

ANALISIS WACANA KRITIS IDEOLOGI DAN CITRA DALAM PEMBERITAAN MEDIA INDONESIA DI PILKADA DKI JAKARTA BULAN JANUARI 2017

Ayub Dwi Anggoro¹, Wan Abd Aziz Wan Mohd Amin²

¹ Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur Indonesia

² Fakulti Sains Sosial Gunaan, Universiti Sultan Zainal Abidin, Terengganu, Malaysia

Penulis Koresponden : Ayub Dwi Anggoro
ayubdwianggoro86@gmail.com

Abstrak: Pilkada langsung 2017 merupakan pesta demokrasi yang akan dilaksanakan oleh masyarakat Provinsi DKI Jakarta. Pentingnya independensi media dalam memberikan pemberitaan yang berimbang dan netral sangat menentukan kualitas dari perjalanan pilkada yang tengah berlangsung hari ini. Namun media hari ini memiliki model tersendiri dalam berita yang disiarkan kepada publik. Dengan kekuatan membangun opini publiknya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif di dukung oleh pendekatan kuantitatif dengan menggunakan software SPSS, Analisis Kualitatif dengan menggunakan pendekatan Analisis wacana Van Dijk, sedangkan sample berita yang diambil sebanyak 98 judul berita dari tanggal 1 Januari hingga 30 Januari di pemberitaan yang dilakukan oleh mediaindonesia.com. penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi citra pemberitaan yang dilabelkan mediaindonesia.com pada calon Gubernur yang tengah berkompetisi di Pilkada Dki Jakarta 2017. Dari hasil pembahasan menyimpulkan mediaindonesia.com memiliki keberpihakan ideologi politik untuk mendukung pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat dengan berbagai konten pemberitaan yang positif seperti hasil wawancara yang dilakukan kepada redaksi Media Indonesia memang condong kepasangan Ahok-Djarot karena media Indonesia ingin memberikan edukasi kepada masyarakat bahwasanya ini merupakan paslon yang sudah terbukti memiliki kinerja baik dalam hal memimpin Jakarta.

Keywords: Pemberitaan, Citra, Mediaonline

Abstrac : *The 2017 local election is a democratic party to be implemented by the people of DKI Jakarta Province. The importance of media independence in providing balanced and neutral protection greatly determines the quality of ongoing pilkada travel today. But today's media has its own model in news releases for the public, with the power to build public opinion. A number of 98 news headlines were taken from January 1 to January 30 on news by mediaindonesia.com. The purpose of this study is to identify the image of the media labeled mediaindonesia.com for prospective regents who are competing in the Jakarta Election in 2017. Based on the discussion, mediaindonesia.com has a partial political ideology to support Basuki Tjahya Purnama and Djarot Saeful Hidayat's partners, with various news content. As explained by Media Indonesia editor, Ahok-Djarot's tendency is high because the Indonesian media wants to educate the public that this is a candidate who has proven to have a good performance in leading Jakarta. The purpose of this study is to identify the image of the media labeled mediaindonesia.com for prospective regents who are competing in the Jakarta Election in 2017. From the results of the discussion it is found that mediaindonesia.com has a political ideology that supports Basuki Tjahya Purnama and Djarot Saeful Hidayat pair with various news content. As explained by the editor of Media Indonesia, their tendency is likely to be Ahok-Djarot because the Indonesian media wants to educate the public that this is a pair of candidates who have proven to have a good performance in leading Jakarta.*

Keywords: News, Citra, Mediaonline

Pendahuluan

Pemberitaan mediaindonesia.com pada bulan Januari memotret tentang peristiwa-peristiwa dalam kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon gubernur dan wakil gubernur beserta team suksesnya. Saling serang isu dalam kampanye menjadi pokok-pokok pemberitaan. Selain itu juga isu-isu jelang debat terbuka yang akan diadakan oleh KPUD DKI Jakarta.

Mediaindonesia.com memproduksi 98 berita tentang isu-isu pilkada DKI Jakarta. Frequency tersebut lebih sedikit dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Penetapan Basuki Tjahya Purnama sebagai tersangka kasus penistaan agama semakin memanaskan eskalasi politik pada bulan itu, bukan hanya viral di media sosial. Didunia nyatapun muncul gerakan pro dan kontra.

