

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Media online merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online disebut juga media daring, media digital, media internet dan media siber (*cyber media*). semua jenis kanal (*chanel*) komunikasi yang ada di internet atau hanya bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online. Istilah media online (*online media*) menggabungkan dua kata : media dan online. Secara bahasa KBBI, media adalah alat atau sarana komunikasi seperti Koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media juga berarti perantara atau penghubung.

Online dalam bahasa Indonesia disebut daring karenanya media online disebut juga media daring. Daring artinya dalam jaringan yakni terhubung melalui jaringan computer dan internet. Pengertian media online secara umum meliputi semua jenis situs web (*website*) dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, web lembaga/institusi, situs jualan (*e-commerce/online store*) media social, blog, email, forum, whatsApp, line dan instagram. Media online merupakan media digital yang mencakup foto, video dan musik yang didistribusikan melalui internet.

Dalam konteks komunikasi massa, media online adalah media massa (*mass media*) atau media jurnalistik/media pers yang tersaji di internet secara online,

khususnya situs berita (*news site*) atau portal berita (*news portal*). media online dalam konteks komunikasi massa disebut juga media siber. Dalam pedoman pemberitaan media siber disebutkan, media siber merupakan segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan pers.

Media online atau media siber merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*) Koran, tabloid, majalah dan buku begitu juga media elektronik seperti radio, televisi dan film/video. Media online merupakan produk jurnalistik online disebut juga *digital journalism* didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Secara teknis media online yang disebut juga digital media merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Sebutan lain media online adalah penerbitan elektronik (*electronic publishing*) untuk membedakannya dengan media elektronik yang terlanjur merujuk pada media penyiaran radio dan televisi.

Menunjuk salah satu ciri demokratis dan tidaknya sebuah pemerintahan, kehidupan media sering kali dijadikan parameter. Demokrasi mengandaikan kebebasan warga untuk berkumpul, berpendapat, dan mengemukakan kritik. Sebaliknya, pemerintahan yang anti demokratis akan selalu mengawasi orang berkumpul, menekan pendapat, dan memberangus kritik. Cara yang paling mudah sekaligus tradisional untuk hal ini adalah mengawasi distribusi informasi: mengatur dan mengarahkan pemberitaanya, menempatkan orang-orang yang propemerintah dalam jajaran redaksi

dan kepemimpinan organisasi pers, dan bahkan “merekayasa berita bohong” (*hoax*) di bawah pemerintahan yang otoriter, pers adalah makhluk yang paling tersiksa. Ia korban, sekaligus dengan terpaksa harus menjadi pelakunya sendiri. Demikian nasib pers dibawah pemerintahan otoriter, tak terkecuali pers di bawah Orde Baru. Lantas bagaimana kabar media setelah tumbanganya Orde Baru ? tentu, seperti institusi-institusi lainnya, ia terbebas dari kekangan, ia tak lagi tersiksa, ia merayakan kemerdekaan. Berita-beritanya kini tak lagi seragam, bahasa-bahasanya tidak lagi malu-malu dan eufemistik, dan informasi-informasinya terbuka dan berani, demikian situasinya kita saksikan pada pasca reformasi ini.

Akan tetapi, apakah yang berlangsung kini merupakan sesuatu yang ideal dan mesti diterima? Jawabannya adalah “tidak” mengapa tidak? Pers, memang telah lepas dari rezim otoriter Orde Baru. Namun, hal itu sama sekali tak praktis menjadikannya bebas dan otonom. Dengan berbagai alasan, ia tetap entitas yang berkepentingan, sadar atau tidak sadar, terorganisasikan atau pun tidak terorganisasikan. Dan karenanya ia tetap harus diwaspadai. Berbagai kepentingan dibalik pers bias ditunjuk sebagai faktor tidak bebas dan otonomnya pers: modal, ideologi, kultur, hingga soal-soal yang bersifat tekni, seperti soal keterbatasan kemampuan dan akses (Pengantar Redaksi, dalam Sudiby, 2001 : 27).

