

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam komunikasi politik, media memegang peranan yang penting. Peran media sebagai penyebar informasi sangat dibutuhkan oleh pemerintah, partai politik, maupun politisi. Media menjadi sarana edukasi politik bagi masyarakat. Media dianggap sebagai sumber yang akurat dan menjadi sumber informasi yang dipercaya oleh masyarakat. Namun, media massa saat ini bukanlah lagi hanya merupakan sarana penyebaran informasi. Selain menjalankan perannya sebagai penyebar informasi, media juga membawa kepentingan-kepentingan tertentu. Oleh karena itu, media tidak lagi menjadi pihak yang netral dalam menyampaikan informasi.

Media berperan penting dalam membentuk konsensus dalam kehidupan bermasyarakat. Melalui wacana yang disebarkan oleh media kepada khalayak, suatu realitas dikonstruksi dan kemudian dikonsumsi oleh masyarakat. Media mendefinisikan sesuatu melalui sudut pandangnya. Tetapi sudut pandang media tidak selalu netral dan apa adanya, media juga merupakan tanggapan bagi pihak-pihak yang dominan dalam masyarakat. Definisi media atas suatu kelompok tertentu dikarakteristikan melalui kondisi yang alamiah, seperti buruk dan jelek. Oleh sebab itu, konsensus tidaklah terbentuk secara alamiah. Menurut Stuart Hall (1982), konsensus dibentuk melalui praktik sosial, politik,

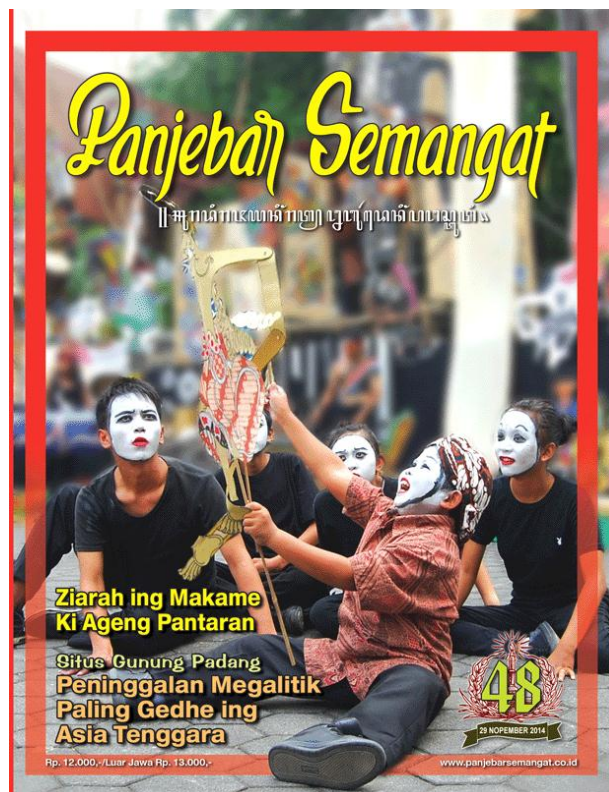
disiplin legal, dan bagaimana kelas, kekuasaan, dan otoritas itu ditempatkan. Media dalam hal ini berperan dalam mereproduksi dan memapankan definisi atas situasi yang mendukung dan mengesahkan suatu struktur, mendukung suatu tindakan dan tidak membenarkan tindakan lain.

Seperti halnya penjelasan di atas, definisi media terhadap suatu sosok berarti banyak bagi sosok tersebut. Media meredefinisikan dan mengkonstruksi bagaimana sosok yang dimaksud melalui sudut pandangnya. Dalam komunikasi politik, media juga menjalankan tindakan tersebut atas aktor politik maupun partai politik. Hal ini berfungsi untuk membentuk opini publik atas wacana yang disebarkan oleh media. Apakah publik harus berpandangan positif atau negatif terhadap sosok tersebut, media menggiring opini publik kepada tujuan-tujuan tersebut.

Liputan mengenai politik memiliki dimensi pembentukan opini publik, baik yang diharapkan oleh politisi maupun wartawan. Para aktor politik menginginkan sikap publik mengenai suatu persoalan yang dibicarakan olehnya akan berubah sesuai yang diharapkannya. Aktor politik menginginkan publik turut serta dalam pembicaraan maupun tindakan politik melalui pesan politik yang ia sampaikan. Dalam komunikasi politik, pembentukan opini menjadi yang utama karena hal ini mempengaruhi pencapaian di bidang politik oleh para aktor politik (Hamad, 2004:2).

Pemberitaan mengenai sosok calon pemimpin dapat menguntungkan maupun merugikan calon pemimpin. Hal ini dikarenakan konstruksi media atas

citra seseorang, terutama calon pemimpin, sangat berpengaruh terhadap keputusan pemilih dalam memilih calon pemimpin. *Panjeban Semangat* dalam hal ini memberitakan kedua sosok calon presiden Republik Indonesia untuk periode 2014-2019. Namun, citra yang ditampilkan atas dua pasangan kandidat ini sangat jauh berbeda.



(<http://www.panjebarsemangat.co.id/wp-content/uploads/2014/12/Cov-ps48-1-ngarep.png> diakses pada 16 Januari 2015 pukul 20.00)

Gambar 1. 1

Calon presiden pertama yakni Prabowo Subianto. Setelah berkarier di bidang militer, Prabowo mengawali karier politiknya dengan menjadi anggota Partai Golkar dan mencalonkan diri sebagai presiden dalam Konvensi Capres

Golkar 2004. Prabowo kemudian mendirikan Partai Gerindra dan mencalonkan diri sebagai wakil presiden mendampingi Megawati Soekarnoputri. Tahun 2014 ini ia mencalonkan diri sebagai presiden dengan wakil Hatta Radjasa. Joko Widodo, atau populer dengan nama Jokowi, adalah mantan Walikota Solo yang kemudian menjabat sebagai Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Jokowi diajukan sebagai calon presiden oleh Ketua Umum Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Megawati Soekarnoputri. Dalam pencalonan ini, Jokowi disandingkan dengan Jusuf Kalla dan mengusung beberapa program kerja yang terkesan pro rakyat.

Prabowo lebih banyak dikritik dalam majalah ini. Sebab, capres Prabowo mengusung rancangan program kerja yang ingin mengembalikan UUD 1945 ke sebelum diamandemen dan ingin mengangkat Presiden Soeharto sebagai pahlawan nasional. Rancangan kebijakan ini dinilai merugikan rakyat. Pasalnya, dengan dikembalikannya UUD 1945 ke sebelum diamandemen sehingga memungkinkannya pemimpin dipilih lebih dari dua kali. Dikhawatirkan era Orde Baru akan terulang apabila kebijakan ini diterapkan. Presiden Soeharto sendiri diketahui pernah menjabat sebagai presiden selama 32 tahun dan selama itu pula rakyat dianggap “menikmati” harga-harga bahan makanan dan kebutuhan pokok yang murah. Namun kenyataannya, utang luar negeri saat itu membengkak dan banyak pelanggaran HAM. Capres Jokowi sendiri lebih banyak ditampilkan dalam sisi positifnya. Misalnya, dengan dibahasnya program kerja yang lebih realistis. Sebagai contoh, dengan janji akan mengangkat Menteri Agama dari tokoh NU ketika ia berbicara di depan

massa NU dalam Tasyakuran Kemenangan PKB di Jawa Timur dan janji akan mengangkat Menteri Pendidikan dari tokoh PGRI ketika ia bicara di depan massa guru dalam Rakor PGRI di Jakarta.

