

INDEPENDENSI PEMBERITAAN DEBAT CAPRES MEDIA INDONESIA



Pilpres 2019 menyajikan sebuah gambar telanjang tentang media massa yang menjadi kaki tangan politisi guna menduduki kursi presiden. Cara-cara media massa menggunakan jaringan publikasinya menjadikan mereka sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan propaganda dan pencitraan politik sehingga media kehilangan muka untuk membicarakan kebenaran. Buku ini merupakan hasil penelitian yang menguak independensi Media Indonesia ketika memberitakan Debat Capres 2019.

Penelitian ini menggunakan beberapa konsep lawas dari media massa yang ideal, lalu mendapatkan penguatan dari konsep independensi McQuail, yaitu personalisasi, sensasionalisme, stereotype, juxtaposition, linkages, dan akurasi. Konsep-konsep ini kami anggap bisa mengukur independensi Media Indonesia dalam pemberitaannya. Kesimpulannya mengamini apa yang sudah kami duga sebelumnya; bahwa berita-berita yang dipublikasikan mengindikasikan adanya keberpihakan Media Indonesia pada Capres tertentu.



Fathul Qorib, dilahirkan di Lamongan, Jawa Timur pada tahun 1989. Pernah menjadi wartawan di Cenderawasih Pos, Papua (2015) dan wartawan Malang Voice (2017). Saat ini aktif mengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang.



Redemtus Anggur, lahir di Wajur, Flores, NTT. Menyukai dunia pers dan aktivisme sosial. Pernah menjadi Pemimpin Redaksi Lembaga Pers Mahasiswa Papyrus, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi. Saat ini aktif menjadi relawan di berbagai organisasi, termasuk Komunitas Pemuda Pro Keadilan Iklim.



INDEPENDENSI PEMBERITAAN DEBAT CAPRES MEDIA INDONESIA

Fathul Qorib | Redemtus Anggur



Fathul Qorib | Redemtus Anggur

INDEPENDENSI PEMBERITAAN DEBAT CAPRES MEDIA INDONESIA



**INDEPENDENSI PEMBERITAAN
DEBAT CAPRES MEDIA INDONESIA**

**FATHUL QORIB
REDEMTUS ANGGUR**



pena persada

CV. PENA PERSADA

**INDEPENDENSI PEMBERITAAN
DEBAT CAPRES MEDIA INDONESIA**

Penulis :

Fathul Qorib
Redemtus Anggur

Editor:

Umar Abduloh

ISBN : 978-623-6837-85-6

Design Cover :

Retnani Nur Brilliant

Layout :

Hasnah Aulia

Penerbit CV. Pena Persada

Redaksi :

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas Jawa
Tengah

Email : penerbit.penapersada@gmail.com

Website : penapersada.com

Phone : (0281) 7771388

Anggota IKAPI

All right reserved

Cetakan pertama : 2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan cara
apapun tanpa ijin penerbit

KATA PENGANTAR

Dekade terakhir, media massa berkembang tanpa rem. Internet yang menghadirkan jaringan virtual menjadikan media massa berubah total, bukan hanya bentuk teknis publikasi tetapi juga model bisnis dan interaksi antara khalayak dan redaksi. Hampir semua orang sudah menggunakan aplikasi pemberitaan yang gratis dan menyediakan informasi 24 jam non stop. Masyarakat senang, media massa tegang. Interaksi keduanya kadang harmonis kadang seperti mantan yang terus cerewet menyoal kenangan.

Masalah paling pelik dari media massa dari sejak awal kemunculannya adalah bagaimana media dimanfaatkan oleh politisi untuk memperjuangkan kepentingannya sendiri. Paling kentara ketika pemilihan umum terjadi, baik di tingkat nasional maupun daerah. Media massa ramai-ramai mengambil posisi yang menguntungkan baginya pada tahun mendatang dan mempertaruhkan reputasi yang telah mereka bangun selama ini; atau jangan-jangan mereka tidak mempertaruhkan apapun? Dan sialnya masyarakat luas yang menjadi korban.

Buku ini merupakan salah satu upaya untuk mengungkap kisah-kisah yang tersaji pada hubungan media dan politik di Indonesia. Pilpres 2019 menyajikan sebuah gambar telanjang tentang media massa yang menjadi kaki tangan politisi guna menduduki kursi presiden. Cara-cara media massa menggunakan jaringan publikasinya menjadikan mereka sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan propaganda, pencitraan, menyebarkan ketakutan dari stereotip dan hoax. Media menjadi kehilangan muka untuk membicarakan kebenaran.

Media Indonesia, yang menjadi salah satu media mainstream di Indonesia memiliki tanggung jawab sosial untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat dan menyebarkan kehidupan yang demokratis. Sehingga menjadi persoalan yang memalukan jika terungkap dalam penelitian ini, malah berpihak kepada salah satu paslon. Memang kami tidak terkejut dengan hasil penelitian ini. Sesuai dengan kajian yang kami lakukan di kampus bersama mahasiswa dan beberapa kolega, memang ada beberapa media yang melenceng dari kode etik, salah satunya adalah Media Indonesia.

Penelitian ini menggunakan beberapa konsep lawas dari media massa yang ideal, lalu mendapatkan penguatan dari konsep independensi McQuail, yaitu personalisasi, sensasionalisme, stereotype, juxtaposition, linkages, dan akurasi. Konsep-konsep ini kami anggap bisa menjadi tolok ukur independensi Media Indonesia dalam memberitakan debat calon presiden pada tahun 2019. Buktinya memang sudah teramat mudah dilihat bahwa berita-berita yang dipublikasikan mengindikasikan adanya keberpihakan pada Capres tertentu.

Meskipun isi dari buku sudah melalui proses penelitian yang prosedural, namun kami tentu tidak dapat mengklaim bahwa isinya merupakan sesuatu yang bersifat mutlak. Penelitian kualitatif seperti yang kami lakukan biasanya dikritik oleh tradisi scientific seperti positivism karena menjadikan peneliti sebagai instrument kunci. Namun sebaliknya kritikan tersebut malah bisa dianggap sebagai kekuatan karena peneliti dapat merasakan adanya kejanggalan dari bahasa pemberitaan, yang mana tidak dapat dilakukan oleh data kuantitatif.

Tetapi bagaimanapun kami juga memiliki kelemahan di berbagai hal, termasuk pemahaman kami akan konsep hingga prosedur penelitiannya. Sehingga kami ingin mendapatkan masukan dari berbagai pihak untuk melengkapi pengetahuan kami yang terbatas. Hasil dari penelitian ini juga patut untuk mendapatkan koreksi dan masukan jika sekiranya melewati batas atau malah belum menyentuh masalah sama sekali. Kami sudah berusaha melakukan berbagai diskusi dan kajian kecil sebelum akhirnya berani mempublikasikan penelitian ini dalam bentuk buku. Sehingga kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam karya ini akan kami perbaiki dengan kesadaran.

Akhirnya, kami ingin mengucapkan kepada seluruh pihak yang membantu kami dalam proses penelitian, penulisan, hingga penerbitannya. Pertama, kepada institusi tempat kami bekerja, yang memberikan ruang dan waktu dalam pengerjaan buku hingga selesai. Kedua, kepada kolega dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang sering meluangkan waktu untuk menyunting buku ini. Ketiga, kepada semua mahasiswa dan rekan-rekan wartawan dari berbagai media yang sering diskusi guna memperbaiki media massa di Indonesia. Tidak lupa, kepada

keluarga penulis yang memberikan support jiwa dan raga yang tidak pernah bisa kami balas.

Kami juga ingin mengucapkan terimakasih secara khusus kepada Penerbit Pena Persada yang bersedia menerbitkan buku ini serta menyebarkanluaskannya sehingga bisa mendapat banyak pembaca. Buku ini, bisa dibilang, lebih banyak terbit karena jasa-jasa orang lain yang tidak terlihat dibandingkan dengan jasa penulis sendiri.

Malang, November 2020
Penulis

Fathul Qorib
Redemtus Anggur

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Peran Penting Media Masa	1
B. Koran Media Indonesia	4
BAB II KOMUNIKASI MASSA	
A. Pengertian Komunikasi Massa	9
B. Karakteristik Media Masa	11
C. Fungsi Komunikasi Massa	12
BAB III BERITA	
A. Pengertian Berita	14
B. Jenis Jenis Berita.....	14
C. Nilai dan Kualitas Berita.....	15
BAB IV KONSEP INDEPENDENSIMEDIA DAN JURNALISME	
A. Prinsip Independensi dalam Jurnalisme	17
B. Indikator Independensi Media	21
BAB V GAMBARAN UMUM KORAN MEDIA INDONESIA	
A. Sejarah Singkat Surat kabar harian Media Indonesia	26
B. Visi Misi Surat kabar harian Media Indonesia	27
C. Struktur Oragnisasi Surat kabar harian Media Indonesia	29
D. Logo Surat Kabar Harian Media Indonesia	30
BAB VI INDEPENDENSI KORAN MEDIA INDONESIA	
A. Unsur Personalisasi	31
B. Sensasionalisme/Emosionalisme	58
C. Stereotype	71
D. Juxtaposition/lingkages	83
E. Akurasi	92
BAB V PENUTUP	103
DAFTAR PUSTAKA	105

BAB I

PENDAHULUAN

A. Peran Penting Media Masa

Media mendominasi kehidupan sehari-hari sebagai latar depan yang selalu hadir untuk menggoda perhatian. Media turut serta mendidik untuk mengetahui bagaimana kita hendaknya bertingkah laku. Media massa juga mempunyai peran yang signifikan dalam kehidupan manusia. Artinya bahwa hampir setiap aspek dari kehidupan manusia selalu berhubungan dengan aktivitas komunikasi massa. Media masa merupakan pilar keempat demokrasi (*fourth estate*) yakni setelah eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Bahkan media memiliki kedudukan yang sejajar dengan Tuhan (*lord*), gereja (*church*), maupun Majelis Rendahan (*common*) (Qorib, 2018:14, Darmanto (2015). Hal ini menegaskan bahwa kekuatan media masa dalam melakukan diseminasi opini publik kepada masyarakat luas sangat diperhitungkan.

Sementara itu, menurut Tan dalam Heriyani, (2013:210) ditinjau dari prespektif komunikasi politik media massa mampu mempengaruhi kognisi politik dengan dua macam cara yaitu: media secara efektif menginformasi peristiwa politik kepada khalayak dan media mempengaruhi persepsi khalayak mengenai pentingnya masalah politik). Pengertian atas media massa tersebut apa yang disebut oleh ilmuwan sebagai konsep normatif dan juga sebagai paradigma fungsionalis. Karena hanya melihat media massa semata-mata dari prespektif menyampaikan informasi kepada masyarakat tanpa melihat secara kritis atas realitas yang terjadi dalam otonomi redaksi yang didalamnya terjadi benturan antara kepentingan.

Dalam konteks menyebarluaskan informasi, media massa dianggap ampuh untuk mengkampanyekan seseorang bakal calon presiden maupun anggota legislatif. Hal tersebut dibuktikan melalui hasil riset yaitu bahwa adanya hubungan

yang positif antara tampil di media massa dengan keputusan politik warga negara dalam pemilihan umum. Riset tersebut dilakukan oleh Institut Studi Arus Informasi (ISAI), TIFA, dan Media Development Loan Fund pada pemilu 2004 yang menunjukkan bahwa frekuensi kemunculan politikus di media berbanding lurus dengan jumlah perolehan suara rakyat. Begitu pula riset ISAI dan TIFA lima tahun kemudian, yakni pada pemilu 2009. Kemenangan pasangan SBY-JK pada 2004 dan SBY-Boediono pada 2009 dilatari oleh aktivitas tampil di media dengan jumlah terbanyak. Maka bisa jadi: kemenangan politik bermula dari kemenangan menguasai media”
Thaniago, *Koran Tempo* 2013 dalam (Heychael dan Dhona, 2014)

Micon (2017) menyatakan media massa berperan penting dalam memberikan pendidikan politik bagi masyarakat Indonesia. Apalagi, media massa diyakini masih menjadi salah satu referensi utama bagi warga negara untuk memilih dalam pemilu. Di sisi lain media massa juga berperan penting untuk menangkal isu hoax yang dibangun oleh orang-orang tertentu, sebab penyebaran disinformasi di media sosial adalah salah satu upaya mendelegitimasi jurnalisme dan media massa itu sendiri. Dengan kekuatan tersebut media berperan penting dalam proses demokratisasi dan dapat berpartisipasi aktif untuk mengontrol proses disinformasi yang ada di media sosial maupun sistem perpolitikan di Indonesia. Oleh sebab itu, media sebagai alat informasi sangat diperlukan untuk menyampaikan berita yang informatif dan aktual tentang isu perpolitikan terlebih khusus debat Capres.

Salah satu dari penyampaian informasi tersebut ialah debat menjelang pemilihan umum calon presiden dan wakil presiden untuk masa jabatan 2019 sampai 2024. Debat sangat penting supaya publik dapat melihat dan mengetahui sejauh mana visi misi dari kedua pasangan calon tersebut. Melalui perdebatan, publik dapat mengklasifikasikan sekaligus membandingkan kandidat. Perdebatan juga untuk melihat kontras antara kandidat satu dengan yang lainnya. Dengan skema tersebut masyarakat tahu siapa yang lebih baik atau

lebih mumpuni untuk menjabat sebagai pemimpin. Menurut Thomas Holbrook dalam Febriansyah (2019) menyampaikan debat akan, memperkuat keyakinan pemilih dalam menilai kandidat. Sedangkan Jhon Alvon (2012) menerangkan bahwa perdebatan merupakan kesempatan terbaik untuk menyampaikan pesan calon kepada orang banyak dan itulah inti dari kampanye mereka. Hal tersebut tidak terlepas dari peran media untuk menyalurkan informasi kepada publik.

Pada saat itulah publik berharap kepada media untuk memberitakan secara objektif dan independen terhadap debat calon presiden yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Karena debat tersebut merupakan sebuah tolok ukur dalam proses seleksi kepemimpinan nasional. Publik punya harapan kepada media untuk memberikan referensi bagi calon pemilih agar menjadi pemilih yang cerdas, juga berharap mendapatkan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan. Media massa juga harus proposional dalam memberitakan mengenai pemilu. Publik membutuhkan informasi tentang para calon anggota legislatif, terlebih khusus calon presiden dan calon wakil presiden secara berimbang. Informasi yang kritis dan komprehensif sangat dibutuhkan oleh publik.

Namun, sangat muskil bahkan kompleks untuk memahami media dari perspektif memberikan informasi atau sebagai alat kontrol sosial tanpa melihat dari kepemilikan media. Hampir dua dekade pascareformasi, demokratisasi media yang dicita-citakan setelah rezim otoriter Orde Baru tumbang tidak berada dalam kondisi yang ideal. Liberalisasi media yang melihat media semata-mata sebagai sumber keuntungan dan bukan sebagai *public sphere*.

Hal tersebut tidak terlepas dari peran kaum oligarki. Dalam teori sosiologi (Pareto, Mosca) dan ilmu politik (Michels Dahl) dalam Haris, (2005:194) oligarki dimaknai dengan melihat dua sisi kekuasaan. Pertama oligarki sebagai tatanan kekuasaan yang disusun secara memusat atas kendali kelompok elit yang amat kecil. Kedua, oligarki sebagai tatanan elite dalam jumlah kecil mampu menentukan kebijaksanaan

publik. Konsep oligarki diatas dapat memahami bagaimana konstruksi pemberitaan media massa dalam debat Capres pada Surat kabar harian Media Indonesia . Oligarki media yang justru semakin menguat, konsentrasi kepemilikan semakin memusat Sedangkan ilmuwan politik Amerika Jeffrey Winters mendeskripsikan kaum oligariki sebagai “aktor-aktor yang memerintah dan mengontrol konsentrasi sumberdaya material secara massif yang dapat digunakan untuk mempertahankan atau memperluas kekayaan pribadi dan posisi sosial mereka yang eksklusif. Winters, mendeskripsikan bahwa ada dua hal tesis oligarki tersebut yang berlangsung media di Indonesia. Yang pertama adalah kaum oligarki pemilik media umumnya memproduksi berita-berita dan informasi sesuai dengan keinginannya, yang artinya ,sebagaimana kata Winters : “sejauh media sangat didominasi oleh aktor-aktor dan kekuatan politik yang sama, hampir tidak mungkin bahwa partai atau pers bebas yang kritis akan memberikan tempat dan wahana untuk menantang bentuk-bentuk dominasi oligarki ini. Kedua, sebagai hasil dari yang pertama tadi, para calon yang mau dalam pemilihan umum “harus membeli akses ke media, yang beberapa kasus berarti harus membeli televisi, radio, dan koran sekaligus (Tapsell 2017:14-15)

Kekuatan oligarkis tesebut dalam konteks media massa diperkuat oleh hasil penelitian Lim (2012) menyebut ada 13 kelompok yang menguasai kepemilikan media di Indonesia. Sedangkan Nugroho dan tim (2013) menemukan bahwa hampir semua perusahaan media di Indonesia dikuasai 12 kelompok besar (Utomo, 2017). Praktik oligopoli tersebut membawa media massa yang awalnya sebagai representasi masyarakat untuk menyuarakan aspirasinya telah dicamplok oleh kepentingan elit untuk memperkuat legitimasi kekuasaanya.

B. Koran Media Indonesia

Masalah utama media saat ini khususnya dalam konteks media massa di Indonesia adalah masih menguatnya intervensi pemilik media dalam otonomi redaksi. Pemilik media dengan

mudah mengendalikan apa yang bisa dilihat, dibaca atau didengar oleh masyarakat. Media massa sebagai frekuensi publik tidak sepenuhnya disampaikan karena media mempunyai kendali terhadap konten pemberitaan publik. Dengan kata lain ranah publik sebagai sesuatu yang penting tergantung dari apa yang dianggap penting oleh pihak-pihak yang mengendalikan media untuk mengartikulasikan kepentingan politiknya. Alasan pemilihan surat kabar harian Media Indonesia merujuk Peraturan Presiden No 8 tahun 2006 (www.menkominfo.go.id) yakni batasan pengertian surat kabar nasional adalah surat kabar yang memenuhi kriteria (1) beroplak besar, (2) memiliki peredaran luas secara nasional, (3) tercantum dalam daftar surat kabar nasional.

Kasus yang lain yang terjadi surat kabar harian Media Indonesia berdasarkan hasil riset terdapat kecenderungan akan ketidaknetralaan dalam pemberitaan. Sebagai contoh, misalnya bisa dilihat dari penelitian Masyarakat Peduli Media (2014), bahwa dari 94 item berita pemilu 2014 di di surat kabar Surat kabar harian Media Indonesia ditemukan kecenderungan memberitakan positif partai Nasedm. Kecenderungan lain ketidaknetralan adalah terlihat dari penggunaan judul berita tentang debat Capres di Surat kabar harian Media Indonesia yang dituliskan melalui wartwannya. Judul-judul berita tersebut diantaranya, misalnya "Adu Pikat Jelang Debat Perdana", "Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi", "Jokowi-Amin Stabil Prabowo Sandi Turun", "Jokowi akan Jawab Harapan Aksi Kamis". Penggunaan bahasa dalam judul berita semacam itu dapat diasumsikan bahwa Surat kabar harian Media Indonesia mendukung pasangan calon petahana.

Dalam kajian ini berupaya untuk memahami konstruksi pemberitaan debat capres di Surat kabar harian Media Indonesia yang pemiliknya mempunyai afiliasi politik dengan para pasangan calon presiden. Hal tersebut bisa telaah dari koalisi partai politik antara pasangan calon presiden dengan pemilik media yang juga sebagai ketua dari salah satu partai politik. Hal berikutnya adalah pemilik media sebagai

pemegang kuasa, memungkinkan dapat mempengaruhi kebijakan redaksional untuk menyuarakan kepentingan afiliasi politiknya. Kita tahu bahwa pemilik surat kabar harian Media Indonesia merupakan tokoh atau ketua partai yang juga mendukung salah satu pasangan calon presiden. Pendekatan tersebut dapat dilihat pemilik media dipandang sebagai entitas aktif yang berpengaruh untuk merubah subyek dari pemberitaan, dalam hal ini yaitu konteks pemberitaan debat pasangan calon presiden. Oleh karena dominasi kepemilikan media menjadi persoalan lantaran materi media massa seragam sesuai dengan kepentingannya bukan tidak mungkin juga terjadi hal yang sama pada Surat kabar harian Media Indonesia tentang debat capres.

Kondisi tersebut merupakan paradoks demokrasi yang mana media menjadi salah satu bagian penting dari demokrasi itu sendiri. Dikatakan seperti itu karena setiap masyarakat mengalami restriksi/pembatasan untuk mengakses informasi tentang perpolitikan, terlebih khusus debat Capres yang objektif, netral dan komperhensif. Persoalan lain selanjutnya bahwa beberapa nama pimpinan dari Surat kabar harian Media Indonesia yang masuk kedalam struktur tim kampanye nasional (TKN) Jokowi-Ma'aruf yang salah satunya adalah berasal dari pimpinan redaksi Surat kabar harian Media Indonesia . Meski tidak melanggar kode etik jurnalime namun sikap tersebut berpotensi mengganggu independensi media terutama jika dilihat kedekatan secara emosional. Persoalan tersebut dalam jangka panjang akan merugikan bisnis media tersebut karena orang tidak akan percaya lagi kepada mereka (Madrim, 2019)

Independensi media massa di Indonesia masih ada di bawah bayang-bayang kuasa pemilik media. Hal itu terlihat dari hasil penelitian Indeks Kebebasan Pers pada tahun 2016-2018 menunjukkan media di Indonesia secara keseluruhan belum independen. Dari indikator politik, disimpulkan ruangan redaksi media belum sepenuhnya independen karena masih adanya intervensi dari pemilik media. Indeks tersebut

disusun berdasarkan 20 indikator yang terbagi dalam tiga dimensi besar, yakni lingkungan fisik dan politik, ekonomi, serta hukum. IKP 2016 yang mengambil sampel 24 provinsi di Indonesia mengindikasikan tantangan terbesar kemerdekaan pers di Indonesia bukan lagi soal intervensi dari penguasa seperti terjadi pada era Orde Baru, tetapi berasal dari internal pers. Lima indikator utama yang terindikasi mengancam kemerdekaan pers, berdasarkan data IKP 2016, ialah independensi media dari kelompok kepentingan (56,14 persen), tata kelola perusahaan (57,63), independensi lembaga peradilan (59,33), etika pers (69,85), dan kehadiran lembaga penyiaran publik (61,25) (Gal dan Uti 2019)

Hubungan yang sederhana antara politik, media dan bisnis bisa dilihat dalam kasus pemilihan umum presiden dan wakil presiden pada 2014. Dua media besar berada dalam posisi yang saling berhadap-hadapan. Dalam hal ini adalah TV One dan Metro TV. Bukan semata karena ideologi yang ada dalam produk jurnalisme tetapi, karena kepentingan politik pemilik media yang berada pada posisi yang berserberangan. Konsekuensi dari pemusatan kekuatan media tersebut, yakni media semakin partisan dan dianggap elitis hingga menyempitkan isi berita. Media lebih penting mewacanakan apa yang menjadi keinginan pemilik media (pemodal), daripada menjadi ruang publik yang netral. Politik ruang publik tersebut berlangsung oleh kekuatan modal dan kekuatan politik sehingga tidak ada yang berani yang melontarkan kritikan (Masni, 2017).