Lebih jauh lagi pengantar redaksi itu menyebutkan karena soal-soal ini kita bisa saksikan dalam suatu perkara pers tetap menjadi corong pemerintah, dalam perkara yang lain ia menjadi agen penyebar prasangka di masyarakat dan menjadi provokator konflik, dan dalam masalah yang lain lagi ia hadir sebagai “penghukum” berikutnya

terhadap seorang korban, dan sebagainya. Kita juga bias cermati bagaimana dan mengapa petani hilang dari pers kita dan tiba-tiba kita temukan mereka muncul sebagai “penjarah” bagaimana pers dijadikan “mesin politik,” bagaimana seorang tokoh politik mengalami delegitimasi, dan seterusnya. Dengan menunjuk berbagai kasus setelah reformasi membuat kita untuk tetap curiga dan waspada terhadap pers. Kajian kasus-kasus bias menjadi acuan praktis untuk mewaspadaai pemberitaan pers.

Gerakan reformasi nasional yang ditandai dengan semangat demokratisasi, keterbukaan, dan partisipasi telah menimbulkan berbagai dampak perubahan bidang sosial, politik, ekonomi hingga pertahanan dan keamanan. Perubahan ini menuntut berbagai pihak, terutama lembaga-lembaga pemerintah, untuk melakukan retrospeksi dan reorientasi tentang posisi dan perannya di masyarakat. Sesuai dengan karakteristik reformasi di atas, berbagai lembaga pemerintah tersebut dituntut untuk bersikap terbuka, akomodatif dan demokratis terhadap tuntutan masyarakat (Winangsih Syam-2002:53).

Dugaan yang berkembang kuat selama ini adalah reformasi telah mengubah performa dan sikap pers secara umum. Tidak seperti pers Orde Baru yang terkekang dalam keseragaman isi dan kemasan, media pada era reformasi ini data bebas mengembangkan model pemberitaan sesuai dengan keinginannya. Akan tetapi, kata bebas ini pada perkembangannya bisa bermakna lain. Sebab bagaimana pun, sulit untuk mempercayai bahwa media adalah entitas yang benar-benar otonom dan mandiri. Meski pun rezim sudah berganti dan iklim politik telah sedemikian terbuka, tetap diperlukan kecurigaan terhadap faktor-faktor eksternal yang berpotensi untuk

mempengaruhi perilaku media dalam mengkonstruksi dan memaknai realitas (Sudibyo.2006: 1)

Kontestasi pemilihan presiden kali ini terbagi menjadi dua kubu yaitu kubu petahana ialah Jokowi dan Ma'aruf Amin dengan kubu oposisi yaitu Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahudin Uno yang telah maju di pemilihan presiden 2019. Pasangan calon no urut 01 ini di usung oleh koalisi partai PDIP, PKB, PPP, Nasdem, Golkar dan Perindo dan partai pendukung PSI dan PBB. Kemudian pasangan calon no urut 02 di usung oleh koalisi partai PKS, Gerindra dan PAN dan partai pendukung Berkarya.

Joko Widodo atau akrab dipanggil Jokowi lahir di Surakarta, Jawa Tengah, 21 juni 1961 terpilih sebagai presiden ke-7 Republik Indonesia pada 20 Oktober 2014. Ia terpilih bersama Wakil Presiden Muhammad Jusuf Kalla dalam pemilu Presiden 2014, Jokowi pernah menjabat Gubernur DKI Jakarta sejak 15 Oktober 2012 sampai dengan 16 Oktober 2014 didampingi Ahok sebagai wakil gubernur. Sebelumnya, ia adalah wali kota Surakarta (Solo), sejak 28 juli 2005 sampai dengan 1 oktober 2012 didampingi F.X. Hadi Rudyatmo sebagai wakil walikota.

Sejak lahir pada 21 Juni 1961 di Rumah Sakit Brayat Minulyo, Jokowi tinggal bersama keluarganya di sebuah rumah kontrakan yang berlokasi di bantaran sebuah sungai di Solo. Hidup mereka sangat sederhana. Ayah Jokowi yang sehari-hari menghidupi keluarga dengan berjualan kayu terpaksa membawa istri dan anak-anaknya hidup berpindah dari satu rumah sewa menuju rumah sewa lainnya.

Bahkan dengan kondisi tersebut, keluarga Jokowi harus rela digusur Pemerintah Kota Solo dari tempat tinggalnya di bantaran Kali Pepe dan tinggal menumpang di kediaman seorang kerabat di daerah Gondang. Namun, pengalaman masa kecil tersebut tidak dirasakan Jokowi sebagai sebuah penderitaan. Jokowi yang sewaktu kecil dipanggil Mulyono berkata bahwa waktu-waktu sulit tersebut merupakan cara Tuhan yang sangat tepat untuk membangun karakter dirinya di masa depan.

