampilkan video visual dan tidak banyak mengeluarkan kalimat-kalimat yang dapat mendukung elemen tematik dalam berita tersebut tetapi hal itu tidak bisa menjadikan dasar bahwa Metro TV tidak melakukan pencitraan dari elemen lainnya.

Pada kata yang bercetak warna ungu diatas menunjukkan Metro TV sangat ingin memberitahukan kepada khalayak umum yang menyaksikan tayangan ini agar mendapat gambaran sosok yang diakui dunia internasional. Unsur koherensi yang sangat menonjol pada elemen *skrip* ini adalah koherensi penjelas. Dimana Metro TV mengungkapkan tema yang begitu besar lewat unsur koherensi penjelas diatas sebagai alat *frame* yang akan berdampak pada terbentunya citra baik Jokowi dan menguntungkannya pada pemilihan umum 2019.

Kalimat koherensi penjelas juga dipakai untuk mempengaruhi opini publik dan menjadi alasan yang kuat sebagai pemimpin yang ideal untuk pemimpin Indonesia kedepannya. Metro TV sangat memberikan tekanan yang begitu dalam memberikan unsur pencitraan, dan juga dapat menyortir informasi mana yang layak

untuk ditampilkan atau tidak layak tidak untuk ditampilkan agar kepentingan Metro TV untuk Jokowi akan berjalan dengan lancar,

d. Elemen Retoris

Untuk menekan arti yang ingin ditonjolkan oleh Metro TV wartawan menggunakan *elemen retorik* sebagai pendukung *frame* dalam menyampaikan berita kepopuleran Jokowi dengan diberi penekanan-penekanan kalimat yang berupa *leksikon*. Dalam hal ini memilih kata “dinobatkan” seakan-akan penyebutan itu seperti orang yang telah mendapatkan gelar kehormatan dan kekuasaan sebagai seorang raja. Untuk mendukung hal ini Metro TV menambahkan unsur *grafis* sebagai bumbunya sebagai berikut :

1.



Gambar 3. 48 : Sin pertama berita 5

2.



Gambar 3. 49 : Sin kedua berita 5

3.



Gambar 3. 50 : Sin ketiga berita 5

4.



Gambar 3. 51 : Sin keempat berita 5

5.



Gambar 3. 52 : Sin kelima berita 5

6.



Gambar 3. 53 : Sin keenam berita 5

Dari 6 gambar diatas menunjukan *sin* (tampilan) yang berpotensi untuk menunjang dan mendukung pencitraan Joko Widodo seperti hal pada gambar 2, 4 dan 5 . terlihat pada gambar 2 tulisan *Gzeromedia.com* dibuat sengaja menonjol kedepan dan gambar dipinggirnya dibuat buram sehingga hanya tampak tulisan itu yang jelas menambahkan pesan yang tersembunyi untuk menyampaikannya kepada publik. Pada gambar 4 pun melakukan hal yang sama yaitu dengan menampilkan peringkat kepopuleran semua kepala negara dengan dibentuk diagram persen seakan-akan memunculkan bahwa berita kepopuleran Jokowi bukan omong kosong belaka.

Tidak kalah berkesan dari gambar sebelumnya gambar 5 jelas menunjukkan bahwa Jokowi lebih unggul tingkat kepopulerannya dibanding dengan tokoh lain. Metro TV ingin menyampaikan kesan kepada publik yang menyaksikan tayangan ini kepopuleran Jokowi tak berbantahkan oleh siapapun. Mereka terus menambahkan kalimat-kalimat ajakan yang mengarahkan kepada rasa bangga kita terhadap Jokowi yang sudah membuat Indonesia bersaing di dunia internasional. Berdasarkan pengamatan penulis dari semua elemen yang bersangkutan Metro TV ingin para penonton terpengaruh dan hanyut dalam propaganda mereka untuk pencitraan positif Joko Widodo dan tayangan ini dibuat untuk kepentingan mereka sebagai media pemenangnya.

Berita 6 : <https://www.youtube.com/watch?v=SI8NuhGiiME>



Gambar 3. 54 : Tampilan awal “tim TKN terima 25.000 aduan kecurangan”

Tabel 3. 6 : Spesifikasi berita 6

6	Tanggal Tayang Berita	25 April 2019
	Program Berita	Top News
	Teks Line Berita	Tim TKN Terima 25.000 Aduan Kecurangan
	Jam Penayangan	21:00 WIB
	Durasi Berita	01:26
	Narasumber	-
	Isi Berita : Tim Kempanye Nasional TKN Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin menerima 25.000 aduan kecurangan dalam Pemilu 2019. Laporan ini diadukan oleh peserta Pemilu baik didalam dan diluar negeri ke posko pengaduan independen milik TKN. Derektur hukum dan advokasi TKN Irfan Pulungan mengatakan kategori yang diadukan antara lain hilangnya hak pilih, adanya surat suara yang sudah tercoblos dan permasalahan pengiriman surat suara melalui pos. Dari total 25.000 pengaduan sekitar 10.000 diantaranya merupakan aduan kecurangan dari pemilu diluar negeri. Aduan kecurangan paling banyak terjadi diwilayah Australia dengan total 5.016 sementara itu Hongkong juga menyumbang aduan kecurangan terbanyak kedua dengan total 3.948 laporan. Irfan menyebut pihaknya akan meneruskan laporan dan bukti kecurangan ini ke Bawaslu sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan bukannya malah menyebar aduan kecurangan ini dengan mengviralkannya melalui media sosial. Tidak hanya itu melalui ini TKN juga menyatakan bahwa dugaan kecurangan selama ini ditujukan kepada Paslon 01 tidak benar dan justru banyak dilakukan oleh Paslon 02.	

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=SI8NuhGiiME> Di Akses Tanggal 7 Oktober 2019 Pukul 14:29 WIB

a. Elemen Sintaksis

Sebagai gambaran dari *elemen sintaksis* ini penulis akan memulai dengan menganalisis *headline* yang ditayangkan pada tanggal 25 April 2019 sebagai berikut :

Tim Kampanye Nasional TKN Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin menerima 25.000 aduan kecurangan dalam Pemilu 2019. Laporan ini diadukan oleh peserta Pemilu baik didalam dan diluar negeri ke posko pengaduan independen milik TKN. Direktur hukum dan advokasi TKN Irfan Pulungan mengatakan kategori yang diadukan antara lain hilangnya hak pilih, adanya surat suara yang sudah tercoblos dan permasalahan pengiriman surat suara melalui pos.

Headline atau judul berita yang berjudul “tim TKN terima 25.000 aduan kecurangan” sebagai catatan TKN adalah tim kemenangan nasional Jokowi-Ma'ruf. Dengan judul seperti ini Metro TV ingin aduan yang berjumlah 25.000 menjadi pusat perhatian publik sebagai alat untuk membuat citra positif dan sekaligus menjadi penepis isu kecurangan yang dilakukan oleh pasangan calon Jokowi-Ma'ruf.

Faktanya pembuatan berita ini Metro TV sengaja menekankan *headline* yang merupakan pengaplikasian sudut pandang mereka yang menunjukkan peristiwa tersebut secara gamblang untuk mempengaruhi opini publik yang sangat positif untuk pasangan calon Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019 oleh sebab itu, pemberitaan ini sangatlah penting bagi TKN karena menjadi *counter attack* yang sangat mumpuni untuk tameng yang kuat untuk menepis isu negatif yang ditujukan kepada pasangan calon Jokowi-Ma'ruf.

Ini terlihat jelas pada *lead* yang langsung spontan menuliskan kalimat untuk menepis semua isu kecurangan Jokowi-Ma'ruf sebagai berikut “tim kampanye nasional (TKN) Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin menerima 25.000 aduan kecurangan dalam pemilu 2019” seolah mereka ingin menyampaikan bahwa tuduhan melakukan kecurangan itu tidaklah benar tetapi sebaliknya merekalah yang dicurangi dengan dasar mereka menerima 25.000 aduan kecurangan terhadap

Jokowi-Ma'ruf. Selain itu untuk menentukan arah kemana Metro TV menayangkan berita ini terlihat pada bagian *latar informasi* seperti pada kronologis berita berikut:

Direktur hukum dan advokasi TKN Irfan Pulungan mengatakan kategori yang diadukan antara lain hilangnya hak pilih, adanya surat suara yang sudah tercoblos dan permasalahan pengiriman surat suara melalui pos.

Penggalan berita ini mempunyai maksud bahwa Metro TV ingin menggambarkan kronologis yang dialami oleh pihak TKN Jokowi-Ma'ruf yang menerangkan kategori yang diadukan seperti hilangnya hak pilih, adanya suara yang sudah tercoblos serta permasalahan pengiriman surat suara melalui pos. Mereka menganggap hal-hal seperti ini dapat merugikan pihaknya dan harus ditindak lanjuti lebih dalam untuk kepentingan demokrasi di Indonesia.

Dari sini *frame* Metro TV dapat terlihat dengan jelas yang mana mereka dengan sengaja memberikan tayangan yang menguatkan pendapat TKN Jokowi-Ma'ruf yang merasa mereka yang curangi. Itu berarti dengan ditayangkannya berita ini berskala nasional akan diharapkan opini publik yang negatif berkembang di masyarakat menjadi opini publik positif dan dapat menguntungkan pihak mereka. Karena pada dasarnya disaat pemilihan umum 2019 ini berlangsung baik pihak petahan maupun pihak oposisi mereka saling bertarung dengan cara perang opini dimana siapapun yang dapat memobilisasi opini publik bisa dikatakan sebagai pemenangnya. Untuk itu dalam mempengaruhi opini publik TKN Jokowi-Ma'ruf memanfaatkan Metro TV sebagai alat *framing* karena media ini sudah berskala nasional yang dengan mudah akan mempengaruhi opini publik.

b. Skrip

Cara Metro TV menayangkan berita ini melalui elemen *skrip* (5W+1H) yaitu seperti penayangan tim TKN Jokowi-Ma'ruf menerima 25.000 aduan kecurangan adalah unsur *what* (apa) karena Metro TV ingin dengan kalimat seperti akan menjelaskan kepada publik TKN sebenarnya dicurangi buka. berbuat curang. TKN Jokowi-Ma'ruf adalah unsur *who* (siapa) karena dalam penayangan berita ini pelaku utamanya adalah tim ini. 25 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) karena pada tanggal inilah Metro TV menayangkan berita tentang secara nasional. Jakarta adalah unsur *where* (dimana) karena disinilah pos independen milik TKN berada.

Untuk menepis isu kecurangan yang dilakukan oleh pasangan calon Jokowi-Ma'ruf tengah beredar di masyarakat adalah unsur *why* (kenapa) karena ini dilakukan agar mereka dapat memenangkan perang opini yang sedang berlangsung. Dan gambaran atau kronologis aduan kecurangan yang TKN dapat seperti hilangnya hak pilih, adanya surat suara yang sudah tercoblos, dan permasalahan pengiriman surat suara melalui pos yang disiarkan oleh Metro TV adalah unsur (bagaimana) itu semua disiarkan oleh Metro TV agar semua yang menyaksikan terpengaruh oleh framingnya.

Jika diperhatikan dari elemen *skrip* diatas dapat difahami unsur kelengkapan dari elemen ini sangatlah penting untuk menunjang kesuksesan *framing* Metro TV sebagai media pemenangan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf. Dengan cara wartawan menyajikan berita seperti ini menunjukkan bahwa dalam menyiarkan berita tidak luput dari kepentingan politik pemilik media tersebut. Mereka tidak akan segan untuk memotong berita yang tidak sesuai dengan kepentingan pemilik media tetapi

jika berita itu menguntungkan bagi pihak pemilik media, mereka tidak akan segan pula untuk menayangkan kepada publik.

c. Elemen Tematik

Ada peristiwa yang begitu besar yang ingin Metro TV ungkap dalam berita ini yaitu tentang aduan kecurangan yang diterima oleh pihak TKN Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019 yang dapat dilihat pada penggalan berita berikut :

Tim Kempanye Nasional TKN Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin menerima 25.000 aduan kecurangan dalam Pemilu 2019. Laporan ini diadukan oleh peserta Pemilu baik didalam **dan** diluar negeri ke posko pengaduan independen milik TKN. Direktur hukum dan advokasi TKN Irfan Pulungan mengatakan kategori yang diadukan antara lain hilangnya hak pilih, adanya surat suara yang sudah tercoblos dan permasalahan pengiriman surat suara melalui pos.

Irfan menyebut pihaknya akan meneruskan laporan **dan** bukti kecurangan ini ke Bawaslu sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan bukannya **malah** menyebar aduan kecurangan ini dengan mengviralkannya melalui media sosial. Tidak hanya itu melalui ini TKN juga menyatakan bahwa dugaan kecurangan selama ini ditujukan kepada Paslon 01 tidak benar **dan** justru banyak dilakukan oleh Paslon 02.

Kata bercetak warna ungu diatas menunjukan bahwa Metro TV menggunakan kalimat koherensi penjelas pada kalimatnya diberita tersebut. Metro TV ingin mempertegas kalimatnya sehingga menjadi kalimat yang dapat difahami penonton hingga *frame* itu berhasil untuk mempengaruhi dan mengkonstruksi pikiran para penonton. Kalimat-kalimat diatas untuk memperkuat asumsi mereka bahwa benar merekalah yang dicurangi dan pihak yang dirugikan.

Pada kalimat pemberitaan Metro TV tersebut sangat terlihat jelas menggunakan elemen wacana, elemen wacana yang paling banyak digunakan dalam memperkuat asumsi TKN adalah koherensi penjelas proposisi. Dimana

dengan kalimat perhubung diatas Metro TV ingin membuat penekanan yang dalam pada pemberitaannya dan semua itu dilakukan untuk pencitraan Jokowi-Ma'ruf . semata.

Kalimat penjelas sebagai landasan dasar juga sebagai alasan kuat agar bisa dapat mengarahkan pandangan publik sesuai apa yang diinginkan TKN Jokowi-Ma'ruf dan Metro TV. Dalam pemberitaannya Metro TV ini mereka menggunakan kewewenangannya sebagai lembaga yang menyampaikan berita untuk kepentingan semata seperti, halnya mereka membuat strategi pencitraan Jokowi-Ma'ruf seolah-olah hanya berita biasa tetapi jika diamati dengan jelas pola pemberitaan mereka dapat dikatakan mereka jelas memihak pasangan calon 01 .

d. Elemen Retoris

Struktur *elemen retoris* disebut pemilihan gaya atau kata yang sesuai untuk menekan arti yang ingin ditonjolkan oleh Metro TV agar pesan tersebut menjadi senjata yang pass sebagai alat frame. Untuk menunjang keberhasilan dalam mempengaruhi opini publik ada beberapa unsur dari *elemen retoris* seperti *leksikon*, pemilihan, dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa yang terjadi.

Retoris Metro TV untuk menyampaikan penayangan berita tentang tim TKN menerima 25.000 aduan kecurangan didukung dengan penekanan-penekanan yang disebut unsur *leksikon*. Metro TV menggunakan kata “aduan” kecurangan sebagai pilihan kata yang mewakili artian temuan kecurangan yang mereka dapatkan dari peserta pemilu pada hari pencoblosan padahal kalimat itu diperuntukan sebagai strategi seakan-akan berbentuk laporan, itu dilakukan agar

penonton yang menyaksikan terpengaruh untuk mempercayainya dan ini semua juga didukung oleh unsur *grafis* yang menjadikannya seperti benar-benar terjadi.

Retoris yang digunakan dalam bentuk *grafis* bisa menampilkan foto ataupun gambar dari laporan laporan tersebut seperti pada gambar berikut :

1.



Gambar 3. 55 : Sin pertama berita 6

2.



Gambar 3. 56 : Sin kedua berita 6

3.