Sebagai perbandingan, ada beberapa kalimat dalam artikel yang dimuat oleh *Panjebar Semangat* yang menunjukkan bagaimana majalah ini menggambarkan kedua tokoh. Berikut ini adalah kutipannya :



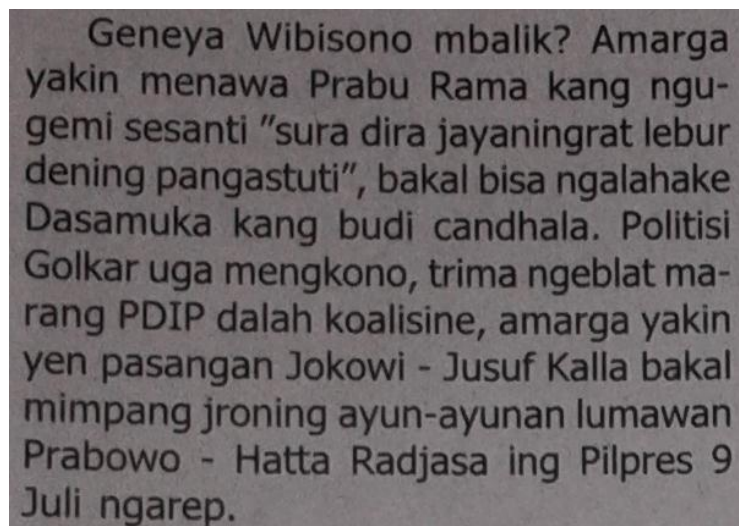
(*Panjebar Semangat* No. 22 Edisi 31 Mei 2014 hal. 7)

Gambar 1. 2

“... Deklarasi Capres-Cawapres PDIP mau kelakon digelar ing Gedung Joang Jl. Menteng Raya, Jakarta Pusat, Senen awan (19/05). Deklarasi binarung swarane adzan dhuhur –saengga disigeg 5 menit-. ... Ing Kampung Polonia Cipinang Cempedak Jakarta Timur, Capres Gerindra Prabowo Subianto sing sidane nggandheng Hatta Radjasa (Ketum PAN) minangka Cawaprese, awan kuwi uga nggelar deklarasi. Acara nembe kawiwitan wis kairing bledheg magenturan, merga mbeneri langit peteng. ...”

(“... Deklarasi Capres-Cawapres PDIP tersebut digelar di Gedung Joang Jl. Menteng Raya, Jakarta Pusat, Senin siang (19/05). Deklarasi dibarengi suara adzan dhuhur –sehingga dihentikan selama 5 menit-. ... Di Kampung Polonia Cipinang Cempedak Jakarta Timur, Capres Gerindra Prabowo Subianto yang akhirnya menggandeng Hatta Radjasa (Ketum PAN) sebagai Cawapres, siang itu juga menggelar deklarasi. Acara baru dimulai sudah beriring gemuruh petir, karena bertepatan dengan langit gelap. ...”)

(Panjebar Semangat No. 22 Edisi 31 Mei 2014 hal. 7)



Geneya Wibisono mbalik? Amarga yakin menawa Prabu Rama kang ngugemi sesanti “sura dira jayaningrat lebur dening pangastuti”, bakal bisa ngalahake Dasamuka kang budi candhala. Politisi Golkar uga mengkono, trima ngeblat marang PDIP dalah koalisine, amarga yakin yen pasangan Jokowi - Jusuf Kalla bakal mimpang jroning ayun-ayunan lumawan Prabowo - Hatta Radjasa ing Pilpres 9 Juli ngarep.

(Panjebar Semangat No. 23 Edisi 7 Juni 2014 hal. 8)

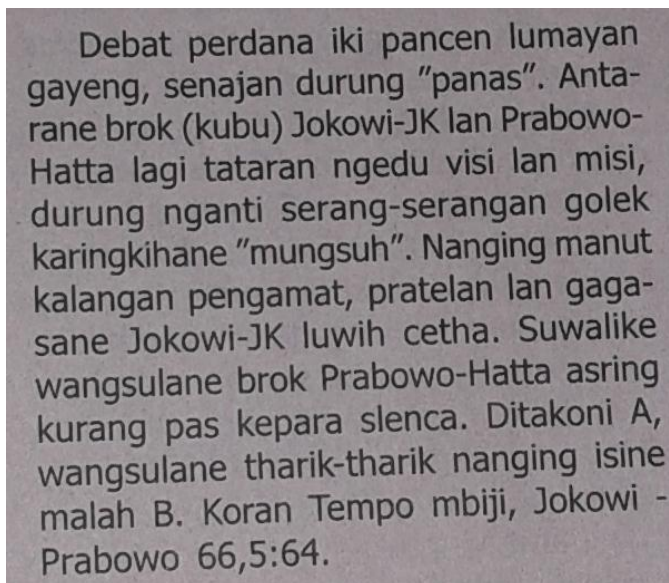
Gambar 1. 3

“... Geneya Wibisono mbalik? Amarga yakin menawa Prabu Rama kang ngugemi sesanti “sura dira jayaningrat lebur dening pangastuti”, bakal bisa ngalahake Dasamuka kang budi candhala.

Politisi Golkar uga mengkonono, trima ngeblat marang PDIP dalah koalisine, amarga yakin yen pasangan Jokowi – Jusuf Kalla bakal mimpang jroning ayun-ayunan lumawan Prabowo – Hatta Radjasa ing Pilpres 9 Juli ngarep. ...”

(“... Kenapa Wibisono berbalik arah? Karena meyakini bahwa Prabu Rama yang memegang teguh semboyan “*sura dira jayaningrat lebur dening pangastuti*”, akan bisa mengalahkan Dasamuka yang berbudi buruk. Politisi Golkar juga begitu, memilih berkiblat kepada PDIP dan koalisinya, karena merasa yakin bahwa pasangan Jokowi – Jusuf Kalla akan menang melawan Prabowo – Hatta Radjasa dalam Pilpres 9 Juli yang akan datang. ...”)

(*Panjebar Semangat* No. 23 Edisi 7 Juni 2014 hal. 8)



Debat perdana iki pancen lumayan gayeng, senajan durung “panas”. Antarane brok (kubu) Jokowi-JK lan Prabowo-Hatta lagi tataran ngedu visi lan misi, durung nganti serang-serangan golek karingkihane “mungsuah”. Nanging manut kalangan pengamat, pratelan lan gagasane Jokowi-JK luwih cetha. Suwalike wangsulane brok Prabowo-Hatta asring kurang pas kepara slenca. Ditakoni A, wangsulane tharik-tharik nanging isine malah B. Koran Tempo mbiji, Jokowi - Prabowo 66,5:64.

(*Panjebar Semangat* No. 25 Edisi 21 Juni 2014 hal. 7)

Gambar 1. 4

“... Debat perdana iki pancen lumayan gayeng, senajan durung “panas”. Antarane brok (kubu) Jokowi-JK lan Prabowo-Hatta lagi tataran ngedu visi lan misi, durung nganti serang-serangan golek karingkihane “mungsuah”. Nanging manut kalangan pengamat, pratelan lan gagasane Jokowi-JK luwih cetha. Suwalike wangsulane Prabowo-Hatta asring kurang pas kepara slenca. Ditakoni A, wangsulane tharik-tharik nanging isine malah B. ...”

(“... Debat perdana ini memang lumayan seru, walaupun belum “panas”. Antara kubu Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta masih dalam tahap mengadu visi dan misi, belum sampai saling serang mencari kelemahan “musuh”. Tetapi menurut kalangan pengamat, perkataan dan gagasan Jokowi-JK lebih jelas. Sebaliknya jawaban Prabowo-Hatta sering kurang pas bahkan meleset. Diberi pertanyaan A, jawabannya panjang-lebar tetapi isinya malah B. ...”)

(*Panjebar Semangat* No. 25 Edisi 21 Juni 2014 hal. 7)



(*Panjebar Semangat* No. 26 Edisi 28 Juni 2014 hal. 8)

Gambar 1. 5

“... Tujune dheweke darbe kader anyar sing ideologine ngenani Soekarno kena diendelake, yaiku Ir. Joko Widodo (Jokowi) tilas Walikota Solo lan saiki isih dadi Gubernur DKI Jakarta. Istilahe Megawati, nadyan krepeng nanging mental bantheng!... Ning marga Bung Karno wis diakoni dadi darbeke rakyat Indonesia

kabeh, Capres Prabowo uga melu-melu “dodolan” Bung Karno kanggo ngirup suwarane rakyat. ...”