Kekuatan oligarkis membawa kajian ini untuk dapat memahami independensi media massa. Karena sebagian besar dari pemilik media ikut dalam kancah politik nasional. Terlebih khusus pemilik media massa yaitu Surat kabar harian Media Indonesia yang mempunyai afiliasi politik dengan pasangan calon presiden dan wakil presiden petahana. Dengan melihat dari prespektif independensi media massa, kajian ini berupaya untuk memahami konstruksi berita di Surat kabar harian Media Indonesia dalam pemberitaan debat capres dan

cawapres, hingga berusaha untuk membaca, menganalisis media massa yang dapat memanipulasi masyarakat, atau dalam istilah Alisjahbana “bahasa tidak lebih dari kegirangan sahut menyahut kicauan burung-burung dihutan”, merdu didengar tetapi tidak ada yang tahu apa maksudnya. Artinya bahwa mungkin nada pemberitaannya sesungguhnya menarik bagi pembacanya namun pesan tersembunyi dari penggunaan setiap bahasa yang dituliskan oleh wartwanya belum tentu dipahami dengan baik oleh masyarakat. Oleh sebab itu masyarakat diharapkan dapat menghindar sampah budaya media dan memilah produk media yang alternatif. Karena bagaimanapun juga, bahwa akhir dari sebuah produk media massa adalah masyarakat, dan masyarakat merupakan hakim terakhir dari sebuah tulisan. Elaborasi dari prespektif independensi setidaknya dapat membantu masyarakat untuk bertahan dan memperkuat diri dari bias pemberitaan media massa tentang pemberitaan debat Capres yang disajikan oleh Surat kabar harian Media Indonesia. Dari pembahasan diatas maka penulis bermaksud membahas lebih dalam mengenai independensi surat kabar harian Media Indonesia pada pemberitaan capres.

BAB II KOMUNIKASI MASSA

A. Pengertian Komunikasi Massa

Gambaran umum mengenai komunikasi massa (*mass communication*), yaitu komunikasi yang dilakukan melalui media massa baik melalui media online atau media cetak, namun komunikasi massa bukan hanya terbatas pada komunikasi yang terjadi pada media massa akan tetapi juga terjadi ketika seseorang berpidato atau melakukan orator di depan banyak orang

Komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa (baik elektronik maupun cetak). Dalam hal ini ada baiknya kita harus membedakan massa dalam arti umum dan massa dalam arti *komunikasi* massa. Agar tidak ada kerancuan dan persepsi tentang arti dari massa tersebut. Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh sebab itu massa di sini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca. Sedangkan kata massa lebih mendekati arti secara sosiologis. Dengan kata lain, massa yang dimaksud dalam hal itu adalah kumpulan individu yang berada di suatu lokasi tertentu (Nurudin, 2007:4)

Melalui proses komunikasi massa orang, sekelompok orang, atau organisasi besar menciptakan pesan dan mengirimkannya melalui beberapa jenis medium kepada audiens yang besar, anonim dan heterogen. Dalam komunikasi massa, sumber biasanya ialah komunikator profesional atau organisasi yang mengeluarkan biaya besar. Pesan biasanya cepat dan bersifat publik, dan penerima biasanya besar, heterogen, dan anonim. Tanggapan atau umpan balik dalam

komunikasi massa biasanya tidak langsung dan ada jeda (Littlejohn dan Foss, 2016:748)

Kurang lebih sama dengan Littlejohn, Menurut Wright Komunikasi massa bisa di definisikan kedalam tiga ciri yaitu:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Werner, 2011:4)

Josep A. Devito dalam Nurudin (2011:11) mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang ditunjukkan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita.

“First, mass communication is communication addressed to the masses to an extremely large size. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television, rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes”

Kekuatan media massa pada dasarnya terletak pada besarnya mengait jutaan *audience* dalam waktu sesaat. Hal tersebut digambarkan dalam buku *Communication Theories*,

Origin, Methods, Uses karya Werner I. Severin dan James J. Tankard Jr (1979) dalam Suprpto (2009:19,

“Mass communication is part skill, part art, and part science. It is a skill in the sense that involves certain fundamental learnable technique such a focusing a television camera operating, a tape recorder or taking notes during an interview. It is art in the sense that involves creative challenges such as writing a script for a television program developing an aesthetic lay out for a magazine and or coming up with a catchy lead for a news story. It is science in the sense that there are certain principles involves in how communication works that can be verified and used to make things work better”

Pendapat tersebut bahwa komunikasi massa terlihat kompleks *mapun* pelik dan rumit karena selain diselenggarakan secara masal, juga ditunjukkan kepada massa melalui media massa. Komunikasi massa juga harus kreatif dan keterampilan untuk mengaitkan massa yang banyak.

B. Karakteristik Media Massa

Berdasarkan uraian mengenai komunikasi massa di atas maka, media massa memiliki beberapa ciri khusus. Menurut Effendy (2003:81-83) komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik yaitu

1. Komunikasi massa bersifat umum
2. Komunikasi bersifat heteorgen
3. Media massa menimbulkan keserempakan
4. Hubungan komunikator – komunikan bersifat non pribadi.

Sedangkan menurut McQuail, dalam Morissan (2018:480) berpendapat bahwa media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas (*universality of reach*), bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa. Karakteristik media tersebut memberikan konsekuensi bagi kehidupan politik dan budaya masyarakat kontemporer dewasa ini. Dari prespektif politik, media mssa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratisasi

karena menyediakan arena dan saluran bagi debat publik, menjadikan calon pemimpin politik dikenal luas masyarakat dan juga berperan menyebarkan berbagai informasi dan pendapat.

C. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Effendy dalam Jurdi (2016:310) terdapat beberapa fungsi dari media massa dalam menyampaikan informasi yaitu:

1. Fungsi meyiarkan informasi (*to inform*) merupakan fungsi pers yang pertama dan utama. Khalayak pembaca berlangganan atau membeli msurat kabar karena memerulukan informasi mengenai berbagai hal, mengenai berbagai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dikatakan oleh orang lain, dan sebagainya.
2. Fungsi mendidik (*To educate*) sebagai pendidikan massa, surat kabar dan majalah, televises dan radiomemuat tulisan-tulisan, dan tayangan-tayangan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya.
3. Fungsi menghibur (*To entertain*) hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat oleh surat kabar dan majalah untuk mengimbangi berita-berita berat dan artikel yang berbobot.
4. Fungsi mempengaruhi (*to influence*) peranan yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat. Fungsi memengaruhi media massa secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

Sedangkan menurut Bond dalam Suryawati (2011:38) menyatakan ada empat fungsi jurnalistik yaitu

1. *To inform* yakni sarana untuk menginformasikan fakta dan peristiwa yang terjadi disekitar kehidupan manusia yang patut diketahui oleh publik.
2. *To interpret* yakni sarana untuk memberikan tafsiran atau inpretasi terhadap fakta dari peristiwa yang terjadi, sehingga publik dapat memahami dampak dan konsekuensi dari berita yang disajikan

3. *To guide* yakni acuan untuk mengarahkan atau memberi petunjuk dalam menyikapi suatu fakta dan peristiwa yang disajikan dalam berita, sehingga dapat menjadi pedoman bagi publik dalam memberi komentar, pendapat, opini, atau dalam mengambil keputusan.
4. *To entertain* yakni sarana untuk menghibur, meyegarkan, dan menyenangkan pembacanya dengan menyajikan berita atau informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan gaya hidup manusia.

Konsep komunikasi masa tersebut disalurkan melalui media massa. Bahwa media massa tumbuh tidak hanya menjadi kekuatan pengontrol kekuasaan tetapi telah menjadi kekuatan politik, ekonomi dan budaya. Media berperan sentral dalam masyarakat saat ini. Melalui media, informasi, pandangan, ide/gagasan dan wacana saling dipertukarkan dan kemajuan masyarakat juga tercermin di dalamnya. Dalam masyarakat modern, media tertanam secara mendalam di dalam kehidupan sosial: tidak ada masalah sosial yang tidak melibatkan media. Melalui kanal-kanal media, apa yang terjadi dalam lingkup lokal dapat dengan cepat menjadi global; begitu pula sebaliknya, apa yang biasanya diterapkan di tingkat global kini dapat diterapkan secara lokal. Begitu pula yang terjadi pada demokrasi. Menurut Castells (2010) dan Mansell (2004) Media dipuji sebagai pemenang dalam penyebaran demokrasi ke seluruh penjuru dunia (Ahmadi, 2018)

BAB III BERITA

A. Pengertian Berita

Kata “berita” berasal dari kata sangsekerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa) (Restendy, 2016). Sedangkan Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, Berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut News. Dalam Webster’s New English Dictionary terbitan Geddes & Grosset 2000 *news* diartikan sebagai “*current events; recent happenings; the mass media; coverage of such events; a programme of news on television or radio; information not known before*”

Kata berita biasanya sering dipakai dalam dunia media massa, seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi. Chantley menjelaskan berita adalah laporan tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas sedangkan Freda Morris (1996) dalam bukunya *Broadcast Journalism Techniques* mengemukakan berita adalah sesuatu yang baru, penting yang dapat memberikan dampak dalam kehidupan manusia “*news is immediate, the important, the things that have impact on our lives* (Fachurdin, 2017:49) artinya bahwa berita secara sederhana kejadian atau peristiwa yang diceritakan kembali dengan menggunakan kata-kata, suara, atau gambar. Berita juga harus mengandung fakta atas peristiwa yang terjadi. Berita tidak sama dengan peristiwa (*event*) bahwa peristiwa merupakan suatu kejadian sedangkan berita adalah cerita atas peristiwa tersebut.

B. Jenis Jenis Berita

Menurut Yosef (2009:23-25) jenis-jenis berita dikategorikan menjadi dua kelompok yaitu:

1. Berdasarkan tingkat akurasi
 - a. *Hard news* yaitu berita yang sangat penting terkait dengan peristiwa-peristiwa yang menegangkan, mencengangkan, mengejutkan, mengerikan, menakutkan, mengharukan, dan hal-hal lain yang menyentak perasaan orang. Karena menyangkut peristiwa atau masalah penting maka perlu secepatnya diketahui oleh masyarakat.
 - b. *Soft news* yaitu berita yang tidak terlalu penting sehingga tidak harus secepatnya diketahui masyarakat. Namun demikian, berita ini tetap dinilai menarik dan ada manfaatnya bagi khalayak sehingga tetap disiarkan atau disebarluaskan kepada khalayak.
 - c. *Informational news* (berita penerangan) yaitu berita yang dikemas berupa penjelasan atau pengumuman pemerintah atau suatu lembaga Negara melalui media massa tentang kebijakan baru atau suatu keputusan penting.
2. Berdasarkan pengolahan berita
 - a. Berita *linear* berita yang pengolahannya diangkat dari satu sisi saja, tidak menyertakan informasi terkait lainnya dan tidak mendalam.
 - b. Berita singkat berita yang langsung menyajikan isi utama atau isi pokok informasi karena harus secepatnya diketahui masyarakat. Karena singkat dan harus segera diketahui, maka pengolahannya tidak mendalam.
 - c. Berita mendalam yaitu berita yang diolah secara mendalam dengan cara mengembangkan dan melengkapi informasi yang disampaikan dalam berita sebelumnya, atau berdasarkan informasi yang baru namun dikemas secara menarik dan mendalam.

C. Nilai dan Kualitas Berita

Nilai berita merupakan unsur dan kriteria yang dijadikan sebagai ukuran terhadap fakta dan pendapat yang layak disebarluaskan kepada khalayak melalui media massa, baik

media cetak maupun media massa elektronik. Menurut Mencher terdapat tujuh nilai berita (Baskin, 2006:50-51)

1. *Timeless: event that are immediate recent* yang artinya kesegaran waktu peristiwa yang baru-baru terjadi atau aktual.
2. *Impact: events that are likely to effect many people* yang artinya suatu kejadian yang memberikan dampak terhadap orang banyak.
3. *Prominence: event involving well-known people or institutions* yang artinya suatu kejadian yang mengandung nilai keagungan bagi seseorang maupun lembaga.
4. *Proximity: events geographically or emotionally close to the reader, viewer, or listener.* Yang artinya suatu peristiwa yang ada kedekatannya dengan seseorang baik secara geografik maupun emosional.
5. *Conflict: event that reflect clashes between people or institutions.* Yang artinya suatu peristiwa atau kejadian yang mengandung pertentangan antara seseorang masyarakat atau lembaga.
6. *The unusual: events that deviate sharply from the expected and the experiences of everybody life.* Yang artinya suatu kejadian atau peristiwa yang tidak biasanya terjadi dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari.
7. *The currency: events and situations that are being talked about.* Yang artinya hal-hal yang sedang menjadi bahan pembicaraan orang banyak.

BAB IV

KONSEP INDEPENDENSIMEDIA DAN JURNALISME

A. Prinsip Independensi dalam Jurnalisme

Jurnalisme merupakan paham tentang kegiatan jurnalistik yang meliputi: mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan media.

Lasswell (1948), ditinjau dari prespektif fungsionalis mengindetifikasi pers ke dalam tiga fungsi utama (Littlejhon dan Foss, 2016:691)

1. Mengawasi lingkungan: menggumpulkan dan mendistribusikan informasi tentang kejadian di lingkungan; dengan kata lain laporan berita.
2. Menghubungkan bagian bagian masyarakat: menjelaskan, mengintpr-etasikan dan mengomentari makna peristiwa (jadi, menyunting, membujuk atau bahkan mempropaganakan).
3. Transmisi warisan sosial: mengkomunikaiskan nilai, norma, dan gaya lintas waktu dan kelompok. Oleh karenanya koran berfungsi sebagai jendela keultur kontempores dan kapsul waktu bagi generasi masa depan.

Sedangkan pers adalah sarana yang paling penting dan paling berpengaruh dalam lalu lintas informasi, pendapat, dan lain lain fungsi komunikasi. Selain jangkauan yang jauh, pers dapat mengkomunikasikan dengan cepat segala informasi dan pendapat. Tanpa kemerdekaan atau kebebasan, tidak mungkin pertukaran informasi dan pendapat dapat disampaikan secara tepat dan benar. Dengan perkataan lain, kemerdekaan pers merupakan *conditio sine quanon* untuk mengkomunikasikan dan menjamin perwujudan segala hak atas kemerdekaan yang telah dikemukakan dalam berbagai ketentuan di atas (Manan, 2012:116). Oleh sebab itu pers harus tetap diyakini atau dipercaya sebagai penuntun publik membangun dan

mendewasakan demokrasi untuk mewujudkan kesejahteraan dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Pers nasional, seperti diamanatkan dalam pasal 6a Undang Undang Pers, melaksanakan peranannya memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui. Pasal berikutnya juga menegaskan soal fungsi pers untuk “ mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar.” Fungsi pers tak kalah penting lainnya, seperti tertuang dalam pasal 6d adalah, “melakukan pengawasan, kritik, koreksi dan saran terhadap hal2 hal yang berkaitan dengan kepentingan umum” (Abdul Manan, 2018:40-41

Dalam media terkandung idealisme. Ada suatu ideologi yaitu usaha untuk memberikan informasi untuk pemberdayaan masyarakat (Siregar, *Kompas*, 20 juli 2013). Lebih lanjut Siregar menjelaskan jurnalisme dan kegiatan jurnalistik, terdapat prinsip independensi dan netralitas yang harus ditegakan. Independen dalam arti merdeka menjalankan ideologi jurnalisme. Netral artinya berimbang, akurat, tak memihak, kecuali kepentingan publik, Siregar menerangkan bahwa Independensi dan netralitas itu berbeda, tetapi satu kesatuan yang tak dapat dipisahkan. Bila ingin menjadi media yang baik, kedua prinsip itu harus dijalankan. Itu sebabnya KEJ yang disahkan Dewan Pers merumuskan sangat bagus dalam satu tarikan napas: "Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk." Penafsirannya sangat jelas: prinsip independensi dan netralitas harus dilaksanakan (pasal 1) Siregar, 2013)

Darmanto (2015) menjelaskan secara etimologi istilah “kemerdekaan” dan “independensi” berasal dari kata yang sama, yaitu *independence* (bahasa inggris), tetapi pengaruh diksinya menjadi sangat berbeda. Istilah “kemerdekaan pers” pada umumnya dikaitkan dengan ada atau tidak adanya intervensi dari Negara atau kekuatan lain di luar media. “Ketidakmerdekaan pers” selalu dibayangkan berhubungan dengan kekuatan Negara yang sifatnya sistemik, politis, dan

hegemonik. Dengan kata lain, diksi dari istilah “kemerdekaan pers” lebih mengarah pada upaya pertahanan diri dari intervensi Negara, sedangkan istilah “independensi lebih banyak digunakan untuk melakukan identifikasi mengenai arah kebijakan redaksional suatu media massa dalam memberitakan kasus tertentu.

Siregar dkk (2014) menyatakan bahwa pemasalahan independensi dan netralitas media biasanya merujuk pada berita walau sebenarnya juga berpengaruh pada isi hiburan dan iklan, namun penerapan independensi dan netralitas lebih ketat diwujudkan dalam isi berita. Independensi dan netralitas sebenarnya sangat tidak bisa pisahkan sebab, kedua konsep tersebut merupakan masing-masing bisa didefensisikan. Independensi media berarti bahwa dalam memproduksi isi media tidak ada tekanan dari pihak lain. Independensi didefensisikan sebagai kemerdekaan yang dimiliki oleh ruang redaksi dalam memproduksi berita. Selanjutnya, bila independensi lebih berkaitan dengan proses produksi berita, maka netralitas lebih berkaitan dengan apa yang muncul di dalam berita. Netralitas menunjukkan bahwa media tidak berpihak dalam menyampaikan berita, terutama untuk berita tentang konflik.

Merujuk pada sejumlah pendapat yang dikemukakan di muka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan independensi media adalah kondisi bebas, tanpa tekanan dari pihak manapun, yang dimiliki oleh jurnalis/redaksi untuk memproduksi isi media sesuai dengan hati nuraninya dan sepenuhnya diabdikan bagi kepentingan publik demi terpenuhinya hak sebagai warga negara. Semakin besar tingkat kebebasan yang dimiliki jurnalis/redaksi untuk memproduksi isi media sesuai hati nuraninya untuk memenuhi kepentingan publik, berarti semakin besar pula independensinya. Begitu sebaliknya, semakin rendah derajat kebebasan jurnalis/redaksi dalam memproduksi isi media akibat kondisi lingkungan organisasi media yang bersangkutan maupun akibat kondisi lingkungan eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, dan

politik berarti media yang bersangkutan tidak independen (Wijaksono dkk, 2015)

Menurut Hill dalam Pembayun (2015) mengidentifikasi beberapa poin sebagai ancaman independensi media yaitu sebagai berikut:

1. Kekuasaan tidak sepenuhnya dapat di kontrol oleh media sehingga seringkali berbagai kasus penyimpangan yang terjadi hanya dapat diketahui bila ada di antara mereka (dalam lingkup kekuasaan) yang membeberkan kepada media.
2. Adanya konglomerasi atau kepemilikan media yang bersentuhan dengan penguasa, sehingga informasi yang disajikan hanya berdampak pada keuntungan pihak media dan yang bersentuhan langsung dengannya.
3. Kewenangan redaksi dalam mempublikasikan berita yang diperoleh dari wartawan kadang menimbulkan munculnya intervensi kepada redaksi oleh orang-orang tertentu yang menganggap pemberitaan tersebut menyudutkan diri atau lingkup sosialnya.
4. Masih maraknya tindak kekerasan dan pengerahan massa oleh kelompok tertentu, sehingga kalangan wartawan masih khawatir akan keselamatan dirinya dalam peliputan.
5. Terjalannya hubungan emosional antara wartawan dengan sumber berita, baik hubungan pertemanan, kekeluargaan, suku, maupun profesi sehingga bila ada pemberitaan yang menyudutkan sumber tersebut berusaha untuk segera di tutup tutupi.

Shoehmeker dan Reese dalam bukunya *Mediating the Message* (1991) sebagaimana di kutip Wijaksono dkk, (2015) sangat relevan dalam konteks ini. Mereka berpendapat bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi isi berita. (1) faktor individu pekerja media, (2) rutinitas media termasuk di dalamnya proses dan mekanisme produksi berita, (3) pengaruh organisasi media, (4) eksternal media, termasuk di dalamnya adalah sumber berita, kalangan bisnis, pemerintah, dan

lingkungan media (kultur), dan (5) ideologi. Menurut Shoemaker, faktor organisasi itu di dalamnya terkait dengan aspek kepemilikan media.

Sementara itu pengaruh kepemilikan terhadap kebebasan dan independensi media juga dikemukakan oleh Ketua Dewan Pers Bagir Manan. Menurutnya, ada lima faktor yang mempengaruhi kebebasan dan independensi media/pers, yaitu: peran demokrasi, perusahaan pers, peran pembentuk undang undang, peran masyarakat, dan peran pers itu sendiri. Aktivitas wartawan dan kebijakan redaksional dapat sangat dipengaruhi oleh kepentingan perusahaan. Pengaruh terhadap kemerdekaan dan independensi pers akan semakin menajam apabila afiliasi antara perusahaan pers dengan penguasa (Manan, 2012:126-129)

B. Indikator Independensi Media

Banyak soal etik yang dihadapi pers Indonesia, namun soal independensi menjadi yang paling banyak dibicarakan pada saat menghadapi momentum politik lima tahunan seperti tahun tahun ini. Selain ramai dalam pembicaraan di media mainstream dan media sosial, soal ini juga menjadi salah satu isu yang harus dibicarakan. Salah satu yang disoal adalah sikap partisan jurnalis dan media, yang itu tentu saja tak sejalan dengan Kode Etik Jurnalistik (KEJ).