Gambar 3. 57 : Sin ketiga berita 6

4.



Gambar 3. 58 : Sin keempat berita 6

5.



Gambar 3. 59 : Sin kelima berita 6

6.



Gambar 3. 60 : Sin keenam berita 6

7.



Gambar 3. 61 : Sin ketujuh berita 6

Dari 7 gambar diatas menunjukan sin (tampilan) yang bisa menjadi unsur pendukung untuk pencitraan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf seperti pada gambar 2 dan 5 yang memunculkan gambar tentang hasil laporan yang dibuat secara grafik untuk membuat orang yang melihatnya menjadi percaya bahwa data itu memang benar-benar valid.

Mencermati semua pola yang telah ditunjukan wartawan penulis berpendapat bahwa apa yang ditayangkan Metro TV adalah bentuk framing yang sempurna untuk proses pencitraan yang dapat secara sekaligus mempengaruhi orang banyak dalam satu waktu. Dari seluruh elemen yang terlibat dari proses

pembuatan berita sampai penayangan beritapun mereka selalu mengkedepankan sesuatu yang baik saja dari pasangan calon Jokowi-Ma'ruf. Unsur keberpihakanpun tidak akan bisa lepas dari semua yang menyeret Metro TV saat ini dikarenakan pemimpin mereka di ikat dengan koalisis TKN yang ingin memenangkan pasangan calon nomor 01.

Berita 7 : <https://www.youtube.com/watch?v=3UnZZX36jT4>



Gambar 3. 62 : Tampilan awal”presiden bertemu pimpinan organisasi buruh”

Tabel 3. 7 : Spesifikasi berita 7

7	Tanggal Tayang Berita	30 April 2019
	Program Berita	Metro Hari Ini
	Teks Line Berita	Presiden Bertemu Pimpinan Organisasi Buruh
	Jam Penayangan	17:20 WIB
	Durasi Berita	02:35
	Narasumber	-
	Isi Berita :	Pemirsa menjelang peringatan hari buruh Presiden Joko Widodo bertemu dengan pimpinan organisasi serikat buruh di istana kepresidenan

	Bogor Jawa Barat. Pertemuan tersebut membahas sejumlah berburuhan ditanah air serta terkait peringatan hari buruh 2019. Para presiden buruh bertemu dengan presiden Republik Indonesia bapak Joko Widodo. Pertemuan presiden Joko Widodo dengan pimpinan organisasi serikat buruh berlangsung pada Jum'at 26 April 2019 di Istana Bogor Jawa Barat. Dalam pertemuan ini Presiden didampingi kepala staf kepresidenan Moeldoko, Menteri Ketenagaaan Kerja Hanif Dahir sementara dari organisasi serikat buruh diantaranya yaitu Presiden Konfederasi Serikat Pekerja Seluruh Indonesia Andi Ghani, Presiden KSPI Said Iqbal, ketua umum Konfederasi Persatuan Buruh Indonesia Ilhamsyah dan Presiden Konfederasi Serikat Pekerja Nusantara Muchtar Guntur. Kepada Presiden Jokowi, Presiden KSPI Andi Ghani menyampaikan permasalahan buruh dan usulan kepada Presiden Joko Widodo diantaranya mengenai revisi PP NO.78/2015 tentang pengupahan juga tentang perlindungan buruh migran dan fasilitas penitipan anak untuk buruh wanita di tempat kerja. Presiden Jokowi menyambut positif usulan tersebut. Presiden menegaskan revisi PP NO.78/2015 harus memberi untung bagi pekerja maupun pengusaha. "Kita sepakat untuk membuat merevisi PP NO.78/2015 dan kita harapkan dari serikat pekerja dari buruh senang tetapi juga disisi yang lain dari perusahaan, dari pengusaha juga senang jangan sampai ada yang dirugikan karena PP NO.78/2015 ini dua hal itu yang tadi kita bicarakan" ungkap Jokowi. Sementara itu terkait peringatan hari buruh 1 Mei Presiden Joko Widodo mengatakan semuanya sepakat dengan peringatan hari buruh dilakukan dengan cara baik dan damai sehingga rakyat ikut merasakan kegembiraan. Peringatan hari buruh Internasional diperingati setiap tanggal 1 Mei. Sejumlah organisasi serikat buruh di Indonesia berencana melakukan berbagai aksi untuk memperingati hari buruh. Dari Bogor Jawa Barat Putri Lukman Alan Indra Metro TV.
--	---

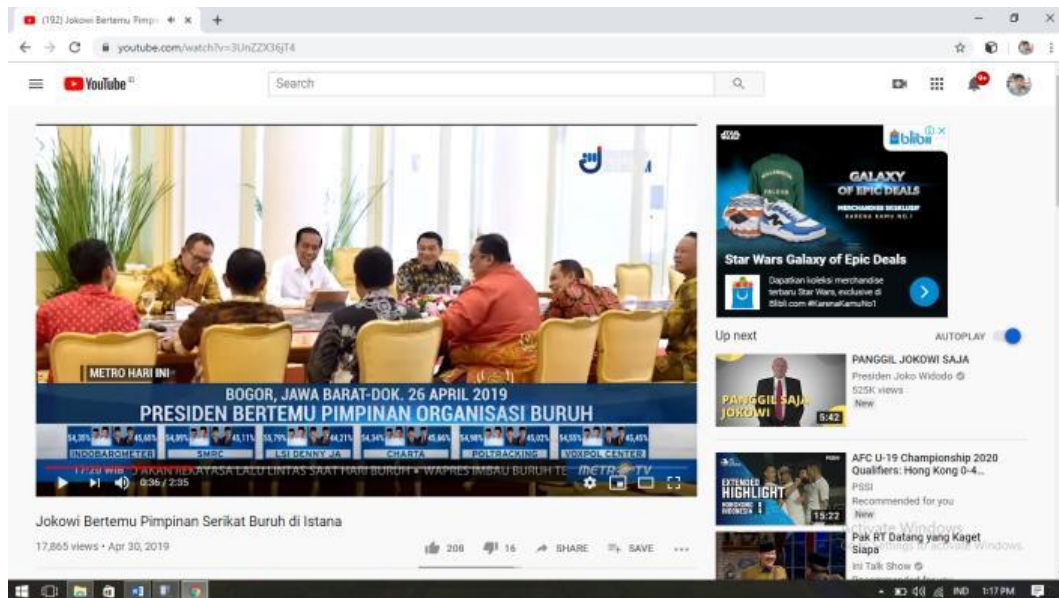
Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=3UnZZX36jT4> Di Akses Tanggal 8 Oktober 2019 Pukul 13:01 WIB

a. Elemen sintaksis

Agar bisa memberikan gambaran yang mewakili analisis penulis, maka penulis akan memulai dengan menganalisis *headline* yang ditayangkan pada tanggal 30 April 2019 sebagai berikut :

Presiden bertemu pimpinan organisasi buruh
 Pemirsa menjelang peringatan hari buruh Presiden Joko Widodo bertemu dengan pimpinan organisasi serikat buruh di Istana Kepresidenan Bogor

Jawa Barat. Pertemuan tersebut membahas sejumlah berburuan ditanah air serta terkait peringatan hari buruh 2019.



Gambar 3. 63 : Tampilan *headline* berita 7

Headline atau judul berita yang berjudul “presiden bertemu pimpinan organisasi buruh” dengan judul seperti ini akan menimbulkan kesan bahwa persiden Jokowi Widodo adalah presiden yang benar-benar merakyat terhadap rakyatnya. Ini merupakan bagian rencana dari Metro TV agar setiap yang menyaksikan berita ini terbawa suasana dan terpengaruh seperti yang mereka inginkan.

Metro TV dalam berita ini sangatlah menekan *headline* yang merupakan sudut pandang yang mereka aplikasikan kedalam bentuk sebuah berita juga sebagai alat untuk mempengaruhi khalayak umum sehingga hal itu juga bertampak kepada pandangan masyarakat yang menganggap presiden Joko Widodo adalah sosok yang merakyat sepenuhnya. Untuk menarik perhatian lebih dalam lagi Metro menggunakan unsur *lead* dalam penyampaian beritanya.

Lead pada berita ini “menjelang peringatan hari buruh Presiden Joko Widodo bertemu dengan pimpinan organisasi serikat buruh di istana kepresidenan Bogor Jawa Barat” bagian *lead* ini Metro TV mencoba menyampaikan agenda presiden yang berdiskusi dengan pimpinan organisasi serikat buruh dalam rangka membahas peringatan hari buruh 1 Mei 2019 nanti. Terlihat disini tidak ada tidak yang harus garis bawah tetapi jika dilihat dengan jelas bahwa yang menjadi permasalahannya adalah cara Metro TV menyampaikannya ke publik penuh dengan penekanan agar masyarakat percaya sosok Joko Widodo adalah pemimpin yang benar-benar merakyat. Untuk memperkuat makna yang ditampilkan wartawan maka mereka memperkuatnya dengan *latar informasi* sehingga akan terlihat jelas arah mana pandangan publik akan dibawa.

Untuk membawa pandangan publik kearah mana Metro TV inginkan ini sangat terlihat jelas seperti gambaran berita berikut :

Kepada Presiden Jokowi Presiden KSPI Andi Ghani menyampaikan permasalahan buruh dan usulan kepada Presiden Joko Widodo diantaranya mengenai revisi PP NO.78/2015 tentang pengupahan juga tentang perlindungan buruh migran dan fasilitas penitipan anak untuk buruh wanita ditempat kerja.

Pernyataan dari Metro TV ini disengaja dan dimaksudkan untuk memberitahukan dan menceritakan kronologis apa maksud dan tujuan pemimpin serikat buruh menemui presiden Joko Widodo sehingga menimbulkan kesan bahwa presiden adalah pendengar yang baik untuk rakyatnya dan ini juga sebagai *counter attack* dari isu anti kritik seperti yang sering digaungkan oleh lawan-lawan politiknya.

Frame yang begitu terstruktur dari Metro TV membuat semua yang menyaksikan tayangan berita ini tidak menyimpan rasa curiga sedikitpun pada pemberitaannya. Dimana pada saat berita ini ditayangkanpun mereka selalu berusaha menfokuskan kamera kepada kegiatan diskusi yang dilakukan oleh presiden Joko Widodo dan para pemimpin persatuan serikat buruh tersebut. Sebagai pendukung bahwa mereka menampilkan sesuai dengan porsi media mereka memberikan *kutipan* sebagai landasan dasar pemberitaan mereka.

Bagian *kutipan* ini dimaksudkan Metro TV untuk membangun objektivitas, prinsip keseimbangan dan tidak memihak pada siapapun atau lembaga manapun. Metro TV dalam menyampaikan berita ini menunjukkan kutipan dari Kompas.com MRC yang sebagaimana latar belakang Kompas.com MRC itu sendiri adalah media yang sama seperti Metro TV yang secara terang-terangan mendukung pasangan calon Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019 seperti pemberitaannya pada CEK FAKTA : Prabowo sebut Jawa Tengah lebih luas dari Malaysia yang mana pemberitaan ini ingin menyudutkan lawan politik Joko Widodo. Jadi wajar saja bila Metro TV mengutip dari Kompas.com karena mereka tahu bahwa ini bisa menguntungkan pihak Jokowi-Ma'ruf dan dapat mempengaruhi opini publik.

Kutipan dalam pemberitaan ini selain dijadikan untuk menutupi tindakan keberpihakan mereka juga menjadi alat mengkonstruksi pikiran penonton kedalam pengaruh mereka sehingga menimbulkan efek simpati khalayak umum kepada Joko Widodo. Dengan begitu jelas bahwa Metro TV ingin dikatakan media yang selalu memegang teguh prinsip-prinsip jurnalistik yang mengabarkan berita sebenarnya dan selalu bersikap netral.

b. Skrip

Dengan strategi Metro TV mengabarkan berita dapat diamati kelengkapan *skrip* (5W+1H) sebagai berikut. Penayangan Metro TV tentang presiden bertemu pimpinan organisasi buruh adalah unsur *what* (apa) unsur *what* mencoba menerangkan serta memunculkan kesan bahwa presiden mempunyai jiwa yang merakyat dan mau mendengarkan pendapat dari rakyatnya. Joko Widodo dan para pimpinan buruh adalah unsur *who* (siapa) karena dalam pemberitaan ini Metro TV ingin menampilkan dialog antara presiden dan para pemimpin serikat buruh.

30 April 2019 adalah unsur *when* (kapan) dikarenakan pada tanggal ini penayangan dipublikasikan kepada publik. Istana Bogor, Jawa Barat adalah unsur *where* (dimana) karena ditempat itulah pertemuan antara presiden dan para ketua serikat buruh bertemu. Membahas tentang peringatan hari buruh dan usulan tentang revisi PP NO.78/2015 adalah unsur *why* (kenapa) karena bertujuan untuk itulah para ketua perserikatan buruh menemui presiden. Dan gambaran kronologis yang ditampilkan Metro TV adalah unsur *how* (bagaimana) karena didalam penyiaran ini Joko Widodo menjadi sorotan yang paling utama.

Dari pengamatan elemen *skrip* diatas kelengkapan dari tayangan ini dapat menjadi alat *framing* Metro TV yang sangat penting, dimana jika penulis hubungkan akan menjadi senjata yang sangat ampuh untuk menunjang citra Joko Widodo di mata masyarakat. Penulis berpendapat bahwa cara Metro TV menyiarkan berita ini sangatlah ditekankan agar bisa menarik perhatian penonton sehingga dapat mempengaruhi pandangan mereka. Sebab dalam pemberitaan unsur 5W+1H

sangatlah penting dalam penayangan sebuah berita sehingga dapat mengarahkan pandangan sesuai dengan topik yang diinginkan media.

c. Elemen Tematik

Ada peristiwa besar terjadi yang ingin diangkat oleh Metro TV pada penayangan pemberitaan ini yaitu tentang agenda presiden bertemu pimpinan organisasi buruh di istana Bogor, Jawa Barat yang terlihat pada berita berikut :

Pemirsa menjelang peringatan hari buruh Presiden Joko Widodo bertemu dengan pimpinan organisasi serikat buruh di istana kepresidenan Bogor Jawa Barat. Pertemuan tersebut membahas sejumlah berburuhan ditanah air **serta** terkait peringatan hari buruh 2019. Para presiden buruh bertemu dengan presiden Republik Indonesia bapak Joko Widodo pertemuan presiden Joko Widodo dengan pimpinan organisasi serikat buruh berlangsung pada Jum'at 26 April 2019 di istana Bogor Jawa Barat.

Kepada Presiden Jokowi Presiden KSPI Andi Ghani menyampaikan permasalahan buruh **dan** usulan kepada Presiden Joko Widodo diantaranya mengenai revisi PP NO.78/2015 tentang pengupahan **juga** tentang perlindungan buruh migran **dan** fasilitas penitipan anak untuk buruh wanita ditempat kerja. Presiden Jokowi menyambut positif usulan tersebut Presiden menegaskan revisi PP NO.78/2015 harus memberi untung bagi pekerja maupun pengusaha.

Sementara itu terkait peringatan hari buruh 1 Mei Presiden Joko Widodo mengatakan semuanya sepakat dengan peringatan hari buruh dilakukan dengan cara baik **dan** damai sehingga rakyat ikut merasakan kegembiraan

Kata cetak berwarna ungu pada penggalan kalimat diatas menunjukan Bahwa Metro TV menggunakan koherensi penjelas pada penayangan berita ini. Metro TV ingin menjelaskan apa yang ingin bisa bahas antara pertemuan presiden Joko Widodo dan para ketua organisasi serikat buruh. Metro TV juga menunjukan dengan kalimat ini Joko Widodo adalah sosok yang dapat menerima dan mendengarkan pendapat rakyatnya dan juga dia menegaskan menaruh perhatiannya tentang perlindungan anak buruh migran dan fasilitas penitipan anak bagi buruh

wanita. Kata-kata sambung diatas dimaksudkan untuk memberikan penekanan dan ingin membuat seolah Joko Widodo adalah pahlawan rakyatnya yang selalu mengerti tentang keadaan yang dialami rakyatnya.