(“... untungnya ia memiliki kader baru yang ideologinya mengenai Soekarno bisa diandalkan, yaitu Ir. Joko Widodo (Jokowi) mantan Walikota Solo dan sekarang masih menjadi Gubernur DKI Jakarta. Istilah dari Megawati, meskipun kerempeng tetapi mental banteng!... Tetapi karena Bung Karno sudah diakui menjadi milik seluruh rakyat Indonesia, Capres Prabowo juga ikut “berjualan” Bung Karno untuk mengumpulkan suara rakyat. ...”)

(*Panjebar Semangat* No. 26 Edisi 28 Juni 2014 hal. 8)

Dalam kutipan di atas, *Panjebar Semangat* menggambarkan siapa tokoh yang dianggap lebih baik dari yang lainnya. Melalui simbol-simbol dan secara tidak langsung, majalah ini mengkonstruksi identitas pemimpin yang patut dipilih oleh masyarakat. Jelas terlihat di sini ada perbedaan dalam menggambarkan sosok-sosok tersebut.

Dalam budaya Jawa, konsep mengenai kepemimpinan juga dibahas. Menurut Achmad (2013), terdapat beberapa sumber literatur yang memuat perihal kepemimpinan Jawa. Literatur tersebut antara lain *Serat Sastra Gendhing*, *Serat Wulang Jayenglengkara*, *Serat Witaradya*, *Hasta Brata*, dan 10-M. Dalam beberapa sumber literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa hal terpenting bagi pemimpin adalah mengabdikan dan mensejahterakan rakyatnya. Pemimpin yang ideal harus mampu menampung kritik dan saran dari rakyat, memberikan contoh yang baik kepada rakyat, dan bekerja untuk kepentingan rakyat.

Sejalan dengan konsep tersebut, pemimpin yang ideal versi majalah *Panjebar Semangat* juga digambarkan demikian. Secara simbolis, majalah

yang berhaluan pada kepentingan rakyat ini membentuk gambaran pemimpin ideal dalam sosok calon pemimpin. Dari sini, dapat dilihat bagaimana *Panjebar Semangat* mengkonstruksi identitas pemimpin yang ideal untuk kemudian menjadikannya sebagai wacana yang dikomunikasikan kepada pembaca.

Majalah berbahasa Jawa ini menarik untuk diteliti, karena *Panjebar Semangat* menampilkan dua sosok calon pemimpin ini secara berbeda. Di dalam pemberitaan mengenai calon presiden, majalah ini mengkonstruksi bagaimana sosok pemimpin Jawa yang ideal untuk memimpin bangsa. Konstruksi makna ini akan sampai kepada pembacanya dan mempengaruhi opini mereka. Penelitian ini tidak mengambil fokus kepada bagaimana konstruksi yang dikirimkan oleh majalah ini mempengaruhi pembacanya, tetapi akan memfokuskan penelitian kepada bagaimana konstruksi oleh majalah *Panjebar Semangat* terhadap identitas sosok pemimpin Jawa yang ideal.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana kritis. Penelitian ini juga berusaha menjelaskan wacana yang ada dalam majalah *Panjebar Semangat* serta hubungannya dengan konstruksi mengenai identitas pemimpin. Wacana memberikan kontribusi pada konstruksi identitas sosial, hubungan sosial, serta sistem pengetahuan dan makna. Dengan analisis wacana kritis, diharapkan akan diketahui bagaimana pesan yang terdapat di dalam majalah tersebut. Sehingga dapat diketahui bagaimana wacana dalam majalah ini mereproduksi identitas seorang pemimpin yang ideal melalui pesan tersurat dan tersirat dalam artikel di *Panjebar Semangat*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana majalah *Panjebar Semangat* membentuk gambaran identitas pemimpin dalam artikel yang dimuat di dalamnya. Peneliti bermaksud untuk melihat bagaimana konstruksi yang dilakukan oleh majalah ini dalam menggambarkan sosok pemimpin bangsa yang ideal. Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai identitas pemimpin dan memberikan pemahaman bahwa media merupakan salah satu sarana untuk mengkonstruksi identitas yang mengandung ide dan tujuan tertentu. Penelitian ini juga penting untuk memperkenalkan eksistensi majalah *Panjebar Semangat* yang hadir ditengah masyarakat Jawa sejak zaman pergerakan nasional, dimana pada saat ini hanya sedikit dari masyarakat Jawa di Indonesia yang mengenal majalah ini. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena melalui penelitian ini dapat dilihat bagaimana gambaran seorang pemimpin ideal melalui kaca mata media massa yang tidak *mainstream*, dalam hal ini adalah media massa berbahasa Jawa yang kental dengan budaya Jawa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana konstruksi identitas pemimpin ideal dalam majalah *Panjebar Semangat*?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana identitas pemimpin dibangun dalam Majalah *Panjebar Semangat*. Penelitian ini berusaha mengetahui seperti apa identitas pemimpin ideal yang dibangun dalam Majalah *Panjebar Semangat*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan oleh penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini akan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan studi ilmu komunikasi, khususnya dalam studi analisis teks media terutama metode wacana dalam menafsirkan konstruksi pesan oleh sebuah media.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan akan memberikan kesadaran kepada masyarakat mengenai peran media massa yang tidak hanya menjalankan fungsinya sebagai penyalur informasi kepada publik, tetapi juga membawa berbagai kepentingan, nilai, dan ideologi tertentu dalam menyampaikan informasi.

E. Kerangka Teori

1. Paradigma Kritis

Paradigma merupakan sudut pandang dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Paradigma menjadi dasar atas diselenggarakannya penelitian. Cara pandang sebuah paradigma berbeda dengan sudut pandang paradigma lainnya. Dalam analisis wacana, terdapat tiga paradigma yakni paradigma positivisme-empiris, konstruktivisme, dan kritis. Hikam dalam tulisannya yang berjudul “*Bahasa dan Politik: Penghampiran Discursive Practice*” (1996) menjelaskan masing-masing paradigma tersebut.

Terdapat perbedaan pandangan dalam tiga paradigma tersebut. Paradigma positivisme memandang bahwa realitas yang ada adalah fakta dan terjadi secara alamiah. Paradigma konstruktivisme menolak pandangan dari paradigma positivisme. Paradigma konstruktivisme melihat bahwa realitas adalah hasil konstruksi dari pikiran manusia. Sedangkan paradigma kritis masih mempercayai bahwa realitas itu ada, namun palsu karena sudah dirombak oleh kekuatan kelompok dominan.

Paradigma kritis bersumber dari pemikiran sekolah Frankfurt, dimana ketika itu di Jerman sedang berlangsung propaganda besar-besaran Hitler. Media menjadi alat pemerintah untuk mengontrol publik dan menjadi sarana untuk mengobarkan semangat perang. Paradigma kritis dipengaruhi oleh ide dan gagasan Marxis yang memandang bahwa

masyarakat terdiri dari sistem kelas. Masyarakat dilihat sebagai sistem dominasi dan media adalah salah satu bagian dari sistem dominasi tersebut. Kelompok dominan ini menggunakan media sebagai sarana untuk menguatkan kedudukan kelompoknya dalam masyarakat serta memarjinalkan kelompok minoritas. Oleh sebab itu, realitas dalam media telah terdistorsi dan palsu. Dalam paradigma kritis, media dianggap sebagai alat bagi kelompok dominan untuk memanipulasi dan menguatkan kedudukannya, dan memarjinalkan kelompok minoritas.

Aliran sekolah Frankfurt ini banyak memperhatikan aspek ekonomi politik dalam proses penyebaran pesan. Teori kritis lahir karena ada keprihatinan akumulasi dan kapitalisme lewat modal yang besar yang mulai mempengaruhi dan menentukan kehidupan masyarakat. Individu tidak lagi memiliki kontrol terhadap modal tersebut dan ia harus menyesuaikan diri dengan masyarakat yang dikuasai modal. Salah satu sifat dasar teori kritis adalah selalu curiga dan mempertanyakan kondisi masyarakat sekarang ini. Menurut teori kritis, meskipun kondisi masyarakat terlihat produktif dan bagus, sesungguhnya ada struktur masyarakat yang terselubung dan menipu kesadaran khalayak. Misalnya dalam berita. Kondisi berita saat ini dengan akumulasi modal besar-besaran menyatakan bahwa berita yang diproduksi adalah objektif. Teori kritis pertama kali selalu mempertanyakan objektivitas tersebut. Objektivitas dipertanyakan karena bisa menjadi alat bagi kelompok dominan yang ada dalam masyarakat untuk memapankan dominasi

kekuasaan, sehingga ketika masyarakat mempercayai objektivitas tersebut maka pada saat itulah struktur sosial yang tidak seimbang dan palsu tersebut diperkuat dan dipercaya (Eriyanto, 2006: 24-25).