Dunia media massa adalah suatu metode yang digunakan untuk menghadirkan suatu gambaran dunia yang sedapat mungkin jujur dan cermat dalam batas-batas praktik jurnalistik. Pengertian tersebut sebagaimana diungkapkan McQuail dalam Mranani (2014) bahwa objektivitas pada umumnya berkaitan dengan berita dan informasi. Informasi dikatakan objektif jika akurat, jujur, lengkap, sesuai dengan kenyataan, bisa diandalkan dan memisahkan antara fakta dan opini. Informasi juga harus seimbang dan adil, dalam artian melaporkan perspektif-perspektif alternatif dalam sifat yang tidak sensasional dan tidak bias. Objektivitas berguna agar berita tersebut relevan, sehingga sudah layak disebar

kepada khalayak. Objektivitas merupakan prinsip yang harus dimiliki oleh seorang wartawan dalam memberitakan sebuah isu. Objektivitas merupakan bentuk profesionalitas seorang pelaku profesi jurnalistik dimana para jurnalis diharuskan untuk bekerja sesuai dengan regulasi dan etika yang telah ditentukan baik itu UUD 1945, UU penyiaran, kode etik jurnalistik yang sudah ada (Kiki dan Salam, 2015). Wartawan, bagaimana pun juga, harus independen dari pihak yang mereka liput (Kovach & Rosenstiel: 2001). Dengan demikian wartawan bisa lebih obyektif dan independen dari kelas atau status ekonomi, dan juga independen 6 dari ras, etnis, agama, dan gender penting untuk menghasilkan berita yang obyektif (Kovach & Rosenstiel, 2001).

Objektivitas di defenisikan sebagai aktivitas melaporkan kenyataan atau fakta, semampu yang bisa dilakukan oleh wartawan tanpa terpengaruh oleh prasangka dan opini personal. Menurut McQuail (1992), seperti dikutip oleh Siregar dkk, (2014) menguraikan beberapa indikator penting untuk melihat persoalan independensi (objektivitas) dan netralitas, dalam pemberitaan media massa diantaranya: ada tidaknya opini, unsur personalisasi, sensasionalisme, *stereotype*, atau *linkage*, dan akurasi dalam pemberitaan.

1. Unsur personalisasi dalam pemberitaan diartikan sebagai pandangan yang melihat pemilik atau aktor politik sebagai aktor utama/penting atau tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa. Personalisasi dapat dilacak dengan melihat ada tidaknya klaim peran yang berlebih-lebihan baik bernada positif maupun negatif terkait dengan pemilik atau aktor politik. Unsur personalisasi merupakan salah satu unsur penting (selain sensasionalisme, *stereotype* dan *linkage*) dalam menilai netralitas pemberitaan media memiliki arti penting yang senada dengan keseimbangan namun lebih menekankan pada bagaimana informasi dipresentasikan.
2. Sensasionalisme diukur berdasarkan ada atau tidaknya emosionalisme. Emosionalisme dapat diartikan sebagai

penonjolan aspek emosi (suka, benci, sedih, gembira, marah, dan sebagainya) dibandingkan dengan aspek logis rasional dalam penyajian sebuah berita. Walaupun penggunaan sensasionalisme dapat ‘menghidupkan” sebuah berita, aspek netralitas dan objektivitas dalam pemberitaan menuntut sebuah penyajian yang dingin dan terkendali. Dramatisasi diartikan sebagai bentuk penyajian atau penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis bagi pembacanya. Seperti halnya aspek emosionalisme, aspek dramatis dapat membantu pembaca untuk lebih “mengalami” secara langsung peristiwa yang disajikan. Akan tetapi, objektivitas pemberitaan menuntut sebuah penyajian berita yang hati-hati dan mengambil jarak dengan fakta yang dilaporkan. Disamping itu, oleh karena dramatisasi (termasuk dimensi-dimensi netralitas lainnya) lebih berkaitan aspek presentasi suatu berita, maka dramatisasi juga dilihat dari penempatan sudut pandang berita.

3. Kemudian *stereotype* merupakan pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok atau bangsa tertentu dalam penyajian sebuah berita. *Stereotype* dapat menjadikan individu kelompok, atau bangsa tertentu dalam berita sering dipersepsi dan diperlakukan sesuai dengan atribut yang mereka miliki. Atribut tersebut mungkin memiliki asosiasi yang positif atau negatif, tetapi yang jelas tidak pernah bersifat netral sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Penggunaan *stereotype*, baik yang bermakna positif maupun negatif dalam penyajian sebuah berita dapat mengundang tuduhan keberpihakan wartawan atau media terhadap salah satu kelompok yang ada dalam masyarakat. Menurut Rahayu (2006:76) mengemukakan *stereotype* lumrah terjadi dalam pemberitaan, tetapi bukan berarti diperbolehkan. Biasanya, *stereotype* terjadi bila jurnalis mengabaikan kondisi sosiokultural masyarakat.

4. *Juxtaposition* dapat diartikan menyandingkan dua hal yang berbeda. *Juxtaposition* digunakan oleh wartawan untuk menyandingkan dua fakta yang berbeda dengan maksud untuk menimbulkan efek kontras yang pada akhirnya menambahkan efek dramatis berita yang disampaikan. Dengan demikian *juxtaposition* dapat mengubah atau menggeser pemaknaan dua fakta yang sebenarnya tidak saling berhubungan menjadi sama (berhubungan) secara kontras. Contohnya wartawan memberitakan tokoh politik tertentu dengan meninggikan kebajikannya, kekayaannya, kecerdasannya dan sebagainya.
5. *Linkages* adalah menyandingkan dua fakta yang berlainan dengan maksud untuk menimbulkan efek asosiatif. Media sering menghubungkan beberapa hal baik itu aspek yang berbeda dari suatu peristiwa, cerita yang berbeda dari halaman atau media yang sama; atau aktor yang berbeda berhubungan dengan peristiwa yang sama, dsb. Ini bertujuan untuk membangun sebuah kesatuan atau keragaman atau bisa juga untuk membangun *mood* tertentu. Wartawan menggunakan *linkages* untuk menghubungkan dua fakta yang sebenarnya berbeda sehingga kedua fakta tersebut dianggap memiliki hubungan sebab akibat. Dalam kajian ini antara *Juxtaposition* dan *linkages* tidak dipisahkan karena keduanya menggunakan tehnik yang sama dalam melahirkan kesan asosiatif-berhubungan.
6. Akurasi disini dikaitkan dengan narasumber berita. Narasumber seharusnya memiliki kaitan dengan tema berita, misalnya orang yang tahu/mengalami suatu peristiwa, seorang yang ahli/*expert* dan bukan karena berafiliasi dengan partai politik atau pendukung Capres/Cawapres dijadikan narasumber. Kriteria ini penting karena narasumber memegang peran penting dalam memberikan informasi. Keahlian atau pengalaman menyangkut isu atau kejadian membuat penjelasan dan kesaksian yang mereka berikan memiliki nilai akurasi yang tinggi. Dalam pemberitaan, mengukur akurasi juga terkait

dengan ketepatan dalam menulis sumber, penggunaan bahasa, penyajian data, penjelasan/keterangan dan sebagainya. Menurut Rahayu (2006:44) akurasi memiliki arti penting karena mencerminkan tiga hal. Pertama, akurasi dapat menunjukkan kualitas sebuah berita. Kedua, akurasi sangat penting bagi subjek berita yang mana reputasi dan kepentingannya dipertaruhkan oleh pemberitaan. Ketiga, akurasi juga penting bagi surat kabar yang bersangkutan karena berkaitan dengan kredibilitas surat kabar tersebut di mata pembacanya. Dalam kajian ini, akurasi hanya dikaitkan dengan narasumber karena didalam berita politik persoalan ini menjadi penting.

BAB V

GAMBARAN UMUM

KORAN MEDIA INDONESIA

A. Sejarah Singkat Surat kabar harian Media Indonesia

Surat kabar harian Media Indonesia merupakan surat kabar harian nasional yang terbit di Jakarta. Surat kabar harian Media Indonesia terbit sejak 19 Januari 1970 dan tergabung dalam Media grup bersama dengan Metro TV. Surat kabar harian Media Indonesia mendapatkan surat izin terbit dengan nomor 0856/SK/Dir/PK/SIT 1969. Sejak berdirinya pertama kali Surat kabar harian Media Indonesia hanya terdiri dari empat halaman dengan tiras yang masih terbatas. Kantor pertamanya saat itu beralamat di Jalan Letnan Jenderal MT Haryono, Jakarta, dengan lembaga yang menerbitkan ialah Yayasan Warta Indonesia.

Pada awal tahun penerbitannya Surat kabar harian Media Indonesia bukanlah sebuah harian umum politik dan bisnis tapi, Surat kabar harian Media Indonesia merupakan sebuah koran harian umum yang orientasi dari isi pemberitaannya lebih condong kepada pemberitaan mengenai hiburan. Misalnya cerita kehidupan para artis dan lain sebagainya. Pada saat itu Surat kabar harian Media Indonesia disebut sebagai koran kuning, yaitu sebuah koran yang penuh dengan cerita gosip.

Dalam rangka untuk memajukan penerbitan Surat kabar harian Media Indonesia, ketua Badan Yayasan dari penerbit surat kabar harian Media Indonesia mencoba untuk melakukan pembenahan disegala bidang untuk meningkatkan mutu sebuah pemberitaan yaitu dengan cara menambah jumlah halamannya, yang sejak awal penerbitannya 4 (empat) halaman menjadi 8 (delapan) halaman.

Perkembangan Surat kabar harian Media Indonesia terlihat enam tahun sejak terbit pertama kalinya yaitu pada tahun 1976, yang mana Surat kabar harian Media Indonesia

berkembang menjadi delapan halaman. Dan pada tahun yang sama juga, surat kabar harian Media Indonesia sudah memperoleh surat izin usaha penerbitan pers (SIUPP) yang mana semulanya hanya surat izin pers.

Pada 1987, pendiri Surat kabar harian Media Indonesia Teuku Yousli Syah bekerja sama dengan Surya Paloh, mantan pemimpin surat kabar Prioritas. Hasil dari kerja sama tersebutberlangsung lahirlah Surat kabar harian Media Indonesia dengan manajemen baru di bawah PT Citra Media Nusa Purnama. Dengan manajemen yang baru tersebut Surya Paloh menjabat sebagai direktur utama dari Surat kabar harian Media Indonesia dan sang pendiri Teuku Yousli Syah sebagai pemimpin umum. Dengan begitu lokasi kantor juga pindah ke Jalan Gondangdia Lama No 46, Jakarta.

Surat kabar harian Media Indonesia mulai pindah kantor pada awal tahun 1995, di kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Mas Raya Kav A-D, Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat, dan bertahan hingga saat ini. Di kantor baru tersebut, segala yang berhubungan dengan sirkulasi, iklan, redaksi, usaha, percetakan, pusat dokumentasi, perpustakaan, dan distribusi serta fasilitas penunjang karyawan. Pergantian kepemimpinan, baik di bagian redaksi maupun usaha, terjadi seiring berjalannya waktu. Sejarah panjang dari Surat kabar harian Media Indonesia tersebut dengan tagline “Jujur Bersuara” Surat kabar harian Media Indonesia terus berupaya menampilkan berita-berita aktual untuk memenuhi kebutuhan informasi para pembacanya. Visi untuk membangun sebuah harian independen serta menatap hari esok yang lebih baik tetap tidak berubah.

B. Visi Misi Surat kabar harian Media Indonesia

Surat kabar harian Media Indonesia yang lahir tahun 1970, memiliki visi dan misi yang hingga sekarang terus menjadi sebuah acuan dalam setiap menggali dan mengungkapkan berita untuk disampaikan kepada

masyarakat, adapun visi misi tersebut adalah sebagai berikut (Nurhasanah, 2011)

1. Visi Surat kabar harian Media Indonesia

Visi Surat kabar harian Media Indonesia yaitu menjadi surat kabar independen yang inovatif, lugas, terpercaya dan paling berpengaruh. Beberapa uraian visi Surat kabar harian Media Indonesia tersebut sebagai berikut.

- a. Independen berarti menjaga sikap nonpartisan; dimana karyawan tidak menjadi pengurus partai politik; menolak segala bentuk pemberian yang dapat mempengaruhi objektivitas dan mempunyai keberanian bersikap beda.
- b. Terpercaya yaitu selalu melakukan chek dan recheck; meliputi berita dari dua pihak dan seimbang; serta melakukan investigasi dan pendalaman.
- c. Lugas yaitu selalu menggunakan bahasa yang terang dan langsung
- d. Inovatif Yaitu terus menerus menyempurnakan dan mengembangkan kemampuan teknologi dan sumber daya manusia; serta secara terus menerus mengembangkan rubrik, halaman dan penyempurnaan perwajahan pada koran.
- e. Paling berpengaruh yaitu dibaca oleh para pengambil keputusan; memiliki kualitas editorial yang dapat mempengaruhi pengambil keputusan; mampu membangun kemampuan antisipatif; mampu membangun network narasumber dan memiliki pemasaran atau distribusi yang andal.

2. Misi Surat kabar harian Media Indonesia

Adapun misi dari surat kabar Surat kabar harian Media Indonesia adalah sebagai berikut:

- a. Menyajikan informasi terpercaya secara nasional dan regional serta berpengaruh bagi pengambil keputusan
- b. Mempertajam isi yang relevan untuk pengembangan pasar

- c. Membangun sumber daya manusia dan manajemen yang profesional dan unggul, mampu mengembangkan perusahaan penerbitan yang sehat dan menguntungkan

C. Struktur Organisasi Surat kabar harian Media Indonesia

Struktur organisasi Surat kabar harian Media Indonesia berdasarkan tingkatan jabatan dan tugas dari orang-orang yang menjabat didalamnya. Adanya struktur organisasi, menunjukkan keterorganisasian suatu lembaga pers. Sehingga masing-masing badan dalam organisasi tersebut dapat berkerja secara optimal demi eksistensi dari lembaga atau perusahaan tersebut. Berikut adalah struktur organisasi surat kabar Surat kabar harian Media Indonesia saat ini yaitu:

Tabel 1.

Struktur organisasi Surat kabar harian Media Indonesia

Pendiri	Drs.H. Teuku Yousli Syah MSi (Alm)
Dierktur utama	Lestari Moerdijat
Dierktur pemberitaan	Usman Kansong (Nonaktif)
Dirktur Pengembangan Bisnis	Shanty Nurpatria
Direktur Keuangan dan Admistrasi	Firdaus Dayat
Dewan Redaksi Media Grup	Abdul Kohar, Bambang Eka Wijaya, Djadjat Sudradjat, Don Bosco Selamun, Elman Saragih, Gaudensius Suhardi, Iskandar Zulkarnain, Kania Sutisnawinata, Lestari Moerdijat, Muhammad Mirdal Akib, Rahni Lowhur Schad, Saur Hutabarat (Ketua), Suryopratomo, Usman Kansong (Nonaktif)
Redaktur senior	
Deputi Redaktur Pemberitaan	Gaudens Suhardi
Kepala Divisi Pemberitaan	Teguh Nirwahyudi
Kepala Divisi Content Enrichment	Ade Alawi
Kepala Divisi Artistik dan Foto	Hariyanto
Asisten Kepala Divisi	Ahmad Punto, Haryo Prasetyo, Jaka

Pemberitaan	Budisantosa, Ono Sarwono, Rosmery C. Sihombing, Sabam Sinaga, Victor JP Nababan
Kepala Sekretariat Redaksi	Sadyo Kristiarto
Redaktur	Adiyanto, Agus Mulyawan, Agus Triwibowo, Agus Wahyu Kristianto, Aries Wijaksana, Bintang Krisanti, Cri Qanon Ria Dewi, Eko Rahmawanto, Eko Suprihatno, Henri Salomo, Heryadi, Ida Farida, Iis Zatnika, Irana Shalindra, M. Soleh, Mathias S. Brahmama, Mirza Andreas, Patna Budi Utami, Raja Suhud V.H.M, Soelistijono, Sitria Hamid, Widhoroso, Windy Dyah Indriantari

Sumber Surat kabar harian Media Indonesia

D. Logo Surat Kabar Harian Media Indonesia

Sebagai perusahaan media, Surat kabar harian Media Indonesia memiliki logo yang menjadi identitas perusahaannya. Identitas tersebut, dibuat dan disesuaikan dengan cita-cita Surat kabar harian Media Indonesia sebagai media nasional yang berbasis di Jakarta. Adapun yang menjadi warna dari logo Surat kabar harian Media Indonesia yaitu warna merah dan warna hitam. Kedua warna tersebut adalah representasi dari Surat kabar harian Media Indonesia yang mengedepankan surat kabar independen yang inovatif, lugas, terpercaya dan paling berpengaruh.



BAB VI

INDEPENDENSI KORAN MEDIA INDONESIA

A. Unsur Personalisasi

Menurut McQuail (1992) dalam (Siregar dkk, 2014) Unsur personalisasi dalam pemberitaan diartikan sebagai pandangan yang melihat pemilik atau aktor politik sebagai aktor utama/penting atau tunggal yang paling berpengaruh dalam sebuah peristiwa. Personalisasi dapat dilacak dengan melihat ada tidaknya klaim peran yang berlebih-lebihan baik bernada positif maupun negatif terkait dengan pemilik atau aktor politik. Unsur personalisasi merupakan salah satu unsur penting selain sensasionalisme, *stereotype* dan linkage) dalam menilai netralitas pemberitaan (media). Netralitas memiliki arti penting yang senada dengan keseimbangan namun lebih menekankan pada bagaimana informasi dipresentasikan. Personalisasi muncul ketika media melalui jurnalisnya secara tidak sengaja ataupun sengaja terlalu menonjolkan *person* dibandingkan peristiwanya. McQuail berpandangan, bahwa unsur personalisasi ini menyebabkan minimnya keberagaman, kebenaran dan kualitas informasi dan berimplikasi pada pembatasan pengetahuan masyarakat tentang peristiwa sebenarnya (kondisi objektif).

Proses dimensi personalisasi dalam pemberitaan tentang debat Capres dari satu narasumber kerap menghiasi dalam Surat kabar harian Media Indonesia . Unsur personalisasi tersebut ditunjukkan pada pasangan calon presiden nomor urut 01, Jokowi-Amin dengan nada pemberitaan berupa pujian dan cenderung positif. Sementara itu unsur personalisasi yang menyangkut aktor politik lain, dalam hal ini adalah pasangan calon presiden nomor urut 01, Prabowo Subianto cenderung netral bahkan juga negatif.

Penonjolan porsi kemunculan berita pasangan calon presiden/wakil presiden nomor urut 01 (satu) memperlihatkan surat kabar harian Media Indonesia berupaya untuk mengangkat popularitas Jokowi-Amin dengan nada pemberitaan yang positif. Disisi lain dipergunakan untuk menenggelamkan pasangan calon presiden nomor urut 02, Prabowo-Sandi. Pemberitaan tersebut diharapkan akan mengalami peningkatan popularitas pasangan calon Jokowi-Amin, sedangkan Prabowo-Sandi diharapkan akan mengalami penurunan. Kecendrungan tersebut mengisyaratkan bahwa pemilik media berupaya untuk memanfaatkan media untuk melakukan strategi pragmatis dalam mengekspresikan kepentingan afiliasi politiknya, serta membangun citra politik pasangan calon Jokowi-Amin menjelang Pemilihan Umum Presiden 2019.. Bahwa dalam kaitan dengan intervensi pemilik media jelas menghancurkan independensi jurnalis dan pekerja media, atau setidaknya mengurangi independensi media tersebut. Menurut Puji dkk dalam (Poentarie, 2015) menjelaskan mengabaikan independensi dan netralitas jurnalisme akan mengganggu kredibilitas. Penurunan kredibilitas akan membuat publik atau khalayak kehilangan kepercayaan. Cuplikan berita debat capres tersebut menunjukkan unsur personalisasi yang dapat diartikan sebagai pandangan yang mereduksi peristiwa pada individu (*person*). Personalisasi yang dibangun melalui media massa juga dapat mengarah pada kultus individu (anggapan bahwa seseorang memiliki kelebihan supramanusia tertentu) (Rahayu, 2006:25).

Sementara itu surat kabar harian Media Indonesia memberi porsi kemunculan berita terkait unsur personalisasi dalam debat capres sebanyak 71,5% . Berita-berita yang diteliti tersebut terdapat 20 berita dari 28 pemberitaan yang berhubungan dengan debat ccapres. Beberapa judul berita dari debat pertama sampai debat kelima calon presiden tersebut berita yang mengadung unsur personalisasi dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 2.

Sampel judul berita Surat kabar harian Media Indonesia

No	Klasifikasi Debat	Judul Berita yang Mengandung Unsur Personalisasi
01	Debat Pertama	Adu Pikat Jelang Debat Perdana, Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi, Jokowi-Amin Stabil Prabowo Sandi Turun, Jokowi akan Jawab Harapan Aksi Kamisan, Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid, Data Tentukan Kualitas Debat, Jokowi Lebih Konkret
02	Debat Kedua	Visi Lingkungan Jokowi Konkret, Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks, Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata, Jokowi Kian Meyakinkan
03	Debat Ketiga	Ma'ruf Amin Maksimalkan Durasi Debat, Performa Cawapres Pengaruhi Elektabilitas, Ma'ruf Amin Lampau Ekspektasi, Maruf Amin Sebut Infrastruktur Langit
04	Debat Keempat	Jokowi Siap Ladani Prabowo Soal Global, Adu Amunisi di Debat Keempat, Jokowi Memilih Berkerja di Istana, Rasional Vs Emosional
05	Debat Kelima	Jokowi mantapkan Ekonomi Prabowo Salahkan Masa Lalu

Sumber: Olahan peneliti, 2019

Tabel 3.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 16 Januari 2019

No	Judul berita	Unsur personalisasi
01	Adu Pikat Jelang Debat Perdana	Sebelumnya, Capres petahana Jokowi menerima dukungan dari ribuan alumnus Universitas Indonesia di Plaza Tenggara Gelora Bung Karno Jakarta, Sabtu, (12/1). Dalam kesempatan itu Jokowi menegaskan bahwa Indonesia tidak akan pernah bubar”

Dalam berita berjudul “Adu Pikat Jelang Debat Perdana menggambarkan Jokowi-Amin” sebagai tokoh penting dalam peristiwa. Bahwa pasangan calon presiden nomor urut 01, Jokowi-Amin mendapatkan dukungan dari alumni universitas Indonesia - hingga menegaskan Indonesia tidak akan bubar. Surat kabar harian Media Indonesia mereduksi tokoh Jokowi-Amin dengan nada pemberitaan positif dalam peristiwa. Dukungan “alumni Universitas Indonesia” memperlihatkan bahwa Jokowi di dukung oleh orang-orang berpendidikan. Bahwa bukan hanya Prabowo saja yang didukung oleh kaum berpendidikan. Sebab pada survei yang dilakukan oleh Kompas menuturkan bahwa Jokowi masih unggul dikalangan pemilih berpendidikan dasar ketimbang pemilih Prabowo Subianto yang berpendidikan tinggi.

Kutipan pemberitaan diatas memperlihatkan bahwa Surat kabar harian Media Indonesia berupaya untuk mengafirmasi bahwa Jokowi selain di dukung oleh orang-orang yang berpendidikan rendah juga di dukung oleh berpendidikan tinggi. Dengan begitu Jokowi didukung akan mendapatkan legitimasi dari orang-orang yang berpendidikan tinggi. Berpendidikan tinggi sebagai sebuah kemampuan yang bersifat akademik dan bersifat professional. Term tersebut memperlihatkan bahwa mereka sebagai alumni mendapatkan tempat terpandang pada kehidupan sosial masyarakat.