Selepas berkuliah di Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Jokowi muda sempat mencicipi pengalaman kerja pada sebuah perusahaan BUMN di Aceh. Lokasinya yang berada di tengah hutan, kondisi kerja yang keras, dan rencana untuk mempunyai buah hati menuntun Jokowi dan istri untuk kembali ke Kota Solo pada 1988.

Ia kemudian bekerja sementara waktu pada pabrik milik pamannya, hingga akhirnya memutuskan untuk berhenti dan Jokowi memulai usaha mebelnya sendiri. Usaha yang mulanya berjalan dengan kondisi sederhana lambat laun berkembang. Dari ruang lingkup regional, usaha bapak 3 anak Gibran Rakabuming Raka, Kahiyang Ayu, dan Kaesang Pangarep ini tumbuh melingkupi pasar nasional, hingga kemudian merambah pasar mancanegara.

Dua tahun menjalani periode keduanya sebagai wali kota Solo, Jokowi ditunjuk oleh partainya, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), untuk bertarung dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta berpasangan dengan Ahok. Semenjak terpilih sebagai gubernur, popularitasnya terus melambung dan menjadi sorotan media. Akibatnya, muncul wacana untuk menjadikannya calon presiden untuk pemilihan umum predisen

2014. Pada tanggal 14 maret 2014, Jokowi menerima mandat dari Megawati untuk maju sebagai calon presiden, tiga minggu sebelum pemilihan umum Legislatif dan dua hari sebelum kampanye.

Ma'aruf Amin lahir di Tangerang, Banten, 11 Maret 1943 merupakan ulama yang kini menjabat sebagai Rais Aam Nahdatul Ulama (NU) dan Ketua Majelis Ulama Indonesia. Pada Kamis, 9 Agustus 2018 ia mendeklarasikan Jokowi sebagai calon wakil presiden yang akan mendampingi pada Pemilihan Presiden 2019. Pada Juli 2018, Maruf mengatakan dirinya siap jika memang dipilih Jokowi untuk maju dalam pesta demokrasi Pilpres 2019, ditegaskan kembali apakah dirinya siap maju bersama Jokowi dalam Pilpres 2019, Ma'ruf menyatakan merasa cukup dengan posisinya sekarang memimpin MUI.

H. Prabowo Subianto Djojohadikusumo adalah seorang pengusaha, politisi, dan mantan perwira TNI Angkatan Darat. Ia menempuh pendidikan dan jenjang karier militer selama 28 tahun sebelum berkecimpung dalam bisnis dan politik. Bersama Hatta Rajasa, ia maju sebagai calon Presiden Indonesia ke-7 dalam pemilihan umum presiden Indonesia 2014

Lahir di Jakarta, masa kecil Prabowo sebagai putra Begawan ekonomi Soemitro Djojohadikusumo banyak dilewatkan di luar negeri bersama orangtuanya. Minatnya pada dunia militer dipengaruhi figur paman Soebianto Djojohadikusumo yang gugur dalam pertempuran Lengkong 1946. Masuk Akademi Militer Magelang pada tahun 1970 dan lulus pada tahun 1974 sebagai Letnan dua, Prabowo mencatatkan diri sebagai komandan termuda saat mengikuti operasi Tim Nanggala di Timor Timur. Kariernya

melejit setelah menjabat Wakil Detasemen Penanggulangan Teror Komando Pasukan Khusus (Kopassus) pada 1983. Merengkuh jabatan Komandan Kopassus pada 1995, selang setahun ia dipromosikan sebagai Komandan Jenderal Kopasus, memimpin operasi pembebasan sandera Mapenduma. Terakhir, ia bertugas sebagai Panglima Kostrad dua bulan sampai kejatuhan Presiden Soeharto pada Mei 1998.