Paradigma kritis tidak melihat media sebagai sesuatu yang netral yang menyajikan realitas secara apa adanya dan sebenar-benarnya, tetapi realitas tersebut telah dimodifikasi sehingga realitas yang ditampilkan dalam media adalah realitas yang semu. Paradigma kritis mengkritik pandangan positivisme yang menganggap bahwa realitas yang disajikan oleh media adalah kenyataan dan telah dikonstruksi secara alami. Paradigma kritis meyakini bahwa ada praktik penguatan kekuasaan oleh kelompok dominan atas kelompok yang tidak dominan.

Hall mengemukakan dua titik perhatian dalam proses pembentukan realitas tersebut, yakni bahasa dan politik penandaan. Bahasa merupakan proses penandaan. Realitas dapat ditandakan secara berbeda pada peristiwa yang sama. Pada peristiwa yang sama, makna yang timbul akibat susunan bahasa yang berbeda akan menjadi berbeda pula. Ada banyak makna yang timbul tetapi pada akhirnya hanya satu pemaknaan yang diterima oleh pembaca. Menurut Hall, wacana dominan membentuk, menghitung definisi, dan membentuk batas-batas dari pengertian tersebut. Makna tersebut muncul sebagai hasil dari proses pertarungan sosial dimana masing-masing kelompok saling mengajukan klaim atas kebenarannya sendiri.

Politik penandaan adalah bagaimana praktik sosial membentuk, mengontrol, dan menentukan makna. Hall memperhatikan peran media dalam menandakan realitas dalam pandangan tertentu dan menunjukkan bagaimana kekuasaan ideologi di sini berperan, yakni dengan ideologi menjadi bidang dimana pertarungan kelompok yang ada dalam masyarakat. Gambaran bagaimana sesuatu ditandakan tergantung pada proses itu sendiri. Efek dari ideologi dalam media itu adalah menampilkan pesan dan realitas hasil konstruksi tersebut tampak seperti nyata, alami, dan benar. Wacana di sini berada di tengah, menempatkan apa yang diasumsikan khalayak tentang dunia dan apa yang dapat dikatakan sebagai suatu kebenaran (Hall dalam Eriyanto, 2006: 30-31).

Paradigma kritis mengoreksi pandangan konstruktivisme yang masih belum menganalisis faktor-faktor hubungan kekuasaan yang erat dalam setiap wacana, yang nantinya berperan dalam membentuk jenis-jenis subjek tertentu berikut perilakunya. Analisis wacana tidak difokuskan pada kebenaran maupun ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran. Namun, analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada hubungan kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap netral sehingga bisa menafsirkan pesan sesuai dengan pikirannya, tetapi dipengaruhi dan berhubungan dengan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat. Bahasa tidak dipahami sebagai medium penyampai pesan yang netral, tetapi bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk

subjek tertentu, tema wacana tertentu, maupun strategi di dalamnya. Analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa: batasan apa yang diperkenankan menjadi wacana, perspektif yang harus dipakai, topik apa yang dibicarakan. Analisis wacana melihat bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam pembentukan subjek dan berbagai tindakan yang terdapat dalam masyarakat (Hikam, 1996: 85).

Littlejohn dan Foss (2005: 47) menyatakan bahwa meskipun tradisi kritis memiliki keberagaman namun teori-teori tersebut memiliki tiga keistimewaan pokok. Pertama, tradisi kritis mencoba memahami sistem *taken-for-granted*, struktur kekuasaan, dan ideologi atau kepercayaan yang mendominasi masyarakat, dengan pandangan tertentu dimana kepentingan-kepentingan disajikan oleh struktur kekuasaan tersebut. Kedua, ahli teori kritis terutama tertarik dalam membuka kondisi-kondisi sosial yang menekan dan tatanan kekuasaan dalam rangka mempromosikan emansipasi, atau masyarakat yang lebih bebas dan berkecukupan. Ketiga, penelitian kritis bertujuan untuk mengungkapkan cara-cara dimana kepentingan-kepentingan yang bersaing saling bertentangan dan sikap dimana konflik-konflik terselesaikan dalam 'kemurahan hati' suatu kelompok tertentu atas kelompok lainnya. Oleh karena itu, teori kritis acapkali menggabungkan diri dengan kepentingan-kepentingan kelompok yang terpinggirkan.

In the field of communication, critical scholars are particularly interested in how messages reinforce oppression in society (Littlejohn dan Foss, 2005: 47).

Meskipun para ahli tertarik pada tindakan sosial, namun mereka juga berfokus pada wacana dan teks yang mempromosikan ideologi tertentu, membentuk dan mempertahankan kekuatan, dan meruntuhkan kepentingan-kepentingan kelompok dan kelas sosial tertentu. Analisis wacana kritis memperhatikan fitur-fitur aktual dalam teks yang memunculkan tatanan penekanan ini, tanpa memisahkan komunikasi dari faktor lain dalam sistem keseluruhan dari kekuatan-kekuatan yang menekan tersebut (Littlejohn dan Foss, 2005: 47).

2. Media Massa dan Produksi Berita

Media menyajikan informasi kepada khalayak melalui sebuah berita. Namun, media bukanlah entitas yang netral. Media tidak menampung semua informasi kemudian menyampaikan kembali semuanya secara apa adanya. Media sarat akan kepentingan ekonomi politik dan ideologi, oleh karenanya informasi yang disampaikan oleh media telah dipilah dan dipilih terlebih dahulu. Informasi yang disampaikan dalam media tidak hanya berfungsi informatif, tetapi juga membentuk persepsi dalam pikiran khalayak melalui berita yang ditampilkan.

Media massa di Indonesia mengalami perkembangan dan melewati beberapa era. Pada masa pergerakan, media massa berfungsi sebagai penggugah semangat nasionalisme rakyat. Kemudian pada masa kemerdekaan, media massa memiliki peran penting dalam rangka penyebaran berita kemerdekaan di Indonesia. Namun, pada masa Orde Lama media massa tidak mendapatkan kebebasan. Pemberedelan terjadi pada beberapa kantor berita. Pada masa Orde Baru kebebasan media massa dalam menyajikan berita juga terbatas. Pemberedelan terhadap kantor media massa terjadi kembali, salah satu contohnya adalah kepada Majalah Tempo. Era Reformasi membawa angin segar bagi kebebasan pers. Kebebasan pers dijamin dan dibentuk undang-undang yang menjamin kebebasan pers (Ulya, 2012). Shoemaker dan Reese (1996) mengungkapkan beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan, diantaranya adalah: a.) faktor individu, b.) rutinitas media, c.) institusi media, dan d.) kekuatan eksternal media (Sudiby, 2006: 7-12).

Faktor individu berhubungan dengan sisi profesional jurnalis (Ishadi, 2014: 15). Sebuah berita selalu dipengaruhi oleh aspek personal wartawan seperti latar belakang pendidikan, perkembangan profesional, keterampilan menyampaikan berita secara tepat, perilaku, pemahaman terhadap nilai dan kepercayaan, dan orientasi profesional. Akibatnya wartawan akan memutuskan realitas mana yang akan dimuat dan realitas yang tidak dimuat dalam penulisan berita. Cara pandang mengenai

realitas oleh wartawan satu dengan lainnya tentu berbeda karena latar belakang kehidupan wartawan tersebut juga berbeda. Oleh karena itu, berita yang disajikan oleh tiap wartawan akan berbeda.

Rutinitas media berarti kegiatan yang selalu dilakukan di dapur media. Berawal dari wartawan yang memasukkan berita yang telah ia buat, kemudian pemilihan berita-berita tersebut oleh redaktur. Berita akan dipilih mana yang lebih memiliki nilai berita, mana yang harus dimuat dan tidak, serta mana yang harus ditonjolkan. Redaktur memiliki kekuasaan penuh dalam hal ini. Rutinitas media berkaitan dengan aturan yang berlaku, yakni mengenai proses penentuan berita dan proses *gatekeeping* (Ishadi, 2014: 15).