Walaupun dalam pemberitaan tersebut tidak ada koherensi antara penjelasan mengenai judul berita terkait dengan situasi dalam persiapan debat, dan Surat kabar harian Media Indonesia menyambungkan situasi yang lain dengan menerima dukungan dari alumni Universitas Indonesia beberapa hari sebelumnya, ketimbang penjelasan bagaimana persiapan untuk melihat siapa yang lebih menarik dari kedua pasangan calon ketika saat debat pertama. Hal lain adalah soal pernyataan dari Jokowi terkait “Indonesia tidak akan bubar” sebagai sebuah bahasa simbolik dari Jokowi – Media Indonesia berupaya mengakomodasi pernyataan tersebut untuk membantah dari pernyataan Prabowo saat pidato kebangsaan tentang Indonesia akan bubar pada 2030.

Sementara itu masih dalam debat pertama Jokowi-Amin tampil terlalu keras dan jauh dari presepsi publik. Hal tersebut karena Jokowi menyerang pribadi Prabowo saat menyinggung posisinya sebagai ketua Umum Partai Gerindra yang menyetujuinya mantan calon legislatif narapidana koruptor. Bahwa Jokowi menanyakan komitmen partai gerindra tentang penanganan kasus korupsi dengan merujuk data ICW terkait calon narapidana korupsi. Namun, pada data yang sama salah satu partai yang mendukung Jokowi-Amin juga merupakan mendukung beberapa calon yang menjadi narapidana kasus korupsi yaitu partai golkar sebanyak tujuh orang. Partai tersebut mencalonkan kadernya untuk mendapatkan bangku wakil rakyat periode 2019-2024. Pada data yang sama tersebut berbanding terbalik dengan pertanyaan dari Jokowi terkait jumlah calon narapidana kasus korupsi dari partai Gerindra yang sebanyak enam orang. Kedua fakta diatas memperlihatkan bahwa kedua pasangan calon presiden sama saja dalam hal isu korupsi dan gagal menyampaikan segala fakta yang ada ketika dalam debat calon presiden berlangsung.

Tabel 4.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia pada tanggal
16 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul berita	Unsur personalisasi
02	16 Januari 2019	Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi	Berbicara membangun ekonomi rakyat bagaimana menegakan kedaulatan ekonomi Indonesia, saya pikir itu kerja-kerja yang sudah pak Jokowi lakukan,"ujarnya

Berita "Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi" adalah sebuah konteks pemberitaan dari Surat kabar harian Media Indonesia yang berusaha menjawab pernyataan Prabowo saat pidato kebangsaan. Bahwa semua yang dikemukakan oleh Prabowo sudah dieksekusikan oleh Jokowi dalam memimpin empat tahun sebelumnya terutama dalam hal substansinya.

Kutipan berita diatas mengandung unsur personalisasi dengan klaim yang berlebihan atas pencapaian Jokowi dalam pemerintahanya. Penulis (wartawan) menuliskan kalimat berupa pujian kepada Jokowi-Amin dengan mengutip pernyataan salah satu tim kampanye pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin. Penulis (wartwan) tanpa mempertanyakan kembali hal semacam apa yang sudah dieksekusikan oleh pemerintah Jokowi. Bahkan tidak ada nada berupa kritikan yang dituju kepada pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-amin dalam persitiwa pemberitaan tersebut, terutama soal pembangunan berbasiskan ekonomi rakyat. Untuk mengkomparasi dari klaim yang dituliskan oleh wartawan diatas, pada anaalisis ini mengupayakan untuk mencari fakta-fakta dan menelaah tentang klaim data dalam kutipan berita Surat kabar harian Media Indonesia tentang

ekonomi yang berbasikan rakyat dalam pemerintahan Jokowi sebelumnya. Bahwa faktanya adalah masih menyisakan masalah yang terjadi dalam masa pemerintahanya. Masalah tersebut berupa alpnya pemerintah (Jokowi) dengan kasus sengketa agraria, misalnya pembangunan Bandara Kulon Progo di Yogyakarta.

Fakta yang lain adalah, dari data konsorsium Pembaruan Agraria, tercatat mengalami kenaikan setiap tahun dan hanya terjadi penurunan pada tahun 2018 yang juga penurunanya tidak jauh berbeda dengan tahun 2014. Bahwa ada sebanyak 215 konflik agraria pada 2014, 450 kasus pada 2016, 659 kasus pada 2017, dan 410 kasus pada 2018. Hal lain adalah Surat kabar harian Media Indonesia tidak menerangkan lebih jauh bagaimana pidato kebangsaanya - maksudnya adalah isi dari substansi penyampaian pidato Prabowo tersebut. Bahwa dalam konteks ekonomi kerakyatan masalah yang timbul, misalnya tentang janji kampanye Jokowi untuk memberikan pertumbuhan PDB sebesar 7% per tahun pada akhir masa jabatan pertamanya. Namun, realisasinya hanya sekitar 5% sejak Jokowi-Jusuf kalla menjabat, SDM tenaga kerja Indonesia yang tidak memiliki kualifikasi yang baik. Hal ini dikeluhkan oleh pebisnis tentang kurangnya pekerja Indonesia yang terampil. Selain dari dua poin sebelumnya, bahwa Jokowi fokus menyelesaikan pembangunan yang mangkrak dari pemerintahan sebelumnya dan membangun proyek baru. Namun, dalam anggaran tahun Jokowi telah berubah arah. Anggaran modal justru menurun dan digantikan dengan belanja subsidi. Selanjutnya adalah regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah tidak tegas.

Tabel 5.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
03	17 Januari 2019	Jokowi-Amin Stabil Prabowo Sandi Turun	Sebelumnya, pada hasil survei Indikator Politik Indonesia yang dirilis Selasa (8/1), elektabilitas Jokowi-Amin unggul atas Prabowo-Sandi. Menurut survei yang dilakukan 16-26 Desember 2018 itu, tingkat elektabilitas Jokowi-Amin mencapai 54,9% sedangkan Prabowo-Sandi sebesar 34,5%. Dengan hasil itu, selisih kedua pasangan terpaut 20%, yang merupakan keunggulan telak Jokowi-Amin”

Masih dalam debat pertama, bahwa unsur personalisasi juga ditunjukkan dalam pemberitaan yang berjudul “Jokowi-Amin Stabil Prabowo Sandi Turun” bahwa dalam nada pemberitaan tersebut melihat keunggulan Jokowi-Amin sebagai sesuatu yang penting dengan mengutip hasil publikasi beberapa lembaga survei. Bahwa penonjolan aspek personalisasi terlihat dalam penguasaan kalimat “keunggulan telak Jokowi-Amin” untuk menggambarkan kemampuan dan kecakapan dipilih oleh masyarakat lebih tinggi dari pada pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi.

Berita yang dimuat tanggal 17 Januari 2019 ini terlihat jelas dalam mendukung kemenangan Jokowi-Amin. Surat kabar harian Media Indonesia memberikan porsi besar dalam memberikan pemaparan hasil survei, yang notabene adalah jajak pendapat berdasar suara publik, untuk memantapkan

masyarakat dalam memilih Jokowi-Amin. Hasil survei dipaparkan secara rinci dengan pembandingan data survei sebelumnya. Tulisan hasil survei yang dimuat di Surat kabar harian Media Indonesia tersebut tidak disertai tanggapan dari kubu Prabowo. Padahal, ketika hal itu menjadi survei publik, kubu Prabowo-Sandi pun layak untuk dimintai keterangan dan mengomentari hasil survei hingga mendapatkan porsi pemberitaan. Meskipun hal yang sama juga berlaku pada pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin yang tidak mendapat atau mengomentari hasil survei tersebut. Secara tersirat, berita ini ingin menekankan bahwa Jokowi-Amin merupakan pemimpin yang punya kemampuan dan kecakapan untuk dipilih pada pemilihan presiden kali ini. Masyarakat dalam konteks ini, seyogianya menggunakan hasil survei tersebut untuk dijadikan pijakan dalam menentukan pilihan presiden.

Selain kutipan berita di atas telah diuraikan bahwa unsur personalisasi juga terdapat kalimat yang berupa pujian kepada Jokowi sebagai pasangan calon presiden karena tingkat elektabilitas unggul telak atas Prabowo Subianto. Penonjolan aspek personalisasi dapat dilihat pada frasa “keunggulan telak Jokowi-Amin”. Diksi “unggul” memperlihatkan bahwa pasangan calon nomor urut 01, Jokowi dalam tingkat kemampuan atau kecakapan untuk dipilih oleh masyarakat lebih tinggi dari pada pasangan calon nomor urut 02, Prabowo Subianto. Data dari berita tersebut mengutip hasil publikasi dari beberapa lembaga survei.

Tabel 6.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia pada tanggal 17
Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
04	17 Januari 2019	Jokowi akan Jawab Harapan Aksi Kamisan	Capres nomor urut 01 mengatakan bersiap datang dan menjawab seluruh pertanyaan dengan data-data yang telah disiapkan. Mengingat tema debat Capres putaran pertama terkait masalah hukum, HAM, korupsi, dan terorisme. Ia mengaku siap dengan berbagai pertanyaan yang akan disampaikan”

Sementara itu berita yang lain juga dengan judul “Jokowi akan Jawab Harapan Aksi Kamisan” mengandung unsur personalisasi. Bahwa wartawan berupaya untuk mengeser pemaknaan sehingga terlihat bentuk pujian sebagai sesuatu kecondongan media dengan tujuan tertentu didalam satu peristiwa yang diberitakan, seperti halnya dalam kutipan berita diatas.

Petikan berita diatas mereduksi persoalan yang kompleks dengan memberi penjelasan yaitu Jokowi siap untuk datang menjawab seluruh pertanyaan terkait tema debat dengan data yang ada. kutipan berita tersebut menggambarkan sosok Jokowi dengan citra positif. Bahwa pemberitaan tersebut meniadakan aspek substansi dari masalah karena tidak menguraikan bagaimana data-data yang disiapkan oleh Jokowi terhadap isu pelanggaran hak asasi manusia yang sampai sekarang belum selesai. Surat kabar harian Media Indonesia melalui jurnalisnya menuliskan bahwa Jokowi telah melakukan

persiapan untuk menjawab berbagai persoalan yang menyangkut tema debat.

Tabel 7.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
05	17 Januari 2019	Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid	“Lebih lanjut, Karding menyatakan konten debat sudah siap. Ma’ruf mempunyai tradisi bernama Batshul Masail, yaitu salah satu forum diskusi keagamaan dalam organisasi NU untuk merespon dan memberikan soslusi atas problematik aktual yang muncul dalam kehidupan masyarakat. Nah, tradisi ini menurut kami, dari sisi kesiapan mental debat tidak perlu diragukan. Hanya saja memang butuh adaptasi terhadap waktu yang disiapkan KPU

Pada pemberitaan yang berjudul “Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid” unusr personalisasi dengan memperlihatkan bahwa Jokowi-Amin tokoh utama dengan memberitakan nada positif dan pujian. Bahwa Jokowi-Amin melakukan persiapan debat dengan melatih bagaimana menyampaikan kalimat dengan teratur dan bisa beradaptasi dengan waktu, juga untuk mengetahui tata letak, jarak dan posisi duduk audiensi saat debat berlangsung. Kutipan berita

di atas menjelaskan bahwa Ma'rif Amin tidak ada masalah dalam persiapan debat, sebab ia telah lama berada dalam tradisi berdebat untuk menjawab persoalan aktual yang dihadapi masyarakat. Meskipun debat dalam tradisi keagamaan merupakan suatu hal yang berbeda dengan debat pemilihan presiden karena dalam debat keagamaan barangkali meniscayakan keterampilan berargumentasi yang memenuhi kaidah logika serta dipakai untuk menemukan kebenaran atau minimal yang benar atas sebuah masalah, selain itu dalam debat tradisi keagamaan masih menguatnya budaya sopan santun yang menghargai sesepuh.

Selanjutnya dalam tradisi Bahtsul Masail adalah suatu forum diskusi yang berorientasi pada ilmu-ilmu Islam terutama Fiqh dilingkungan pesantren yang berafiliasi dengan Nahdatul Ulama. Prinsipnya adalah tradisi tersebut menyingkap berbagai persoalan keagamaan yang belum ada hukumnya. Sementara debat capres adalah menguraikan beberapa persoalan pokok mengenai kebijakan yang paling baik untuk masa depan bangsa dalam lima tahun. Tentu saja debat capres juga merupakan hal yang politis. Unsur personalisasi terdapat pada frasa "sisi kesiapan mental tidak perlu diragukan" yang berarti bahwa Ma'rif Amin sudah melampaui dari urusan psikologis dalam menjelang debat. Yang ia perlukan hanya beradaptasi dengan aturan teknis dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Kesiapan mental tersebut karena Ma'rif Amin sudah sering diskusi keagamaan di organisasi Nahdatul Ulama

Tabel 8.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
06	17 Januari 2019	Data Tentukan Kualitas Debat	Jokowi mengaku siap mengikuti debat dengan sejumlah data yang akan disajikan "kalau ngomong"

			mestinya dengan data dan fakta, dan yang paling penting rencana kedepan seperti apa” ujarnya di Sentul Jawa Barat, kemarin
--	--	--	--

Masih debat pertama dengan berita yang berjudul “Data Tentukan Kualitas Debat” menjelaskan bahwa unsur personalisasi dari berita di atas ditunjukkan melalui tokoh pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin dengan nada pemberitaan positif dengan klaim peran yang berlebihan-lebihan juga sebagai aktor utama dan penting. Diksi “siap” mengartikan bahwa Jokowi sudah bersedia untuk mengikuti debat. Surat kabar harian Media Indonesia juga menuliskan bahwa dalam debat mesti harus menyampaikan ide dan gagasan dengan data maupun fakta yang paling penting adalah rencana kedepan. Kutipan berita diatas memperlihatkan bahwa Surat kabar harian Media Indonesia memberikan citra positif sehingga akan membawa dampak yang menguntungkan bagi pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin.

Tabel 9.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
07	18 Januari 2019	Jokowi Lebih Konkret	Pasangan nomor urut 01 Joko Widodo-Ma’ruf Amin dinilai lebih konkret jika dibandingkan dengan pasangan nomor urut 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dalam debat perdana Capres-cawapres yang berlangsung di Hotel Bidakara,

			tadi malam. Pasangan Jokowi-Amin juga dinilai menyodorkan gagasan terkait dengan penanganan berbagai persoalan hukum yang masih terjadi.
--	--	--	--

Pada berita 18 Januari 2019 dengan judul “Jokowi Lebih Konkret”, misalnya memperlihatkan adanya disparitas gagasan terkait penanganan permasalahan hukum, terorisme dan korupsi. Surat kabar harian Media Indonesia cenderung berlebihan untuk menggambarkan ide dan gagasan dari pasangan calon nomor urut 01, Jokowi Amin. Bahwa Surat kabar harian Media Indonesia mereduksi tokoh Jokowi-amin dengan memperlihatkan gagasan Jokowi-Amin lebih konkret ketimbang Prabowo Sandi. Bahkan cenderung konklusif. Berbanding terbalik dengan kutipan dalam pemberitaan diatas, Jokowi-Amin masih menyisakan kekuarangan, misalnya pada isu korupsi kedua pasangan tidak jauh berbeda visi-misinya. Kedua pasangan calon presiden tidak terlihat komitmen untuk memberantas korupsi. Mereka sama-sama menawarkan janji untuk memperkuat aparat penegak hukum melalui sinergi antara lembaga maupun peningkatan kualitas hidup aparaturnya.

Pendekatan Jokowi dalam meningkatkan sinergi lembaga penegak hukum terutama dalam konteks pemberantasan korupsi tidak ada hal yang baru. Dia menyampaikan hal yang sama pada pidato sidang tahunan Majelis Permusyawaratan Rakyat tahun 2017. Bagaimana bisa dikatakan konkret ketika misalnya dalam konteks pemberantasan korupsi terkait perlindungan dan keamanan dalam kerja-kerja pemberantasan kasus korupsi masih ada masalah terutama bagi pegawainya yang mendapatkan teror selama empat tahun terakhir. Bahkan sasaran terakhir adalah terjadi pada kedua pimpinan KPK.

Persoalan lain adalah bagaimana penyelesaian kasus penyerangan terhadap penyidik KPK Novel Baswedan yang sampai saat ini belum ada titik terangnya. Lalu bagaimana gagasan Jokowi dapat menjawab persoalan tersebut. Bahwa Surat kabar harian Media Indonesia rupanya tidak mengelaborasi lebih jauh terkait gagasan-gagasan Jokowi-Amin tentang penanganan berbagai persoalan hukum yang masih terjadi terutama dalam menjawab isu-isu korupsi diatas. Surat kabar harian Media Indonesia mereduksi persoalan yang kompleks dengan memperlihatkan gagasan Jokowi-Amin lebih baik.

Tabel 10.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Febuari 2019

No	Tanggal pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
08	17 Februari 2019	Visi Lingkungan Jokowi Konkret	Visi dan misi bidang lingkungan hidup dari paslon nomor 01 Joko Widodo-Ma'ruf Amin dinilai lebih konkret ketimbang pasangan calon 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Hal itu berkaca dari perbandingan dokumen visi dan misi kedua paslon yang disetorkan ke KPU.

Hal yang sama juga terjadi, bahwa unsur personalisasi juga ditunjukkan melalui berita yang berjudul "Visi Lingkungan Jokowi lebih Konkret" dan berita yang berjudul "Visi

Lingkungan Jokowi Konkret". Kedua judul berita diatas menjelaskan hal yang sama yaitu terkait visi misi lingkungan kedua pasangan calon. Dalam gagasan terkait visi misi lingkungan Jokowi-Amin lebih nyata dalam menjawab permasalahan lingkungan. Bahwa dalam kutipan berita diatas mengandung unsur personalisasi dengan Pemakaian diksi "lebih konkret" untuk menjelaskan misi lingkungan dari pasangan Jokowi-Ma'ruf. Kata "konkret" secara visi terlihat kontras menunjukkan unsur personalisasi dalam pemberitaan tersebut.

Surat kabar harian Media Indonesia dalam kasus berita tersebut mereduksi visi misi tanpa mengelaborasi lebih jauh. Faktanya dalam visi-misinya masih ada kekuarangan. Baik Jokowi-Amin maupun Prabowo-Sandi - secara visi misi tidak jauh berbeda. Hal tersebut terlihat dari kritikan berbagai pihak, salah satunya adalah datang dari (Nugraha dan Syahni:2019) di Mogabay.co.id sebuah situs tentang ilmu lingkungan yang populer dan berita konservai. Bahwa menurut mereka visi-misi Jokowi-Ma'ruf tidak lagi menyebutkan target tegas seperti Nawacita I, dalam penjabaran hutan dan lahan. Ada beberapa komitmen hilang, seperti penyediaan data sumber daya hutan secara de facto dan de jure, penyelesaian konflik kepemilikan hak pengelolaan dan tumpang tindih perizinan, dan pelestarian hutan serta perlindungan 20,63 juta hektar areal berhutan.

Tabel 11.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
09	17 Februari 2019	Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks	Cawapres Joko Widodo digadang-gadang lebih menguasai materi debat kedua yang berlangsung di

			<p>The Sultan Hotel & Residence Jakarta, malam nanti. Maklum dalam debat yang mengusung tema energi, pangan, infrastruktur, sumber daya alam, dan lingkungan hidup itu, Capres nomor urut 01 dinilai telah menjalankan kebijakan terkait seluruh materi debat kedua”</p>
--	--	--	--

Pada debat kedua calon presiden berita yang berjudul “Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks”. Pada kutipan berita tersebut mengandung unsur personalisasi. Bahwa dengan penggunaan diksi “menguasai” menunjukkan pasangan calon presiden nomor urut 01, Jokowi mampu menjawab dan menguraikan berbagai persoalan terkait topik debat kedua. Pada petikan berita tersebut Surat kabar harian Media Indonesia berikhtiar untuk memperlihatkan Jokowi sebagai subjek tunggal dalam penguasaan materi serta dapat menjawab segala persoalan. Sebab, menurut Surat kabar harian Media Indonesia Jokowi telah menjalankan seluruh materi debat kedua selama ia (Jokowi) memerintah. Kutipan berita tersebut sebagaimana terlihat di bawah ini

Tabel 12.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
10	18 Februari 2019	Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata	“Penguasaan materi oleh Jokowi dalam debat tadi malam tak perlu diragukan. Ma’ruf menyebut petahana sudah berkuat selama empat tahun membangun Indonesia

Pada berita edisi edisi 18 Februari 2019 “Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata” adalah sebuah berita yang menerangkan kompetensi calon Presiden nomor urut 01, Joko Widodo dalam debat, khususnya dibidang infrastruktur tak perlu diragukan. Dapat dicermati bahwa, penggunaan kalimat dalam kutipan peristiwa berita di atas menuunjukkan unsur personalisasi karena penonjolan tokoh dari pada peristiwanya. Jokowi dalam berita ini dicitrakan sebagai seorang pemimpin yang bisa mengidentifikasi persoalan yang terjadi dalam masyarakat Indonesia khususnya di bidang infrastruktur. Penjelasan tersebut terlihat dalam penggunaan kalimat “tak perlu diragukan” mengartikan bahwa Jokowi mempunyai kompetensi dalam menjawab masalah infrastruktur. Sebab Jokowi sudah berkuat dalam membangun Indonesia selama empat tahun sebelumnya. Kutipan berita tersebut melihat keberhasilan Jokowi sebagai bahan penting ketimbang aspek substansial pada peristiwanya.

Tabel 13.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
11	18 Februari 2019	Jokowi Kian Meyakinkan	Dari lima tema tersebut Capres petahana tampak lebih menguasai perdebatan yang bergulir dalam enam segmen ketimbang Capres oposisi. Jokowi menyampaikan fakta, data, dan solusi.

Selain itu pemberitaan dengan judul “Jokowi Kian Meyakinkan” bahwa dalam kutipanya mengandung unsur personalisasi. Personalisasi terlihat dengan penggunaan diksi “menguasai”. Diksi tersebut dimaknai bahwa Jokowi dalam debat dapat mengendalikan alur perdebatan karena setiap masalah yang diangkat dapat diuraikan dengan baik. Baik berita “Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks”, “Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata”, “Jokowi Kian Menyakinkan”, sama-sama memperlihatkan dengan memberitakan pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-amin berupa pujian dan klaim peran yang berlebihan dari penulis (Wartawan) dengan secara tidak sengaja atau sengaja yang terlalu menonjolkan person dibandingkan peristiwanya dengan maksud membentuk citra positif dalam masyarakat.