Pada pemberitaan ini Metro TV terlihat dominan menggunakan elemen koherensi penjelas proposisi. Dimana Metro TV banyak memberikan penjelas atau penekan kepada gagasan ataupun tindakan yang ingin Joko Widodo lakukan agar menjadi sorotan yang positif dan menjadikan sebagai pencitraannya. Pada bagian inilah tema apa yang benar-benar ingin diungkap oleh Metro TV untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat atas kepemimpinan presiden Joko Widodo. Metro TV memberikan penjelas sebagai alat pencitraan Joko Widodo, dan juga Metro TV sebagai media yang menayangkan berita ini mempunyai keuntungan karena dapat memilah berita mana yang sesuai untuk kepentingan mereka dan sekaligus strategi yang digunakan untuk memcitrakan Joko Widodo.

d. Elemen Retoris

Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat citra untuk meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu. Ada beberapa elemen struktur retorik yang sering dipakai oleh wartawan seperti *leksikon*, pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai dan memaknai peristiwa. Dalam pemberitaan ini *retorik* di pakai Metro TV untuk mendukung frame penayangan tentang presiden bertemu pimpinan organisasi buruh untuk membahas permasalahan buruh saat ini.

Penyampaian Metro TV tentang agenda presiden bertemu dengan pimpinan organisasi buruh didukung dengan penekanan-penekanan yang berupa unsur

leksikon. Metro TV menggunakan kata “menyambut” untuk penyebutan kata menerima usulan dari para pimpinan organisasi serikat buruh untuk menarik perhatian seolah dengan kata seperti itu Joko Widodo sangat menyanyomi masyarakatnya. Retoris yang digunakan dalam bentuk *grafis* berupa menampilkan foto atau gambar Joko Widodo agar menambah kesan yang positif bagi setiap orang yang melihat berita ini ditayangkan. Dalam pertemuan ini Metro TV banyak memberikan fokusnya kepada Joko Widodo yang sedang berdialog yang dapat diartikan sebagai simbol presiden sedang melayani rakyatnya.

1.



Gambar 3. 64 : *Sin* pertama berita 7

2.



Gambar 3. 65 : *Sin* kedua berita 7

3.



Gambar 3. 66 : *Sin* ketiga berita 7

4



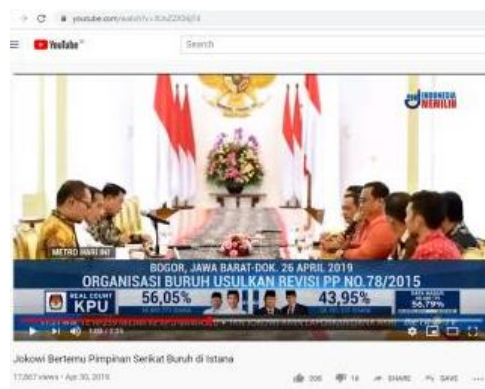
Gambar 3. 67 : *Sin* keempat berita 7

5.



Gambar 3. 68 : Sin kelima berita 7

6.



Gambar 3. 69 : Sin keenam berita 7

7.



Gambar 3. 70 : Sin ketujuh berita 7

8.



Gambar 3. 71 : Sin kedelapan berita 7

9.



Gambar 3. 72 : Sin kesembilan berita 7

10.



Gambar 3. 73 : Sin kesepuluh berita 7

11.



Gambar 3. 74 : *Sin* kesebelas berita 7

12.



Gambar 3. 75 : *Sin* keduabelas berita 7

13.



Gambar 3. 76 : *Sin* ketigabelas berita 7

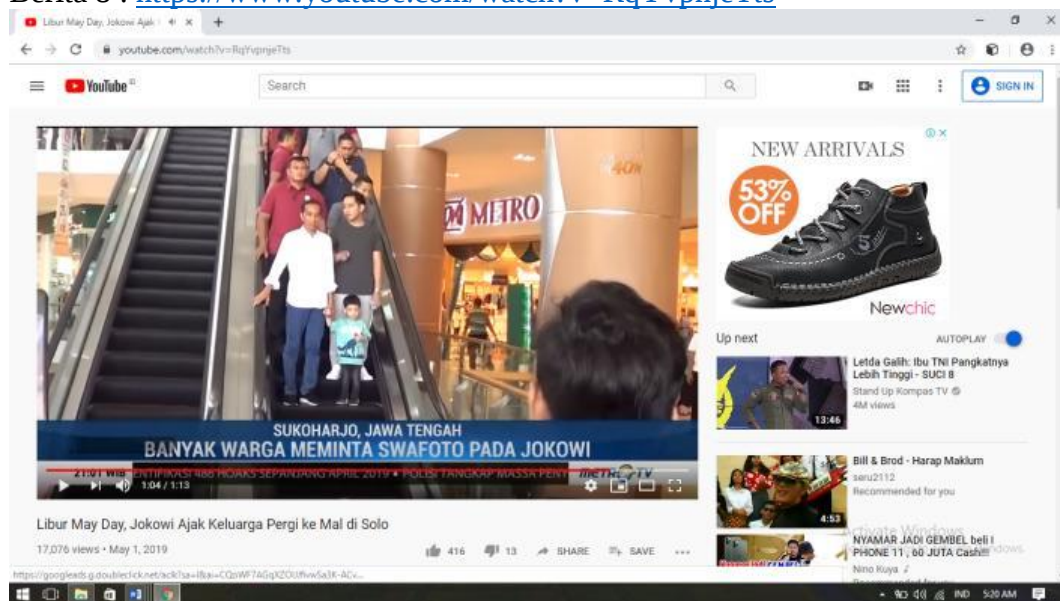
Dari 13 gambar diatas menunjukan *sin* (tampilan) yang dapat mendukung pencitraan Joko Widodo melalui berita ini. Seperti pada gambar 7 yang menampilkan kedekatan presiden Joko Widodo dan para pimpinan organisasi serikat buruh hal ini untuk menekan seolah presiden sangatlah dicintai oleh rakyatnya.

Mencermati hal ini penulis berpendapat Metro TV ingin menampilkan sosok Joko Widodo yang sanagt sederhana dan dapat menganyomi masyarakatnya dengan baik. Metro TV juga ingin menunjukkan kepada publik bahwa presiden sangatlah terbuka dengan kritik yang membangun dari rakyatnya karena presiden

digambarkan oleh Metro TV sebagai sosok yang dapat memahami kebutuhan rakyatnya.

Berdasarkan pengamatan penulis dari seluruh elemen-elemen yang terlibat dalam pembuatan sampai menayangkan berita Metro TV membuatnya sangat rapi dan sempurna agar tidak ada pihak yang curiga atas berita yang ditampilkan secara garis besar sangatlah memihak pada Joko Widodo oleh sebab itu mereka memilah bagian mana yang dapat ditampilkan dan bagian mana yang boleh ditampilkan dalam suatu berita kerana tujuan utama dari pemberitaan ini adalah untuk pencitraan semata.

Berita 8 : <https://www.youtube.com/watch?v=RqYvpnjeTts>



Gambar 3. 77 : Tampilan awal “libur *may day* Jokowi ajak keluarga pergi ke mall di Solo”

Tabel 3. 8 : Spesifikasi berita 8

8	Tanggal Tayang Berita	1 Mei 2019
	Program Berita	Headline News
	Teks Line Berita	Libur May Day Jokowi Ajak Keluarga Pergi Ke Mall Di Solo
	Jam Penayangan	21:00 WIB
	Durasi Berita	01:13
	Narasumber	-
	Isi Berita : Presiden Joko Widodo bersama dengan keluarga mengisi libur peringatan hari buruh dengan jalan-jalan disalah satu pusat perbelanjaan di Solo baru Sukoharjo Jawa Tengah, kedatangan keluarga Jokowi menarik antusias para pengunjung mall. Presiden Jokowi memanfaatkan libur may day atau hari buruh internasional untuk jalan-jalan bersama keluarga. Selain dengan kedua cucunya Jan Etes dan Sedah Mira Jokowi juga mengajak ibu Iriana, Gibran, dan Selvi serta Kahiyang dan Bobby Nasution. Dalam kesempatan tersebut Jokowi mengajak Jan Etes untuk bermain di pusat permainan anak. Kedatangan Jokowi bersama keluarga menarik perhatian para pengunjung mall, mereka berebut untuk bersua berfoto bersama dengan Jokowi beserta keluarga.	

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=RqYvpnjeTts> Di Akses Tanggal 9 Oktober 2019 Pukul 15:25 WIB

a. Elemen Sintaksis

Sintaksis yang paling populer adalah struktur piramida terbalik yang dimulai dari *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Untuk memberikan gambaran maka peneliti dalam kesempatan kali ini akan memulai dari menganalisis *headline* yang ditayangkan pada tanggal 1 Mei 2019 sebagai berikut :

Libur may day Jokowi ajak keluarga pergi ke mall di Solo
 Presiden Joko Widodo bersama dengan keluarga mengisi libur peringatan hari buruh dengan jalan-jalan disalah satu pusat perbelanjaan di Solo baru Sukoharjo Jawa Tengah, kedatangan keluarga Jokowi menarik antusias para pengunjung mall.

Headline atau judul dengan judul berita “Libur *may day* Jokowi ajak keluarga pergi ke mall di Solo” dengan judul yang disampaikan oleh Metro TV seperti ini disengaja oleh jurnalis untuk memikat pemirsa supaya tertarik untuk menyaksikan tayangan berita ini karena pemirsa akan berfikir sosok seorang kepala negara yang sangat ingin membahagikan keluarganya walaupun sebenarnya disibukan dengan urusan kepentingan negara yang mana ditandai dengan unsur *lead* untuk menarik perhatian lebih dari masyarakat pada umumnya.

Pada bagian *lead* ini Metro TV menerangkan kegiatan presiden Joko Widodo dan keluarga untuk mengisi hari libur *may day* 1 Mei 2019. Setelah kedatangan keluarga besar Joko Widodo warga sangat antusias menyambut kedatangan mereka dan tidak ketinggalan pula warga disana memanfaatkan momen ini untuk bersua foto bersama Joko Widodo dan keluarga yang membuat kesan bahwa presiden sangatlah merakyat juga sangat dekat dengan rakyatnya. Metro TV juga menggambarkan sosok Joko Widodo sangat penyayang keluarga yang didukung oleh kronologis berita yang menayangkan cucu-cucu Joko Widodo sangat dekat dengannya. Berita ini juga memperlihatkan ke arah mana khalayak ingin dibawah yang terlihat pada latar belakang berita, seperti pada penggalan berita berikut :

Presiden Jokowi memanfaatkan libur *may day* atau hari buruh internasional untuk jalan-jalan bersama keluarga. Selain dengan kedua cucunya Jan Etes dan Sedah Mira Jokowi juga mengajak ibu Iriana, Gibran, dan Selvi serta Kahiyang dan Bobby Nasution.

Penggalan kalimat ini mempunyai maksud yang menggambarkan Joko Widodo selain seorang pemimpin yang handal sebagai kepala negara tetapi juga sebagai sosok pemimpin keluarga yang sangat menyayangi keluarganya serta

sangat dekat dengan cucu-cucunya. Metro TV ingin mengarahkan pandangan publik kepada pribadi Joko Widodo yang sangat sempurna bagi warga negara Indonesia. Frame Metro TV dalam penayangan berita ini terlihat dengan jelas pada pengarahannya untuk menganggap bahwa Joko Widodo adalah sebagai teladan sosok pemimpin yang sangat penuh kasih sayang baik sebagai bapak untuk anak-anaknya di rumah maupun sebagai kepala negara yang selalu mementingkan seluruh rakyatnya.

b. Skrip

Pemberitaan Metro TV yang diayangkan ini dapat diamati kelengkapan *skrip* (5W+1H). Berita tentang libur *may day* Jokowi ajak keluarga pergi ke mall di Solo adalah unsur *what* (apa) karena pada penayangan berita ini Metro TV berfokus pada kegiatan Joko Widodo dan saat berada di untuk liburan. Joko Widodo dan keluarga adalah unsur *who* (siapa) karena dalam siaran berita ini berfokus pada mereka yang sedang menikmati liburan bersama.

1 Mei 2019 adalah unsur *when* (kapan) dikarenakan pada tanggal inilah Metro TV menayangkan semua kegiatan yang dilakukan keluarga besar Joko Widodo. Mall di Solo adalah unsur *where* (dimana) karena ditempat itulah Jokowi dan keluarga menikmati liburan *may day* dan berswafoto dengan masyarakat yang disana. Untuk memperlihatkan kedekatan masyarakat dan presiden Republik Indonesia yang berada di mall di Solo adalah unsur *why* (kenapa) karena dengan pemberitaan begitu membuat semua orang yang akan melihat tayangan ini menjadi terpengaruh dan menimbulkan kesukaan terhadap Joko Widodo. Gambaran atau kronologis pemberitaan ini adalah unsur *how* (bagaimana) hal ini akan membuat

semua orang yang menyaksikan tayangan ini menjadi lebih tau tentang sosok Joko Widodo yang sangat merakyat.

Berdasarkan unsur yang disebutkan diatas dapat diamati kelengkapan *skrip* tayangan ini dapat menjadi sebuah alat *framing* yang kuat dan penting untuk kepentingan pencitraan Joko Widodo. Penulis berpendapat dengan cara wartawan menyajikan berita ini dibuat untuk dengan sengaja mengarahkan pandangan publik seperti yang mereka ingin seperti mengkedepankan citra positif Joko Widodo. Sebab unsur *skrip* ini merupakan unsur yang sangat penting dalam penyayangan suatu pemberitaan. Metro TV ingin memperlihatkan keluarga Joko Widodo sangatlah rukun tidak seperti keluarga keluarga lawan politik pada pemilihan umum 2019 yaitu Prabowo Subianto.

c. Elemen Tematik

Kalimat yang digunakan dalam menyampaikan berita ini Metro TV menggunakan koherensi perhubung antara kalimat atau kata untuk membuat kalimatnya sangat sempurna. Ada peristiwa yang terjadi yang dianggap Metro TV penting untuk diangkat menjadi *framing* yang efektif untuk kepentingan mereka seperti pada kalimat berikut :

Presiden Joko Widodo bersama dengan keluarga mengisi libur peringatan hari buruh dengan jalan-jalan disalah satu pusat perbelanjaan di Solo baru Sukoharjo Jawa Tengah, kedatangan keluarga Jokowi menarik antusias para pengunjung mall. Presiden Jokowi memanfaatkan libur may day atau hari buruh internasional untuk jalan-jalan bersama keluarga. Selain dengan kedua cucunya Jan Etes dan Sedah Mira Jokowi juga mengajak ibu Iriana, Gibran, dan Selvi serta Kahiyang dan Bobby Nasution. Dalam kesempatan tersebut Jokowi mengajak Jan Etes untuk bermain di pusat permainan anak. Kedatangan Jokowi bersama keluarga menarik perhatian para pengunjung mall, mereka berebut untuk berswa foto bersama dengan Jokowi beserta keluarga.

Kalimat pemberitaan diatas menunjukan bahwa Metro TV menggunakan kalimat koherensi pada beberapa kata dalam penyampaian berita ini. Kata bercetak warna biru menjelaskan Metro TV menggunakan kalimat koherensi penjelas sebagai siasat untuk memberikan tekanan kepada sosok Joko Widodo adalah suami yang baik untuk ibu Iriana. Selanjutnya kata yang kedua mengibaratkan Joko Widodo juga adalah sebagai ayah dan merdua yang baik bagi anak-anaknya. Tidak hanya itu kata yang bercetak warna biru diatas juga memberikan kesan bahwa Joko Widodo adalah seorang presiden yang populer dan sebagai panutan dimata rakyatnya.