Dewan redaksi yang memilih dan mengatur penyajian berita merupakan bagian dari sebuah struktur dalam institusi media. Dalam media, pengelola media dan wartawan bukanlah satu-satunya faktor penentu isi media. Aspek-aspek lain seperti pengiklan dan pemodal juga turut mempengaruhi isi media. Kepentingan ekonomi seperti pengiklan, pemodal dan pemasaran menjadi bahan pertimbangan bagi sebuah peristiwa yang dapat menaikkan angka penjualan. Media hidup dari banyaknya iklan yang masuk. Dalam produksi berita, media massa membutuhkan dana yang besar untuk membiayainya. Faktor ekonomi seperti ini tidak dapat diabaikan, sebab hal ini menentukan keberlangsungan media. Apabila faktor ekonomi ini tidak tercukupi maka institusi media dapat berhenti berproduksi karena ketiadaan biaya.

Media adalah bagian kecil dari sistem yang lebih besar dan kompleks dari kehadiran sebuah berita. Kepentingan politik, ekonomi, dan budaya adalah faktor dominan yang mempengaruhi isi berita. Berita tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal media, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari luar institusi media. Faktor-faktor tersebut adalah: a.) sumber berita, b.) sumber penghasilan media, dan c.) level ideologi media.

Sumber informasi memiliki kepentingan untuk mempengaruhi isi berita. Misalnya untuk membangun citra positif atas suatu pihak, sehingga masyarakat ikut mendukung argumentasi yang diberikan sumber kepada media. Sebagai contoh, argumentasi pakar politik mengenai pandangannya terhadap seorang tokoh politik. Argumentasi yang disampaikan orang tersebut akan mempengaruhi isi berita. Pakar politik akan memberikan pandangannya mengenai segala hal yang bersangkutan dengan tokoh politik. Pendapat tersebut digunakan sebagai dasar penulisan berita, misalnya dalam mengkomparasi program kerja, prestasi tokoh politik, dan sebagainya. Kemudian akan didapatkan wacana mengenai mana yang lebih baik, mana yang lebih hebat, dan yang mana yang seharusnya dipilih.

Terdapat keterikatan antara keberlangsungan media dengan modal. Untuk tetap dapat bertahan, media memerlukan dana untuk membiayai produksinya. Dana didapatkan salah satunya dari iklan. Dalam hal ini,

hubungan media dengan pemodal dan pengiklan dapat mempengaruhi objektivitas media dalam menyajikan berita kepada masyarakat.

Ideologi adalah kerangka berpikir yang dipakai oleh setiap individu untuk melihat realitas serta bagaimana individu itu menghadapi realitas tersebut, dalam hal ini individu yang dimaksud adalah wartawan. Ideologi adalah konsep abstrak yang berhubungan dengan konsepsi individu dalam menafsirkan realitas. Ideologi yang abstrak dipahami sebagai siapa yang berkuasa dan siapa yang menentukan bagaimana media tersebut akan dipahami oleh publik.

3. Identitas Politisi di Media

Konsep identitas telah diperkenalkan pada 1990-an sebagai pokok dari *cultural studies*. Gunawan Wiradi menyatakan bahwa identitas adalah kesadaran seseorang akan dirinya sendiri sebagai suatu makhluk unik yang berbeda dari makhluk lain (Hadi, 2005: 154). Dari sini dapat dilihat bagaimana pentingnya peran konsep identitas dalam diri seorang individu, yakni menciptakan kesadaran diri sebagai makhluk yang berjiwa. Identitas seseorang terjalin dari persepsinya dan persepsi orang lain mengenai ciri dan sifat orang tersebut kemudian mengidentifikasinya apakah sama atau tidak dengan orang lain (Goodenough dalam Dona dan Riawanti, 2005: 74).

Identitas secara sosial dapat dimaknai sebagai ciri-ciri sosial suatu masyarakat yang menunjukkan kesadaran bersama atau sintesis. Identitas

tidak hanya mencerminkan perilaku atau karakter masyarakat, tetapi juga menjadi sebuah hubungan sosial yang erat dengan aktivitas sehari-hari mereka dan membedakannya dengan individu-individu lain di luar komunitas tersebut (Hadi, 2005: 155).

Konsep mengenai identitas berbicara tentang deskripsi yang dilakukan oleh masing-masing individu dalam melakukan identifikasi yang melibatkan aspek emosional. Identifikasi itu menyangkut persamaan dan perbedaan setiap individu dalam kehidupan sosial. Setiap individu melakukan konstruksi mengenai identitas dengan cara membentuk narasi tentang diri yang kemudian dinyatakan dalam kehidupan sosialnya. Identitas adalah esensi yang ditandakan melalui tanda-tanda rasa, kepercayaan, perilaku, dan gaya hidup. Identitas tidaklah dipahami sebagai sebuah entitas tetapi sebagai deskripsi atas diri kita yang diisi secara emosional (Barker dan Galasinski, 2001: 28).

Anthony Giddens menyatakan bahwa identitas adalah apa yang dipikirkan oleh individu mengenai dirinya sendiri. Identitas bukanlah kumpulan sifat-sifat yang dimiliki seorang individu, apa yang ia miliki, atau entitas maupun benda yang bisa ditunjuk oleh individu tersebut. Identitas adalah cara pikir individu mengenai dirinya sendiri. Tetapi, apa yang dipikirkan individu berubah dari waktu ke waktu. Identitas adalah sesuatu yang diciptakan oleh pemikiran individu, yakni sesuatu yang selalu dalam proses. Identitas terbentuk akibat pemikiran individu mengenai dirinya dari sudut pandang masa lalu dan masa kini, bersama

apa yang individu tersebut inginkan di masa depan, Giddens menyebutnya dengan proyek identitas (Demartoto, 2013).

Identitas manusia bersifat dinamis. Artinya, identitas manusia bisa berubah-ubah dan sifatnya tidak tetap. Manusia membentuk harapan ke masa depan dengan mengkonstruksikan identitas yang ia harapkan. Proyek identitas membentuk harapan manusia untuk menjadi seseorang yang ia inginkan di masa mendatang dan manusia akan berusaha untuk mewujudkan apa yang ia inginkan tersebut.

Manusia terbentuk sebagai individu melalui proses sosial dengan materi yang dimiliki bersama secara sosial. Hal ini biasa disebut dengan sosiologi atau akulturasi. Seorang individu tidak bisa menjadi orang yang sebagaimana ia pahami dalam kehidupan sehari-hari. Identitas sepenuhnya bersifat sosial dan kultural karena alasan sebagai berikut:

1. "Pandangan tentang bagaimana seharusnya menjadi seseorang adalah pertanyaan kultural. Sebagai contoh, individualism adalah ciri khas masyarakat modern."
2. "Sumber daya yang membentuk materi bagi proyek identitas, yaitu bahasa dan praktik kultural, berkarakter sosial. Semua itu dibentuk secara berbeda pada konteks-konteks kultural yang berbeda pula" (Demartoto, 2013).

Kajian budaya melihat bahwa setiap manusia tidak bisa dilepaskan dari proses akulturasi. Akulturasi membentuk kepribadian dan identitas diri seorang individu. Dari akulturasi tersebut setiap manusia akan melakukan politik dalam membentuk identitas agar seolah-olah dapat

diterima sebagai anggota dalam suatu budaya. Politik dalam kajian budaya bukanlah mengenai partai politik, kandidat politik, maupun pemilihan umum. Politik disini berarti aktivitas pokok dalam menghasilkan, mengatur, mereproduksi, bahkan mengubah tatanan sosial dan kultural untuk membentuk kepentingan sosial itu sendiri. Politik, dalam kajian budaya, berkenaan dengan pembentukan bahasa-bahasa baru untuk mendeskripsikan diri masing-masing individu. Politik identitas adalah kuasa seorang individu untuk membentuk dan mendeskripsikan diri agar seolah-olah tampak akrab dalam identitas sosial yang ada (Barker dalam Pinastika, 2014: 36-37).

