

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **PEMBERITAAN MEDIA ONLINE DALAM MEMBENTUK CITRA DAN REPUTASI KANDIDAT PRESIDEN** (Analisis Wacana Tentang Pemberitaan Tirto.id dan Kumparan.com Sebagai Public Relations Politik dalam Membentuk Citra dan Reputasi Para Kandidat Pemilihan Presiden 2019)

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Representasi Citra dan Reputasi Kandidat Presiden pada portal online Tirto.id dan Kumparan.com melalui analisis wacana. Metode Penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analysis*) yang mengacu pada perspektif Norman Fairclough. Untuk penelitian ini menggunakan Teori Kritis yang dikembangkan Horkheimer dan Adorno. Teori Citra menurut John Nimpoena dan Teori Reputasi Fombrum.

Kesimpulan Penelitian ini adalah : (1) Model Pembentukan Citra dan Reputasi melalui Analisis Wacana pada Level Teks adalah teks (wacana) dianalisis melalui dimensi: representasi kata dan metafora, anak kalimat, gabungan anak kalimat, gabungan antar anak kalimat, relasi dan identitas, maka terbentuk Citra dan Reputasi positif atau negatif sumber berita. (2) Public Relations Politik dalam membentuk Citra dan Reputasi Kandidat Presiden pada Konsumsi Teks dalam mengkritisi informasi media adalah pengaruh dari khalayak sebagai entitas yang aktif, bukan lagi dimaknai sebagai konsumen media semata dalam memilih media dan berita apa yang sesuai dengan dirinya, tetapi aktif dalam memaknai isi media. Analisis Konsumsi Teks Tirto.id adalah pembaca mempersepsi sama (negatif) dengan produksi teks yang dibuat oleh Tirto.id bahwa pemberitaan itu cenderung membentuk Citra dan Reputasi negatif bagi kedua pasangan calon Presiden. Analisis Konsumsi Teks Kumparan.com adalah pembaca bersebrangan (negatif) dengan produksi teks yang dibuat oleh Kumparan.com bahwa pemberitaan itu cenderung membentuk Citra dan Reputasi positif bagi pasangan calon 01 Jokowi-Ma'ruf dan namun negatif bagi pasangan calon 02 Prabowo-Sandi.(3) Model Citra dan Reputasi melalui Analisis Wacana pada level Praktik Wacana adalah Wartawan yang memproduksi teks dipengaruhi oleh kesan, perasaan dan gambaran membentuk Citra positif atau negatif sumber berita, setelah itu dipengaruhi kredibilitas, realibilitas, kepercayaan dan tanggung jawab, maka terbentuk Citra dan Reputasi positif atau negatif sumber berita. Model Citra dan Reputasi melalui Analisis Wacana Sosiokultural adalah teks wacana dianalisis dan dikaitkan dengan situasional, institusional dan sosial, maka terbentuk Citra positif atau negatif.(4) Public Relations Politik dalam membentuk Citra dan Reputasi Kandidat Presiden pada Produksi Teks media dalam memaknai konstruksi realitas kehadiran media adalah akumulasi pengaruh dari faktor individu pengelola media (wartawan dan redaktur), Analisis Produksi Teks Tirto.id cenderung membentuk Citra dan Reputasi negatif bagi para kandidat Presiden. Analisis produksi teks Kumparan.com cenderung membentuk Citra dan Reputasi positif bagi pasangan calon 01 Jokowi-Ma'ruf dan negatif bagi pasangan calon 02 Prabowo-Sandi.

Kata Kunci: Media Online, Public Relations Politik, Citra, Reputasi, Kandidat Presiden

ABSTRACT

The research titled NEWS OF THE ONLINE MEDIA IN FORMING IMAGE AND REPUTATION PRESIDENTIAL CANDIDATE (Discourse Analysis of Tirto.id News and Kumparan.com as Public Relations of Politic in Establishing the Image and Reputation of 2019 Presidential Election Candidates)

The purpose of this study was to determine the Representation of Image and Reputation Presidential candidate on the online portal Tirto.id and Kumparan.com through discourse analysis. This research method using Critical Discourse Analysis (Critical Discourse Analysis) refers to the perspective of Norman Fairclough. For this study developed using Critical Theory Horkheimer and Adorno. Image by John Nimpoena theory and the theory of Reputation Fombrum.