Tabel 14.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 16 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
12	16 Maret 2019	Ma'ruf Amin Maksimalkan Durasi Debat	saya kan bisa bicara panjang. Kalau debat, kan pakai menit-menit itu. Ya, itu saya harus belajar yang menit-menit itu," ujar Ma'ruf Amin di kediamannya, Jalan Situbondo, Jakarta Pusat, kemarin"

Pada berita yang lain, misalnya edisi 16 Maret 2019 berjudul ' "Ma'ruf Amin Maksimalkan Durasi Debat" bahwa isi dari keseluruhan berita di atas menjelaskan Ma'ruf Amin siap untuk menjalani debat ketiga pilpres 2019. Tidak narasumber lain yang memberikan komentar atau semacamnya. Berita tersebut memberikan prespektif terkait persiapan Ma'ruf Amin dalam hal belajar untuk memkasimalkan durasi debat karena ia tidak bisa dibatasi dengan waktu ketika berdebat masalah keagamaan. Kutipan berita di atas memperlihatkan dimensi penting dari tokoh Ma'ruf Amin yang mendominasi persitiwa. Baik itu kesiapan Ma'ruf maupun belajar untuk mengatur ritme waktu ketika saat debat berlangsung. Berita di atas menegaskan bahwa masalah memaksimalkan durasi debat mejadi masalah penting dari Ma'ruf Amin karena pada debat Capres dan Cawapres dibatasi dengan waktu. Hal yang berbeda ketika Ma'ruf sejak mejadi pemimpin keagamann dan tidak bisa dibatasi ketika berdebat. Bahwa kesiapan Ma'ruf Amin dalam mengatur ritme debat adalah hal urgen. Dengan begitu Surat kabar harian Media Indonesia mereduksi peristwa kedalam persoalan berupa pujian karena kelebihan yang dapat membuat

pembaca menjadi terkesan terhadap Ma'ruf Amin dalam debat tersebut.

Tabel 15.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
13	17 Maret 2019	Performa Cawapres Pengaruhi Elektabilitas	Menurut ketua DPD partai Golkar yang juga pendukung Jokowi-Amin, Muhamad Zainud Madji, Ma'ruf Amin telah menunjukkan rekam jejak yang mumpuni. Selain dikenal sebagai ulama karismatik Kiai Ma'ruf juga diakui sebagai tokoh ekonomi syariah yang telah berkhidmat untuk umat

Unsur personalisasi bisa dilihat pada pemberitaan 17 Maret 2019 yang berjudul "Performa Cawapres Pengaruhi Elektabilitas" menegaskan bahwa penampilan kedua pasangan calon wakil Presiden sangat menentukan peta persaingan. Apalagi, tema yang diangkat pada debat tersebut merupakan sangat penting yakni pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan serta sosial dan budaya. Unsur personalisasi pada berita di atas dapat dilihat pada pernyataan Muhamad Zainul Madji. Penggunaan diksi "mumpuni" untuk menegaskan bahwa Ma'ruf Amin mampu melaksanakan dan menguasai permasalahan yang ada. Kemampuan itu itu dilihat ketika Ma'ruf Amin mempunyai rekam jejak yang baik dalam bidang ekonomi syariah juga sebagai ulama karismatik.

Tabel 16.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
14	18 Maret 2019	Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi	Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi Ma'ruf Amin menilai penampilan cawapres 01 Ma'ruf Amin dalam debat luar biasa "itu beyond ekspetasi (melampaui harapan) kita. Jawaban beliau sangat tepat dan dengan baik bisa megarahkan apa yang akan dilakukan pemerintah kedepan

Sementara berita edisi 18 Maret berjudul 'Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi' menyatakan bahwa Ma'ruf Amin yang selama ini diragukan untuk mengguguli Sandiaga Uno dalam debat. Setelah melalui fase debat pilpres tersebut ternyata Ma'ruf Amin menampilkan performa yang prima menghadapi calon wakil Presiden no 02 Sandiaga Salahudin Uno. Unsur personalisasi dalam pemberitaan tersebut melihat Ma'ruf Amin sebagai tokoh penting dalam sebuah peristiwa. Bahwa pemakaian diksi "melampaui harapan" menggambarkan Ma'ruf Amin secara tak terduga dalam debat Capres yang sedari awal diragukan ternyata dapat mengelaborasi persoalan dengan tepat dan mampu memberikan arahan tentang strategi apa yang dilakukan pemerintah kedepannya.

Tabel 17.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
15	18 Maret 2019	Maruf Amin Sebut Infrastruktur Langit	Dengan penuh percaya diri ia mengatakan pemerintah terus mendorong pembangunan infrastruktur untuk menopang kesejahteraan rakyat. Bukan hanya infrastruktur darat, laut dan udara, melainkan juga pemerintah bahkan telah membangun infrastruktur langit

Edisi yang sama juga terdapat unsur personalisasi dengan judul berita “Maruf Amin Sebut Infrastruktur Langit” bahwa dalam kutipanya dengan mencolok menggambarkan calon wakil presiden nomor urut 01, Ma’ruf Amin dengan nada pemberitaan yang berimplikasi kesan positif pada masyarakat (pembaca). Penggunaan kalimat “percaya diri” dimaknai sebagai rasa menyakinkan atas kemampuan Ma’ruf Amin dalam melakukan penilaian dan keputusan saat debat Capres berlangsung. Padahal beberapa akademisi, misalnya kedua kandidat tidak menawarkan program-program yang relevan menjawab permasalahan masyarakat baik dibidang pendidikan, kesehatan, ketenagakerjaan, serta sosial dan budaya. Selain itu dalam debat ketiga tersebut memperlihatkan tidak ada pertukaran argumen yang nyata, hanya berupa klarifikasi dan monolog. Bahwa perdebatan tersebut tidak memiliki substansi. Bahkan kedua pasangan calon hanya menyatakan retorika kebijakan lama dan daur ulang.

Elaborasi dari debat ketiga dalam kutipan kutipan berita diatas mengindikasikan bahwa konstruksi realitas yang ada dalam Surat kabar harian Media Indonesia menunjukkan keperpihakkannya kepada pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin. Bahwa penggunaan diksi cenderung mereduksi kepada tokohnya ketimbang aspek substansial atau kegagalan kedua pasangan calon dalam mengelaborasi terkait masalah yang dialami oleh masyarakat. Kecendrungan tersebut memperlihatkan Surat kabar harian Media Indonesia mendukung pasangan calon petahana. Pada kutipan beritanya berupaya mengarahkan pembaca untuk memberikan kesan yang positif kepada pasangan calon presiden nomor urut 01, Maruf Amin.

Tabel 18.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 29 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
16	29 Maret 2019	Jokowi Siap Ladeni Prabowo Soal Global	Tim Kampanye Nasional (TKN) Joko Widodo-Ma'ruf Amin, Ace Hasan Syadzily, mengatakan kepemimpinan Indonesia ditingkat global kian diakui dibawah Presiden Jokowi

Narasi yang dibangun dalam berita edisi 29 Maret 2019 dengan judul pemberitaan "Jokowi Siap Ladeni Prabowo Soal Global" menggambarkan pemerintahan Jokowi dalam satu periode, politik luar negeri Indonesia telah menunjukkan peran aktif dalam pergaulan Internasional. Petikan berita di atas menggunakan unsur personalisasi Tim Kampanye Nasional (TKN) Ace Hasan Syadzily mengobjektifikasi Jokowi sebagai tokoh penting yang telah melakukan segala upaya untuk

politik luar negeri. Bahwa diksi “aku” menunjukkan eksistensi bangsa Indonesia karena keterlibatannya dan turut andil dalam berbagai forum internasional untuk mendorong kerja sama maupun kolaborasi baik bilateral maupun multilateral.

Tabel 19.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 30 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
17	30 Maret 2019	Adu Amunisi di Debat Keempat	Terkait debat Jokowi mengaku tidak memiliki persiapan khusus, seperti simulasi. Namun ia mengaku akan menyiapkan sejumlah data jika dibutuhkan guna menjawab pertanyaan panelis debat. “simulasi apa? (simulasi debat). Engaklah. Dulu hanya yang (debat) pertama dengan Kiai Ma’ruf. Setelah itu biasa saja” pungkasnya.

Debat Keempat menerangkan bahwa kedua pasangan calon bersiap dengan “amunisi” mereka yakni isu andalan masing-masing. Jokowi akan mengusungkan isu pentingnya ideologi Pancasila, sedangkan Prabowo akan mengangkat isu penguatan hubungan internasional. Pada kutipan berita memperlihatkan Jokowi sebagai tokoh penting dengan nada pemberitaan yang positif. Bahwa Jokowi sudah tidak ada persiapan khusus tentang materi debat. Tidak ada simulasi seperti debat-debat sebelumnya dan menganggap dalam debat kali ini hanyalah hal biasa. Jokowi hanya mempersiapkan

data-data guna menjawab segala bentuk pertanyaan dari para panelis.

Tabel 20.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 30 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
18	30 Maret 2019	Jokowi Memilih Berkerja di Istana	Setelah menggelar kampanye terbuka ke sejumlah daerah sejak Minggu (24/3) sebagai calon Presiden, Presiden Joko Widodo memilih beraktivitas di Istana Bogor, kemarin. Dia menuaikan sejumlah pekerjaan berifat adiminstratif sekaligus berisap menghadapi debat keempat malam ini

Deskripsi berita edisi 30 Maret 2019 tentang “Jokowi Memilih Berkerja di Istana” memperlihatkan kesibukan Jokowi yang menggelar kampanye terbuka ke sejumlah daerah. Berita tersebut memberikan gambaran positif pada pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin. misalnya melalui penjelasan dalam kutipan berita diatas yang menjelaskan bahwa selain sebagai pasangan calon presiden Jokowi juga mengemban tugas sebagai kepala pemerintahan. Ia menuaikan sejumlah pekerjaan bersifat administratif sekaligus siap menghadapi debat keempat. Petikan berita di atas menggambarkan Jokowi sebagai peran utama yang mendominasi berita. Melihat kesibukan Jokowi sebagai yang penting, baik mulai kerjaan bersifat adminstratif, kampanye ke sejumlah daerah, sampai pada persiapan menjelang debat keempat.

Tabel 21.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 31 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
19	31 Maret 2019	Rasional Vs Emosional	Dalam debat, Jokowi tampak lebih kalem dan menjelaskan permasalahan secara sistemik. Seperti soal pemerintahan. Sebaliknya Prabowo tampil lebih emosional. Jokowi menawarkan pelayanan publik di era industri 4.0 dengan “dilan”, digital melayani,” kata Jokowi.

Sedangkan dalam berita yang berjudul “Rasional Vs Emosional” juga memuat unsur personalisasi. Dalam kutipan berita tersebut Jokowi digambarkan dapat menerangkan dan menguaraiakn masalah dengan secara sistemik. Bahwa Jokowi juga menyodorkan gagasan pelayanan publik dengan digital melayani. Sebaliknya pada kutipan pemberitaan tersebut Prabowo digambarkan sebagai orang yang emosional dan tidak solutif. Diksi “emosional” dimaknai sebagai sebuah kecendrungan dengan membuat penilaian berdasarkan perasaan yang bersifat subjektif ketimbang rasional. Hal tersebut selaras dengan defenisi secara harafiah oxford dictionary yang dikutip oleh Gitosaroso (2012), menyatakan bahwa emosional sebagai sesuatu kegiatan atau pergolakan pikiran, perasaan, nafsu, setiap keadaan mental hebat atau meluap-luap. Sedangkan “tidak solutif” dimaknai hanya memberikan kritikan tanpa mengajukan penyelesaian atau pemecah suatu masalah.

Tabel 22.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 14 April 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur Personalisasi
20	14 April 2019	Jokowi mantapkan Ekonomi Prabowo Salahkan Masa Lalu	Blok Mahakam, Rokan, Freeport yang dulu dikuasai asing kini dikuasai negara. Ini penting sekali untuk kemandirian bangsa

Pada pemberitaan debat Capres terakhir, dalam Surat kabar harian Media Indonesia hanya terdapat satu pemberitaan yang menunjukkan unsur personalisasi yaitu berita edisi 14 April 2019 yang berjudul “Jokowi mantapkan Ekonomi Prabowo Salahkan Masa Lalu” menjelaskan bahwa Jokowi-Ma’ruf sudah matang dalam bidang ekonomi. Sebab, Jokowi bisa menjaga inflasi dan tingkat pengganguran yang terus turun serta angka kemiskinan satu digit. Sementara itu, berita tersebut juga melihat Prabowo yang selalu menyalahkan masa lalu berupa kesalahan-kesalahan besar presiden sebelumnya. Unsur personalisasi dalam berita tersebut menunjukkan kepada pemerintahan yang telah mengambil kembali kekayaan negara yang dikuasai asing. Bahwa pengambilalihan kekayaan tersebut merupakan sebuah hal yang penting karena demi kemandirian bangsa. Kemandirian mengartikan sebagai sesuatu yang tidak bergantung pada yang lain. Juga dapat diartikan kekuatan sebagai bangsa yang mampu mengola sumber dayanya sendiri.

B. Sensasionalisme/Emosionalisme

Sensasionalisme diukur berdasarkan ada atau tidaknya emosionalisme. Emosionalisme dapat diartikan sebagai penonjolan aspek emosi (suka, benci, sedih, gembira, marah, dan sebagainya) dibandingkan dengan aspek logis rasional

dalam penyajian sebuah berita. Walaupun penggunaan sensasionalisme dapat ‘menghidupkan” sebuah berita, aspek netralitas dan objektivitas dalam pemberitaan menuntut sebuah penyajian yang dingin dan terkendali. Dramatisasi diartikan sebagai bentuk penyajian atau penulisan berita yang bersifat hiperbolik dan melebih-lebihkan sebuah fakta dengan maksud menimbulkan efek dramatis bagi pembacanya. Seperti halnya aspek emosionalisme, aspek dramatis dapat membantu pembaca untuk lebih “mengalami” secara langsung peristiwa yang disajikan. Akan tetapi, objektivitas pemberitaan menuntut sebuah penyajian berita yang hati-hati dan mengambil jarak dengan fakta yang dilaporkan. Disamping itu, oleh karena dramatisasi (termasuk dimensi-dimensi netralitas lainnya) lebih berkaitan aspek presentasi suatu berita, maka dramatisasi juga dilihat dari penempatan sudut pandang berita.

Dalam pemberitaan surat kabar Surat kabar harian Media Indonesia memang lebih banyak berita yang tidak sensasionalisme, namun demikian masih ditemui berita yang tergolong sensasionalisme yang mengandung unsur emosionalisme. Pemberitaan yang berhubungan dengan unsur sensasionalisme/ sebanyak 36%. Indikator sensasionalisme/ emosionalisme tersebut menunjukkan Surat kabar harian Media Indonesia cenderung melihat pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin dengan penonjolan berupa aspek emosi sehingga dapat menimbulkan rasa suka terhadap pasangan Capres petahana. Rahayu (2006:2) menjelaskan bahwa dalam upayanya meraih pembaca yang luas nampak kecenderungan pers menerapkan tehnik penyajian judul berita yang sensasional, mengemparkan, menakutkan. Tehnik ini menghasilkan judul berita yang disebut *scare headline*. Judul berita terkadang hanya didasarkan pada opini wartawan sehingga bersifat evaluatif, subyektif, konklusif dan tidak faktual. Akibatnya berita-berita sensasional tidak memiliki cukup kekritisian dalam menyajikan sebuah fakta karena terjebak pada hal-hal permukaan yang menarik, beritanya sensasional cenderung melupakan realitas dibalik sebuah fakta (Rahayu, 2006:161)Berita terkait debat

capres 2019 di surat kabar harian Media Indonesia yang menampilkan unsur sensasionalisme yang mengandung nuansa dramatisasi misalnya berita yang berjudul “Jokowi-Amin Stabil Prabowo- Sandi Turun”. Cuplikan berita diantaranya sebagai berikut: “...dengan hasil itu, selisih elektabilitas kedua pasangan terpaut 20% yang merupakan keunggulan telak Jokowi-Amin”. Isi berita tersebut tampak mendramatisasi realitas, terkesan hiperbolik, dan cenderung melebih-lebihkan fakta yang sebenarnya. Masih menurut Rahayu (2006: 123) yang dikutip dari McQuail (1994) bahwa informasi seharusnya bersifat objektif dalam pengertian akurat, jujur, lengkap, tentang realitas sebenarnya, *realible*, dan pemisahan fakta dan opini. McQuail mengemukakan bahwa informasi hendaknya seimbang dan *fair (impartial)* dengan melaporkan prespektif-prespektif alternatif dalam cara yang tidak sensasional atau bias. Dengan menggunakan sudut pandang ini, menjadi jelas bahwa objektivitas suatu informasi akan didapatkan dengan cara, salah satunya, pemisahan fakta dari opini, dan berita hendaklah tidak disajikan dengan cara-cara sensasional.

Untuk memperlihatkan bagaimana cuplikan pemberitaan yang mengandung unsur sensasioanlisme/ emosionalisme akan dianalisis kedalam beberapa tabel sebagai berikut

Tabel 23.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal pemberitaan	Judul Pemberitaan	Senasionalisme/Emosi onalisme
01	17 Januari 2019	Jokowi-Amin Stabil Prabowo-Sandi Turun	Dengan hasil itu, selisih elektabilitas kedua pasangan terpaut 20% yang merupakan keunggulan telak Jokowi-Amin

Pada debat pertama unsur dramatisasi yang bersifat hiperbolik terdapat pada pemberitaan yang berjudul “Jokowi Amin Stabil Prabowo-Sandi Turun” menjelaskan bahwa Jokowi jika ditilik dari berbagai hasil lembaga survei menyatakan unggul dibandingkan dengan pasangan Prabowo-Sandi. Dalam kutipan beritanya penulis (wartawan) berupaya untuk menggambarkan peristiwa dengan melebih-lebihkan sebuah fakta supaya para pembaca mengalami langsung atas realitas yang dibangun dalam peristiwa tersebut. Hal itu terlihat dalam penggunaan kalimat “keunggulan telak” untuk menerangkan atas tingkat keterpilihan Jokowi-Amin di masyarakat. Kalimat tersebut jika dimaknai sebagai sesuatu keadaan yang memperlihatkan ada gap antara tingkat keterpilihan Jokowi-Amin yang lebih tinggi dibandingkan dengan Prabowo-Sandi.

Tabel 24.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosionalisme
02	17 Januari 2019	Data Tentukan Kualitas Debat	Berkemeja lengan panjang putih, Jokowi tampak ditemani sekertaris Kabinet Pramono Anung, Mensesneg Pratikno, dan kordinator staf khusus Tetan Masduki. Cawapres Ma'ruf Amin telah tiba lebih dahulu.

Selain itu masih dalam debat pertama, unsur sensasionalisme/ emosionalisme juga terdapat pada pemberitaan yang berjudul “Data Tentukan Kualitas Debat” menarasikan bawa semua pasangan calon harus berbicara berbasiskan data. Pada kutipanya Surat kabar harian Media Indonesia melalui penulis (wartawan) berikhtiar membangun pemahaman emosional dari pada aspek logis rasional. Sebab,

dalam kutipanya lebih menitikberatkan atas identitas pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin. Bahwa kalimat seperti “kemeja lengan panjang putih” menunjukkan aspek emosional karena antara Jokowi dan kemeja putih merupakan bagian integral yang tak bisa dipisahkan dan dimaknai sebagai simbol kesederhanaan. Pernyataan ini bukan tanpa sebab, Hasto Kristiantio mengafirmasi atas persoalan tersebut bahwa baju lengan panjang putih merupakan sebuah symbol kesederhanaan dari Joko Widodo.

Tabel 24.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosionalisme
03	17 Januari 2019	Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid	Kita tahu bahwa di debat ini dibatasi 2 menit, ada 3 menit, nah, ini yang saya rasa memang perlu dibiasakan. Beliau sudah latihan ketiga ya. Nah, ini yang kita harapkan. Istilahnya beliau lebih paham daripada sistem debatnyaya kan Karena, mohon maaf, waktu itu sempat interview kalau beliau bisa ngomong panjang,” terang Erick

Sementara itu redaksi menurunkan pemberitaan dengan judul “Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid” menarasikan bahwa dengan melakukan persiapan simulasi pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin kian kukuh. Bahwa unsur sensasionalisme dalam kutipan berita tersebut terdapat pada kalimat lebih paham dari pada sistem debatnya” yang mengartikani bahwa pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin dapat menguraikan setiap masalah. Bahwa Jokowi-Amin dapat memberikan solusi setiap masalah

terutama dalam tema debat yang mengangkat isu hukum, hak asasi manusia, korupsi dan terorisme dibandingkan dengan proses sistem debatnya, yang memang Jokowi-Amin tidak terlalu menguasai.

Tabel 25.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosionalisme
04	17 Januari 2019	Jokowi Siapakan Kejutan Prabowo Tampil Rileks	Unsur sensasionalisme dalam pemberitaan tersebut terletak pada judul pemberitaan yaitu penggunaan kata “kejutan” sebagai gambaran terhadap pasangan petahana dalam menghadapi debat Capres yang berlangsung. Makna dari kata kejutan tersebut sebenarnya adalah segala yang munculnya tiba-tiba dan tidak diduga sebelumnya.

Pada edisi yang sama Surat kabar harian Media Indonesia menurunkan berita yang berjudul “Jokowi Siapakan Kejutan Prabowo Tampil Rileks” yang memaparkan bahwa presiden petahana telah menjalankan kebijakan yang diangkat dalam materi debat tersebut. Bahwa unsur sensasionalisme yang bersifat hiperbolik dalam pemberitaan tersebut terdapat melalui judul pemberitaan. Penggunaan terma “kejutan” dimaknai sebagai sebuah gambaran yang munculnya tiba-tiba tanpa diduga sebelumnya. Diksi tersebut disematkan kepada pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin untuk memperlihatkan kecerdasan mereka dalam menyampaikan strategi debat.

Tabel 26.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/Emosionalisme
05	18 Januari 2019	Kedua Capres Berbeda Pahami Soal HAM	Jokowi kemudian mengingatkan Prabowo untuk tidak menuduh. Ia kemudian menyinggung Ratna Sarumpaet yang menjadi juru kampanye Prabowo melakukan kabar bohong

Masih dalam berita debat calon presiden pertama yaitu edisi 18 Januari dengan judul “Kedua Capres Berbeda Pahami Soal HAM” menerangkan bahwa kedua pasangan calon residen berbeda prespektif tentang isu hak asasi manusia. Bahwa Jokowi menekankan pentingnya penegak hukum dibekali pengetahuan tentang HAM dalam menangani terorisme. Sementara itu, Prabowo menolak stigmatisasi islam berada dibalik terorisme. Kutipan berita di atas merupakan sebuah reaksi dari Jokowi terhadap Prabowo. Aspek emosional terlihat dalam kalimat kutipan di atas yang menyudutkan Prabowo terkait juru kampanye yang melakukan kabar bohong. Pada kutipan berita tersebut menuliskan unsur emosionalisme ketegasan Jokowi dalam membantah argumen yang ditunjukkan kepada dirinya tentang meduduh sembarangan, padahal menurutnya tim pasangan calon nomor rut 02, Prabowo-Sandi juga melakukan hal yang sama seperti memberitakan kabar bohong.