Media massa memiliki andil dalam membentuk dan menyebarkan identitas seorang figur. Media menciptakan gambaran bagaimana manusia berpenampilan, berpakaian, bertindak sesuai dengan identitas yang ditunjukkan. Seorang *public figure* menciptakan sendiri identitasnya yang kemudian ia sebarakan melalui media massa. Ia menampilkan identitas yang ingin dilihat oleh media. Berjiwa sosial, tegas, ramah, dan lain sebagainya. Hal ini memiliki tendensi tertentu yang berdasarkan kepentingan dan menghasilkan keuntungan tertentu bagi seseorang. Dalam proses pemilihan umum misalnya, media akan banyak menerbitkan berita mengenai kandidat politik. Berita ini didasarkan kepada kehidupan masa lalu si kandidat, apa yang kandidat tersebut lakukan pada saat berita itu ditulis, dan seperti apa gambaran di masa depan ketika kandidat tersebut memimpin. Berita yang ditulis oleh

media tersebut kemudian akan membentuk wacana dalam masyarakat. Masyarakat yang membaca berita tersebut akan menerimanya sebagai sebuah identitas mengenai seseorang yang melekat pada diri sosok tersebut. Sehubungan dengan teori Giddens, proyek identitas juga merupakan hal yang selalu melekat pada pemberitaan tersebut. Identitas seorang kandidat sebagai calon pemimpin yang baik, hebat, dan ideal tercipta karena penggambaran mengenai sosok kandidat tersebut di media berdasarkan masa lalu, masa kini, dan harapan di masa depan.

Konstruksi identitas mengenai kandidat tersebut menjadi penting bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan, sebut saja untuk menaikkan elektabilitas. Media massa memang bukan satu-satunya media yang menentukan kemenangan seorang kandidat politik, tetapi masyarakat akan menjadikan identitas yang telah dikonstruksi tersebut sebagai pertimbangan dalam memilih.

Tidak hanya media massa yang membentuk identitas seseorang. Lebih mendasar, seorang manusialah yang berperan dalam membentuk dan menyebarkan identitasnya. Politik identitas ini biasanya digunakan oleh politisi dalam musim pemilihan umum agar menarik simpati masyarakat. Seorang politisi membentuk identitasnya sendiri untuk dapat menarik massa pemilih agar memilihnya dalam pemilihan umum. Banyak cara yang digunakan untuk membentuk identitas yang ia inginkan, mulai dari membentuk *image* sebagai orang alim hingga meminjam *image* publik figur lain yang dianggap hebat dan baik.

Tidak sedikit politisi yang tiba-tiba mengenakan kerudung dalam masa kampanye, berkampanye dengan mencantumkan tokoh lain seperti misalnya mantan presiden, ketua partai, dan sebagainya. Sebagai contoh, politisi Partai Golkar akan mencantumkan gambar Soeharto dan politisi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan akan mencantumkan gambar Megawati Soekarnoputri dalam alat peraga kampanyenya. Hal ini membuktikan bahwa seorang politisi ingin membentuk identitasnya seperti orang-orang yang pernah menjadi orang nomor satu di Indonesia tersebut. Tokoh tersebut dianggap sebagai sosok yang hebat, pemimpin yang pro rakyat, dan lain-lain.

Menjadi penting pula mencantumkan garis keturunan seseorang. Politisi menggunakan embel-embel ‘Anak Pak Harto’, ‘Adik Mbak Tutut’, dan lain sebagainya, tidak lain adalah untuk membentuk identitas dirinya sebagai sosok yang berasal dari keluarga pemimpin. Ia ingin masyarakat memandang dirinya sebagai pemimpin yang berkompeten karena telah terbiasa menjadi anggota keluarga seorang pemimpin, sehingga ia mengetahui bagaimana menjadi wakil rakyat yang baik. Inilah yang diharapkan oleh politisi akan muncul dalam persepsi masyarakat sehingga banyak massa yang menjadi pendukungnya.

4. Budaya Jawa dan Wacana Media

Pada dasarnya, budaya adalah segala tindakan manusia dalam mengatasi persoalan yang berkaitan dengan hidup dan kehidupan

(Prabowo, 2003: 24). Tindakan manusia dalam mengatasi persoalan hidup berbeda-beda. Oleh karena itu, terciptalah budaya yang berbeda pula di dunia. Begitu pula budaya Jawa, yang memiliki karakteristik khas dalam setiap perilaku masyarakatnya. Secara garis besar, budaya Jawa terbagi menjadi dua bagian, yakni budaya lahir dan budaya batin. Budaya lahir meliputi kedudukan sosial seseorang sebagai individu dan makhluk sosial. Sedangkan budaya batin terkait dengan hal-hal supranatural yang tidak dapat dijangkau dengan berdasar pada perhitungan empirik.

Dalam konteks penelitian ini, budaya Jawa yang dimaksud adalah budaya lahir. Budaya lahir lebih merupakan bagaimana manusia memosisikan dirinya dalam kehidupan sosial. Seperti yang dikatakan Prabowo sebagai berikut:

Sementara itu, budaya lahir terlihat dari simbolisasi nilai-nilai etika yang menjadi pedoman bagi masyarakat Jawa dalam bertindak sesuai kodratnya, baik selaku individu maupun makhluk sosial (Prabowo, 2003: 25).

Setiap anggota masyarakat Jawa memiliki tuntutan untuk mengesampingkan kepentingan-kepentingan yang bersifat individual. Hal ini sesuai dengan kebudayaan Jawa sendiri yang mengutamakan kebersamaan. Seseorang dihargai sesuai keterlibatannya dalam kepentingan sosial dan dalam mewujudkan harmoni sosial. Hal ini menjadikan setiap masyarakat Jawa ingin selalu terlibat dalam kegiatan

bermasyarakat. Oleh karena itu, suku Jawa memiliki citra yang santun serta ulet di mata suku-suku lainnya.

Tersebarluasnya citra budaya Jawa tidak semata-mata disebarkan oleh masyarakat Jawa sendiri, namun media massa turut berperan dalam menyebarkanluaskannya. Budaya dalam media massa akan dikemas secara halus dan akan disuntikkan pengaruhnya tidak secara frontal dan kentara ke tengah-tengah masyarakat. Media massa mengkonstruksi nilai-nilai budaya kemudian menyampaikannya pada masyarakat. Masyarakat yang secara kontinyu mengkonsumsi media massa akan menerimanya tanpa perlawanan. Masyarakat akan menerimanya sebagai budaya bersama.

Hegemoni salah satu budaya atas budaya lainnya tidak lepas dari peran media massa. Melalui berita, film, sinetron, *talkshow*, dan lain-lain, budaya yang ditampilkan secara terus-menerus akan mendominasi budaya lain yang tidak banyak ditampilkan secara perlahan. Oleh sebab itu, akan ada salah satu budaya yang seolah-olah menjadi terpinggirkan oleh budaya yang dominan tersebut. Pola pikir masyarakat pun berubah, akan muncul pandangan ‘ini lebih baik daripada’ akibat dominasi budaya tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat selalu membandingkan budaya yang dominan dengan budaya yang ditampilkan sebagai budaya ‘pinggiran’.

Budaya yang menjadi hegemoni dalam kehidupan masyarakat Indonesia adalah budaya Jawa. Sejak zaman penjajahan, Jawa menjadi

subyek penting baik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara maupun dalam wacana media massa. Sebut saja posisi Jawa sebagai pusat pemerintahan Hindia Belanda hingga Indonesia merdeka. Demikian pula dalam media massa, yang selama ini menampilkan wacana kehidupan ideal yang sangatlah Jawasentris. Benar, jika suku pedalaman di Kalimantan terkadang ditampilkan. Benar, jika Papua ditampilkan sebagai wilayah dengan penduduk yang eksotis. Tetapi apakah benar begitu yang berusaha ditampilkan oleh media massa? Apakah benar suku pedalaman Kalimantan ditampilkan sebagai pemilik budaya luhur yang patut diteladani oleh seluruh rakyat Indonesia? Apakah benar penduduk Papua ditampilkan sebagai masyarakat Indonesia yang sama dengan penduduk di Jawa, misalnya?