The conclusion of this study are: (1) Model Formation of image and reputation through Discourse Analysis on Level Text is the text (discourse) were analyzed through dimensions: representation of words and metaphors, clause, combined clause, joint inter-clause, relationships and identity, then image and Reputation formed positive or negative news sources. (2) Public Relations Politics in shaping the image and reputation of Presidential Candidates in the consumption of text in criticizing the media information is the influence of the audience as an active entity, no longer understood as media consumers alone in choosing media and news what suits him, but active in interpret media content. Analysis Consumption Tirto.id text is reader perceives the same (negative) with the production of texts made by Tirto. id that the news was likely to form a negative image and reputation of the two candidates for President. Consumption Analysis Kumparan.com text is opposite reader (negative) with the production of texts made by Kumparan.com that the news was likely to form a positive image and reputation of Jokowi-Ma'Ruf candidate pair 01 and 02 but negative for candidate pair Prabowo-Password. (3) Model image and Reputation through Discourse Analysis at the level of practice of discourse is a journalist who produces the text is affected by impressions, feelings and images form a positive image or a negative news sources, after it affected the credibility, reliability, trust and responsibility, the formed image and positive reputation or negative news sources.(4) Politik Public Relations in shaping the Image and Reputation of Presidential Candidates on Production The text of the media in interpreting the reality of the presence of media is the accumulation of influences from individual media managers (journalists and editors), media routine levels, organizational levels, extra media levels (news sources, sources of income media, external parties such as the government and business environment, ideology. Analysis of Production Texts Tirto.id tends to form negative images and reputation for presidential candidates. Analysis of the production of Kumparan.com texts tends to form a positive image and reputation for candidate pair 01 Jokowi-Ma'ruf and negative for candidate pair 02 Prabowo-Sandi.

Keyword: Online Media, Public Relations Politic, Image, Reputatation, President candidate

ABSTRAK

Hasil panalungtikan judulna nyaeta WARTA MEDIA ONLINE KANGGO NGABENTUK CITRA JEUNG REPUTASI KANDIDAT PRESIDEN (Analisis Wacana Ngeunaan wartos Tirto.id sinareng Kumparan.com Salaku Hubungan Masarakat Pulitik kanggo Citra jeung Reputasi Calon Pamilihan Presiden 2019)

Tujuan pangajaran ieu nangtukeun Pawakilan di Citra jeung Reputasi calon Présidén dina portal online Tirto.id sinareng Kumparan.com ngaliwatan analisis wacana. Metoda panalungtikan ngagunakeun Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis) nu nujul kana perspektif Norman Fairclough. Pikeun nalungtik ieu dimekarkeun maké kritis Teori Horkheimer na Adorno. Citra ku téori John Nimpoena jeung Teori reputasi Fombrum.

Kacindekan ulikan ieu téh: (1) Modél Formasi gambar na reputasi ngaliwatan Analisis Wacana on Level téks mangrupa téks (wacana) dianalisis ngaliwatan dimensi: ngagambarkeun kecap tur metaphors, klausa, digabungkeun klausa, gabungan antar-klausa, hubungan jeung identitas, lajeng gambar na reputasi kabentuk sumber warta positif atawa négatif. (2) Hubungan Masarakat Pulitik Citra sareng Reputasi Calon Présidén di konsumsi téks dina criticizing informasi media sacara pangaruh panongton salaku hiji éntitas aktif. Konsumsi Analisis Tirto.id téks téh maca perceives sami (negatif) kalayan produksi naskah dijieun ku Tirto.id yén warta ieu dipikaresep pikeun ngabentuk gambar négatif na reputasi tina dua calon Présidén. Konsumsi Analisis Kumparan.com téks téh bersebrangan maca (negatif) kalayan produksi naskah dijieun ku Kumparan.com yén warta ieu dipikaresep pikeun ngabentuk gambar positif sarta reputasi of 01 kanggo pasangan calon Jokowi-Ma'Ruf na acan négatif keur 02 pasangan calon Prabowo-Sandi.(3) Model Citra Sareng Reputasi ngaliwatan Analisis Wacana di tingkat ngalaksanakeun wacana téh wartawan anu ngahasilkeun téks anu kapangaruhan ku tayangan, parasaan jeung gambar ngabentuk gambar positif atanapi sumber warta négatif.. Model Citra sareng Reputasi ngaliwatan Analisis Wacana Sociocultural wacana téks dianalisis sarta numbu ka situasional, institusional jeung sosial, teras ngawangun hiji gambar positif atawa négatif.(4) Hubungan Masarakat Pulitik ngeunaan Citra sareng Reputasi Calon Présidén dina téks Produksi media dina nyurtian pangwangunan ayana média kanyataanana aya efek akumulasi faktor manajer individu média (wartawan tur éditor), ka tingkat média rutin, tingkat organisasi tingkat média tambahan (sumber warta, hiji sumber panghasilan media, pihak éksternal saperti pamaréntah jeung lingkungan bisnis, idéologi, produksi téks Analisis Tirto.id condong ngahasilkeun gambar négatif na reputasi sahiji calon Présidén. produksi Analisis Kumparan.com téks condong ngahasilkeun citra sarta reputasi positif kanggo pasangan calon Jokowi-Ma'Ruf na négatif keur 02 pasangan calon Prabowo-Sandi.

Kecap Konci: Media Online, Public Relations Pulitik, Citra, Reputasi, Kandidat Presiden