Setelah tidak aktif dalam dinas militer, Prabowo menghabiskan waktu di Yordania dan beberapa Negara Eropa. Ia menekuni dunia bisnis, mengikuti adiknya Hashim Djojohadikusumo yang pengusaha minyak. Bisnis Prabowo meliputi sedikitnya 27 Perusahaan yang bergerak di sector berbeda. Kembali ke Tanah Air, ia berkecimpung dalam politik. Pada 2008, ia bersama rekannya mengukuhkan pembentukan Partai Gerakan Indonesia Raya. Lewat jalur perhimpunan, Prabowo merangkul petani, pedagang pasar tradisional, dan kegiatan pencak silat Indonesia. Selama dua periode, ia memimpin Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI) sejak 2004

Prabowo adalah putra dari pasangan Soemitro Djojohadikusumo yang merupakan Begawan ekonomi Indonesia dan Dora Marie Sigar atau lebih dikenal dengan nama Dora Soemitro. Ia juga merupakan cucu dari Raden Mas Margono Djojohadikusumo anggota BPUPKI pendiri Bank Negara Indonesia dan Ketua DPA pertama. Prabiwo Subianto dinamai menurut Soebianto Djojohadikusuo, pamanya yang gugur dalam pertempuran Lengkong. Ia memiliki dua kakak perempuan, Biantingsih Miderawati dan Maryani Ekowati, dan satu orang adik, Hashim Djojohadikusumo.

Masa kecilnya banyak dihabiskan di luar negeri, ia menyelesaikan pendidikan dasar dalam waktu 3 tahun di Victoria Institution, Kuala Lumpur, Sekolah menengah di Zurich International School, Zurich pada tahun 1963-1964, SMA di American School, London pada kurun waktu 1964-1967. Pada tahun 1970 barulah ia masuk ke Akademi Militer Nasional, Magelang. Prabowo adalah keturunan Panglima Laskar Dipenogoro untuk wilayah Gowong (kedu) yang bernama Raden Tumenggung Kertanegara III. Prabowo juga terhitung sebagai salah seorang keturunan dari Adipati Mrapat, Bupati Kadipaten Banyumas pertama.

Selain itu, garis keturunannya dapat ditilik kembali ke sultan-sultan Mataram. Prabowo menikah dengan Siti Hediati Hariyadi alias Titiek Soeharti pada bulan Mei 1983 dan berpisah pada tahun 1998, tidak lama setelah Soeharto mundur dari jabatan Presiden Republik Indonesia. Dari pernikahan ini, Prabowo dikaruniai seorang anak, Ragowo "Didiet" Hediprasetyo. Didiet tumbuh besar di Boston, AS dan sekarang tinggal di Paris, Perancis sebagai seorang desainer.

Pemilu 2004 Prabowo memulai kembali karier politiknya dengan mencalonkan diri sebagai calon presiden dari Partai Golkar pada Konvensi Capres Golkar 2004. Meski lolos sampai putaran akhir, akhirnya Prabowo kandas di tengah jalan. Ia kalah suara oleh Wiranto. Pendirian Partai Gerindra Prabowo, bersama adiknya Hashim Djojohadikusumo, mantan aktivis mahasiswa Fadli Zon, dan mantan Deputi V Badan Intelijen Negara Bidang Penggalangan Muchdi Purwoprandjono serta sederetan nama lainnya mendirikan Partai Gerakan Indonesia Raya atau Partai Gerindra pada tanggal 6 Februari 2008. Ia menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Dewan Pimpinan Pusat

(DPP). Partai tersebut meraih 4.646.406 suara (4,46 %) dan menempatkan 26 orang wakilnya di DPR RI pada Pemilu legislatif Indonesia tahun 2009.

Pemilu 2009 Pada 9 Mei 2008, Partai Gerindra menyatakan keinginannya untuk mencalonkan Prabowo menjadi calon presiden pada Pemilu 2009 saat mereka menyerahkan berkas pendaftaran untuk ikut Pemilu 2009 pada KPU. Namun, setelah proses tawar menawar yang alot, akhirnya Prabowo bersedia menjadi calon wakil presiden Megawati Soekarnoputri. Prabowo dan Megawati menanda tangani Perjanjian BatuTulis. Keduanya mengambil motto 'Mega-Pro'. Keduanya juga telah menyelesaikan persyaratan administratif KPU dan berkas laporan kekayaan ke KPK. Deklarasi Mega-Prabowo dilaksanakan di tempat pembuangan sampah Bantar Gebang, Bekasi, Jawa Barat. Deklarasi ini menghabiskan ongkos Rp 962 juta. Deklarasi ini juga mendapat perlawanan sejumlah organisasi pembela Hak Asasi Manusia yang berencana akan berunjuk rasa di sejumlah tempat.