Tabel 27.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 176 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Pemberitaan	Unsur sensasionalisme/emosiionalisme
06	17 Februari 2019	Visi Lingkungan Jokowi Konkret	Dibandingkan dengan tiga strategi yang diajukan oleh Jokowi (pengembangan kebijakan tata ruang terintegrasi, mitigasi perubahan iklim, serta penegakan hukum dan rehabilitasi lingkungan hidup), keempat strategi Prabowo tampak 'berantakan'. Tidak ada konvergensi yang diperlihatkan tanpa ada peririsan yang jelas.

Selanjutnya, pada pemberitaan debat kedua yaitu berita edisi 17 Februari 2019 "Visi Lingkungan Jokowi Konkret" menjelaskan bahwa visi dan misi dibidang lingkungan hidup dari pasangan calon Presiden nomor urut 01 Jokowi-Amin lebih Konkret dibandingkan dengan pasangan calon 02, Prabowo-Sandi.

Kekonkretanya dilihat dari perbandingan dokumen visi-misi kedua pasangan calon presiden. Jokowi menempatkan lingkungan hidup secara relasional dengan ekonomi. Konsepnya pembangunan ekonomi berkelanjutan wajib perhatikan daya dukung lingkungan. Sebaliknya, strategi dari pasangan nomor 02, Prabowo-Sandi menyebutkan bahwa membangun perekonomian nasional yang adil, berkualitas dan berwawasan lingkungan dengan mengutamakan keppentingan rakyat dengan melalui jalan politik ekonomi sesuai dengan pasal 33 dan 34 UUD 1945.

Kutipan berita di atas menjelaskan bahwa strategi yang dikemukakan oleh Prabowo terdapat kekuarangan. Sebab tidak ada elaborasi yang mendalam dan tidak ada penjelasan lebih detail. Bahwa tidak ada rencana yang lebih baik untuk mencapai sasaran tentang mengatasi masalah lingkungan kedepannya. Hal itu berbeda dari tiga strategi yang diajukan oleh Jokowi (pengembangan kebijakan tata ruang terintegrasi, mitigasi perubahan iklim, serta penegakan hukum dan rehabilitasi lingkungan hidup). Berita di atas terdapat aspek sensasionalisme dalam penggunaan diksi “berantakan” untuk menggambarkan strategi Prabowo tentang masalah lingkungan. Berantakan sebagaimana dipahami menurut KBBI dapat diartikan sesuatu yang tak terurai dengan jelas atau tercecer.

Tabel 28.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosi nalisme
07	18 Februari 2019	Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata	“kalau membantah itu seperti orang yang mengingkari sesuatu yang terang menderang. Seperti orang yang bilang siang hari itu gelap,” kata Ma’ruf.

Hal yang sama juga terjadi dalam pemberitaan yang berjudul “Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata” yang menjelaskan kompetensi calon petahana dalam debat tak perlu diragukan. Unsur dramatisasi dengan penggunaan kalimat yang bersifat hiperbolik ditunjukkan melalui diksi “mengingkari” yang berarti tidak mengakui atas keberhasilan pasangan calon petahana. Kalimat “terang benderang” memberikan pemahaman bahwa semua yang dilakukan pasangan calon petahana dalam masa

pemerintahnya memang sangat nyata dimaknai sebagai sesuatu upaya untuk menerangkan kepada orang-orang atas keberhasilan Jokowi dalam materi debat kedua.

Tabel 29.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Februari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosiionalisme
08	18 Februari 2019	Jokowi Kian Menyakinkan	Pengamat politik Djayadi Hanan menilai Jokowi unggul telak dari Capres Prabowo. Bahkan, alih-alih menyanggah Jokowi, Ketua Umum Partai Gerindra itu malah melontarkan pernyataan 'bunuh diri' karena menyatakan setuju dengan apa yang dikemukakan Jokowi.

Pemberitaan dengan edisi puncak debat Capres terdapat unsur sensasionalisme pada judul berita "Jokowi Kian Meyakinkan" yang menggambarkan bahwa calon presideng tampak menguasai materi debat, karena calon petahana dalam debat lebih terukur dan konkret. pada kutipan berita tersebut terdapat kalimat yang berisifat hiperbolik. Bahwa kalimat metaforsis tersebut seperti "bunuh diri" "alih-alih", "telak" yang memperlihatkan pasangan calon petahana dalam menjawab dan mengelaborasi setiap masalah dalam debat kedua lebih baik ketimbang dengan pasangan calon nomor urut 02, Prabowo. Dan pemenang dalam debat kedua tersebut adalah pasangan calon petahana, Jokowi.

Tabel 30.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosionalisme
09	17 Maret 2019	Performa Cawapres Pengaruhi Elektabilitas	Dia yakin performa Ma'ruf akan mengejutkan dan memuaskan. Beliau punya orisinalitas gagasan dan bukan hanya menjual pencitraan.

Sementara itu sebelum debat calon presiden berlangsung unsur sensasionalisme juga ditemukan dalam pemberitaan yang berjudul "Performa Cawapres Pengaruhi Elektabilitas" yang menerangkan bahwa penampilan kedua pasangan calon sangat menentukan peta persaingan. Pada kutipan berita tersebut, penulis (wartwan) Surat kabar harian Media Indonesia menuliskan kalimat "mengejutkan," "memuaskan" yang memperlihatkan rasa suka terhadap calon wakil presiden, Ma'ruf Amin. Sedangkan pada pemberitaan debat Capres dengan edisi lain yang berjudul "Ma'ruf Amin Sebut Infrastruktur Langit" juga ditemukan unsur emosionalisme yang ditunjukkan melalui kalimat "penuh percaya diri" yang menggambarkan pemerintah dalam mendorong pembangunan infrastruktur. Penggunaan kalimat tersebut dapat menimbulkan rasa suka terhadap pasangan calon wakil presiden nomor urut 01, Ma'ruf Amin. Bahwa diksi tersebut dimaknai sebagai sesuatu kemampuan menghadapi debat Capres yang semakin menantang kepercayaan atas keputusan atau pendapatnya.

Tabel 31.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasionalisme/emosiionalisme
10	18 Maret 2019	Ma'ruf Amin Sebut Infrastruktur Langit	Dengan penuh percaya diri ia mengatakan pemerintah terus mendorong pembangunan infrastruktur untuk menopang kesejahteraan rakyat. Bukan hanya infrastruktur darat, laut, dan udara, melainkan juga pemerintah bahkan telah membangun infrastruktur langit.

Pada edisi yang sama dengan judul pemberitaan "Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi" yang memaparkan bahwa semua calon presiden Ma'ruf Amin semula diragukan untuk mengungguli Sandiaga Uno ternyata setelah melalui fase debat ternyata ia menampilkan performa yang prima. Pada kalimat dalam kutipan berita terdapat unsur emosionalisme dengan penggunaan kalimat "melampau ekseptasi" untuk menggambarkan Ma'ruf Amin terkait keraguan banyak pihak. Bahwa Ma'ruf Amin dapat menjawab dan menguraikan setiap masalah dalam debat. Penggunaan kalimat tersebut dapat menimbulkan rasa suka terhadap pasangan calon wakil presiden 01, Ma'ruf Amin.

Tabel 32.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Unsur sensasioanlisme/emotionalisme
11	18 Maret 2019	Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi	Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf Amin menilai penampilan Cawapres 01 Ma'ruf Amin dalam debat luar biasa. "itu beyond ekspetasi (melampaui harapan) kita, jawaban beliau sangat tepat dan dengan baik bisa mengarahkan apa yang dilakukan pemerintahan kedepan," kata Wakil Ketua TKN Rosan Roeslani seusi debat Cawapres di Hotel Sultan Residence, Jakarta, tadi malam.

Pada edisi yang sama dengan judul pemberitaan "Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi" yang memaparkan bahwa semua calon presiden Ma'ruf Amin semula diragukan untuk mengungguli Sandiaga Uno ternyata setelah melalui fase debat ternyata ia menampilkan performa yang prima. Pada kalimat dalam kutipan berita terdapat unsur emosionalisme dengan penggunaan kalimat "melampaui eksepetasi" untuk menggambarkan Ma'ruf Amin terkait keraguan banyak pihak. Bahwa Ma'ruf Amin dapat menjawab dan menguraikan setiap masalah dalam debat. Penggunaan kalimat tersebut dapat menimbulkan rasa suka terhadap pasangan calon wakil presiden 01, Ma'ruf Amin.

C. Stereotype

Indikator ketiga untuk mengukur netralitas dalam pemberitaan debat calon presiden adalah *stereotype*. *Stereotype* merupakan pemberian atribut tertentu terhadap individu, kelompok atau bangsa tertentu dalam penyajian sebuah berita. *Stereotype* dapat menjadikan individu, kelompok, atau bangsa tertentu dalam berita sering dipersepsi dan diperlakukan sesuai dengan atribut yang mereka miliki. Atribut tersebut mungkin memiliki asosiasi yang positif atau negatif, tetapi yang jelas tidak pernah bersifat netral sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Pengguna *stereotype*, baik yang bermakna positif maupun negatif dalam penyajian sebuah berita dapat mengundang tuduhan keberpihakan wartawan atau media terhadap salah satu kelompok yang ada dalam masyarakat. Menurut Rahayu (2006:76) mengemukakan *stereotype* lumrah terjadi dalam pemberitaan, tetapi bukan berarti diperbolehkan. Biasanya, *stereotype* terjadi bila jurnalis mengabaikan kondisi sosiokultural masyarakat.

Berita terkait debat calon presiden 2019, di surat kabar harian Media Indonesia yang memperlihatkan unsur *stereotype* sebanyak 11 dari 28 berita yang jika dipresentasi sebanyak 39%. Pada pemberitaan debat Capres di Surat kabar harian Media Indonesia ditemukan unsur *stereotype* yang condong melihat pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi dengan pemberian atribut yang memiliki asosiasi negatif. Surat kabar harian Media Indonesia secara keseluruhan dalam mengkonstruksi pemberitaannya memberikan *tone* yang negatif terhadap pasangan calon penantang yakni Prabowo-Sandiaga. Menurut Rahayu (2006: 173), menyebutkan bahwa seringkali, jurnalis tidak sadar memakai kata-kata *stereotype* karena kata-kata jenis itu hadir sebagai *common sense* dalam sesuatu masyarakat. *Stereotype* dalam berita hadir dalam berbagai bentuk, yakni melalui kata-kata, ataupun gambar karikatural. Beberapa judul pemberitaan yang berhubungan dengan unsur *stereotype* akan dicantumkan melalui tabel dibawah ini:

Tabel 60.Sampel Judul berita yang mengandung *stereotype*

No	Klasifikasi debat	Judul pemberitaan
01	Debat pertama	Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi, Adu Pikat Jelang Debat Perdana, Kedua Capres berbeda paham soal HAM, Jokowi Lebih Konkret,
02	Debat kedua	Visi Lingkungan Jokowi Konkret, Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks, Jokowi Kian Menyakinkan,
03	Debat ketiga	Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi,
04	Debat keempat	Jokowi Melilih Keja di Istana, Rasional vs Emosional,
05	Debat kelima	Debat Terakhir Harus Diisi Adu Kebijakan

Dalam kasus berita debat capres, *stereotype* biasanya dipakai untuk merpresentasikan pasangan calon nomor 2 (dua), Prabowo-Sandi dengan segala macam kekurangannya. *Stereotype* hadir dalam makna negatifnya yang dapat menimbulkan salah persepsi bagi pembaca. Bahkan nada pemberitaan dengan unsur *stereotype* cenderung memberikan kesimpulan secara implisit dan bernada menghakimi. Sebagai contohnya, dalam pemberitaan Surat kabar harian Media Indonesia memberikan gambaran bahwa Prabowo-Sandi tidak mampu mengelaborasi masalah-masalah yang ada. selain itu, surat kabar harian Media Indonesia masih melihat Prabowo sebagai pelanggaran hak asasi manusia (HAM). Pemberian atribut negatif tersebut dimaksudkan untuk menjelaskan bahwa pasangan Prabowo-Sandi gagal menguraikan masalah dan mempunyai rekam jejak yang buruk terkait dengan masa lalunya terutama soal HAM. Judul dan isi cuplikan

pemberitaan yang mengandung unsur *stereotype* akan diuraikan dalam tabel dan penjelasan sebagai berikut:

Tabel 33.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 16 Januari 2019

No	Tanggal pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
01	16 Januari 2019	Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi	Prabowo dianggap terlalu beretorika tanpa banyak substansi yang disampaikan. "padahal, kita semua menunggu dalam beberapa waktu ke depan bagaimana substansi yang beliau jabarkan bisa lebih detail sehingga tak hanya dalam tataran retorika" ujarnya.

Unsur *stereotype* yang pertama dalam debat Capres ditunjukkan melalui judul "Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi" yang menyatakan Prabowo banyak beretorika tanpa ada substansi. Bahwa melalui penulis (wartwan) dalam kutipanya ditemukan kalimat "terlalu bereotika" untuk menjelaskan kritik yang dilontarkan Prabowo terkait kebijakan pemerintahan Jokowi sebelumnya. Kalimat tersebut dimaknai sebagai sesuatu yang berupa tawaran melangit dan penuh buaian sehingga lupa akan kadar substansi yang disampaikan. Bahwa Prabowo dianggap memberikan janji yang muluk-muluk dan tinggi-tinggi tanpa ada solusinya.

Tabel 34.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 16 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
02	16 Januari 2019	Adu Pikat Jelang Debat Perdana	Kubu Jokowi-Amin mengaku menyiapkan dua isu yang akan dibawa dalam debat perdana. Pertama, soal dugaan pelanggaran HAM dan penghilangan orang oleh Prabowo Subianto, Kedua, penanganan kasus korupsi yang menyeret korporasi.

Sementara itu masih dalam edisi debat Capres pertama *stereotype* juga ditemukan dalam pemberitaan debat “Adu Pikat Jelang Debat Perdana” yang menerangkan bahwa kedua pasangan calon sudah mempersiapkan amunisi untuk menangkis serangan dari masing-masing calon. Bahwa pada kutipan berita tersebut terdapat kailmat yang mengandung unsur *stereotype* dengan penggunaan kalimat “pelanggaran HAM” dan “penghilangan orang oleh Prabowo” serta kasus korupsi yang menyeret korporasi”. Atribut tersebut dimaksudkan oleh penulis untuk menjelaskan bahwa Prabowo merupakan orang yang melanggar hak asasi manusia. Prabowo dibingkai seseorang yang bertanggung jawab atas penghilangannya beberapa aktivis ‘98. Bahwa Prabowo merupakan sebagai kandidat yang tidak layak karena pelanggaran atas HAM. Selain itu pada kalimat “kasus korupsi yang menyeret korporasi” disematkan pada pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi terkait dengan perusahaan PT Nusa Konstruksi Enijenering yang pemiliknya merupakan Prabowo dan Sandi.

Tabel 35.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
03	18 Januari 2019	Kedua Capres berbeda paham soal HAM	Pasangan Capres-Cawapres nomor urut 02 Prabo-wo Subianto-Sandiaga Uno menyatakan pihaknya tidak sependapat apa bila terorisme memunculkan stigmatisasi radikal terhadap pemeluk agama islam

Sehari setelah debat redaksi Surat kabar harian Media Indonesia menurunkan berita dengan judul “Kedua Capres berbeda paham soal HAM” yang menggambarkan kedua pasangan calon berbeda prespektif terkait isu pelanggaran hak asasi manusia. Atribut yang dibangun dalam kutipan berita tersebut menjelaskan bahwa Prabowo menolak stigmatisasi radikal terhadap pemeluk agama islam. Penggunaan kata “radikal” dalam kutipan berita tersebut dimaknai sebagai sesuatu yang mempunyai konotasi negatif. Hartono (2019) misalnya, menguraikan istilah radikal tersebut karena terma radikal rawan digunakan dalam istilah politik dengan menyudutkan pihak tertentu. Hartono menyebutkan bahwa term “radikal” berasal dari bahasa latin yaitu *radix/radici*”, yang berarti “akar”. Akar berarti dasar. Bertolak dari pemahaman ini, dalam konteks politik, istilah “radikal” mengacu pada individu, gerakan atau partai yang memperjuangkan perubahan sosial atau sistem politik secara mendasar atau keseluruhan Hartono (2019).

Sementara itu, menurut Guntur (2019) radikalisme sedang mengalami deformasi luar biasa. Maknanya sudah bergeser jauh dari positif dan progressif menjadi sangat negatif

dan reaksioner. Dalam konteks Indonesia, kata “radikal” muncul dari diskusi tentang terorisme. Terminologi yang sebetulnya telah lama digunakan di Indonesia ini kembali marak menguak setelah kasus terorisme di Surabaya, Sidoarjo, dan Riau pada Mei 2018 lalu. Pada kutipan berita tersebut terlihat Prabowo memberikan semacam apologi terhadap stigmatisasi yang disematkan pada kelompok islam. Oleh sebab itu konteks tersebut yang membuat Prabowo menolak stigmatisasi tersebut. Bahwa terorisme juga tidak berada dalam satu ruang dengan pemahaman agama islam yang inklusif. Terorisme sesuatu yang lain dari inti ajaran agama islam itu sendiri.

Tabel 36.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
04	18 Januari 2019	Jokowi Lebih Konkret	Meski pendekatan itu ada benarnya, dalam studi anti korupsi atau lembaga Negara, hal tersebut merupakan ramuan yang paling lemah.

Pada edisi yang sama unsur *stereotype* juga terdapat pada pemberitaan dengan judul “Jokowi Lebih Konkret” yang menjelaskan pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin lebih konkret ketimbang Prabowo-Sandi dalam konteks persoalan hukum. Penggunaan kata “lemah” dalam kutipan berita tersebut secara tersirat untuk menyudutkan pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi dalam pendekatan korupsi. Istilah “lemah” diartikana sebagai suatu keadaan yang tidak kuat dan mengalami kekurangan. Konteks dalam kutipan berita tersebut memperlihatkan bahwa strategi Prabowo-Sandi dalam studi anti korupsi tidak berdasar bahkan tanpa alasan

yang kuat. Dengan begitu atribut yang dituliskan oleh Surat kabar harian Media Indonesia ingin memperlihatkan bahwa terjadi disparitas dalam soal visi-misi – agar masyarakat lebih paham bahwa Jokowi lebih baik dari pada Prabowo.

Tabel 37.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
05	17 Februari 2019	Visi Lingkungan Jokowi Konkret	Dibandingkan dengan tiga strategi yang diajukan oleh Jokowi (pengembangan kebijakan tata ruang terintegrasi, mitigasi perubahan iklim, serta penegakan hukum dan rehabilitasi lingkungan hidup), keempat strategi Prabowo tampak 'berantakan'. Tidak ada konvergensi yang diperlihatkan tanpa ada peririsan yang jelas.

Debat kedua juga terdapat unsur *stereotype* yang ditandai melalui judul "Visi Lingkungan Jokowi Konkret" dengan menarasikan bahwa visi misi Jokowi-Amin di bidang lingkungan lebih konkret dari pada pasangan calon presiden Prabowo-Sandi. Nukilan berita tersebut menjelaskan bahwa visi dan misi dibidang lingkungan hidup dari pasangan calon Presiden nomor urut 01 Jokowi-Amin lebih Konkret dibandingkan dengan pasangan calon 02, Prabowo-Sandi. Jokowi menempatkan lingkungan hidup secara relasional

dengan ekonomi. Konsepnya pembangunan ekonomi berkelanjutan wajib perhatikan daya dukung lingkungan. Sebaliknya, strategi dari pasangan nomor 02, Prabowo-Sandi menyebutkan bahwa membangun perekonomian nasional yang adil, berkualitas dan berwawasan lingkungan dengan mengutamakan kepentingan rakyat dengan melalui jalan politik ekonomi sesuai dengan pasal 33 dan 34 UUD 1945. Unsur *stereotype* ditunjukkan dalam kalimat “berantakan” sebagai sebuah penjelasan terhadap visi-misi pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi. Berantakan dimaknai sebagai sesuatu yang tak beratur, kurang detail hingga bagian-bagian dalam visi-misi soal lingkungan hidup menjadi tidak jelas arahnya kemana.

Tabel 38.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Februari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
06	17 Februari 2019	Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks	Dalam debat perdana Kamis (17/1), Prabowo dinilai telah membuat blunder ketika menyebut Jawa Tengah lebih besar daripada Malaysia, pun ketika melontarkan pernyataan posisi Presiden sebagai chief of law enforcement officer atau panglima tertinggi dalam penegakan hukum.

Stereotype ditemukan dalam pemberitaan yang berjudul “Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks” yang menggambarkan Jokowi telah menjalankan setiap kebijakan yang diangkat dalam debat kedua. Melalui penulis (wartawan) menuliskan dalam kutipanya dengan penggunaan istilah

“blunder” untuk menjelaskan atribut negatif terhadap pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi. Bahwa terma tersebut dimaknai sebagai sesuatu kesalahan serius dan memalukan yang disebabkan oleh kebodohan, kecerobohan, atau kelalaian yang dilakukan oleh pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi.

Tabel 39.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Februari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
07	18 Februari 2019	Jokowi Kian Menyakinkan	Menurut Djayadi, Jokowi juga lebih terukur dan konkret dalam debat Capres petahana itu dari gesture dan olah kata lebih baik dan memperlihatkan sisi kepemimpinan yang kuat. Sebaliknya Prabowo sebagai penantang tidak mampu membuat diferensiasi.

Sementara itu sehari setelah debat kedua, Surat kabar harian Media Indonesia menurunkan berita yang berjudul “Jokowi Kian Menyakinkan” yang menerangkan bahwa calon presiden petahana tampak lebih menguasai perdebatan karena semua yang dilontarkan petahana dalam debat lebih terukur, dan konkret. bahwa unsur *stereotype* dalam pemberitaan bisa ditilik dalam pernyataan pengamat politik Djayadi Hanan dengan penggunaan kalimat “tidak mampu” sebagai sesuatu penjelasan atas kegagalan Prabowo dalam mengartikulasikan visi misinya dalam debat tersebut. Oleh sebab itu debat menjadi tidak berwarna atau tidak ada perbedaan yang

substansial karena setiap gagasan dan konsep yang diucapkan atau ditawarkan Jokowi.

Tabel 40.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
08	18 Maret 2019	Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi	Kiai Ma'ruf unggul atas Sandi. Diluar dugaan banyak pihak ternyata Kiai Ma'ruf lebih fokus dan menguasai masalah yang dibicarakan ketimbang Sandi. Keleibhan Sandi cuma bicara lebih lancar, itu saja. Kok, masih jualan oke oce, ya. (emoticon tertawa)," kata Syamsudin.

Edisi yang sama juga memperlihatkan unsur *stereotype*. Redaksi Surat kabar harian Media Indonesia menulis berita dengan judul "Ma'ruf Amin Lampau Ekspetasi" sebagai sebuah penjelasan atas kelebihan Ma'ruf Amin dalam debat. Sebab, dalam debat sebelumnya Ma'ruf Amin diragukan oleh banyak pihak untuk mengungguli calon wakil presiden Sandiaga Uno. Unsur *stereotype* dalam pemberitaan tersebut terlihat dalam penggunaan kalimat "cuma bicara lancar" yang menjelaskan bahwa Sandiaga Uno hanya berbicara tanpa substansi. Penekanan kata "Cuma" memperlihatkan penegasan terhadap Sandi dalam debat yang terlihat miskin gagasan dan ide. Ia tidak mempunyai gagasan lain selain dengan jualan oke oce yang merupakan program unggulan ketika Anies Sandi menjadi calon Gubernur DKI.