Metro TV banyak memberikan penekanan kalimat penjelas untuk mengungkap peristiwa yang sedang terjadi dan hal itulah sebenarnya yang diinginkan Metro TV agar citra kebaikan pribadi Joko Widodo sampai kepada masyarakat. Pada bagian-bagian berita tersebut memang secara spesial Metro TV menggaungkan semua yang positif yang ada pada Joko Widodo itu dilakukan sebagai frame yang dapat menguntungkan pihak Joko Widodo pada pemilihan umum 2019.

Kalimat koherensi penjelas pada berita ini menjadi senjata yang sangat efektif untuk mengarahkan pandangan masyarakat supaya mereka terperangkap pada keyakinan yang sesuai Metro TV inginkan yaitu menganggap Joko Widodo adalah presiden yang sangat merakyat dan selalu memikirkan rakyatnya. Tidak hanya itu saja Metro TV dalam memberitakan berita ini juga menjadi pengunggul Joko Widodo dari lawan politiknya yang hubungan keluarganya tidak sebaik dirinya.

d. Elemen Retoris

Retoris ini adalah unsur yang digunakan untuk mengkonstruksi pikiran penonton yang menyaksikan sehingga orang yang menyaksikan akan terpengaruh tanpa terkecuali. Retoris Metro TV dalam menyampaikan pemberitaan kegiatan presiden di mall Solo juga didukung dengan penekanan-penekanan kalimat yang berupa *leksikon*. Dalam pemberitaan ini Metro TV menggunakan kata “menarik antusias” untuk mengesankan bahwa presiden Joko Widodo memiliki daya tarik yang besar di masyarakat karena dicintai sepenuhnya oleh rakyatnya. Mereka menganggap ditangan Joko Widodo Indonesia dapat maju dan lebih baik lagi kedepannya dan itulah yang sebenarnya yang ingin ditanamkan Metro TV dalam pikiran penonton sebagai pendukung itu mereka menambahkan unsur *grafis* dalam pemberitaannya.

Retoris dalam bentuk unsur *grafis* Metro TV menampilkan foto atau gambar Joko Widodo sehingga akan menambah kesan yang sangat bagus bagi yang menyaksikan. Seperti tampilan Joko Widodo yang sedang melayani cucu Jan Etes saat bermain menimbulkan kesan yang sangat sayang dan dekat dengan keluarga walaupun disibukan dengan urusan negara setiap hari.

1.



Gambar 3. 78 : *Sin* pertama berita 8

2.



Gambar 3. 79 : *Sin* kedua berita 8

3.



Gambar 3. 80 : *Sin* ketiga berita 8

4.



Gambar 3. 81 : *Sin* keempat berita 8

5.



Gambar 3. 82 : *Sin* kelima berita 8

6.



Gambar 3. 83 : *Sin* keenam berita 8

7.



Gambar 3. 84 : *Sin* ketujuh berita 8

8.



Gambar 3. 85 : *Sin* kedelapan berita 8

9.



Gambar 3. 86 : *Sin* kesembilan berita 8

Berdasarkan 9 gambar diatas menunjukkan *sin* (tampilan) yang dimana Metro TV menonjolkan kegiatan Joko Widodo yang dapat mendukung pencitraannya pada saat itu seperti terlihat jelas pada gambar 4, 5, dan 9. Dimana pada gambar 4 dan 5 menunjukkan swafoto yang dilakukan oleh pengunjung mall seakan menggambarkan kedekatan presiden dan rakyat tanpa ada batasan dan selalu siap melayani rakyatnya dengan baik.

Terlihat juga pada gambar 9 yang menunjukkan kedekatan presiden dan keluarganya yang begitu harmonis seolah Metro TV ingin menunjukkan kepada masyarakat dibalik kerja keras terhadap negara dia juga sangat peduli dengan keluarganya. Ini menunjuka bahwa Joko Widodo memiliki nilai plus dibandingkan

lawan politik pada pemilihan umum 2019. Metro TV juga memberikan pesan lewat gambar ini bahwa dibalik sosok Joko Widodo yang berhasil memimpin Indonesia sampai saat ini dia memiliki hubungan yang sangat harmonis dan mendapatkan dukungn adri mereka semua.

Berdasarkan pengamatan dari penulis dari seluruh elemen yang ikut campur dalam pemberitaan Metro TV ini mereka memiliki kepentingan yang sama yaitu memunculkan figur yang sangat diharapkan oleh masyarakat Indonesia lima tahun yang akan datang figur itu tidak dan tidak bukan adalah Joko Widodo. Unsur kepentingan dan keberpihakan tidak bisa lepas dari penayangan berita ini karena fokusnya berita pesan yang menampilkan seorang tauladan yang patut dicontoh.

Berita 9 : <https://www.youtube.com/watch?v=3DYPHL4tuhs>



Gambar 3. 87 : Tampilan awal “peresmian tol Pandaan-Malang”

Tabel 3. 9 : Spesifikasi berita 9

9	Tanggal Tayang Berita	13 Mei 2019
	Program Berita	Metro Siang
	Teks Line Berita	Peresmian Tol Pandaan-Malang
	Jam Penayangan	12:22 WIB
	Durasi Berita	05:55
	Narasumber	-
Isi Berita : Pemirsa Presiden Joko Widodo melakukan kunjungan kerja ke Jawa Timur untuk meresmikan tol kawasan Pandaan menuju Malang. Dalam peresmian ini juga dihadiri oleh beberapa menteri kabinet kerja dan juga presiden didampingi oleh pejabat FORKOPIMDA Jawa Timur untuk mengetahui peresmian disana sudah ada Monica Gracia yang akan menyapaikannya langsung. Apakah sudah diresmikan jalan tol Pandaan menuju Malang oleh Presiden ? Memang benar hari ini Presiden Republik Indonesia Joko Widodo melakukan kunjungan kerjanya ke Jawa Timur untuk meresmikan jalan tol dari Pandaan menuju Malang. Memang Presiden Joko Widodo tiba ditempat kegiatan yaitu tepatnya eksitol Singosari ini sekitar 10:50 WIB namun tidak lama setelah itu Presiden Jokowi kembali meninggalkan area singo sari ini sekitar pada pukul 11:08 WIB dengan melakukan pemantauan dikawasan jalan tol dari Pandaan menuju malang ini sendiri dan memang tadi dikatakan juga oleh Presiden Jokowi dengan adanya jalan tol ini dapat meningkatkan ekonomian khususnya diwilayah kabupaten dan kota dan jika saya menjelaskan jalan tol dari Pandaan menuju Malang ini terbagi lima seksi yang pertama ialah seksi dari Pandaan menuju Purwodadi dengan memakan jarak sekitar 15,5 KM lalu dari Purwodadi menuju ke Lawang sendiri memiliki jarak 8,1 KM sementara dari Lawang menuju ke Singosari yang saat ini temoat saya berada memakan jarak sekitar 7,1 KM dan untuk sesi empat dan juga seksi kelima yaitu tepatnya dari Singosari menuju Pakis ini sekitar 4,7 KM da juga untuk jarak Pakis menuju ke Malang masih belum bisa diresmikan itu berarti Presiden Joko Widodo meresmikan 3 seksi di jalan tol dari Pandaan menuju ke Malang ini sendiri meskipun dikatakan oleh menteri PUPERA Basuki Hadimuljono untuk sesi keempat ini masih belum bisa beroperasi nantinya untuk mudik tahun ini sesi keempat bisa digunakan secara fungsional sementara untuk sesi kelimanya sendiri belum bisa dilalui atau masih dalam tahap pengerkerjaan. Tadi dijelaskan mengenai untuk tarif.		

	Tarif yang diberlakukan dari jalan tol Pandaan menuju ke Malang ini sementara di himbau oleh Presiden Jokowi sendiri hingga saat ini namun diperkirakan usai lebaran masih tidak dikenakan biaya atau gratis namun juga ditambahkan PU PERA jika nantinya untuk jalan tol dari Pandaan menuju ke Malang ini sendiri jika diberlakukan tarif adalah sekitar Rp.38.000 atau sekitar satu kilometernya Rp.900 lalu juga dikatakan oleh Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa juga hadir dalam kegiatan peresmian jalan tol ini jika dengan adanya jalan tol ini sendiri dapat mengurai setidaknya untuk satu hari dari Pandaan menuju Malang merupakan daerah perindustrian dan juga daerah pariwisata ini ada sekitar 6.500 kendaraan baik dari arah Pandaan menuju Malang begitu juga sebaliknya dan juga dengan adanya tol ini diperkirakan angka kemacetan saat mudik tahun 2019 ini kira-kira menurun hingga 70%. Sempat disampaikan juga oleh Presiden Jokowi senada apa oleh apa yang disampaikan oleh Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa jika adanya tol ini sudah dinantikan oleh masyarakat Jawa Timur sejak lama dikarenakan memang pembangunan rekonstruksi dari jalan tol ini sudah berjalan sekitar tahun 2017 selesai pada awal tahun 2019. Memang tol ini sangat ditunggukan tadi juga disampaikan Presiden Joko Widodo jika dirinya menginginkan lima seksi ini segera rampung maksimal pada akhir Desember dikatakan juga oleh menteri PUPERA jika nantinya untuk melanjutkan tol sesi lima ini sendiri akan kembali dilangsungkan H+10 dimana H-10 akan dilangsungkan pengerjaan harus dihentikan dan tidak hanya itu Presiden Jokowi juga berharap dengan adanya tol ini juga dapat meningkatkan kualitas ekonomi disekitaran Malang Raya dan berikut merupakan kutipan pidato yang disampaikan oleh Presiden Jokowi saat peresmian ini “bu menteri BUMN jangan sampai bayar dulu sampai lebaran gratisin dulu sampai lebaran gak usah lama-lama untuk percobaan dulu” ya pemirsanya jika anda ingin mengunjungi Malang dari kota Surabaya mungkin sebelumnya dikenakan waktu 3,5 jam sampai 4 jam untuk menangani kemacetan namun melalui tol ini hanya dikenakan sekitar waktu maksimal 2 jam tidak ada salahnya jika anda ingin mengunjungi Malang untuk mudik tahun ini demikian.
--	---

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=3DYPHL4tuhs> Di Akses Tanggal 10 Oktober 2019 Pukul 11:30 WIB

a. Elemen Sintaksis

Kalimat yang menyusun dalam bentuk yang tetap dan teratur menjadi skema yang menjadi pedoman fakta itu disusun. Struktur piramida terbalik adalah bentuk yang paling banyak minatnya untuk memakainya yang dimulai dari *headline*, *lead*,

latar, dan penutup. Untuk mengawali menganalisis berita ini penulis memulai dari menganalisis *headline*, yang ditayangkan oleh Metro TV pada tanggal 13 Mei 2019 sebagai berikut :

Peresmian tol Pandaan-Malang
Pemirsu Presiden Joko Widodo melakukan kunjungan kerja ke Jawa Timur
untuk meresmikan tol kawasan Pandaan menuju Malang.



Gambar 3. 88 : Tampilan *headline* berita 9

Aspek sintaksis yang pertama adalah *headline* yang mana memunculkan tingkat kemenonjolan yang tinggi untuk menunjukkan kecenderungan berita yang ditayangkan. *Headline* atau judul berita yang berjudul “peresmian tol Pandaan-Malang” dengan ditampilkannya judul seperti ini akan Metro TV mencoba menarik perhatian penonton dengan menunjukkan sebuah karya nyata yang dibangun oleh Joko Widodo pada saat pemerintahannya.

Metro TV dalam penyapaian berita ini sangat menonjolkan *headline* yang merupakan peristiwa penting terjadi yang ingin menunjukkan hasil kerja nyata pemerintahan Jokowi-JK. Ini adalah suatu siasat yang digunakan Metro TV agar

dapat mengarahkan pandangan penonton sehingga sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Untuk memuluskan rencana mereka Metro TV juga menarik perhatiannya melalui *lead* untuk memperkuat tingkat kemenonjolan dalam berita ini.

Pada unsur *lead* ini Metro TV menyampaikan presiden Joko Widodo melakukan kunjungan kerja untuk meresmikan tol Pandaan-Malang. Dalam *lead* ini Metro TV lebih menunjukan lebih spesifik agenda presiden dalam kunjungannya terlihat juga dalam kunjungan ini Joko Widodo langsung memantau langsung tempat area tol tersebut dan tidak lama setelah itu presiden kembali meninggalkan area tersebut.

Dengan penyampaian berita tersebut seperti ini memperlihatkan Metro TV ingin memberikan kesan kepada semua orang yang menyaksikan tayangan ini bahwa Joko Widodo memang benar-benar bekerja untuk kepentingan rakyatnya karena diharapkan dengan diresmikannya tol ini nanti roda perekonomian dan arus mudik tahun depan menjadi lancar. Dengan demikian seakan menunjukan Joko Widodo adalah presiden yang pro rakyat dan selalu mementingkan kebutuhan yang dibutuhkan oleh rakyatnya.

Untuk mempengaruhi makna yang ditampilkan jurnalis Metro TV akan membuat latar belakang atas peristiwa yang ingin ditampilkan di tayangan berita tersebut. latar yang dipilih biasanya akan mengarahkan pandangan publik sesuai kepentingan mereka. Untuk memperjelas *latar informasi* dalam berita ini lihat pada kronologis penyampaian berita berikut :

Memang benar hari ini Presiden Republik Indonesia Joko Widodo melakukan kunjungan kerjanya ke Jawa Timur untuk meresmikan jalan tol dari Pandaan menuju Malang.

“dengan adanya jalan tol ini dapat meningkatkan ekonomi khususnya di wilayah kabupaten dan kota” ungkap Joko Widodo.

Dari gambaran *latar informasi* dan ungkapan Joko Widodo diatas menunjukkan Metro TV benar-benar berusaha untuk mengarahkan pandangan masyarakat kepada agenda presiden yang akan meresmikan tol untuk menunjang roda perekonomian di daerah tersebut ini pasti mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap Joko Widodo itu sendiri tetapi pandangan ini akan menonjolkan semua kinerja positif yang dia lakukan selama lima tahun pemerintahannya dan juga ini akan berdampak terbentuknya citra positif dimata masyarakat.

Metro TV membuat frame dapat terlihat dengan jelas pada bagian ini karena mereka menampilkan peristiwa yang membenarkan agenda presiden akan meresmikan tol Pandaa-Malang. Juga menampilkan ungkapan yang diberikan Joko Widodo untuk menginginkan perputaran perekonomian di daerah tersebut. karena itulah sebenarnya tujuan dari Metro TV untuk menayangkan berita ini agar menjadi senjata yang ampuh untuk mengarahkan pandangan publik. Untuk mengklaim validitas dan kebenaran berita ini metro TV menggunakan unsur *kutipan* dalam penyampaian berita ini.

Pada bagian unsur *kutipan* ini menunjukan kutipan dari kementerian pekerjaan umum dan perumahan rakyat (PU PERA) yang menjadi dasar laporan dari repoter Metro TV yang melaporkan dari tempat kejadian. Jadi wajar saja kutipan dari kementrian PU PERA selaras dengan apa yang ingin dikabarkan oleh Metro TV karena kementerian tersebut secara langsung dibawah pengawasan

presiden. Sangat tidak mungkin kementerian PU PERA tidak mendukung Metro TV yang ingin menonjolkan prestasi Joko Widodo selama memimpin Indonesia.