Hasil hitung cepat beberapa lembaga survei, yakni Lembaga Survei Indonesia, Lingkaran Survei Indonesia, Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Pusat Kajian Kebijakan dan Pembangunan Strategis, CIRUS, Lembaga Riset Informasi, dan Quick Count Metro TV, memprediksi pasangan Megawati-Prabowo kalah telak dari pasangan Susilo Bambang Yudhoyono-Boediono, dan Pemilu Presiden 2009 berakhir dalam satu putaran. Hasil Perhitungan Manual KPU yang diumumkan 25 Juli 2009 tak jauh berbeda dengan hasil hitung cepat.

Megawati dan Prabowo tidak hadir dalam acara penetapan hasil tersebut meski UU No.42 Tahun 2008 Tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden mengamanatkan bagi tiap pasangan calon untuk hadir dalam penetapan hasil Pilpres. Pemilu 2014 Partai Gerakan Indonesia Raya telah menyatakan akan mengusung Prabowo sebagai calon presiden pada pemilihan presiden 2014. Prabowo sendiri sudah menyatakan kesediaannya untuk dicalonkan sebagai presiden, jika mendapat dukungan dari rakyat. Walaupun beberapa lembaga survei mencatat elektabilitas Prabowo tertinggi dibandingkan dengan calon-calon presiden lainnya, tidak sedikit pengamat politik yang meyakini kalau langkah Prabowo akan terganjal elektabilitas Partai Gerakan Indonesia Raya yang sangat rendah.

Pemilihan umum legislatif Indonesia 2014, Gerindra meraih posisi ketiga, hanya sedikit selisih suara dibanding PDIP dan Golkar, yaitu 11,58 persen, sementara PDIP meraih 19,52 persen dan Golkar 15,22 persen berdasarkan perhitungan cepat Kompas hingga 9 April 2014. Prabowo Subianto hadirkan "Enam Program Aksi Transformasi Bangsa" dalam kampanyenya; apabila terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia, ia ingin membangun ekonomi yang kuat, berdaulat, adil dan makmur, melaksanakan ekonomi kerakyatan, membangun kedaulatan pangan dan energi serta pengamatan sumberdaya air, meningkatkan kualitas pembangunan manusia Indonesia melalui program pendidikan, kesehatan, sosial dan budaya, membangun infrastruktur dan menjaga kelestarian alam serta lingkungan hidup, dan membangun pemerintahan yang bebas korupsi, kuat, tegas dan efektif.

Setelah meningkatnya popularitas dan elektabilitas Prabowo di berbagai lembaga survei dalam Pemilihan umum Presiden Indonesia 2014, ia terus diserang kampanye hitam dan opini negatif antara lain beredarnya uang kertas pecahan Rp50.000 yang diberi cap dengan tulisan "Prabowo: Satria Piningit, Heru Cakra Ratu Adil" dan penghambusan kembali isu stigmatisasi atas tuduhan keterlibatan, bahkan nama Prabowo juga disebut-sebut sebagai dalang penculikan aktivis pro demokrasi 1997/1998, penembakan mahasiswa Trisakti, otak penggerak Kerusuhan Mei 1998 dan tuduhan hendak melakukan kudeta Mei 1998. Prabowo juga diduga berjanji akan memberikan satu miliar kepada setiap desa di Indonesia bila ia terpilih sebagai presiden.

Sandiaga Salahuddin Uno, B.B.A., M.B.A. (lahir di Pekanbaru, Riau, 28 Juni 1969 umur 49 tahun) adalah pengusaha dan politikus Indonesia. Ia memenangkan pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta 2017 bersama dengan Anies Baswedan, dan memulai masa jabatannya sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta pada bulan Oktober 2017. Sering hadir di acara seminar-seminar, Sandiaga Uno yang berdarah Gorontalo kerap memberikan pembekalan tentang jiwa kewirausahaan (entrepreneurship), terutama kepada kalangan pemuda.

Sandiaga Uno memulai usahanya setelah sempat menjadi seorang pengangguran ketika perusahaan yang mempekerjakannya bangkrut. Ia banting setir untuk bangkit dari nol, menjalani awal kariernya menjadi seorang pengusaha. Bersama rekannya, ia mendirikan sebuah perusahaan di bidang keuangan, PT Saratoga Advisor. Usaha tersebut terbukti sukses dan telah mengambil alih beberapa perusahaan

lain . Pada tahun 2009, ia tercatat sebagai orang terkaya urutan ke-29 di Indonesia menurut majalah Forbes. Tahun 2011, Forbes kembali merilis daftar orang terkaya di Indonesia. Ia menduduki peringkat ke-37 dengan total kekayaan US\$ 660 juta.