Tabel 41.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 30 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
09	30 Maret 2019	Jokowi Melilih Keja di Istana	Prabowo juga menegaskan bahwa dirinya bukan pendukung paham radikal. Jika menang, dia akan berdiri di atas semua golongan. "Takbir bukan mendandakan radikal, takbir hanya untuk mengagungkan Allah SWT. Kita inggin hidup rukun dan tidak mengajarkan kebencian," serunya di Pelataran Stadion Pakansari, Bogor

Selain debat kedua pemberitaan yang mengandung unsur *stereotype* juga ditemukan dalam debat ketiga. Unsur *stereotype* yang pertama dalam debat ketiga terdapat dalam judul berita "Jokowi Melilih Keja di Istana" yang kesibukan Jokowi dalam menggelar kampanye terbuka ke sejumlah daerah. Penulis (wartawan) menuliskan pernyataan Prabowo yang bukan pendukung paham radikal. Atribut yang diterangkan dalam kutipan tersebut melalui kalimat "takbir" sebagai sebuah penjelasan kepada kelompok islam yang mengagungkan STW dan islam inklusif

Tabel 42.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 31 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
10	31 Maret 2019	Rasional vs Emosional	Dalam menanggapi debat keempat pakar psikologi politik UI, Hamdi Muluk, mengatakan penonton tak banyak menyoroti substansi, tetapi lebih kepada dua karakter berbeda. "debat ini mengukuhkan dua jenis kepribadian yang beda. Prabowo yang emosional, suka retorika yang besar, yang tidak didukung dengan data yang valid" kata Hamdi, tadi malam.

Setelah pemberitaan menjelang debat, unsur *stereotype* terdapat juga terdapat pada pemberitaan "Rasional vs Emosional" menarasikan Jokowi merupakan pemimpin yang rasional karena penjelasannya dalam debat sangat kalem dan sistemik. *Stereotype* terlihat dalam penggunaan kalimat "Prabowo emosional" sebagai sebuah penjelasan terhadap karakter Prabowo yang suka marah-marah ketimbang menglebaorasi masalah yang mendasar dengan pikiran dan pertimbangan yang logis atau masuk akal hingga sistemik.

Tabel 43.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal April 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Stereotype</i>
11		Debat Terakhir Harus Diisi Adu Kebijakan	Sebaliknya, untuk paslon nomor urut 02, Ari berharap kandidat tersebut bisa memberikan solusi ketimbang hanya mengkritisi pemerintahan saat ini

Sedangkan dalam pemberitaan yang berjudul “Debat Terakhir Harus Diisi Adu Kebijakan” yang menyatakan bahwa kedua pasangan calon bisa menjelaskan langkah-langkah kedepannya juga tidak hanya sekadar kritik. Stigmatisasi negatif yang ada dalam pemberitaan tersebut diwakilkan melalui penggunaan kalimat “memberikan solusi ketimbang hanya mengkritisi pemerintah” yang memperlihatkan ciri khas dari pasangan calon nomor urut 02, Prabowo Subianto yang sering memberikan kritikan tanpa menyampaikan solusi. Kritikan sebagaimana dipahami, menurut KBBI kecaman atau tanggapan, atau kupasan kadang-kadang disertai uraian dan pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat dan sebagainya. Artinya syarat sebuah kritikan adalah hanya menyampaikan kekuarangan. Salah benar sebuah kritikan dicek melalui data-data dan argumentasi logis. Adalah memepertanyaan solusi dari sebuah kritikan tidak lain hanayalah alat membukam sebuah kritikan.

D. Juxtaposition/lingkages.

Juxtaposition dapat diartikan menyandingkan dua hal yang berbeda. Juxtaposition digunakan oleh wartawan untuk

menyandingkan dua fakta yang berbeda dengan maksud untuk menimbulkan efek kontras yang pada akhirnya menambahkan efek dramatis berita yang disampaikan. Dengan demikian *juxtaposition* dapat mengubah atau menggeser pemaknaan dua fakta yang sebenarnya tidak saling berhubungan menjadi sama (berhubungan) secara kontras. Contohnya wartawan memberitakan tokoh politik tertentu dengan meninggikan kebajikannya, kekayaannya, kecerdasannya dan sebagainya. Sedangkan *Linkages* adalah menyandingkan dua fakta yang berlainan dengan maksud untuk menimbulkan efek asosiatif. Media sering menghubungkan beberapa hal baik itu aspek yang berbeda dari suatu peristiwa, cerita yang berbeda dari halaman atau media yang sama; atau aktor yang berbeda berhubungan dengan peristiwa yang sama, dsb. Ini bertujuan untuk membangun sebuah kesatuan atau keragaman atau bisa juga untuk membangun mood tertentu. Wartawan menggunakan linkages untuk menghubungkan dua fakta yang sebenarnya berbeda sehingga kedua fakta tersebut dianggap memiliki hubungan sebab akibat. Dalam kajian ini antara *Juxtaposition* dan *linkages* tidak dipisahkan karena keduanya menggunakan tehnik yang sama dalam melahirkan kesan asosiatif-berhubungan.

Beberapa judul berita yang mengandung unsur *juxtaposition/linkages* dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 61.
Sampel judul Berita yang mengandung
juxtaposition/linkages

No	Klasifikasi debat	Judul pembeitaan
01	Debat pertama	Jokowi Lebih Konkret
02	Debat kedua	Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks, Visi Lingkungan Jokowi Konkret, Jokowi kian Meyakinkan,
03	Debat ketiga	Ma' ruf Amin Lampui Ekspetasi

Benang merah yang dapat dilihat dalam unsur *juxtaposition/lingkages* adalah salah satu upaya redaksi Surat kabar harian Media Indonesia untuk memanipulasi pikiran pembaca. Sebab, nada pemberitaan surat kabar harian Media Indonesia memberikan bukti-bukti tentang keberhasilan petahana. Sehingga pembaca dapat memberikan konklusi bahwa petahana lebih baik dan hebat jika disandingkan dengan pasangan calon penantang, Prabowo-Sandi. Hal tersebut terlihat dari penggunaan bahasa yang di tulis melalui wartawanya, dengan nada yang cenderung berlebihan, sebagai contoh seperti kata “konkret” dalam pemberitaan tanggal 18 Januari 2019 yang menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan dalam debat baik secara gagasan maupun performa dalam debat yang berlangsung. Rahayu (2006:76) menyebutkan, *juxtaposition* terjadi karena latar belakang informasi yang tidak memadai, penarikan kesimpulan yang terburu-buru oleh jurnalis, dan keinginan yang sangat kuat untuk mendapatkan efek tertentu dalam pemberitaan sehingga mengabaikan prinsip penghubungan dua fakta yang relevan.

Pembahasan akan diuraikan dan dianalisis lebih rinci dalam tabel-tabel dibawah ini. Pemberitaan yang berhubungan dengan unsur *juxtaposition/lingkages* sebanyak 21%. Penghitungan persen tersebut didapat dari 28 berita yang berhubungan dengan debat capres dengan porsi pemberitaan unsur *juxtaposition/lingkages* sebanyak 6 (enam) berita.

Tabel 44.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Januari

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Juxtaposition/lingkages
01	18 Januari 2019	Jokowi Lebih	Pasangan nomor urut 01 Joko Widodo-Ma'ruf

		Konkret	Amin dinilai lebih konkret jika dibandingkan dengan pasangan nomor 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dalam debat perdana Capres-cawapres yang berlangsung di Hotel Bidakara, tadi malam. Pasangan Jokowi-Amin juga dinilai menyodorkan gagasan baru terkait dengan penanganan berbagai persoalan hukum yang masih terjadi.
--	--	---------	---

Unsur *juxtaposition* yang pertama dalam pemberitaan Surat kabar harian Media Indonesia ditemukan melalui judul “Jokowi Lebih Konkret” yang menyatakan pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin lebih konkret dalam debat calon presiden. Unsur *juxtaposition* dalam kutipan di atas menyandingkan dua fakta yang berbeda dengan penjelasan gagasan dari pasangan calon presiden nomor urut 02, Prabowo. Bahwa pendekatannya untuk memberantas korupsi yaitu penghasilan atau gaji. Fakta yang kedua adalah memperlihatkan Jokowi lebih “konkret” dalam debat karena menyodorkan gagasan baru. Kata “konkret” menunjukkan bahwa pada debat berlangsung ada perbedaan yang signifikan dalam debat baik secara gagasan maupun performa dari kedua pasangan calon. Kutipan berita tersebut di tunjukkan melalui tabel di bawah ini.

Tabel 45.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Juxtaposition/lingkages
02	17 Februari 2019	Jokowi Siapkan Kejutan Prabowo Tampil Rileks	Maklum, dalam debat yang mengusung tema energi, pangan, infrastruktur, sumber daya alam dan lingkungan hidup itu, Capres nomor urut 01 dinilai telah menjalankan kebijakan terkait seluruh materi debat kedua

Kurang lebih sama dalam berita kedua yang sebelumnya tentang debat Capres Media Surat kabar harian Media Indonesia cenderung meberitakan yang positif terkait dengan pasangan calon nomor urut 01 yaitu Jokowi-Ma'rif narasi dalam pemberitaan tersebut menjelaskan bahwa Jokowi dinilai telah menjalankan kebijakan terkait seluruh materi dari debat kedua. Pada kutipan di atas memperlihatkan unsur juxtaposition sebab meninggikan keberhasilan Jokowi dalam pemerintahan sebelumnya tentang kebijakan yang sedang dibahas dalam debat kedua. Bahwa kutipan di atas menyandingkan dua hal yang berbeda sehingga menimbulkan efek kontras dan memperlihatkan situasi debat dengan mengasosiasikan tema debat yang sudah dikerjakan oleh pemerintahan Jokowi sebelumnya. Penekanan kata "telah" memperlihatkan bahwa calon petahana sudah menjalankan setiap tema-tema yang diangkat dalam debat kedua

Tabel 46.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Juxtaposition/lingkages
03	17 Februari 2019	Visi Lingkungan Jokowi Konkret	Dibandingkan dengan tiga strategi yang diajukan oleh Jokowi (pengembangan kebijakan tata ruang terintegrasi, mitigasi perubahan iklim secara penegakan hukum dan rehabilitasi lingkungan hidup), keempat strategi Prabowo tampak lebih 'berantakan'. Tidak ada konvergensi yang diperlihatkan tanpa ada peririsan yang jelas.

Dalam edisi yang sama *juxtaposition* terdapat dalam pemberitaan yang berjudul "Visi Lingkungan Jokowi Konkret" menjelaskan menjelaskan bahwa visi dan misi dibidang lingkungan hidup dari pasangan calon Presiden nomor urut 01 Jokowi-Amin lebih Konkret dibandingkan dengan pasangan calon 02, Prabowo-Sandi. Melalui kutipan berita tersebut penulis (wartwan) menuliskan bahwa strategi Jokowi dalam visi-misi lingkungan lebih baik ketimbang dengan pasangan calon presiden nomor urut 02, Prabowo. Bahwa strategi Prabowo tampak berantakan dan tidak ada konvergensi atau perbedaan.

Surat kabar harian Media Indonesia melalui wartawanya berupaya untuk memperlihatkan secara kontras terkait kedua visi misi pasangan calon presiden dengan penekanan kata “berantakan” dalam visi misi pasangan calon nomor urut 01, Prabowo Subianto. Kata tersebut ditekankan bahwa visi misi Prabowo dibidang lingkungan sebagai sesuatu yang tak terurai dengan baik, tidak ada perbedaan sama dalam menguraikan setiap permasalahan yang ada. Hal ini berbeda dengan strategi Jokowi yang lebih mengedepankan pengembangan kebijakan tata ruang terintegrasi, mitigasi perubahan iklim secara penegakan hukum dan rehabilitasi lingkungan hidup.

Tabel 47.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Februari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Juxtaposition/lingkages
04	18 Februari 2019	Jokowi kian Meyakinkan	Dari lima tema tersebut Capres petahana tampak lebih menguasai perdebatan yang bergulir dalam enam segmen ketimbang Capres oposisi.

Selain dengan pemberitaan “Visi Lingkungan Jokowi Konkret” Surat kabar harian Media Indonesia juga menurunkan pemberitaan dalam edisi yang sama dengan judul “Jokowi kian Meyakinkan” yang menjelaskan calon presiden petahana tampak menguasai perdebatan. Melalui kutipan dalam pemberitaan tersebut unsur juxtaposition ditemukan melalui kalimat “lebih menguasai” yang memperlihatkan perbedaan yang sangat signifikan dalam debat. Bahwa Jokowi lebih baik dalam penguasaan materi debat dari pada Prabowo. Kutipan di atas menautkan sesuatu berupa kelebihan Jokowi dalam penguasaan materi debat dari pada calon presiden nomor urut

02, Prabowo. Juxtaposition sebagaimana dalam petikan tersebut memperlihatkan Jokowi dalam debat menyampaikan data, fakta dan solusi ketimbang Prabowo. Tabel 48. Berita di Surat kabar harian Media Indonesia pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Juxtaposition/lingkages</i>
05	18 Maret 2019	Ma'ruf Amin Lampui Ekspetasi	kiai Ma'ruf unggul atas Sandi, diluar dugaan banyak pihak ternyata Kiai Ma'ruf lebih fokus dan menguasai masalah yang dibicarakan ketimbang Sandi. Kelebihan Sandi cuma bicara lebih lancar, itu saja, kok, masih jualan oke oce ya (emotikon ketawa)."

Sedangkan melalui debat ketiga unsur juxtaposition ditemukan melalui dalam pemberitaan "Ma'ruf Amin Lampui Ekspetasi" yang menjelaskan bahwa Ma'ruf Amin yang selama ini diragukan oleh banyak pihak ternyata ia menampilkan performa yang prima menghadapi Sandiaga Uno dalam debat. Unsur *Juxtaposition* terlihat dalam penekanan kata "menguasai" untuk memperlihatkan bahwa Kiai Ma'ruf Amin dapat mengeksplorasi setiap masalah serta memberikan solusi dari setiap persoalan yang ada. berbadning terbalik dengan Sandi yang hanya pandai bicara lebih lancar dan hanya menjual *ok oce* yang merupakan statrtegi saat Sandi mencalonkan diri Gubernur DKI Jakarta.

Tabel 49.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 31 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	<i>Juxtaposition/lingkages</i>
06	31 Maret 2019	Rasional vs Emosional	Ia pun menambahkan sikap tempramen Prabowo sudah diprediksinya sejak beberapa tahun lalu. "Pengendalian emosi prabowo tampak tak lebih baik daripada Jokowi" ungkap Hamdi

Berita "Rasional Vs Emosional" memperlihatkan dua tokoh yang berbeda. Jokowi digambarkan sebagai pemimpin yang Rasional dan kalem karena menjelaskan pokok permasalahan secara sistemik seperti soal pemerintahan, sebaliknya memperlihatkan Prabowo dengan tampil emosional dan suka retorika yang besar. Setiap argumen yang disampaikan oleh Prabowo itu tidak didukung dengan data yang sah. Bahwa Jokowi menawarkan pemerintahan "dilan" sedangkan Prabowo memilih teknologi kuno ketimbang kekayaan RI lari ke luar negeri. dalam kutipan berita di atas mengandung unsur *juxtaposition* yang memperlihatkan dua hal yang berbeda sehingga tampak kontras. Yang pertama adalah pengendalian emosi Prabowo tidak lebih baik dengan mengkomparasi sikap Jokowi dalam debat. Dengan kata lain perbandingan yang kontras tersebut ingin memperlihatkan Jokowi sesuatu yang lebih baik. Sebaliknya Surat kabar harian Media Indonesia berupaya untuk memperlihatkan sikap tempramen Prabowo dengan melihat peristiwa-peristiwa sebelumnya.

E. Akurasi

Akurasi disini dikaitkan dengan narasumber berita. Narasumber seharusnya memiliki kaitan dengan tema berita, misalnya orang yang tahu/mengalami suatu peristiwa, seorang yang ahli/expert dan bukan karena berafiliasi dengan partai politik atau pendukung Capres/Cawapres dijadikan narasumber. Kriteria ini penting karena narasumber memegang peran penting dalam memberikan informasi. Keahlian atau pengalaman menyangkut isu atau kejadian membuat penjelasan dan kesaksian yang mereka berikan memiliki nilai akurasi yang tinggi. Dalam pemberitaan, mengukur akurasi juga terkait dengan ketepatan dalam menulis sumber, penggunaan bahasa, penyajian data, penjelasan/keterangan dan sebagainya. Menurut Rahayu (2006:44) akurasi memiliki arti penting karena mencerminkan tiga hal. Pertama, akurasi dapat menunjukkan kualitas sebuah berita. Kedua, akurasi sangat penting bagi subjek berita yang mana reputasi dan kepentingannya dipertaruhkan oleh pemberitaan. Ketiga, akurasi juga penting bagi surat kabar yang bersangkutan karena berkaitan dengan kredibilitas surat kabar tersebut di mata pembacanya. Dalam kajian ini, akurasi hanya dikaitkan dengan narasumber karena didalam berita politik persoalan ini menjadi penting.

Tabel 62.

Sampel judul berita yang mengandung akurasi

No	Klasifikasi debat	Judul Pemberitaan
01	Debat pertama	Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi, Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid, Debat bisa Tingkatkan Elektabilitas hingga 6%,
02	Debat kedua	Visi Lingkungan Jokowi Konkret, Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata,

03	Debat Ketiga	Ma'ruf Amin Maksimalkan Durasi Debat, Ma'ruf Amin Sebut Infrastruktur Langit,
04	Debat keempat	Jokowi Siap Ladeni Prabowo Sola Global, Jokowi Memilih Berkerja di Istana

Berita yang berhubungan dengan debat calon presiden terdapat 28 berita, sedangkan berita yang menunjukkan akurasi sebanyak 9 pemberitaan. Artinya berita yang mengandung akurasi sebesar 32%. Pemberitaan di Surat kabar harian Media Indonesia tentang debat capres memperlihatkan ketidakakuratan terutama dalam hal penggunaan narasumber. Beberapa narasumber ahli yang diminta untuk memberi pernyataan untuk mengomentari suatu masalah adalah sebelumnya telah mendeklarasikan diri untuk mendukung pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin. Kompetensi dan independensi para ahli ini diragukan atau dipertanyakan ketika semula telah mendukung salah satu pasangan calon presiden. Hal tersebut terlihat dari beberapa fakta yang ada dalam pemberitaan media massa terkait dengan pendeklarasian dari organisasi para ahli tersebut bernaung., konsekuensi saling mendukung tersebut adalah ahli tidak menjadi independen juga sebaliknya berita jadi terdistorsi.

Tabel 50.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 16 Januari

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
01	16 Januari 2019	Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi	Prabowo dianggap terlalu beretorika tanpa banyak substansi yang disampaikan. "Padahal, kita semua menunggu dalam beberpa waktu kedepan bagaimana substansi yang beliau jabarkan bisa lebih detail sehingga tak hanya dalam tataran retorika," ujarnya

Akurasi yang pertama ditemukan dalam pemberitaan yang berjudul "Retorika Prabowo Sudah Dieksekusi Jokowi" yang menyatakan Prabowo dianggap terlau beretorika tanpa banyak substansi. Bahwa akurasi dilihat dari keberimbangan dalam pemberitaan penempatan porsi untuk pasangan calon nomor ururt 02, Prabowo-Sandi. cupilkan berita dari pernyataan tersebut diambil politikus Partai Golkar Muhamad Zainul Madji (TGB) sebagai tokoh sentral yang mengomentari ide atau gagasan dari Prabowo. Bahwa menurutnya pidato kebangsaan tersebut cenderung retorik. Meskipun dalam pemberitaan tersebut juga menempatkan sebagian pernyataan dari juru bicara pasangan nomor urut dua, tetapi pernyataan tersebut hanya dalam konteks Prabowo-Sandiaga yang makin percaya diri menghadapi debat debat pertama dan bukan menjawab pernyataan dari juru kampanye Jokowi-Amin.

akurasi tersebut di tunjukan melalui kutipan berita di bawah ini.

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
02	17 Januari 2019	Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid	Selain itu, simulasi yang dilakukan tim paslon 01, kata Karding, bertujuan mengetahui tata letak, jarak, dan posisi duduk audiensi dan sebagainya saat debat berlangsung. "ini penting untuk mereka (Jokowi-Amin) mengetahui apa yang ada di debat nanti," jelasnya.

Pada berlansungnya debat calon presiden, redaksi Surat kabar harian Media Indonesia menurunkan pemberitaan yang berjudul "Simulasi Bikin Pasangan Jokowi-Amin Kian Solid" dengan menjelaskan bahwa simulasi menjelang debat membuat pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin kukuh. Akurasi dilihat dalam penempatan porsi berita untuk pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi. Bahwa keseluruhan berita tidak ada sama sekali pernyataan dari pasangan calon Prabowo-Sandi. Narasumber yang dijadikan dalam berita tersebut hanyalah Tim Kampanye Nasional (TKN) yaitu Abdul Karding Kadir dan Erick Tohir sebagai ketua tim kampanye nasional Jokowi-Amin.

Tabel 52.

berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Januari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
03	17 Januari 2019	Debat bisa Tingkatkan Elektabilitas hingga 6%	“Setidaknya, sekarang ini kandidat lebih siap untuk menjawab. Itu sangat berpengaruh, bisa memengaruhi 5% sampai 6%, “ katanya disela kunjungan kerjanya di Siem Reap, Kamboja, kemarin

Masih dalam edisi yang sama, akurasi juga terdapat dalam pemberitaan yang berjudul “Debat bisa Tingkatkan Elektabilitas hingga 6%” yang menggambarkan bahwa kemampuan kedua kandidat menjadi poin penting dalam mengurai setiap permasalahan dan mempertahankan setiap argumen yang dikemukakan dalam debat pilpres perdana. Kemampuan adu argumen tersebut dapat memperoleh suara sekitar 5% hingga 6%. Akurasi dilihat dalam penempatan narasumber maupun keberimbangan dalam pemberitaan. Bahwa Narasumber dalam berita tersebut merupakan Jusuf Kalla yang juga mengemban tugas sebagai Ketua Dewan Pengarah Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma’ruf. Bahwa tidak ada pernyataan narasumber lain yang bisa dijadikan sebagai data untuk memperkuat pernyataan dari Jusuf Kalla. Jusuf Kalla menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif terkait elektabilitas dengan kemampuan mempertahankan argument dalam debat.