Diberikannya kutipan dalam pemberitaannya supaya Metro TV bisa mengkontruksi pandangan orang terhadap Joko Widodo tetapi tidak hanya itu saja dengan cara mereka memberikan kutipan ini supaya menekankan bahwa Metro TV hanya sebagai media yang wajar menyampaikan berita tersebut kepada publik karena berita tersebut adalah berita gembira untuk masyarakat yang ingin bersafari ke kota malang. Metro TV juga menegaskan tidak ada unsur keberpihakan kepada Joko Widodo pada pemilihan umum 2019.

b. Skrip

Untuk menggambarkan berita ini dapat diamati elemen *skripnya* (5W+1H). Pemberitaan Metro TV dengan judul peresmian tol Pandaan-Malang adalah unsur *what* (apa) unsur *what* ini menjelaskan agenda presiden yang akan meresmikan tol Pandaan-Malang tersebut. Joko Widodo adalah unsur *who* (siapa) karena dalam menayangkan berita ini Metro TV sangat berfokus padanya yang akan meresmikan tol tersebut. 23 Mei 2019 adalah unsur *when* (kapan) karena ditanggal ini berita ini dipublikasikan oleh Metro TV.

Malang, Jawa Timur adalah unsur *where* (dimana) karena pada peliputan berita ini dilakukan pada tempat itu. Untuk memperlancar roda perekonomian di Malang raya pada khususnya adalah unsur *why* (kenapa) karena dibangunnya jalan tol ini diharapkan memudahkan masyarakat yang ingin pergi dari Pandaan-Malang ataupun sebaliknya. Tayangan atau kronologis Joko Widodo meresmikan tol Pandaan-Malang adalah unsur *how* (bagaimana) karena didalam penayangan berita

ini mengandung pencitraan yang dilakukan oleh Metro TV untuk kepentingan politik.

Dari pengamatan penulis dalam penayangan berita ini memiliki penanda *framing* yang diselipkan didalam berita agenda Joko Widodo untuk meresmikan tol Pandaan-Malang hal itu tidak lain dan tidak bukan adalah untuk kepentingan politik dalam pemilihan umum 2019. Hal seperti sangatlah wajar dikarenakan presiden Joko Widodo adalah calon petahan dalam pemilihan tersebut sehingga dia memiliki keuntungan yang tidak dimiliki lawan politik. Seperti media, aparaturnegara, dan fasilitas negara masih melekat padanya walaupun kegiatan kampanye sekalipun.

c. Elemen Tematik

Ada peristiwa yang sangat besar yang ingin disampaikan Metro TV kepada publik, yaitu tentang prestasi yang dianggap mereka sangat berjasa bagi perekonomian Indonesia yaitu tentang berhasilnya pembangunan jalan tol dan akan diresmikan oleh Joko Widodo secara langsung di Malang, Jawa Timur dan untuk menjelaskan *elemen tematik* dapat dilihat dalam penggalan berita berikut :

Dengan melakukan pemantauan dikawasan jalan tol dari Pandaan menuju malang ini sendiri **dan** memang tadi dikatakan **juga** oleh Presiden Jokowi dengan adanya jalan tol ini dapat meningkatkan ekonomian khususnya diwilayah kabupaten **dan** kota.

Presiden Joko Widodo meresmikan 3 seksi di jalan tol dari Pandaan menuju ke Malang ini sendiri meskipun dikatakan oleh menteri PUPERA Basuki Hadimuljono untuk sesi keempat ini masih belum bisa beroperasi nantinya untuk mudik tahun ini sesi keempat bisa digunakan secara fungsional **sementara** untuk sesi kelima sendiri belum bisa dilalui atau masih dalam tahap pengerkerjaan.

Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa **juga** hadir dalam kegiatan peresmian jalan tol ini **jika dengan** adanya jalan tol ini sendiri dapat mengurai setidaknya untuk satu hari dari Pandaan menuju Malang merupakan daerah perindustrian **dan juga** daerah pariwisata ini ada sekitar

6.500 kendaraan baik dari arah Pandaan menuju Malang begitu juga **sebaliknya** dan **juga** dengan adanya tol ini diperkirakan angka kemacetan saat mudik ditahun 2019 ini kira-kira menurun **hingga** 70%. Sempat disampaikan juga oleh Presiden Jokowi senada apa oleh apa yang disampaikan oleh Gubernur Jawa Timur Khofifah Indar Parawansa **jika** adanya tol ini sudah dinantikan oleh masyarakat Jawa Timur sejak lama dikarenakan memang pembangunan rekonstruksi dari jalan tol ini sudah berjalan sekitar tahun 2017 selesai pada awal tahun 2019.

Pada penggalan kata yang bercetak warna hijau menjelaskan Metro TV menggunakan kalimat koherensi sebab-akibat yang memperlihatkan kalimat ini sebagai penjelasan akibat dari jalan tol ini nantinya dapat mengurangi kemacetan yang sering terjadi di daerah tersebut. kata yang bercetak warna biru menunjukkan koherensi penjas karena Metro TV ingin menegaskan peristiwa yang sedang terjadi dan tol ini diharapkan presiden sebagai jalan yang dapat menggerakkan roda perekonomian baik dari kabupaten sampai kota maupun sebaliknya. Sedangkan kata yang bercetak warna merah menjelaskan bahwa Metro TV menggunakan koherensi pembeda dalam penyampaian beritanya karena sebagai pembanding antara setiap tahapan pengerjaan jalan tol yang ingin diresmikan oleh presiden Joko Widodo.

Pada kata-kata Metro TV dalam menyampaikan beritanya banyak menggunakan unsur koherensi penjas untuk mengkonstruksi pikiran yang melihat berita ini dan frame Metro TV sebagai alat yang kuat untuk menggiring opini publik kepada prasangka Joko Widodo adalah presiden sangat berjasa membangun infrastruktur untuk kebutuhan rakyatnya yang ada di seluruh Indonesia.

Metro TV juga memberitakan Joko Widodo sebagai pemimpin yang sangat mengerti rakyatnya hal itu terbukti dengan dia meminta/memerintahkan menteri BUMN menggratiskan terlebih dahulu tarif untuk masyarakat sampai lebaran nanti. Dengan berita seperti ini Metro TV ingin Joko Widodo dipandang sebagai

pemimpin yang dermawan dimata masyarakat dan terbentuknya citra positif yang permanen juga tertanam di hati masyarakat Indonesia.

d. Elemen Retoris

Ada beberapa elemen struktur *retoris* yang sering dipakau oleh para jurnalis leksikon, pemilihan, dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menggambarkan peristiwa yang terjadi. Retoris Metro TV dalam memberitakan agenda presiden untuk meresmikan tol Pandaan-Malang dapat didukung dengan kalimat berupa *leksikon*.

Metro TV menampilkan cuplikan pidato Joko Widodo yang memilih kata “gratisin” dari kata ini Metro TV sedang menunjukan kepada semua elemen masyarakat bahwa Joko Wi dodo sangat merasakan dan dapat mengerti keadaan rakyatnya. Untuk memperkuat hal ini Metro TV juga menampilkan unsur *grafis* yang menampilkan foto ataupun gambar Joko Widodo yang sedang meresmikan tol tersebut. dan semua itu akan terlihat dengan jelas sesuai dengan sin (tampilan) berikut :

1.



Gambar 3. 89 : Sin pertama berita 9

2.



Gambar 3. 90 : Sin kedua berita 9

3.



Gambar 3. 91 : Sin ketiga berita 9

4.



Gambar 3. 92 : Sin keempat berita 9

5.



Gambar 3. 93 : Sin kelima berita 9

6.



Gambar 3. 94 : Sin keenam berita 9

7.



Gambar 3. 95 : Sin ketujuh berita 9

8.



Gambar 3. 96 : Sin kedelapan berita 9

9.



Gambar 3. 97 : Sin kesembilan berita 9

10.



Gambar 3. 98 : Sin kesepuluh berita 9

11.



Gambar 3. 99 : Sin kesebelas berita 9

12.



Gambar 3.100 : Sin keduabelas berita 9

13.



Gambar 3.101 : Sin ketigabelas berita 9

14.



Gambar3.102: Sin keempatbelas berita 9

15.



Gambar 3.103: Sin kelimabelas berita 9

16.



Gambar3.104: Sin keenambelas berita 9

17.



Gambar 3.105: Sin ketujuhbelas berita 9

18.



Gambar3.106: Sin kedelapanbelas berita 9

19.



Gambar 3. 107: Sin kesembilanbelas Berita 9

20.



Gambar 3. 108 : Sin kedua puluh berita 9

21.



Gambar 3.109: *Sin* kedua puluh satu berita 9

Dari 21 *sin* (tampilan) diatas dapat menunjang keberhasilan dalam pencitraan Joko Widodo ini dilakukan sebagai bentuk upaya mereka memastikan apa yang mereka siarkan sampai kepada khalayak umum dan diharapkan dapat mempengaruhi pandangan mereka terhadap sosok Joko Widodo. Dalam mencermati hal ini penulis berpendapat semua langka yang dilakukan Metro TV sangat kental keberpihakkannya terhadap Joko Widodo.

Joko Widodo sudah dianggap berhasil dalam menjalankan roda pemerintahannya selama ini yang diperkuat banyaknya jalan tol dibangun salah satunya adalah jalan tol Pandaan-Malang yang menjadi bukti nyata hasil kerjanya. Masyarakat dibuat yakin oleh Metro TV dengan tindakan Joko Widodo menggratiskan tarif sementara adalah bukti dia adalah pemimpin yang patut diacungi jempol jadi wajar saja jika dia sangat dicintai oleh rakyatnya. Dari seluruh elemen yang dipakai oleh Metro TV dalam meng-*frame* berita ini pihak Joko Widodo lah yang sangat diuntungkan dalam perang opini pada pemilihan presiden 2019 ini karena dengan penayangan yang begitu terencana memiliki peluang yang sangat besar untuk keluar sebagai pemenang nanti.

Berdasarkan pengamatan penulis banyak keutungan yang akan diperoleh pihak Joko Widodo jika media selalu memiliki kepentingan seperti ini. Karena ketika mereka memproduksi suatu berita mereka dapat merekayasa sesuai dengan kepentingan pemilik media tersebut dan juga memprediksi berita yang ingin ditampilkan layak untuk ditampilkan atau tidak tergantung situasi dan kondisi kepentingan mereka. Jadi tidak heran jika dalam dalam penayangan suatu berita di Metro TV terasa kurang berimbang itu semua dikarenakan media itu sebagai alat pencitraan semata.

Berita 10 : https://www.youtube.com/watch?v=gLQFu_NX81g



Gambar 3. 110 : Tampilan awal “Jokowi, memimpin tanpa beban”

Tabel 3. 10 : Spesifikasi berita 10

10	Tanggal Tayang Berita	15 Mei 2019
	Program Berita	Metro TV Newsroom
	Teks Line Berita	Jokowi, Memimpin Tanpa Beban
	Jam Penayangan	20:37 WIB
	Durasi Berita	09:08
	Narasumber	Don Bosco Salamun
	Isi Berita : “Hati-hati jangan rutinitas jangan pola-pola lama jangan tradisi-tradisi lama di teruskan stop kita harus berhenti lima tahun kedepan mohon maaf saya udah gak ada beban, saya udah gak bisa nyalonkan lagi jadi apapun yang paling baik terbaik untuk negara saya akan lakukan” pernyataan tegas itu disampaikan dihadapan menteri kabinet dan ratusan kepala daerah dalam musyawarah perencanaan pembangunan nasional atau MUSREMBANGNAS pada Kamis pekan lalu apa makna dari pernyataan Presiden ini mungkin bang Don dapat inside juga sebenarnya dari pak Jokowi kan sempat ada pertemuan juga ya pak ? ya jum’at dua minggu lalu kita bertemu konteks statement itu sudah dinyatakan pada waktu kita bertemu konteksnya adalah pertama dia akan melakukan revormasi birokrasi dan memangkas sebagian besar proses birokrasi yang begitu panjang termasuk ada hubungannya dengan percepatan perizinan bagi seorang Jokowi itu melelahkan berurusan dengan birokrasi terutama dalam perizinan selama dia empat hampir lima tahun jadi Presiden itu yang ia katakan saya sudah tidak punya beban lagi lalu dihubungkan ya memang dia tidak terlalu populer dimata pegawai negeri dan dimata birokrasi termasuk ketika ia menjadi Walikota dulu tapi apapun dia akan lakukan untuk kepentingan rakyatnya, yang kedua dalam hubungan dengan kabinet pada waktu itu saya juga termasuk yang bertanya seperti apa kabinet kali berikut ternyata isinya adalah para profesional. Para profesional itu bisa datang dari partai bisa bukan dari partai kira-kira itu konteksnya dan dia tidak merasa ada beban kalau pada tahun 2014 kan ya dibidang petugas partai jadi harus mendengar ketua umum tapi Jokowi kali ini mungkin dia akan dengar tapi pesan untuk partai adalah kalau kamu mau masuk siapkan profesionalnya kira-kira gitu lah jangan menjadi beban untuk Jokowi. Tapi persisnya kan Cuma pak Jokowi yang tau ungkap Don Bosco Salamun. Pernyataan yang sarat makna tapi tersirat begitu ya bang ya jadi kalau kita menafsirkan konteks kinerja pemerintahan akan menghadirkan kebijakan yang tidak popolis begitu bang ? bisa saja tidak popolis tapi untuk kebaikan republik kedepan mungkin saja diambil tindakan itu yang menarik persiapan	

untuk orang-orang profesional ini pada waktu itu juga ditanya berapa yang bisa ditahan sekarang ada menurut saya tidak bisa dijawab tapi ada beberapa nama yang disebut ada satu nama yang disebut kita gak bisa ungkapkan disini cuma bagi saya kira-kira akan jelas yang punya track record dan hasil kerja yang bagus karena itu ia lakukan dengan profesional mungkin tidak tergantikan. Berarti persaingan dikementrian nanti misalnya menyusun kabinet baik dari sisi profesional maupun ahli dan juga dari partai politik cukup kompetitif berarti bang Don ketika partai juga gak melulu petinggi partai akan menjadi menteri partai politikpun ada kader yang profesional tidak hanya yang punya jabatan dipartai politik otomatis akan jadi menteri gitu kan ? partai pasti didengar Cuma yaudah yang profesional sesuai dengan road maps saya untuk meakukan pekerjaan itu kira-kira begitu.

Ya itu menarik oleh dikatakan non partai maupun dari partai tidak menjadi kriteria utama. Persisnya kata pak Jokowi dipartai itu juga ada orang profesional yang penting profesional dulu. Nah tapi beikut ini ada pernyataan mantan ketua umum PP Muhammadiyah Ahmad Syafii Ma'arif yang mengusulkan kepada Presiden Joko Widodo untuk membentuk apa yang disebut sebagai zaken kabinet atau kabinet yang diisi oleh para ahli dibidangnya setelah resmi dinyatakan terpilih sebagai Presiden berikut pernyataannya. "Misal jika menjadi Presiden lagi supaya dibentuk kabinet yang orang-orang ahli boleh dari partai tapi partai yang mengusulkan seorang tapi Presiden yang menentukan karena Presiden lebih berdaulat kalau tidak banyak bolongnya" ungkap Ahmad Syafii Ma'arif. Tapi usulan BPIP itu sebenarnya sebagai upaya untukantisipasi bangsa tidak terpecah belah pasca Pemilu 2019.