Nyatanya dalam program acara petualangan di stasiun televisi nasional Indonesia, suku pedalaman diperlihatkan sebagai orang yang belum mengenal kehidupan modern. Nyatanya dalam iklan yang diproduksi oleh perusahaan jamu besar di Indonesia justru menampilkan penduduk Papua yang perlu dibimbing oleh orang yang lebih modern. Visualisasi yang ditampilkan oleh media massa tidak hanya sekedar memperkenalkan budaya-budaya yang ada di seluruh Indonesia, tetapi juga memperlihatkan hegemoni suatu budaya atas budaya lainnya.

Dominasi Jawa dalam pertarungan wacana budaya adi luhung menghantarkan hegemoni atas kedigdayaan suku Jawa atas suku-suku yang lain di Indonesia (Annisa, 2012: 8).

Artinya, selalu ada campur tangan suku Jawa dalam setiap wacana budaya yang ditampilkan dalam media massa. Acara petualangan yang memilih pembawa acara yang berasal dari Jawa serta iklan jamu dengan bintang iklan dari Jawa misalnya. Terdapat contoh perbandingan yang kemudian muncul dalam setiap acara di media massa, perbandingan antara mana budaya yang baik serta perlu ditiru dan budaya mana yang tidak perlu ditiru. Dalam hal ini, budaya Jawa selalu menjadi pembanding sebagai budaya yang ideal bagi masyarakat Indonesia saat ini. Hal itu disebabkan oleh sudut pandang media massa dan posisi media massa tersebut yang sangat Jawasentris. Pusat dari media massa-media massa di Indonesia terletak di Jawa.

Sebagai contoh atas betapa media massa sangatlah Jawasentris, dapat dibandingkan bagaimana cara media massa memberitakan banjir Jakarta dengan banjir Manado. Banjir Jakarta yang jelas-jelas terjadi setiap tahun di musim hujan serta tidak menyebabkan kondisi darurat yang berarti terus-menerus disiarkan dari pagi hingga malam hari. Setiap berita yang muncul selalu mengenai *update* tentang banjir Jakarta. Namun banjir bandang yang melanda Manado pada 15 Januari 2014 tidak kunjung diberitakan hingga malam hari. Banjir bandang ini bahkan telah menelan korban jiwa sebanyak empat orang dan banyak lainnya yang belum ditemukan. Dilihat dari urgensinya, banjir Manado sangat jelas lebih membutuhkan ekspos yang cepat daripada sekedar memberitakan banjir Jakarta yang setiap tahun terjadi. Misalnya saja bagi

masyarakat Indonesia yang tinggal di luar Manado tetapi memiliki kerabat di daerah tersebut pasti lebih membutuhkan *update* berita yang cepat dan akurat mengenai keluarganya ketimbang hanya melihat genangan air di Jakarta. Inilah salah satu contoh betapa media massa sangat Jawasentris, bahkan ketika situasi darurat menimpa wilayah lain Indonesia di luar Jawa.

Dapat kita lihat mengapa bila media massa bicara mengenai *self* maka yang terjadi di Jawa merupakan bagian dari itu. Sehingga perwakilan yang beradab, modern, dan lebih baik dalam terminologi media yang merujuk pada primordialisme Jawa. Jawa yang dimaksudkan di sini adalah merujuk kepada kesukuan atau etnik yang secara geografis di Indonesia menempati pulau yang juga diberi nama Jawa. Serta merujuk juga pada orientasi dominasi nilai-nilai kesukuan yang “diciptakan” pada masa Orde Baru sejak tahun 1966-1998 yang dipimpin oleh Soeharto (Annisa, 2012: 8).

Dalam tayangan televisi, dapat dilihat pula bagaimana suku-suku lain di Indonesia ditampilkan. Dalam film televisi misalnya, orang Batak selalu menempati peran sebagai sopir angkutan umum atau tukang tambal ban. Sedangkan posisi orang kaya hampir seluruhnya selalu ditempati oleh orang Jawa. Demikian pula dalam acara humor di media massa. Orang timur selalu digambarkan sebagai orang yang bodoh, polos, dan tertinggal. Orang Jawa sendiri menempati peran sebagai orang kota yang gaul, modern, dan beradab.

Media massa menampilkan konstruksi identitas kesukuan ini secara terus-menerus dan kemudian menjadi budaya yang terdapat di

masyarakat. Stereotip atas suku tertentu kemudian menjadi hal yang biasa dan tidak perlu diperdebatkan. Padahal, ini adalah keadaan yang tidak setara. Suku Jawa yang ditampilkan terus-menerus sebagai peradaban yang modern dan lebih baik daripada suku lainnya kemudian akan diterima oleh masyarakat sebagai sebuah kewajaran dan membuat masyarakat memiliki *mindset* tertentu kepada suku selain Jawa. Misalnya, orang timur suka menggunakan kekerasan, bodoh, tidak modern, kurang beradab, dan perlu dipimpin oleh orang yang lebih beradab. Hal ini menegaskan bahwa hegemoni budaya Jawa atas budaya-budaya lainnya seolah diperkuat oleh media massa yang terus-menerus menampilkan wacana mengenai identitas budaya suku-suku di Indonesia.

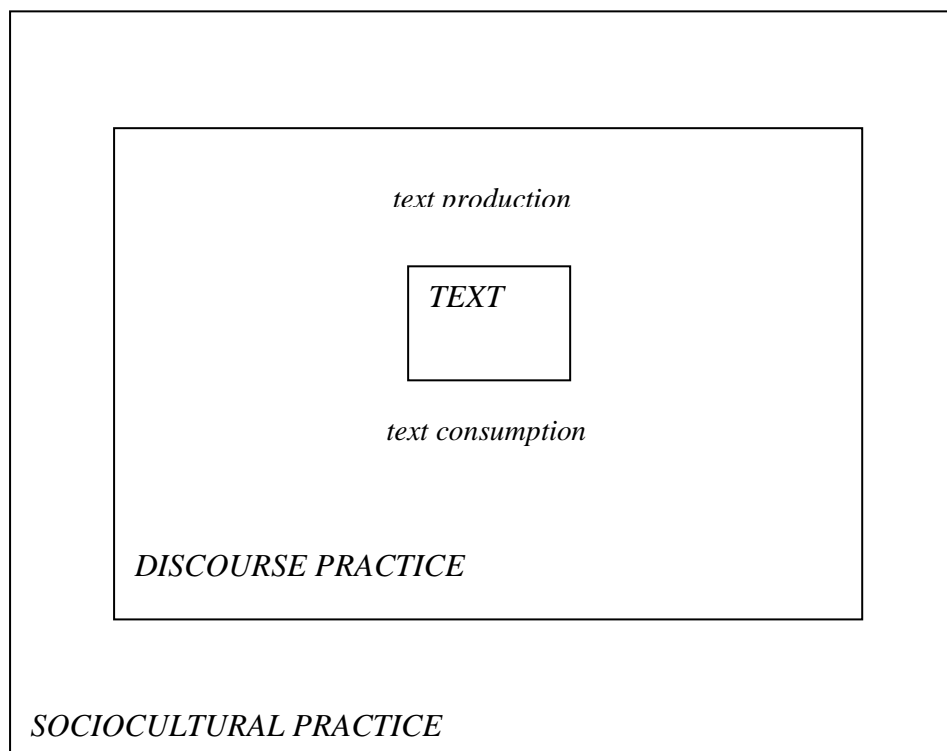
F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma kritis dan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Paradigma kritis menganggap bahwa realitas yang dibentuk di media adalah realitas semu yang telah dikonstruksi sedemikian rupa dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial, politik, ekonomi, budaya, etnik, dan gender. Paradigma kritis menganggap bahwa media tidaklah netral, tetapi media adalah alat bagi kelompok dominan untuk mengukuhkan eksistensinya dalam masyarakat.