Sandi Uno lulus dari Wichita State University, Amerika Serikat, dengan predikat *summa cum laude*. Ia mengawali karier sebagai karyawan Bank Summa pada 1990. Di Bank Summa, ia bertemu dan berguru dengan konglomerat William Soeryadjaya pemilik Bank Summa. Setahun kemudian ia mendapat beasiswa untuk melanjutkan pendidikan di Universitas George Washington, Amerika Serikat. Ia lulus dengan indeks prestasi kumulatif (IPK) 4,00.

Pada tahun 1997 Sandi Uno mendirikan perusahaan penasihat keuangan, PT Recapital Advisors bersama teman SMA-nya, Rosan Perkasa Roeslani. Salah satu mentor bisnisnya adalah William Soeryadjaya. Setelah berjalan selama satu setengah tahun Sandi kemudian bertemu dengan Edwin Soeryadjaya, putra William Soeryadjaya, pendiri PT Astra Internasional. Waktu itu Edwin juga mengalami kesulitan keuangan dan Sandi ditawarkan untuk membangun usaha berbasis investasi.

Maka, ia dan Edwin Soeryadjaya, putra William, mendirikan perusahaan investasi bernama PT Saratoga Investama Sedaya. Bidang usahanya meliputi pertambangan, telekomunikasi, dan produk kehutanan. Berbekal jejaring (network) yang baik dengan perusahaan serta lembaga keuangan dalam dan luar negeri, Sandi Uno sukses menjalankan bisnis tersebut. Mekanisme kinerja perusahaan tersebut adalah menghimpun modal investor untuk mengakuisisi perusahaan-perusahaan yang

mengalami masalah keuangan. Kinerja perusahaan yang krisis itu kemudian dibenahi dan dikembangkan.

Menurut Sandi Uno, untuk meraih kesuksesan tersebut seseorang harus memiliki kompetensi, kapasitas dan kapabilitas yang memadai. Untuk mendapatkannya seseorang senantiasa harus memiliki karakter dan komitmen yang kuat, integritas yang tinggi, tekun, bekerja keras, dan disiplin. Sandi Uno menegaskan bahwa perlu adanya inovasi tiada henti dengan selalu tanggap terhadap perubahan dan terus menerus berusaha menuju perubahan yang lebih baik lagi. Menurutnya, akan lebih bagus lagi apabila seseorang berusaha untuk bisa menjadi seorang role model yang bisa memberikan contoh yang baik dan inspirasi bagi orang lain di sekitarnya.

Judul artikel “Debat Pertama Pilpres 2019: Debat Jaka Sembung Enggak Nyambung”¹ dan judul berita “Menuju Debat Capres 2019, Fahri Hamzah Minta KPU Perbaiki Kualitas”² merupakan sebuah kritikan terhadap hasil debat pertama kedua pasangan calon pemilihan presiden terkait dengan pembentukan Citra dan Reputasi para kandidat Pilpres. Kritikan ini berasal dari politikus partai PKS (Partai Keadilan Sejahtera) Fahri Hamzah, yang juga wakil ketua DPR-RI periode 2014-2019, yang meminta agar KPU dan Para Kandidat Pilpres agar membuat ajang debat setingkat presiden lebih alami tidak memerlukan contekan dan menjadi ajang penentu kualitas.

¹ (Tirto.id, 18-01-2018)

² (Kumparan, 18-01-2018)

Judul berita "Jelang Debat, TKN Persiapkan Ma'ruf Amin Kuasai "Gimmick Politik"³ dan judul berita "Jelang Debat, Ma'ruf Amin 'Dibekali' Marketing dan Political Gimmick"⁴ merupakan sebuah strategi terhadap persona Ma'ruf Amin, yang terkait dengan pembentukan Citra dan Reputasi Ma'ruf sebagai Calon Wakil Presiden. Yang berlatar belakang sebagai Ulama yang tidak terbiasa berdebat, Jokowi sudah biasa dengan penampilan political gimmick, tapi Ma'ruf harus lebih dibiasakan lagi, kata Romy yang juga ketua umum PPP.