Saya kira ada persolan ideologis ada persolan yang berkaitan dengan kinerja pembangunan kan Jokowi sudah menetapkan fokusnya adalah peningkatan kualitas SDM yang kedua infrastruktur jalan terus yang ketiga reformasi birokrasi tujuan dari ini semua adalah supaya republik ini tidak terjebak dalam middle income trap karena banyak negara yang gagal naik kelas karena terjebak karena tidak menyiapkan hal-hal seperti itu kira-kira begitu dan hanya orang-orang profesional yang dapat menjalankan semua itu dan saya kira Jokowi sendiri sudah bisa membuktikan tahun 2014 itu dia ngomong yaudah PDI-P katanya berpengaruh mereka sebetulnya tidak mendapat posisi yang tidak berpengaruh apa-apa ada menteri dalam negeri, menkumham, menkop dan seterusnya sementara posisi yang lain malah lebih dikasih ke orang lain yang kedua coba bayangkan gimana mengganti menteri desa yang kemudian diganti oleh menteri ekop yang kemudian kinerjanya bagus lalu kemudian Rini Suwandi kurang apa PDI-P menolak tapi tetap saja jalan tidak teresapel karena kemudian mungkin itung-itungannya tentang kualitas. Dan apakah akan kemudian banyak tokoh-tokoh dari kalangan profesional dan juga apakah yang mengemuka adalah soal tokoh muda bang yang akan masuk dalam kabinet kira-kira realistis atau tidak kalau dilihat dari tren dari global didunia itu kan banyak jangan kan menteri

	perdana menteri, presiden dan lainnya yang masuk dalam kategori muda ? possibility itu Jokowi ngomong juga akan ada akan ada orang muda dibawah umur 30 tahun tetapi kita tidak tau akan duduk dimana saja misalnya saja di MONPERA. Isu yang sempat berkembang isu soal resapel gitu kira-kira dibicarakan gak bang dalam waktu dekat karena kameren kan ada isu resapel menguat tatapi kemudian isu resapelya sempat terendam dengan isu-isu yang lain ? dalam obrolan itu pak Jokowi hanya mengatakan kita lihat setelah tanggal 22. Oke semua akan ditentukan setelah tanggal 22 mei. Cuma yang menarik ketika beliau mengatakan MUSREMBANG itu sebetulnya sudah ada pembicaraan sebelumnya jadi itu selalu inline apa yang dikatakan didepan umum lalu kemudian dalam sebuah pertemuan yang terbatas dia sejalan atau sinkron.
--	--

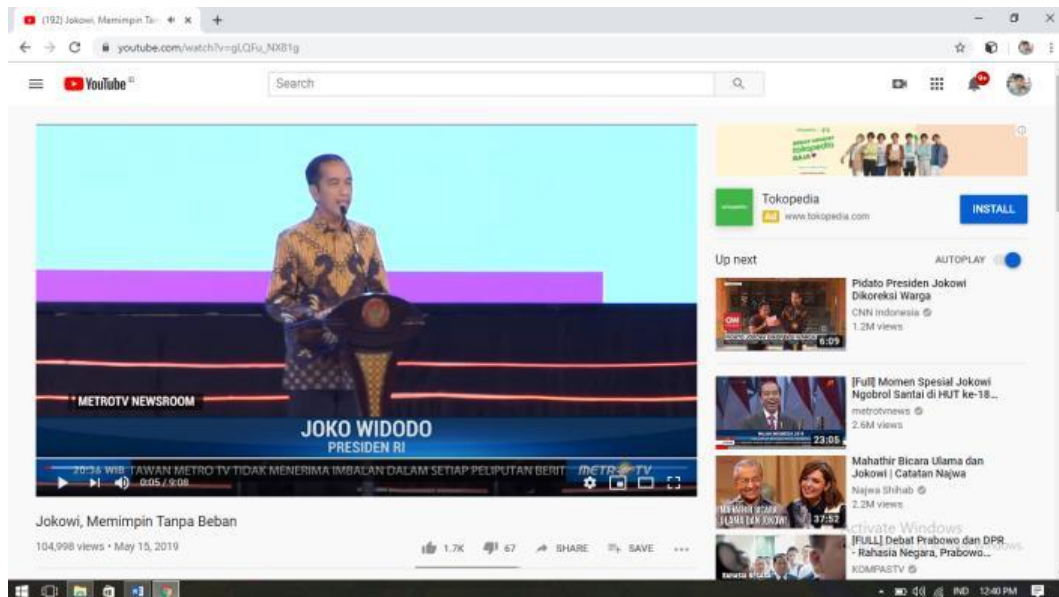
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=gLQFu_NX81g Di Akses Tanggal 11 Oktober 2019 Pukul 19:00 WIB

a. Elemen Sintaksis

Sintaksis merujuk pada pengertian susunan bagian dari berita dalam kesatuan teks secara keseluruhan, Susunan berita dimulai dari *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup. Dalam memberikan gambaran penulis akan memulai dengan menganalisis *headline* yang ditayangkan pada tanggal 15 Mei 2019 sebagai berikut :

Jokowi, memimpin tanpa beban

“Hati-hati jangan rutinitas jangan pola-pola lama jangan tradisi-tradisi lama di teruskan stop kita harus berhenti lima tahun kedepan mohon maaf saya udah gak ada beban, saya udah gak bisa nyalonkan lagi jadi apapun yang paling baik terbaik untuk negara saya akan lakukan” pernyataan tegas itu disampaikan dihadapan menteri kabinet dan ratusan kepala daerah dalam musyawarah perencanaan pembangunan nasional atau MUSREMBANGNAS pada Kamis pekan lalu



Gambar 3. 111 : Tampilan *headline* berita 10

Headline atau judul berita menjadi elemen yang paling banyak diperhatikan orang karena dengan judul ini bisa membuat orang tertarik atau tidak dalam menyaksikan berita yang ditayangkan. Seperti pada tayangan berita ini yang berjudul “Jokowi, memimpin tanpa beban” judul seperti ini semua orang akan dibuat penasaran dengan apa yang sebenarnya ingin Jokowi lakukan yang menyebut dirinya tanpa beban. Ini adalah siasat Metro TV untuk memunculkan minat menyaksikan kepada masyarakat supaya dapat menyimak berita ini dengan seksama. Berita Metro TV ini fakta sangat menekankan *headline* menunjukan pidato Jokowi yang menyampaikan dirinya tidak mempunyai beban dalam memimpin untuk lima tahun kedepan.

Untuk menarik perhatian lebih dari masyarakat yang menyaksikan berita ini Metro TV menambahkan unsur *lead* pada beritanya. Pada bagian *lead* ini Metro TV langsung menampilkan cuplikan pidato Jokowi mengungkapkan ketidak ada bebanannya dalam pemimpin Indonesia yang akan datang dan dia juga memberikan

kalimat waspada terhadap rutinitas, pola-pola, dan tradisi-tradisi lama yang menyulitkan urusan birokrasi di Indonesia.

Untuk mengungkap berita ini lebih dalam dapat dimati dari *latar informasi* yang akan mempengaruhi makna yang ditampilkan oleh Metro TV. Dengan *latar informasi* penonton akan dibawah kearah yang menguntungkan bagi kepentingan mereka. Sehingga mau tidak mau semua orang yang menyaksikan tayangan ini akan terbawa dalam *framing* dibuat oleh Metro TV. Untuk menyingkap *latar belakang* berita ini bisa dilihat pada kronologis penggalan berita yang disampaikan oleh Don Bosco Salamun sebagai berikut :

konteks stetment itu sudah dinyatakan pada waktu kita bertemu konteksnya adalah pertama dia akan melakukan reformasi birokrasi dan memangkas sebagian besar proses birokrasi yang begitu panjang termasuk ada hubungannya dengan percepatan perizinan. Bagi seorang Jokowi itu melelahkan berurusan dengan birokrasi terutama dalam perizinan selama dia empat hampir lima tahun jadi presiden itu yang ia katakan saya sudah tidak punya beban lagi lalu dihubungkan ya memang dia tidak terlalu populer dimata pegawai negeri dan dimata birokrasi termasuk ketika ia menjadi Walikota dulu tapi apapun dia akan lakukan untuk kepentingan rakyatnya.

Penggalan pernyataan ini mempunyai maksud untuk memberikan penjelsan kronologis apa yang dimaksud Jokowi dalam pidatonya yang mengatakan tidak mempunyai beban lagi. Metro TV mencoba menggmabarkan presiden sebagai sosok yang selalu berpihak dan tidak mau mmbuat rakyatnya dalam kesulitan yang dibuktikan dengan ketiksukaannya terhadap birokrasi yang selalu berbelit-belit dan dia akan mealakukan reformasi birokrasi agar semua bentuk perizinan dapat dengan lancar.

Pada bagian inipun frame Metro TV berusaha untuk memberikan kesan begitu luar biasa kepada Jokowi yang selalu mementingkan urusan rakyatnya dibandingkan dengan urusan pribadi sekalipun. Hal itu dibuat dengan sedemikian rupa supaya dapat mengkonstruksi pikiran masyarakat yang menyaksikan dan nilai plus presiden sebagai pemimpin yang dapat menjadi contoh dalam bernegara untuk Indonesia maju.

Sebagai upaya membangun objektivitas dan prinsip keseimbangan didalam penyiaran berita ini Metro TV memasukan unsur *kutipan* untuk memperkuat penayangan beritanya. Dalam menayangkan berita ini Metro TV banyak mengambil *kutipan* dari Don Bosco Salamun sekaligus sebagai nara sumber dalam program berita tersebut dan mantan ketua umum PP Muhammadiyah Ahmad Syafii Maarif yang mana mengusulkan diadakannya zaken kabinet atau kabinet yang dipenuhi oleh orang-orang ahli dalam bidangnya dan juga dapat bekerja secara profesionalitas.

Metro TV dalam penayangan berita ini pertama merujuk kepada pendapat atau narasi dari Don Bosco Salamun (DBS) seperti yang kita tahu bahwa dia ini adalah direktur pemberitaan sekaligus pemimpin redaksi Metro TV saat ini jadi dengan latar belakangnya seperti ini wajar bila kalimat-kalimat yang diungkapkannya selalu condong membela ataupun membenarkan langkah-langkah yang diambil Jokowi dalam urusan bernegara karena kepentingan Jokowi adalah kepentingan Metro TV yang harus diutamakan dalam pemberitaannya.

Kedua Metro TV merujuk kepada pendapat dari mantan ketua umum PP Muhammadiyah Ahmad Syafii Maarif. Pada November 2016 dia secara terang-

terangan membela Ahok (Basuki Cahaya Purnama) yang menjadi kontroversi karena kebanyakan ulama termasuk majelis ulama Indonesia (MUI) berseberangan dengan dia. Hal ini menjadi faktor yang masuk akal jika dia mendukung tindakan-tindakan yang dilakukan Jokowi. Karena Jokowi dan Ahok memiliki ikatan yang begitu erat karena pernah berdampingan sebagai gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta juga dari latar belakang partai yang sama yaitu partai demokrasi Indonesia perjuangan (PDI-P)

Kutipan ini dimaksudkan sebagai alat *framing* untuk mengarahkan opini publik dan sebagai alat mengkonstruksi pikiran yang menyaksikan kedalam pengaruh mereka. *Kutipan* juga dipakai sebagai perisai untuk mengalihkan perhatian penonton agar tidak menimbulkan rasa curiga atas tindakan keberpihakan mereka dalam menyampaikan berita ini.

b. Skrip

Bentuk umum dari struktur *skrip* ini adalah pola 5W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*). Penayangan pemberitaan tentang Jokowi, memimpin tanpa beban adalah unsur *what* (apa) karena dalam penayangan berita ini membahas tentang sebenarnya yang Jokowi dalam pidatonya yang mengatakan tidak mempunyai beban dalam lima tahun kedepan. Presiden Jokowi adalah unsur *who* (siapa) kerana dialah yang menjadi fokus dalam topik ini pemberitaan ini. 15 Mei 2019 adalah unsur *when* (kapan) dikarenakan dalam penayangan berita ini disiarkan pada tanggal tersebut. Hotel Shangri-La, Jakarta adalah unsur *where* (dimana) kerana ditempat inilah acara MUSREMBANGNAS diselenggarakan. Untuk membahas alasan dasar Jokowi menyatakan dia memimpin tanpa beban adalah

unsur *why* (kenapa) hal ini diberitakan untuk mengungkap alasan senarnya dari pidato Jokowi tersebut. Gambaran atau kronologis pemberitaan yang di narasumberi oleh Don Bosco Salamun adalah unsur *how* (bagaimana) karena didalam diskusi dengan nara sumber memncoba untuk mengspekulasikan makna dari pidato Jokowi tersebut.

Oleh karena itu dalam pengamatan penulis unsur *skrip* sangatlah penting untuk dijadikan penanda *framing* yang mana jika dihubungkan dengan pencitraan politik yang dilakukan oleh Metro TV terhadap Jokowi menjadi senjata yang begitu ampuh untuk mempengaruhi pikiran masyarakat. Sebab elmenen *skrip* (5W+1H) menjadi unsur kunci dalam tayangan berita ini yang membuat sosok Jokowi seakan menjadi pahlawan yang sangat cinta dan dicintai oleh rakyatnya.

c. Elemen Tematik

Struktur tematik sangat berkaitan erat dengan bagaimana fakta itu ditulis, bagaimana penggunaan kalimat, dan bagaimana menempatkan sumber kedalam teks berita secara keseluruhan. Ada topik yang besar yang ingin diangkat oleh Metro TV yaitu tentang pernyataan dalam pidato Jokowi mengenai dirinya memimpin tanpa beban lima tahun yang akan datang.

Konteksnya adalah pertama dia akan melakukan reformasi birokrasi dan memangkas sebagian besar proses birokrasi yang begitu panjang termasuk ada hubungannya dengan percepatan perizinan bagi seorang Jokowi itu melelahkan berurusan dengan birokrasi terutama dalam perizinan selama dia empat hampir lima tahun jadi Presiden itu yang ia katakan saya sudah tidak punya beban lagi lalu dihubungkan ya memang dia tidak terlalu populer dimata pegawai negeri dan dimata birokrasi termasuk ketika ia menjadi Walikota dulu tapi apapun dia akan lakukan untuk kepentingan rakyatnya, yang kedua dalam hubungan dengan kabinet pada waktu itu saya juga termasuk yang bertanya seperti apa kabinet kali berikut ternyata isinya adalah para profesional.

Ada persolan ideologis ada persolan yang berkaitan dengan kinerja pembangunan Jokowi sudah menetapkan fokusnya adalah peningkatan kualitas SDM yang kedua infrastruktur jalan terus yang ketiga reformasi birokrasi tujuan dari ini semua adalah supaya republik ini tidak terjebak dalam *middle in came trap* karena banyak negara yang gagal naik kelas terjebak karena tidak menyiapkan hal-hal seperti itu kira-kira begitu dan hanya orang-orang profesional yang dapat menjalankan semua itu dan saya kira Jokowi sendiri sudah bisa membuktikan tahun 2014

Pada kata cetak merah diatas menjelaskan Metro TV menggunakan koherensi sebab-akibat dalam menyampaikan berita ini. Metro TV menggunakan koherensi ini disebabkan karena ingin menjelaskan sebab atau alasan yang melatarbelakangi Jokowi menyampaikan jika dia tidak beban memimpin lima tahun yang akan datang. Sedangkan pada kata cetak biru menunjukan Metro TV menggunakan koherensi penjelas dalam penyampaian berita ini. Dalam menayangkan berita ini Metro TV banyak menggunakan kata penekanan yang berfungsi untuk menjelaskan peristiwa yang sedang terjadi.

Bagian-bagian kalimat tersebut menunjukan Metro TV mengungkap alasan apa yang menjadi dasari Jokowi mengutarakan pidato yang menganggap dirinya lima tahun kedepan tidak mempunyai beban sama sekali. Peristiwa ini yang akan dibahas dalam pemberitaan Metro TV tersebut dan digunakan juga sebagai *framing* yang terselubung. Sehingga hal ini tidak akan menimbulkan kegaduhan dalam masyarakat ataupun rasa kecurigaan kepada Metro TV yang begitu nyata berpihak kepada Joko Widodo pada pemilihan umum 2019.