Analisis wacana kritis merupakan salah satu alat untuk melihat teks yang membentuk suatu wacana dan mengaitkannya dengan konteks sosiokultural yang ada dalam masyarakat. Media bukanlah sesuatu yang netral, tetapi merupakan alat penciptaan wacana yang telah dibentuk sedemikian rupa dalam proses produksi dan konsumsi teks. Wacana akan memberikan kontribusi pada pengkonstruksian identitas sosial, hubungan sosial, serta sistem pengetahuan dan makna.

Penelitian ini menggunakan model analisis wacana kritis Norman Fairclough. Berikut adalah bagan dari model analisis wacana kritis Norman Fairclough:



(Fairclough, 1995: 59) Bagan 1. 1

Fairclough (1995) membagi analisis wacana ke dalam tiga dimensi, yakni *text*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Teks meliputi apa yang disampaikan secara langsung maupun secara tidak langsung, tertulis maupun diucapkan. Teks juga merupakan apa yang dituliskan, seperti kosakata yang digunakan, tata bahasa dalam kalimat, hubungan antarkalimat, dan struktur teks. Teks meliputi ide yang merujuk pada representasi tertentu, bermuatan ideologi tertentu, dan konstruksi identitas tertentu.

Menurut Fairclough (1995: 58), dalam meneliti teks peneliti berfokus terhadap bagaimana ketiga aspek berikut dipaparkan dengan jelas:

- a. Representasi dan rekontekstualisasi tertentu dari praktik sosial, mungkin membawa ideologi-ideologi tertentu.
- b. Konstruksi tertentu identitas penulis dan pembaca.
- c. Konstruksi tertentu dari hubungan antara penulis dan pembaca.

Discourse practice merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Produksi teks berhubungan dengan dari mana dan bagaimana teks tersebut diproduksi. Teks berita satu dengan lainnya diproduksi secara berbeda. Media yang satu memiliki pola kerja dan kebiasaan yang berbeda dengan media yang lain. Sedangkan konsumsi teks melihat target audiens yang mengkonsumsi teks yang diproduksi oleh media. Konsumsi teks bisa berbeda dalam konteks sosial yang berbeda pula. Fairclough (1995: 59) menunjuk

kepada bagaimana rutinitas institusional media seperti proses editorial terlibat dalam produksi teks media, dan bagaimana menonton televisi menjadi rutinitas dalam rumah tangga. Dengan perbedaan antara proses institusional dan proses diskursus, *discourse practice* berdiri diantara masyarakat dan budaya pada satu sisi, dan pada wacana, bahasa, serta teks di sisi lainnya.

Dimensi *sociocultural practice* menghubungkan antara teks yang sebelumnya telah dibuat dan dianalisis dengan kultur sosial yang sedang terjadi. Dimensi ini melihat bahwa sesungguhnya media bekerja untuk mengkonstruksi apa yang terjadi pada realitas, namun kultur sosial yang sudah ada dalam masyarakat luaslah yang sebenarnya membentuk konstruksi tersebut. Media merupakan gambaran kultur sosial yang sudah berkembang. Analisis atas *sociocultural practice* melibatkan konteks situasional yang lebih langsung, konteks yang lebih luas atas praktik institusional, peristiwa yang tertanam didalamnya, atau dalam bingkai yang lebih luas atas masyarakat dan budaya didalamnya (Fairclough, 1995: 62).

Dalam konteks penelitian ini, dimensi teks adalah artikel-artikel dalam majalah *Panjebar Semangat* yang telah dipilih. Dimensi teks dalam hal ini meliputi susunan kalimat, hubungan antar kalimat, dan lain-lain. Sedangkan dimensi *discourse practice* akan melihat siapa yang memproduksi teks, yakni majalah *Panjebar Semangat*, dan siapa saja yang akan mengkonsumsi teks. *Sociocultural practice* menghubungkan

antara teks yang telah dipilih dengan praktik sosiokultural yang ada di sekitar masyarakat, dalam konteks ini adalah kebudayaan Jawa. Baik dengan mitos-mitos, simbol-simbol, dan lain-lain.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah artikel-artikel dalam Majalah *Panjebar Semangat*. Artikel-artikel tersebut menjadi objek penelitian karena menampilkan dua kandidat presiden yang terlihat berimbang, tetapi dalam penggambarannya menggunakan simbol-simbol tertentu yang membuatnya tidak berimbang.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data yakni data primer sebagai data pokok (utama) dan data sekunder sebagai data pendukung.

a. Data Primer

Data primer adalah keseluruhan data yang dibutuhkan peneliti mengenai penelitian yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Sumber data yang paling utama adalah semua isi dan teks dari artikel dalam Majalah *Panjebar Semangat* yang telah dipilih.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang penelitian yang didapat dari sumber pustaka lain yaitu buku, dokumen, dan catatan sumber tertulis lainnya, serta internet. Data-data sekunder diperlukan untuk memperluas wawasan peneliti dan membantu peneliti dalam menganalisis objek penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Norman Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi, yakni teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Ini berarti bahwa dalam analisis data tidak hanya berfokus pada seputaran teks saja tetapi juga mengaitkan analisis pada proses produksi berita, konsumsi berita, dan praktek sosiokultural yang ada dalam masyarakat, termasuk konteks sosial dan politik yang melatarbelakangi terbentuknya teks.

Teks dalam penelitian ini adalah artikel yang terdapat dalam Majalah *Panjeban Semangat* yang menunjukkan identitas pemimpin pro rakyat yang ditonjolkan di dalamnya. Meneliti teks yang ada dalam artikel yang terdapat pada Majalah *Panjeban Semangat* berarti menganalisis kata-kata yang digunakan, bagaimana kesinambungan kata-kata yang dipilih akan menimbulkan makna, dan apa makna yang muncul sebagai akibat dari penyusunan kata dan kalimat. Melalui dimensi *discourse practice* akan dilihat kepemilikan media massa yang

menampilkan teks tersebut. Dimensi *sociocultural practice* melihat mengenai kultur sosial, budaya, dan ideologi yang ada di Indonesia.

Peneliti ingin melihat bagaimana teks yang ditampilkan dalam artikel Majalah *Panjebar Semangat* tersebut. Menurut peneliti, artikel dalam Majalah *Panjebar Semangat* menampilkan wacana mengenai sosok pemimpin yang ideal. Peneliti berasumsi bahwa sosok ideal yang ditampilkan dalam artikel di majalah ini adalah sosok pemimpin yang pro rakyat dan bekerja untuk rakyat. Asumsi tersebut muncul karena melihat latar belakang ideologis *Panjebar Semangat* sendiri yang berdasar pada nasionalisme dan memihak kepentingan rakyat, hal ini juga dikarenakan kebosanan masyarakat akan pemerintah yang tidak menunjukkan kerja secara nyata dan tidak memihak kepentingan rakyat.

Adapun langkah-langkah peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memilah isu dan permasalahan yang muncul saat ini kemudian mengembangkannya menjadi konsep yang akan diteliti.
- b. Mengumpulkan data dengan mengumpulkan Majalah *Panjebar Semangat* yang berisi artikel-artikel yang relevan dan akan diteliti.
- c. Mencari data pelengkap di internet dan literatur lainnya. Dalam hal ini peneliti mencari data mengenai Majalah *Panjebar Semangat* dan isu mengenai topik artikel di dalamnya.

- d. Menentukan teori dan konsep yang sesuai untuk membantu peneliti melakukan penelitian ini.
- e. Menganalisis data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis wacana kritis yang menganalisis teks dalam artikel di Majalah *Panjebar Semangat*, kepemilikan media, dan nilai *sociocultural* yang ada dalam masyarakat.

5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk mempermudah penyajian hasil analisis data dan memudahkan proses analisis penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini akan dituliskan secara sistematis yang terdiri dari empat bab.

Bab pertama berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metodologi penelitian. Bab ini merupakan pendahuluan dan pengantar isi dari pembahasan penelitian pada bab selanjutnya. Bab kedua berisi gambaran umum objek penelitian. Bab ini berisi tentang profil Majalah *Panjebar Semangat* dan profil dari calon presiden sebagai objek penelitian. Bab ini akan memberikan gambaran mengenai objek penelitian dan memberikan informasi yang mendukung objek penelitian. Bab ketiga akan berisi tentang hasil analisis penelitian, dan bab keempat akan berisi tentang kesimpulan dan saran.