Judul berita "Menjelang Debat Pilpres 2019, Prabowo-Sandi Datangi SBY"⁵ dan judul berita "Demokrat : SBY Jadi Faktor Penting Bagi Prabowo di Debat Capres"⁶ merupakan sebuah strategi Badan Pemenangan Nasional (BPN) jelang debat perdana capres terkait dengan persiapan pra debat. "Tadi itu Pak SBY dan Pak Prabowo sepakat untuk terus bertemu teratur menuju 17 Januari karena memang keduanya bersahabat sebagai kandidat dan kebetulan satu koalisi jadi beliau akan terus memberi masukan," ucap Direktur Materi Debat dan Kampanye Badan Pemenangan Nasional Prabowo - Sandi, Sudirman Said.

Citra dan reputasi para kandidat pemilihan presiden diketahui rakyat melalui berbagai pemberitaan di media online (Tirto.id dan Kumparan.com). citra dan reputasi para kandidat pemilihan presiden ini akan lebih gambling (terbuka) oleh pemberitaan media online, karena media sendiri kini masih dalam suasana *euphoria* (kegembiraan yang berlebihan), dengan perkataan lain, dalam era pemerintahan orde baru, Presiden Soeharto, kebebasan pers adalah mimpi, karena banyak penerbitan pers yang terkena pembredelan. Sedangkan era reformasi sekarang dapat dikatakan kebebasan pers agak

“kebablasan”, kendati ada beberapa upaya hukum untuk mengadili pers yang agak kebablasan tersebut.

Citra dan reputasi para kandidat pemilihan presiden ini pun tentunya akan banyak ter-ekspos di media online, karena hampir semua media yang ada di Tanah Air ini untuk menyajikan berita apa adanya, dan tidak takut dibredel atau dihentikan penerbitannya. Citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok kepentingan yang berbeda. Citra adalah cara dunia sekeliling kita memandang kita (G. Sach, dalam Effendy. 2002: 166).

Hal yang penting yang perlu diingat mengenai suatu Citra yang baik adalah anda harus mengupayakannya. Anda tidak bisa begitu saja berlempang dan membeli citra tersebut seperti membeli baju (Jefkins. 1994).

Lantas apa sebetulnya reputasi itu, sehingga harus dijaga dan dipelihara sedemikian rupa ? Reputasi ada dasarnya nama baik. Semua orang membutuhkan nama baik. Semua organisasi membutuhkan nama baik. Semua perusahaan membutuhkan nama baik. Karena nama baik itu lah mereka dipercaya oleh orang, organisasi atau perusahaan lain. Itu lah sebabnya, Reputasi terkait dengan kepercayaan. Gaotsi dan Wilson medefinisikan Reputasi, yaitu : evaluasi semua *stakeholder* terhadap organisasi sepanjang waktu yang didasarkan atas pengalaman *stakeholder* tersebut dengan organisasi (Iriantara. 2005:101).

Sepintas Reputasi mirip dengan Citra. Namun citra umumnya berkenaan dengan pandangan pihak luar terhadap organisasi, sedangkan Reputasi adalah penilaian *stakeholder*, artinya pihak internal dan eksternal organisasi. Pandangan internal

terhadap organisasi merupakan identitas organisasi. Dengan begitu, dalam Reputasi ada paduan antara identitas dan Citra organisasi. Reputasi ini sekarang menjadi salah satu pusat perhatian dalam praktik Public Relations (Humas). Mengapa reputasi penting? Karena reputasi pada dasarnya merupakan kekayaan satu organisasi atau sebagai asset penting perusahaan. Reputasi akan berdampak pada public internal dan public eksternal organisasi. (Iriantara. 2005:101).

Berbagai langkah strategi kampanye para kandidat pemilihan Presiden dalam pemberitaan di media online untuk membentuk citra dan reputasi positif, dalam ilmu Public Relations, termasuk ke dalam kegiatan Public Relations Politik. Citra dan Reputasi para kandidat pemilihan Presiden ini sebagai kegiatan Public Relations Politik diharapkan dapat membentuk opini public yang menguntungkan bagi para kandidat pilpres dan *mutual understanding* (saling pengertian) bagi rakyat.