Dengan memberikan kalimat-kalimat yang pro terhadap Jokowi yang dianggap merakyat seutuhnya kepada rakyat Metro TV memberikan gambaran pemimpin seperti inilah yang sangat dibutuhkan oleh bangsa Indonesia saat ini.

Sehingga Metro TV dapat dengan mudah untuk menggiring opini publik sesuai dengan kepentingan mereka yaitu memcititakan sosok Joko Widodo pada kontestasi politik yang sedang berlangsung.

d. Elemen Retoris

Elemen *retoris* menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan struktur retoris dari wacana berita juga menunjukkan kecenderungan bahwa apa yang disampaikan tersebut adalah suatu kebenaran yang mutlak. Retoris Metro TV untuk mendukung frame penayangan tentang “Jokowi, memimpin tanpa beban” adalah sebuah kesengajaan dan terencana yang merupakan upaya dalam memcititakan Joko Widodo.

Retoris ini bukan hanya memberikan bukti-bukti yang valid untuk mengkonstruksi dan mengendalikan pikiran yang melihatnya tetapi didukung juga dengan penekanan-penekanan kalimat berupa unsur *leksikon*. Dalam pemberitaan ini Metro TV menggunakan kata “reformasi birokrasi” dalam menyebut pemangkasan dalam birokrasi. Metro TV menggunakan kata itu sebagai ungkapan akan ada perubahan yang signifikan dalam birokrasi yang berbelit-belit di Indonesia saat ini.

Untuk menambahkan kesan yang begitu *real* dalam penayangan berita ini dapat juga dilihat dari foto atau gambar. Seperti pada rekaman pidato Joko Widodo yang ditayangkan oleh Metro TV memperlihatkan ekspresi Jokowi geram dengan birokrasi negeri ini masih saja berbelit-belit. Metro TV ingin menyampaikan pada penonton kekesalan masyarakat pada birokrasi yang bertele-tele telah terwakili oleh presiden mereka yang membuktikan Jokowi berada pada pihak rakyat Indonesia.

Dan pencitraan juga dapat terlihat pada sin (tampilan) seluruh berita sebagai berikut:

1.



Gambar 3. 112 : Sin pertama berita 10

2.



Gambar 3. 113 : Sin kedua berita 10

3.



Gambar 3. 114 : Sin ketiga berita 10

4.



Gambar 3. 115 : Sin keempat berita 10

5.



Gambar 3. 116 : Sin kelima berita 10

6.



Gambar 3. 117 : Sin keenam berita 10

7.



Gambar 3. 118 : Sin ketujuh berita 10

8.



Gambar 3. 119: Sin kedelapan berita 10

9.



Gambar 3. 120: Sin kesembilan berita 10

10.



Gambar 3. 121: Sin kesepuluh berita 10

11.



Gambar 3. 122: Sin kesebelas berita 10

12.



Gambar 3. 123: Sin kedua belas berita 10

13.



Gambar 3. 124: *Sin* ketiga belas berita 10

14.



Gambar 3. 125: *Sin* keempat belas berita 10

Dari 14 gambar diatas menunjukkan *sin* (tampilan) yang terlihat dengan jelas mendukung dan melakukan pencitraan seperti pada gambar 1 dan 14 yang mana menampilkan gambar Joko Widodo berdiri tegap berpidato dan seolah-olah siap membela rakyat dengan sepenuh hati. Dalam mencermati hal ini penulis berpendapat bahwa Metro TV ingin selalu memperlihatkan sisi sempurnanya dari Joko Widodo.

Dari seluruh elemen yang terlibat dari awal pembuatan berita sampai akhirnya bisa ditayangkan dan dipertontonkan di tengah masyarakat unsur keberpihakan Metro TV tidak bisa dibantahkan lagi karena kepentingan pada kelompok (NasDem) menjadi dasar yang kuat untuk melakukan semua itu. Jadi jangan heran jika banyak berita yang positif tentang Joko Widodo disiarkan di Metro TV karena itu menjadi visi utama mereka melakukan pencitraan sebagai media pemenang pada pemilihan umum 2019.

Pembahasan

Frame Metro TV berdasarkan analisis berita menggunakan analisis *framing*

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki⁴⁰. Dapat diperoleh sebagai berikut :

Elemen	<i>Framing</i> Metro TV
Sintaksis	Cara wartawan Metro TV menyusun berita yang terus menonjolkan topik tentang Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019. (<i>headline</i> , <i>lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan dan penutup).
Skrip	Cara wartawan mengisahkan berita tentang Jokowi-Ma'ruf yang menampilkan aktor dibelakang yang menjadi komponen berita yang penting dalam tayangan Metro TV tersebut. (5W+1H)
Tematik	Cara wartawan menulis kalimat yang tepat untuk berita yang akan ditampilkan sebagai langkah untuk pencitraan Jokowi-Ma'ruf di Metro TV. (paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat)
Retoris	Cara wartawan menekan berita atau pemilihan kata untuk menyembunyikan maksud tertentu untuk kepentingan media dan pencitraan Jokowi-Ma'ruf. (penekanan kata, gambar dan grafis)

Pada elemen *sintaksis* ini Metro TV berusaha sangat menekankan atau menonjolkan pemberitaannya. *Frame* ini sengaja mulai dibentuk Metro TV pada awal berita disambung dengan gambaran kejadian/kronologis sehingga dapat mendukung dengan kuat *frame* tersebut. Paparan beritanya banyak mengandung kalimat ajakan untuk benar-benar yakin pada penayangan pemberitaan ini. Seperti

⁴⁰ Eriyanto, *Op, Cit.*, h. 295-306

pada berita 1, Metro TV berusaha meyakinkan penonton untuk percaya ditangan Jokowi-Ma'ruf ekonomi negeri akan lebih baik lima tahun yang akan datang.

Elemen *skrip* (5W+1H), Metro TV banyak memunculkan pernyataan ungkapan rasa syukur dan dukungan dari kalangan pengusaha untuk pasangan Jokowi-Ma'ruf yang telah dinyatakan menang versi *quick count*. Hal ini terlihat pada berita 3, Metro TV menampilkan pelaku usaha mengapresiasi dan menyambut positif hasil sementara tersebut. menurut *analysis* penulis *frame* ini sangat terlihat keberpihakan Metro TV yang dengan sengaja memperlihatkan kalangan pengusaha yang gamblang menyambut hangat hasil perolehan suara sementara yang bisa dijadikan indikator untuk mendapat dukungan dari mereka.

Elemen *tematik*, Metro TV menampilkan kalimat yang menekankan sebagai ungkapan pendukung untuk menunjang pencitraan pasangan Jokowi-Ma'ruf. Seperti pada berita 4, Metro TV ingin mengungkap tema yang besar yaitu bagaimana sambutan warga Indonesia sangat antusias dalam kedatangan Joko Widodo disetiap kunjungan kerja maupun dalam kampanyenya disetiap daerah manapun.

Pada elemen *retoris*, Metro TV selalu menampilkan unsur *grafis* (foto/gambar) untuk memperkuat dan menjadi bukti otentik secara langsung bisa disaksikan oleh penonton. Kemudian penambahan dan menggunakan kata-kata tertentu (*leksikon*) yang sangat provokatif dan dan penuh dramatik untuk mengarahkan/mengkonstruksikan pandangan penonton. Seperti pada berita 8, dimana Metro TV menayangkan agenda presiden yang sedang liburan ke salah satu mall di Solo dalam rangka liburan peringatan *May Day* 1 Mei 2019. Jelas Metro

TV ingin menunjukkan sosok Joko Widodo adalah kepala keluarga yang sangat menyanyangi keluarganya sekaligus presiden yang merakyat dan dicintai rakyatnya.

Dari analisis penayangan berita di Metro TV berdasarkan *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki memiliki kaitan dengan *teori agenda setting* yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini. Pada dasarnya *teori agenda setting* menjelaskan cara media mampu untuk mempengaruhi khalayak umum. Teori ini ternyata juga memiliki korelasi dengan konsep konstruksionis yang dimiliki media agar dapat membentuk opini publik sesuai dengan kepentingan atau kehendak media tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat dikatakan bahwa Metro TV memang benar telah melakukan proses konstruksi atau pengarahannya pandangan khalayak atas berita yang mereka sajikan dari tanggal 17 April sampai 21 Mei 2019. Konstruksi dalam penayangan berita-berita ini meliputi bagaimana Metro TV menyeleksi, membingkai dan mengarahkan opini publik untuk sampai kepada pencitraan pasangan Jokowi-Ma'ruf dalam kontestasi pemilihan umum 2019.

BAB IV

PENUTUP

Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan berita 17 April-21 Mei 2019 yang dapat diakses di laman *you tube* resmi Metro News yaitu tentang pencitraan politik melalui Metro TV sebagai media pemenangan paslon Jokowi-Ma'ruf. Penulis memiliki beberapa kesimpulan bahwa pencitraan politik yang dilakukan Metro TV adalah sebagai strategi yang digunakan untuk mengkonstruksi pikiran yang menyaksikan berita ini.

Dari beberapa video yang diamati penulis dengan menggunakan teori *framing* yang dipertajam dengan *analisis framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki sebagai landasan dasar *analisis* dalam penelitian ini. Penulis berpendapat bahwa Metro TV menunjukkan dengan jelas keberpihakannya dengan cara mengbingkai atau *framing* setiap berita yang akan disiarkan. Dengan demikian dapat menimbulkan pencitraan politik yang sempurna dan sesuai yang diinginkan oleh pihak pasangan calon Jokowi-Ma'ruf Amin. Kesimpulan ini berdasarkan temuan-temuan sebagai berikut :

1. Penyiaran/penayangan berita Metro TV selalu mengedepankan capaian-capaian dan visi, misi pasangan Jokowi-Ma'ruf sebagai koalisi petahanan. Hal itu disebabkan adanya unsur *framing* disetiap pemberitaan Metro TV yang selalu berusaha untuk menunjukkan sisi positif dari pasangan Jokowi-Ma'ruf. Dengan *frame* seperti ini membuktikan Metro TV benar-benar ingin menciptakan pencitraan politik yang mampu untuk menggiring opini dan

membangun persepsi yang baik bagi pasangan Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019.

2. Pemilik Metro TV (Surya Paloh) dan pasangan calon Jokowi-Ma'ruf memiliki *afiliasi*/hubungan sebagai koalisi petahanan. Hal ini menunjukkan hubungan yang erat antara keduanya dikarenakan Surya Paloh adalah ketua umum partai NasDem yang pada saat itu menjadi salah satu partai pengusung pasangan calon Jokowi-Ma'ruf pada pemilihan umum 2019.

.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pencitraan politik melalui Metro TV sebagai media kemenangan pasangan Jokowi-Ma'ruf, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk Metro TV

Sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berita ke seluruh penjuru negeri seharusnya Metro TV harus bisa menunjukkan independensinya sebagai media yang tidak boleh memihak kepada pihak manapun karena terlihat jelas pada pemilu 2019 ini keberpihakannya terhadap pasangan calon Jokowi-Ma'ruf.

2. Untuk kontestan politik

Sebagai orang yang akan menjadi pemimpin seharusnya dapat menunjukkan sikap yang kesatria dan sportif dalam berkompetisi. Supaya masyarakatpun bisa melihat dan memilih sesuai hati nurani mereka tidak dijadikan bahan target pencitraan belaka melalui media. Karena pada dasarnya rakyat ingin

hidup mereka sejahtera bukan sebagai korban iming-iming belaka yang disiarkan di TV.

3. Untuk masyarakat

Jadilah masyarakat yang cerdas dan cermat dalam memilih pemimpin. Karena dari situlah nasib kita lima tahun kedepan ditentukan dengan kebijakan-kebijakan yang nantinya dikeluarkan olehnya. Oleh sebab itu usahakan tidak melihat berita itu dari satu sisi saja tetapi dari berbagai sisi. Jangan sampai sebagai masyarakat dikonstruksi pikiran kita oleh pencitraan-pencitraan yang dilakukan oleh media.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Azas Azhar, Anang. (2017). *Pencitraan Politik Elektoral Kajian Politik Segitiga PAN Dalam Merebut Simpati Masyarakat*, Yogyakarta : Atap Buku Yogyakarta.
- Arifin, Anwar. (2014). *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
-, (2006). *Pencitraan Dalam Politik*, Jakarta : Pustaka Indonesia
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta.
- Eriyanto. (2018). *Media Dan Opini Publik*, Jakarta : Rajawali Pers.
-, (2002). *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi Dan Politik Media*, Yogyakarta.
- Fahmi Punto, Ali. (2019), *Kisah Perjuangan Dan Inspirasi Jokowi*, Yogyakarta : Checklist
- Goffman, Erving. (1974). *Frame Analysis An Essay On The Organization Of Experience*, New York : Haper Dan Row, Originally Published.
- Hidayat, Imam. (2009). *Teori-Teori Politik*, Malang : SETARA Pers.
- Lim, Merlyna. (2011), *@Crossroads : Democratization & Corporatization Of Media In Indonesia*, Participatory Media Lab University Of Arizona & Ford Foundation, h. 10-11
- Siyoto, Sandu., & Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

Skripsi

- Aprianti, Reza, (2007). *Sentimen Keagamaan Dalam Perspektif Komunikasi (Analisa Framing Pernyataan Paus Benedictus XVI Pada Harian KOMPAS Dan REPUBLIKA*, Skripsi, Bengkulu : Universitas Bengkulu.
- Isnaien, Agus. (2011). *Analisis Program Acara Kick Andy Di Metro TV*, Skripsi Komunikasi Penyiaran Islam, Jakarta : Institutional Respository UIN Syarif Hidayatullah

Winahyu Ridho, Abdi. (2012). *Politik Pencitraan Partai Gerindra Terhadap Prabowo Subianto Pada Pilres 2009*, Skripsi Ilmu Politik, Jakarta : Institutional Respository UIN Syarif Hidayatullah.

Wildan. (2012). *Strategi Pencitraan Diri Presiden Amerika Serikat Studi Kasus : Barack Hussein Obama Pada Pemilihan Presiden 2008*, Skripsi Perbandingan Politik, Depok.

Desertasi

Steriah Monica Simooya. (2011). *The Role Of The Zambian Media In Public Environmental Awareness And Education*, A Dissertation, Lusaka : The University Of Zambia.