Tabel 53.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 17 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
04	17 Februari 2019	Visi Lingkungan Jokowi Konkret	Menurutnya, Jokowi menempatkan lingkungan hidup secara relasional dengan ekonomi. Konsepnya pembangunan ekonomi berkelanjutan wajib memperhatikan daya dukung lingkungan. .

Sementara itu pada debat kedua akurasi ditemukan dalam pemberitaan yang berjudul “Visi Lingkungan Jokowi Konkret” menjelaskan visi misi lingkungan di bidang lingkungan hidup dari pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin lebih nyata. Akurasi dalam pemberitaan tersebut dilihat dalam penempatan narasumber. Pemberitaan tersebut menempatkan Rivani Noor sebagai ahli dalam bidang lingkungan. Ia merupakan kordinator Organisasi Poros Hijau (PHI) atau lebih dikenal sebagai aktivis lingkungan. Selain itu organisasi tersebut sebelumnya telah mendeklarasikan diri untuk mendukung pasangan calon Presiden nomor urut 01, Jokowi-Amin (Nugraha. 2019). Mungkin deklarasi tersebut merupakan sebuah pertimbangan logis terhadap visi-misi Jokowi-Amin yang mengedepankan program terkait pengelolaan lingkungan hidup dan sumber daya alam seperti perhutanan sosial, reforma agraria, perbaikan sungai dan segala macam lainnya. Namun pernyataan dari para ahli yang mempunyai kapasitas dibidangnya menjadi bias ketika saling dukung mendukung, konsekuensinya adalah ahli menjadi

tidak independen dan pernyataanya bahkan cenderung distorsif karena berada dalam sikap saling mendukung.

Tabel 54.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Febuari 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
05	18 Februari 2019	Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata	Program tol laut selama ini menggunakan kapal-kapal negara yang dioperasikan oleh perusahaan pelayaran nasional," kata Makbul

Tidak jauh berbeda dengan pemberitaan sebelumnya, redaksi Surat kabar harian Media Indonesia menurunkan pemberitaan yang berjudul "Keberhasilan Petahana di Bidang Infrastruktur Nyata" yang memperlihatkan kompetensi calon presiden nomor urut 01, tak perlu diragukan. Akurasi pada pemberitaan tersebut dilihat dalam pemilihan narasumber dalam berita tersebut yakni, Ketua Persatuan lembaga masyarakat atau aktivis maritim (Pena Maritim), Makbul Muhammad. Walaupun pemilihan dari narasumber tersebut berhubungan dengan kapasitasnya sebagai ahli dalam bidang Maritim untuk mengomentari permasalahan yang berhubungan dengan kajian pembangunan kelautan dan peradaban maritim namun, persoalanya adalah organisasi tersebut telah mendekalarasikan diri atau menyatakan sikap untuk mendukung pasangan calon Presiden nomor urut 01 yaitu Jokowi-Ma'ruf. Sama halnya yang terjadi dalam pemilihan narasumber pada pemberitaan sebelumnya, yakni pemilihan Ishan Noor sebagai ahli untuk mengomnetari permasalahan yang berhubungan dengan bidangnya, bahwa pemberitaan ini juga berhubungan status independen sebagai

ahli dalam melihat persoalan sehingga, tentu saja terjadi bias dalam menyikapai sebuah permasalahan.

Tabel 55.
Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 16 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
06	16 Maret 2019	Ma'ruf Amin Memasimalkan Durasi Debat	Ya, seperti biasa. Saya tarsus jaan aja. Ngobrol sedikit, baca sedikit, jalan. Semalem sampe pukul 01:00 baru pulang dari siang. Santai aja,"ujarnya.

Pada debat ketiga akurasi ditunjukkan dalam pemberitaan yang berjudul "Ma'ruf Amin Maksimalkan Durasi Debat" menerangkan bahwa Ma'ruf Amin siap untuk debat ketiga. Akurasi dalam pemberitaan tersebut dilihat dalam penempatan porsi berita terhadap pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandiaga. Bahwa meskipun ada ada pernyataan dari Sandiaga Uno terkait dengan persiapan menjelang debat, tapi fokus pemberitaan justru lebih banyak diberikan kepada Ma'ruf Amin sebagai pasangan calon wakil presiden.

Tabel 56.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 18 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
07	18 Maret 2019	Ma'ruf Amin Sebut Infrastruktur Langit	"Infrastruktur langit, yaitu melalui palaparing sehingga tumbuh usaha start up. Pada 2024, estimasi kami akan tumbuh 3.500 start up untuk mmembuka lapangan kerja bagi anak cucu kita," ucapnya.

Sehari setelah menjelang debat, redaksi Surat kabar harian Media Indonesia menuliskan berita yang berjudul "Ma'ruf Amin Sebut Infrastruktur Langit" menjelaskan calon wakil presiden nomor urut 01, menegedpankan visi-misi yang progresif diantaranya menegnai pembangunan infrastruktur langit guna menopang industri berbasiskan digita. Penempatan narasumber dalam berita tersebut lebih menitik beratkan pada Ma'ruf Amin sebagai pasangan calon wakil presiden nomor urut 01 dengan nada pemberitaan yang positif sebaliknya dalam konteks yang sama menempatkan Sandiaga Salahudin Uno hanya tiga paragraf dengan mengevaluasi program jaminan kesehatan nasional (JKN) yang diwujudkan dalam bentuk BPJS kesehatan.

Tabel 57
berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 29 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
08	29 Maret 2019	Jokowi Siap Ladeni Prabowo Sola Global	Indonesia aktif mendorong adanya kerja sama dan kolaborasi, baik bilateral maupun multilateral untuk mewujudkan tatanan global yang damai dan produktif

Sementara itu pada debat keempat akurasi juga terdapat dalam pemberitaan “Jokowi Siap Ladeni Prabowo Sola Global” yang menarasikan pemerintahan Jokowi dalam satu periode, politik luar negeri Indonesia telah menunjukkan peran aktif. Akurasi dalam pemberitaan tersebut memperlihatkan dominasi pemberitaan lebih kepada pasangan calon presiden Jokowi-Amin yang melalui pernyataan Tim Kampanye Nasional (TKN). Bahwa bukan berarti dari pihak pasangan calon Presiden nomor urut 02 tidak mendapat tempat untuk memberikan sebuah pernyataan pada pemberitaan tersebut. Namun, masalahnya adalah penempatan pernyataan dari narasumber dari pasangan calon nomor urut dua hanya dua paragraf.

Tabel 58.

Berita di Surat kabar harian Media Indonesia
pada tanggal 30 Maret 2019

No	Tanggal Pemberitaan	Judul Berita	Akurasi
	30 Maret 2019	Jokowi Memilih Berkerja di Istana	“Kan banyak yang harus ditandatangani. Dari pagi kerjanya itu,” ujarnya ketika ditemui se usai salat jumat di Masjid Baitusallam, Istana Bogor

Pemberitaan yang terakhir dalam indikator akurasi ialah berjudul “Jokowi Memilih Berkerja di Istana” memperlihatkan kesibukan Jokowi yang menggelar kampanye terbuka ke sejumlah daerah. Akurasi dalam pemberitaan tersebut dilihat dalam penempatan porsi berita. Pada berita tersebut yang mendominasi isi berita ialah lebih kepada Jokowi sebagai pasangan calon Presiden nomor urut 01 dan menempatkan pasangan calon nomor urut 02 yaitu Prabowo Subianto hanya dua Paragraf.

BAB VII PENUTUP

Berdasarkan hasil temuan dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dapat ditarik kesimpulan bahwa Surat kabar harian Media Indonesia belum sepenuhnya objektif dalam pemberitaan debat calon presiden 2019. Pemberitaannya mengindikasikan sikap keberpihakan Surat kabar harian Media Indonesia kepada pasangan calon presiden nomor 01, Jokowi-Amin. Hal tersebut terlihat dari beberapa hal yang ditonjolkan pada rekonstruksi pemberitaan yang telah dibedah pada hasil temuan dan pembahasan. Bahwa Surat kabar harian Media Indonesia telah menjadi pewacana berpengaruh dalam menggiring opini publik untuk memberikan dukungan kepada salah satu pasangan calon dalam debat Capres yakni Jokowi-Amin.

Keperbikahakan Media Indonersia terlihat dari beberapa indikator yang digunakan dalam kajian ini. Pemberitaan yang mengandung unsur personalisasi di Surat kabar harian Media Indonesia ditemukan cukup banyak dan nada pemberitaannya menunjukkan berpihak kepada salah satu pasangan calon dengan nada pemberitaan yang postif serta pujian berlebihan. Unsur personalisasi tersebut ditunjukkan pada pasangan calon presiden nomor urut 01, Jokowi-Amin dengan nada pemberitaan berupa pujian dan cenderung postif. Sementara itu unsur personalisasi yang menyangkut aktor politik lain, dalam hal ini adalah pasangan calon presiden nomor urut 01, Prabowo Subianto cenderung netar! bahkan juga negatif.

Sementara itu, indikator yang mengandung sensasionalisme /emosionalisme menunjukkan Surat kabar harian Media Indonesia cenderung melihat pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin dengan penonjolan berupa aspek emosi sehingga dapat menimbulkan rasa suka terhadap pasangan Capres petahana tersebut. Pada penelusuran lebih lanjut, ternyata, berita-berita

yang memuat unsur sensasionalisme/emosionalisme yang dijumpai, banyak yang mengenai pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin.

Selain itu, pada pemberitaan debat Capres di Surat kabar harian Media Indonesia ditemukan unsur *stereotype* yang condong melihat pasangan calon nomor urut 02, Prabowo-Sandi dengan pemberian atribut yang memiliki asosiasi negatif. Surat kabar harian Media Indonesia secara keseluruhan dalam mengkonstruksi pemberitaannya memberikan *tone* yang negatif terhadap pasangan calon penantang yakni Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Atribut-atribut yang bernada negatif tersebut dimaksudkan untuk menjelaskan bahwa pasangan Prabowo-Sandi gagal untuk mengelaborasi setiap masalah dan mempunyai rekam jejak yang buruk terkait dengan masa lalunya.

Selanjutnya dalam pemberitaan debat Capres di Surat kabar harian Media Indonesia juga terdapat unsur *juxtaposition /lingkages* yang mana nada pemberitaannya cenderung konklusif hingga menyandingkan dua fakta sehingga terlihat kekontrasannya, Benang merah yang dapat dilihat dalam unsur *juxtaposition/lingkages* adalah salah satu upaya redaksi Surat kabar harian Media Indonesia untuk memanipulasi pikiran pembaca. Karena dengan memberikan bukti-bukti tentang keberhasilan petahana. Sehingga pembaca dapat memberikan konklusi bahwa petahana lebih baik dan hebat jika disandingkan dengan pasangan calon penantang, Prabowo-Sandi, dalam kajian ini unsur *lingkages* terkait pemberitaan debat capres di Surat kabar harian Media Indonesia tidak ditemukan.

Indikator yang terakhir adalah akurasi, bahwa pemberitaan di Surat kabar harian Media Indonesia terlihat tidak akurat, hal tersebut dilihat dari kecenderungan dalam pemilihan narasumber yang dijadikan pernyataan dalam penulisan pemberitaannya. bahwa narasumber terutama beberapa narasumber ahli yang sudah dikemukakan dalam data diatas telah mendeklarasikan diri untuk mendukung pasangan calon nomor urut 01, Jokowi-Amin. Konsekuensi logis dari penggunaan pernyataan narasumber ahli tersebut dalam pemberitaan menjadi

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Heriyani. 2013. *Fungsi Media Massa dan Kampanye Politik. Proceedings of Konferensi Nasional Komunikasi*. Mercu Buana 2014. Hal 210.
- Anugrah Pambudi Wijaksono. 2015. *Media Terpenjara: Bayang-Bayang Pemilik dalam Pemberitaan Pemilu 2014*. Masyarakat Peduli Media. Yogyakarta.
- Andita Rahma. 2019. *Polisi Benarkan Teror Bom di Rumah 2 Pimpinan KPK Laode dan Agus*. di <https://nasional.tempo.co/read/1163044/polisi-benarkan-teror-bom-di-rumah-2-pimpinan-kpk-laode-dan-agus/full&view=ok>. diakses 08 Januari 2020.
- Askurifai Baskin. 2006. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Ayu Rara Novemilia. 2016. *Kebijakan Lampung Post dalam Pembentukan Citra Politik; Studi Kasus Netralisasi Media Cetak Terhadap Pemberitaan Calon Bupati Pesawaran Pada Pilkada 2015*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Darmato. 2015. *Urgensi Perubahan Kebijakan untuk Penegakkan Independensi Media di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 10 No 1. Oktober. Hal 29-39.
- Fachrudin Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing*. Prenadamedia Grup. Jakarta.
- Febriansyah. 2019. *Debat Pilpres 2019 dan Manfaatnya Untuk Calon Pemilih*. di <https://tirto.id/debat-pilpres-2019-dan-manfaatnya-untuk-calon-pemilih-dez7> (diakses 21 April).
- Fahreza Rizky. 2019. *Makna di Balik Baju Putih Jokowi-Ma'ruf Amin*. di <https://news.okezone.com/read/2019/03/26/605/2035383/makna-di-balik-baju-putih-jokowi-ma-ruf-amin>. diakses 09 Januari 2020.
- Gal dan Uti. 2019. *Kepentingan Pemilik Jadi Tantangan*. Koran Kompas Edisi 04 Mei 2019.

- Gitasaro. 2012. *Kecerdasan Emosi (emotional intelligence) dalam Tasawuf*. Jurnal Khatulistiwa–Journal Of Islamic Studies. Volume 2 Nomor 2 September 2012. Hal 182-200.
- Hizkia Yosias Polimpung dkk. 2019. *Dalam Debat Capres, baik Ma'ruf maupun Sandiaga Gagal Tawarkan Program yang Menjawab Masalah*. Di <http://theconversation.com/dalam-debat-cawapres-baik-maruf-maupun-sandiaga-gagal-tawarkan-program-yang-menjawab-masalah-113720>. diakses 09 Januari 2020.
- Haris Syamsuddin. 2005. *Pemilu langsung di tengah oligarki partai: proses nominasi dan seleksi calon legislatif pemilu 2004*. Jakarta. Gramedia.
- Haris Fadhil. 2019. *WP KPK beberkan 9 Teror, Duga pelaku dari Jaringan yang Sama*. di <https://news.detik.com/berita/d-4378033/wp-kpk-beberkan-9-teror-duga-pelaku-dari-jaringan-yang-sama>. diakses 08 Januari 2020.
- Indah Mutiara Kami. 2019. *Survei Kompas: Jokowi Disalip Prabowo di Pemilih Berpendidikan Tinggi*. di <https://news.detik.com/berita/d-4475517/survei-kompas-jokowi-disalip-prabowo-di-pemilih-berpendidikan-tinggi>. diakses 08 Januari 2020.
- Indra Nugraha. 2019. *Dukung Jokowi, Poros Hijau Indonesia Desak Penguatan Perlindungan Lingkungan*. Di <https://www.mongabay.co.id/2018/09/12/dukung-jokowi-poros-hijau-indonesia-desak-penguatan-perlindungan-lingkungan/>. diakses 11 Januari 2020.
- Jhon Alvon. 2012. *Why the Presidential Debates Matter*. Di <https://edition.cnn.com/2012/01/26/opinion/avlon-debates-matter/index.html>. (di akses 21 April)
- Jaduk Gilang Pembayun. 2015. *Konglomerasi Media dan Dampaknya Pada Pilpres 2014*. Jurnal Interaksi. Vol 4. No 2 Juli 2015. Hal 109-116.
- Jani Yosef. 2009. *To be a Journalist*. Penerbit: Graha Ilmu. Yogyakarta
- Jurdi Syarifuddin. 2016. *Sosiologi Politik: Kekuatan Kekuatan Politik Indonesia*. Jakarta. Kencana.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2008. *Departemen Pendidikan Nasional. Edisi Keempat*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Karina M. Tehusjarana. 2019. *Experts, activist disappointed with 'nondebate'*. di <https://www.thejakartapost.com/news/2019/03/18/experts-activists-disappointed-with-non-debate.html> diakses 16 Oktober 2019.
- Kovach, Bill & Tom Rosenstiel. 2003. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Pantau
- Muhamad Heychael dan Holy Rafika Dhona. 2014. *Independensi Televisi Menjelang Pemilu 2014. Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik* dalam Jurnal Dewan Pers Edisi No.09. Juni 2014. Hal 89.
- Mochammad Sinung Restendy. 2016. *Daya Tarik Jurnalistik, Pers, Berita dan Perbedaan Peran dalam News Casting*. Jurnal al-Hikmah. Vol. 4. No. 2 Oktober. Hal. 1-12.
- Masni. 2017. *Media Massa Kapital dan Politik Ruang Publik*. Di <https://mapcorner.wg.ugm.ac.id/2017/02/media-massa-kapital-dan-politik-ruang-publik/>. (diakses 21 April)
- Micon. 2017. *Media Massa Berperan dalam Pendidikan Politik*. Di <http://mediaindonesia.com/read/detail/220812-media-massa-berperan-dalam-pendidikan-politik>. (diakses 21 april)
- Morissan. 2018. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Penerbit: Prenadamedia Group. Rawamangun – Jakarta
- Manan Bagir. 2012. *Politik Publik Pers*. Jakarta. Dewan Pers.
- Mranani Titah. 2014. *Objektivitas Pemberitaan Surat Kabar pada Berita Kecelakaan Mobil Listrik Tucuxi: Analisis Isi Kuantitatif pada Jawa Pos dan Kompas Periode Januari 2013*. Jurnal Komunikasi. Hal 1-15
- Manan Abdul. 2018. *Ancaman Baru dari Digital: Laporan Aji Tahun 2018*. Jakarta Selatan.
- Mawa Kresna. 2018. *Nasib Warga Kulon Progo yang Belum & Sudah Digusur Proyek Bandara*. di <https://tirto.id/nasib-warga-kulon-progo-yang-belum-sudah-digusur-proyek-bandara-cCuU>. diakses 08 Januari 2020.

- Mohamad Nur Asikin. 2017. *Dihadapan petinggi Negara Jokowi Singgung Sinergi Antar Lembaga*. di <https://www.jawapos.com/nasional/politik/16/08/2017/dihadapan-petinggi-negara-jokowi-singgung-sinergi-antar-lembaga/>. diakses 08 Januari 2020.
- Mur Guntur. 2019. *Menjernihkan Manipulasi kata Radikalisme*. di <https://indoprogress.com/2019/10/menjernihkan-manipulasi-kata-radikalisme/> diakses 22 Oktober 2019.
- Moleong, J. L. 2010 *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Nur Azizah Rizki Astuti. 2019. *Kritik Median untuk Debat Capres: Jokowi Keras, Prabowo Kurang Data*. di <https://news.detik.com/berita/d-4394151/kritik-median-untuk-debat-capres-jokowi-keras-prabowo-kurang-data>. diakses 08 Januari 2020.
- Nugraha Indra & Syahni Della. 2019. *Bedah Visi Misi Lingkungan Capres dan Cawapres, Seperti Apa?* di <https://www.mongabay.co.id/2019/02/05/bedah-visi-misi-lingkungan-capres-dan-cawapres-seperti-apa/>. diakses 08 Januari 2020.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Penerbit: Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Prasetya Utomo. 2017. *Oligarki Media dan Bagaimana Dia Menentukan Arah Pemberitaan*. Di <https://theconversation.com/oligarki-media-dan-bagaimana-dia-menentukan-arah-pemberitaan-86639>. (diakses 21 April).
- Restu Diantina Putri. 2019. *Masalah Infrastruktur yang Tak Diungkap dalam Debat Kedua Capres*. di <https://tirto.id/masalah-infrastruktur-yang-tak-diungkap-dalam-debat-kedua-capres-dhf2>. diakses 08 Januari 2020.
- Riyan Gunawan, Ahmadi. 2018. *Fungsi Media Massa dalam Perspektif Demokrasi terkait Penyelenggaraan Pemilu*. Vol. 4 No.3. Hal 1101-1118.

- Rudi Hartono. 2017. *Menyelamatkan Istilah Radikal*: <http://www.berdikarionline.com/menyelamatkan-istilah-radikal/> diakses 22 Oktober 2019.
- Rostapsell. 2017. *Kuasa Media di Indonesia Kaum Oligarki Warga, dan Revolusi Digital*. Penerj Prasetya Utomo. Tangerang Selatan. Marjin Kiri.
- Suryawati Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Gahlia Indonesia. Bogor
- Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Penerj Wibowo BS. Jakarta. Kencana.
- Suprpto Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.
- Salam Hardus dan Zakiah Kiki. 2015. *Objektivitas Media Online Republika.Co.Id Dalam Pemberitaan Kasus Penolakan Ahok Sebagai Gubernur Dki Jakarta*. Prosiding jurnalistik. Hal 107-114.
- Sasmito Madrim. 2019. *Hari Kebebasan Pers Sedunia:Kekerasan Terhadap Jurnalis Indonesia Masih Tinggi*. Di <https://www.voaindonesia.com/a/hari-kebebasan-pers-sedunia-kekerasan-terhadap-jurnalis-indonesia-masih-tinggi/4903602.html>. (di akses 11 mei 2019) .
- Siregar, Amir Effendi; Rahayu; Puji Rianto; Wisnu Martha Adiputra. 2014. *Menakar Independensi dan Netralitas Jurnalis dan Media di Indonesia*. Jurnal Dewan Pers Edisi No. 09 Juni, hal 3-39. Jakarta: Dewan Pers. ISSN:2085-6199.
- Sugiyono. 2012. *Metode kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung . Alfabeta
- The Economist. 2019. *Indonesia's economic growth is being held back by populism*. di <https://amp.economist.com/asia/2019/01/17/indonesias-economic-growth-is-being-held-back-by-populism>. diaskes 08 Januari 2020
- Tim Peneliti dari Masyarakat Peduli Media (MPM). 2014. *Pemilu 2014 dan Konglomerasi Media Nasional: Analisis terhadap Kecendrungan Pemberitaan 4 Grup Media Nasional di Indonesia*. Jurnal Dewan Pers No. 09, Juni, hal. 43-85. Jakarta; Dewan Pers. ISSN:2085-6199.

- Tim, CNN Indonesia. 2019. *ICW Rilis 40 Nama Caleg Eks-Napi Korupsi*. di <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190105135408-32-358668/icw-rilis-40-nama-caleg-eks-napi-korupsi>. di akses 08 Januari 2020.
- Uchana Efendy. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Webster's New English Dictionary. Compact Edition. 2000. Geddes & Grosset.
- Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Penerbit: Jakarta - kencana.
- Zuhairan Yunmi Yunan. 2019. *Isu Korupsi dalam Debat Pilpres: Tidak Terlihat Komitmen Jokowi dan Prabowo untuk Memberantas Korupsi*. di <http://theconversation.com/isu-korupsi-dalam-debat-pilpres-tidak-terlihat-komitmen-jokowi-dan-prabowo-untuk-berantas-korupsi-110457>. dikses 20 Januari 2020.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Media_Indonesia, diakses 26 Agustus 2019.