Media online sebagai pembentuk opini publik, tentunya akan memberitakan berbagai berita dengan sumber berita dari para kandidat pilpres, dalam pemuatan beritanya bisa saja terbentuk opini publik positif dan negatif bagi para calon capres dan cawapres. Apalagi masih banyak media yang menyajikan pemberitaan terjebak dengan “paradigma” *bad news is good news*, tidak hanya *good news is good news*”. Contoh pemberitaan para kandidat pilpres dapat menggulirkan Citra dan Reputasi positif atau negatif di mata rakyat. Pemberitaan kinerja tim sukses baik TKN (tim kampanye nasional) atau BPN (badan pemenangan nasional) pun dalam bidang Ilmu Public Relations (Humas) dapat dikategorikan sebagai Public Relations Politik tim sukses dalam membentuk Citra dan Reputasi tersebut.

Citra dan Reputasi para kandidat pilpres sebagai tujuan kegiatan Public Relations Politik. Public Relations Politik adalah suatu metode komunikasi untuk menciptakan Citra dan Reputasi positif atas dasar kepentingan bersama (diadaptasi dari Canton, dalam Soemirat dan Ardianto. 2002: 111:112).

Secara substansi, penelitian ini merupakan *journalism research*, yaitu penelaahan terhadap teks berita yang disajikan oleh Tirto.id dan Kumparan.com, selama edisi Januari-Maret 2019. Penelitian ini terfokus kepada analisis teks berita Tirto.id dan Kumparan.com tentang para kandidat pemilihan Presiden 2019, juga wawancara kepada wartawan media terkait dan pembaca kedua media online itu.

Pemilihan Tirto.id dalam penelitian ini, karena Tirto.id adalah media online nasional yang sering melakukan *click bait* di berbagai media sosial terutama sering menampilkan konten berita dalam bentuk infografik yang turut jadi perhatian para kaum *milenials*. Sedangkan Kumparan.com adalah media online nasional. Kumparan telah diikuti oleh sekitar 1,4 juta akun di Facebook dan 34 ribu akun di Twitter. Kumparan juga rutin hadir di kanal-kanal lain, seperti Line Today dan UCNews.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis dari Norman Fairclough, yang membangun model yang mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistic dan pemikiran sosial dan politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial.

Model Fairclough (dalam Eriyanto. 2001 : 286 dan Aman. 2006:74) membagi analisis wacana ini dalam tiga dimensi *text* (analisis penggambaran teks), *discourse practice* (amalan wacana yang melibatkan penghasilan dan penafsiran teks),

sociocultural practice (analisis praktik sosial, dengan penjelasan hubungan antara proses wacana dengan proses sosial).

Melalui model Fairclough ini, peneliti dapat mengkaji bagaimana wacana dalam pemberitaan yang dapat menggambarkan Citra dan Reputasi suatu lembaga melalui pemberitaan para pemimpinnya ke dalam struktur/elemen pada tiga dimensi di atas. (diadaptasi dari Eriyanto. 2001 : 289-315).

Gambar 1.1



Sumber : Google Image

Gambar 1.2



Sumber : Google Image

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka Fokus Penelitian ini adalah Bagaimana Pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com sebagai Public Relations Politik dalam membentuk Citra dan Reputasi para kandidat pemilihan Presiden melalui Analisis Wacana?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana dimensi tekstual dalam representasi, relasi dan identitas pada Pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com?
2. Bagaimana intertekstualitas pada pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com sebagai Public Relations Politik dalam membentuk Citra dan Reputasi Para Kandidat Pemilihan Presiden pada konsumsi teks media dalam mengkritisi informasi media?
3. Bagaimana *discourse practice* dan sosiokultural pada pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com ?
4. Bagaimana konstruksi realitas citra dan reputasi yang dibentuk oleh tirto.id dan Kumparan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com dalam dimensi, representasi, relasi dan identitas.
2. Untuk mengetahui Pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com sebagai Public Relations Politik dalam membentuk Citra dan Reputasi Para Kandidat Pemilihan Presiden pada konsumsi teks media dalam mengkritisi informasi media.
3. Untuk memperoleh pengetahuan tentang sosiokultural dan *discourse practice* melalui Analisis Wacana dalam pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com.

4. Untuk memperoleh pengetahuan tentang konstruksi realitas dalam membentuk citra dan reputasi dalam pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemaknaan lebih dalam untuk perkembangan ilmu komunikasi, khususnya Ilmu Public Relations, dan memperoleh pengetahuan Model Citra dan Model Reputasi Melalui Analisis Wacana, dan konsepsi Public Relations Politik.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengelola media dalam mengkonstruksi realitas pemberitaan di media, dan bagi sumber berita sebagai bahan masukan ketika berinteraksi dengan media.