Jurnal

Belekubun, Susilawati, (2015). Opini Tokoh Partai Politik Terhadap Keberpihakan TV One Dan Metro TV Dalam PILPRES 2014 Di Sulawesi Selatan, Volume 4, Nomor 2, h. 9

Fellicia, (2012). Ideologi Dalam Konteks Komunikasi Politik (Kajian Semiotik Terhadap Iklan Nasional Demokrat Versi Himne), *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*, Volume III, Nomor 2, h. 44

Hendrastomo, Grendi, (2009). Demokrasi Dan Politik Pencitraan Perang Iklan Politik Menuju Demokratisasi Di Indonesia, *Jurnal Dimensia*, Volume 3, Nomor 2, h. 4

Haryati, (2012). Pecitraan Tokoh Politik Menjelang Pemilu 2014, *Jurnal Observasi*, Volume 11, Nomor 2, h. 176

Indrayani, Inri Inggrit, (2009). Media Danpolitik Citra Dalam Politik Indonesia Kontemporer, *Jurnal Ilmiah Scriptura*, Volume 3, Nomor 2, h. 132

Hemay, Idris & Munandar, Aris, (2016). Politik Identitas Dan Pencitraan Kandidat Gubernur Terhadap Perilaku Pemilih, *Jurnal Kajian Politik Dan Masalah Pembangunan*, Volume 12, Nomor 01, h. 1737-1748

Kahar, Suyatno, (2014). Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi, *Jurnal Humanity*, Volume 9, Nomor 2, h. 72-84

Pratama, M. Anggi, (2017). Efektifitas Media Videotron Dalam Menyampaikan Informasi Kepada Para Pengguna Jalan Raya Simpang Surabaya Kota

- Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, Volume 1, Nomor 1, hlm. 8
- Pradita, Elfira, (2018) Kepemilikan Media Televisi Sebagai Alat Komunikasi Politik Dalam PEMILU, Volume 4, Nomor 3, h. 1162
- Rustandi, Dudi, (2013). Pencitraan Politik Daring : Strategi Memenangkan Massa Digital Menjelang Pemilu 2014. *Jurnal Observasi*, Volume 11, Nomor 2, h. 97
- Rusmulyadi & Hafiar, Hanny, (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi Dalam Media Sosial, *Jurnal Profesi Humas*, Volume 3, Nomor 1, h. 120-140
- Sari, Intan Permata, (2018). Keberpihakan Media Dalam Pemilihan Presiden 2014, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Volume 21, Nomor. 1, h. 79
- Suryadi, Karim, (2007). Media Massa Dan Political Literacy : Pemanfaatan Berita Politik Dikalangan Remaja Kota Bandung, *Jurnal Mediator*, Volume. 8, Nomor. 1, h. 78
- Setyowati, Retno Manuhoro, (2011). Wikileaks Dan Agenda Setting Media”, *The Messenger*, Volume II, Nomor 2.
- Supriyatno, Yanto, (2011). Peran Komunikasi Politik Pemerintah Dalam Mencegah Disintegrasi Bangsa, *Jurnal Kybernan*, Volume 2, Nomor 2, h. 5
- Trijayanto, Danang, (2015). Relasi Antara Opini Publik Dan Media Massa (Pembentukan Opini Publik Melalui Iklan Politik Di MNC Dan Metro TV). *Jurnal Promedia*, Volume 1, Nomor 2, h. 30
- Tahir, Muh Zulkifli. (2013). Penggunaan Media Komunikasi Untuk Politik Pencitraan Kandidat Bupati Dan Wakil Bupati Dalam Pemilukada Takalar 2012, *Jurnal Komunikasi Kareba*, Volume 2, Nomor 2, h. 166
- Wanodya Ayusta, Gilang, (2018). Penyebaran Opini Publik Di Media Massa : Telaah Konspirasi Atas Pelemahan Islam. *Fikrah : Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan*, Volume 6, Nomor 1, h. 117-140

Internet

<http://repository.wima.ac.id/12993/2/BAb1.pdf>, Diakses Tanggal 2 September 2019

<http://metrotvnews.com>, Diakses Tanggal 2 September 2019

https://www.academia.edu/9576254/BAB_3_Slogan_Metro_TV_Knowledge_to_Elevate Di Akses Tanggal 18 September 2019 Pukul : 01:30 WIB

<https://www.partainasdem.id/> Diakses Pada Tanggal 18 September 2019 Pukul : 01:45 WIB.

<https://www.partainasdem.id/> Diakses Pada Tanggal 19 September 2019 Pukul : 09:30 WIB

<https://www.biografiku.com/biografi-kh-maruf-amin-profil-dan-biodata-lengkap-ulama-indonesia/> Di Akses Pada Tanggal 7 Oktober 2019 Pukul : 01:09 WIB

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK (FISIP)

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN FATAH PALEMBANG

NOMOR : B.1266 /Un.09/VIII/PP.01/09/2019

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN FATAH PALEMBANG

- MENIMBANG :**
1. Bahwa untuk dapat menyusun skripsi yang baik, mahasiswa perlu dibimbing oleh tenaga ahli sebagai dosen pembimbing pertama dan pembimbing kedua yang bertanggung jawab untuk membimbing mahasiswa dalam rangka penyelesaian penyusunan Skripsi.
 2. Bahwa untuk kelancaran tugas-tugas pokok tersebut perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan.
 3. Lembar persetujuan judul dan penunjukan Pembimbing Skripsi oleh Ketua Prodi Ilmu Politik **a.n: Munser ZL, Tanggal 11 September 2019**

- MENGINGAT :**
1. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 53 tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
 2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor : 407 tahun 2000;
 3. Instruksi Direktur Bimbaga Islam Departemen RI Nomor KEP/E/PP.00.9/147/1985 tanggal 5 Juni 1985 tentang pelaksanaan SKS dan Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
 4. Instruksi Menteri Agama RI No.B/152/1994 tentang Pelaksanaan SKS Program S1 Universitas Islam Negeri Raden Fatah;
 5. Pedoman Akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah No. 585 tahun 2016;
 6. Kep.Menag RI No. 62 tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN:

Pertama

: Menunjuk Saudara:

N A M A	NIP/NIDN	Sebagai
Reza Aprianti, MA	1985022320112004	Pembimbing I
Hatta azzuhri, M.Si	2016028804	Pembimbing II

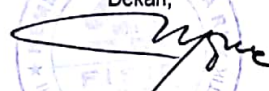
Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing pertama dan Pembimbing kedua Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik saudara :

N a m a : Munser ZL
N I M : 1657020082
Prodi : Ilmu Politik
Judul Skripsi : Politik Pencitraan melalui Metro TV sebagai media pemenangan paslon Jokowi-Ma'ruf

- Kedua** : Masa bimbingan : Satu Tahun TMT. 13 September 2019 s/d 13 September 2020
: Kepada pembimbing pertama dan pembimbing kedua tersebut diberi hak sepenuhnya untuk merevisi Judul/kerangka Skripsi tersebut tanpa mengubah substansi penelitian.
- Ketiga** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah/dibetulkan sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapannya.

Tembusan:

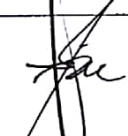
1. Rektor ;
2. Dosen Penasehat Akademik yang bersangkutan
3. Pembimbing Skripsi (1 dan 2)
4. Ketua Prodi Ilmu Politik
5. Mahasiswa yang bersangkutan
6. Arsip

13 september 2019
Dekan,

Prof. Dr. Izomiddin, MA
NIP. 196206201988031001

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN
SKRIPSI**

Nama : RAUNGER W.
 NIM : 1657020002.
 Program Studi : Ilmu Politik.
 Tanggal Ujian Munaqasah : 16 Januari 2020
 Judul Skripsi : Politik penerangan melalui media TV sebagai media penerangan poster gerakan - ma'arif.

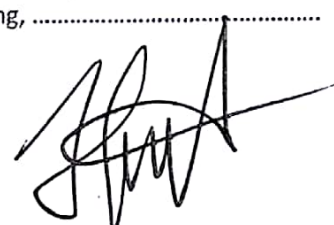
TELAH DI REVISI SESUAI MASUKAN DAN SARAN PADA SAAT UJIAN MUNAQASAH DAN TELAH
 DISETUJUI OLEH DOSEN PENGUJI I DAN DOSEN PENGUJI II.

NO.	NAMA DOSEN PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. YENKITA, M.Si.	Penguji I 24-1-2020	
2	Taufik Ahlye	Penguji II 22-1-2020	

Palembang,

Menyetujui,


 Rista Aprianti, Mx
 Dosen Pembimbing I


 Hatta Azzuhri, S.P, M.Si
 Dosen Pembimbing II

Kepada Yth.
Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UIN Raden Fatah Palembang

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama/NIM

Tempat & Tanggal Lahir

Fakultas/Jurusan

Alamat

No. Telp./HP

MUNSER.U / 1657020082.

Gunung Tiga, 18 September 1998.

FISIP / Ilmu Politik.

0852-7906-0378.

Mengajukan permohonan berikut ini * :

- ☐ Surat Keterangan Aktif Kuliah
- ☐ Surat Keterangan Aktif Kuliah untuk anak PNS
- ☐ Pengajuan Judul Skripsi
- ☐ Surat Pengantar PPL
- ☐ Surat Tugas PPL
- ☐ Penerbitan SK Pembimbing
- ☐ Perubahan Judul Skripsi
- ☐ Pendaftaran Ujian Komprehensif
- ☐ Pendaftaran Ujian Munaqosah
- ☐ Pendaftaran Seminar Proposal
- ☐ Pendaftaran Keanggotaan Perpustakaan
- ☐ Pembuatan Transkrip Nilai
- ☐ Surat Tugas Praktik Profesi
- ☐ Lain-lain :

- ☐ Keterangan Bebas Pustaka Fakultas
- ☐ Pengantar bebas pustaka Universitas
- ☐ Pendaftaran Beasiswa
- ☐ Pengantar Permohonan Izin Penelitian
- ☐ Pengantar Permohonan Izin Observasi
- ☐ Pengantar Praktik Profesi
- ☐ Pengantar Kerjasama
- ☐ Rekomendasi Penjilitan dan Skripsi
- ☐ Pembuatan Ijazah
- ☐ Legalisir Ijazah/Transkrip Nilai
- ☐ Pendaftaran Yudisium/Wijaya
- ☐ Verifikasi Skripsi
- ☐ Surat Keterangan Lulus

Bersama ini dilampirkan kelengkapan sebagai berikut :

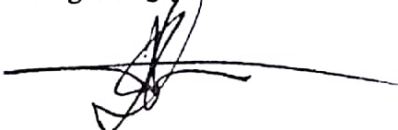
1. 6.
2. 7.
3. 8.
4. 9.
5. 10.

Demikianlah, atas perkenan bapak diucapkan terimakasih.

Mengetahui,
Dosen Penasehat Akademik ***


Dr. Ahmad Syukur, S.Pd, M.Pd
NIP. 1970525 200504 1 014

Palembang, 20
Yang Mengajukan


MUNSER.U.
1657020082

Catatan :

- Pilihan layanan yang dibutuhkan dengan memberi tanda centang (✓) dalam kolom pilihan
- Lampiran berkas sesuai syarat-syarat yang dibutuhkan
- Coret yang tidak perlu

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

BERITA ACARA

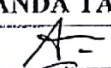
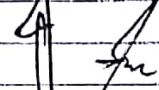
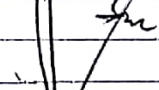
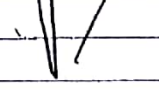
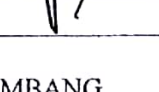
Pada hari KAMIS tanggal 16 bulan 01 tahun 2020 Skripsi Mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD ZUL
Nomor Induk Mahasiswa : 1657020082
Jurusan/Program Studi : ILMU POLITIK
Judul Skripsi : POLITIK PENYERAHAN MELALUI METRO TV SEBAGAI MEDIA PEMERIKSAAN PASLOW JOKOWI - MA'RUF

MEMUTUSKAN

1. Setelah mengumpulkan Nilai Teori dan hasil Munaqasyah pada hari ini..... maka saudara dinyatakan : **LULUS/ ~~PHAK LULUS~~**,
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.72..., oleh karena itu saudara berhak memakai gelar Sarjana Strata Satu (SI) *Sarjana Sosial (S.Sos)*.
2. Perbaikan dengan Team Penguji selambat-lambatnya 2 (dua) Minggu/ sebelum penutupan pendaftaran Wisuda terhitung sejak ditetapkan.
3. Apabila melanggar point 2 diatas, maka dinyatakan belum bisa diikutsertakan mengikuti Wisuda yang diselenggarakan pada periode berjalan.
4. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan sebagaimana mestinya.

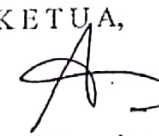
Team Penguji :

NO.	TEAM PENGUJI	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Dr. AHMAD SYUKRI, M.Si	Ketua Penguji	
2	AFIF MUSTHOFA KAWWAMI, M.Sos	Sekretaris Penguji	
3	Dr. YEMRIZAL, M.Si	Penguji Utama	
4	TAUFIK ARIYAR, M.Si	Penguji Kedua	
5	REZA APRIANTI, M.A	Pembimbing I	
6	HATTA AZZUHRI, M.Si	Pembimbing II	

DITETAPKAN DI : PALEMBANG

PADA TANGGAL : _____

KETUA,


Dr. AHMAD SYUKRI, M.Si
NIP. 19770528 200801014

SEKRETARIS,


AFIF MUSTHOFA KAWWAMI, M.SOS
NIP. _____

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, kami Ketua Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang dengan ini menerangkan :

N a m a : MUNZER ZL

N I M : 1657020082

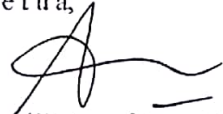
Jurusan : ILMU POLITIK

Judul Skripsi : POLITIK PENCIPTAAN MELALUI METROTV SEBAGAI MEDIA PEMEMANGAN
PASCA JERONY- MARUF

Telah dimunaqasahkan pada hari Kamis tanggal 16 bulan 01 tahun 2020
dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** Dengan Nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) :

Palembang,

K e t u a,


Dr. AHMAD SYUKRI, M.Si
NIP. 197701200501 1014

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Yang bersangkutan
3. A r s i p.

FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
PEMBIMBING I

Nama Mahasiswa : MUMSER. ZL.
 NIM : 1657020082
 Program Studi : Ilmu Politik
 Fakultas : IPSIP
 Judul Skripsi : Politik Partisipasi melalui media TV sebagai
media pemantauan posisi Jokowi - Ma'ruf
 Pembimbing I : Reza Aprianti, MA.
 Pembimbing II : Hatta Bazzuhri, M.Si

No.	Hari / Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
1.	15/9/2019	Memperjelas data dari Metro TV sesuai dgn kases partisipasi.	
2.	17/9/2019	Penambahan data terkait Metro TV agar lebih terlihat objektif	
3.	18/9/2019	Revisi BAB II	
4.	20/9/2019	- Analisis BAB III, disesuaikan dgn konsep teori Francis 7E telah dib.ks di BAB I	
5.	22/9/2019	- lebih jls dan membuat paragraf tsb tsb dan lrtan.	



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

No.	Hari / Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
6	40/ mhs 11	- Usulkan lebih banyak pda penerapan teor yg di fahami dan analisis yg di faham lebih dalam	
7	6/11 mhs	Mencari cara belajar yg di faham dan oleh mhs yg. bingung dan pihak jakarta	
8	15/11 mhs	AE BAB II Menganalisis media yg komparatif	
9	2/12/2020 1	AE BAB II Menganalisis media yg komparatif	



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
PEMBIMBING II**

Nama Mahasiswa : MUNIR. U.
 NIM : 1659020082
 Program Studi : ILMU POLITIK
 Fakultas : IPSIP
 Judul Skripsi : POLITIK PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI MEDIA MASSA SEBAGAI MEDIA PEMERIKSAAN PALLON JUKAWI - MARIUP.
 Pembimbing I : Rera Aprianti, MA
 Pembimbing II : Hatta Azzuha, S.P., M.Si

No.	Hari / Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
1	16/9/2019	mam bora ke toker.	
2	17/9/2019	penyusunan karata yang rapi.	
3	21/9/2019	koreksi footnote yang salah.	
4	28/9/2019	pengantar BAB II	
5	29/9/2019	Analisis yang benar dan benar.	
6	4/10/2019	Pengantar BAB III	



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No.1 Km.3.5 Palembang 30126 Telp: (0711)354668 Website : www.radenfatah.ac.id

No.	Hari / Tanggal	Uraian Materi yang Dikonsultasikan	Tandatangan Pembimbing
7.	9/10 2019	pengantar bel yang logis dikawatir oleh III	
8.	14/10 2019	menganalisis elemen-elemen yang terdapat pada berita.	
9.	18/10 2019	Konsultasi ke III	
10.	24/10 2019		
11.	27/10 2019	pengantar pembekalan materi perantara.	
		pengantar perantara materi di dalam perantara	
12.	7/11 2019	menganalisis berita yang logis dengan perantara	
13.	10/11 2019	menganalisis materi agenda sartory dan prasyarat.	
	13/12/2019	Konsultasi Bab IV	