Dari sisi pemberitaan untuk masing-masing pasangan calon Gubernur DKI Jakarta, pasang Agus harimurti Yudhoyono dan Syvyana murni mendapatkan frequency pemberitaan sebanyak 22 berita, pasangan Basuki Tjahya Purnama – Djarot Saeful Hidayat mendapatkan frequency pemberitaan sebanyak 48 berita, sedangkan pasangan Anies rasyid Baswedan dan Sandiaga Uno mendapatkan frequency berita sebanyak 28. Dominasi pemberitaan pasangan Basuki Tjahya Purnama masih di urutan yang pertama. Namun dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya frequencynya menurun.

Candidatte	Frequency	Percent
Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylvyana Murni	22	22.4
Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat	48	49.0
Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Uno	28	28.6
Total	98	100.0

Jika dilihat dari frequency isu berita isu kampanye dan kinerja sebanyak 79 berita tetap paling menonjol dibandingkan isu elektabilitas dan dukungan sebanyak 5 berita, isu penistaan agama sebanyak 8 berita dan isu janji janji politik sebanyak 6 berita

Issue	Frequency	Percent
Isu elektabilitas dan Dukungan	5	5.1
Isu Kampanye dan Kinerja	79	80.6
Isu penistaan Agama	8	8.2
Isu janji-janji politik	6	6.1
Total	98	100.0

Berdasarkan olah data diatas masih memotret isu kampanye dan kinerja sebanyak 80,6 % sebagai bahan berita untuk disampaikan kepada publik, yang menarik adalah isu penistaan agama yang diangkat di urutan ke 2 (dua) sebanyak 8,2% sedangkan isu janji-janji politik mendapatkan 6,1 % disusul isu elektabilitas sebesar 5,1% .

Proses pemberitaan yang dilakukan oleh mediaindonesia.com dari berbagai isu berita yang diangkat memunculkan citra atau image. Dari olah data yang dilakukan mediaindonesia.com memproduksi 60 berita yang ber contentkan positif baik bagi para calon Gubernur yang sedang berkompetisi, sedangkan untuk citra negatif dalam content pemberitaanya sebesar 9 berita, sedangkan untuk berita yang berimbang dan tidak mengandung unsur pemberian citra kepada para calon gubernur atau netral sebesar 98 berita.

Image	Frequency	Percent
Positiv	60	61.2
negativ	9	9.2
netral	29	29.6
Total	98	100.0

Dari uraian data diatas masih mengindikasikan bahwa dukungan pemberitaan mediaindonesia.com masih diarahkan pada pasangan Basuki Tjahya Purnama, hal tersebut didasari dengan jumlah frequency berita yang masih tinggi untuk pasangan tersebut. Selain itu juga untuk menaikkan angka elektabilitas pasangan Basuki Tjahya

Purnama dan Djarot saeful Hidayat karena dari berbagai survei pasangan tersebut masih berada pada elektabilitas yang rendah. Walaupun frequency berita menurun, mungkin salah satu penyebabnya adalah masa yang mulai melakukan penolakan terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh media group. Namun pada bulan Januari ini persentase citra yang di informasikan ke publik 61,2% image positif, 9,2% image negatif dan 29,6% image netral.

Dari uraian diatas menarik untuk dianalisis bagaimana mediaindonesia.com melakukan pembingkaiian citra terhadap pasangan yang tengah berkompetisi di Pilkada DKI Jakarta tahun 2017 diantaranya, bagaimana Analisis pembentukan citra pemberitaan bulan Januari 2017 Pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Syvyana Murni, Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat serta Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno yang dilakukan oleh Mediaindonesia.com pada Bulan Januari

Kajian Literature Review

Perkembangan Analisis Wacana kritis di Indonesia

Penelitian yang dilakukan oleh Elvinaro Ardianto (2012) tentang Analisis wacana kritis pemberitaan harian pikiran rakyat dan harian kompas sebagai public relations politik dalam membentuk branding reputation presiden susilo bambang yudhoyono (sby) pemberitaan harian pikiran rakyat dan harian kompas sebagai public relations politik dalam membentuk branding reputation presiden sby. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis wacana kritis (critical discource analysis) yang mengacu pada perspektif norman fairclough. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: produksi teks pikiran rakyat cenderung branding reputation negatif presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Sedangkan produksi teks kompas cenderung branding reputation positif presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Konsumsi teks pikiran rakyat adalah pembaca mempersepsi sama(negatif) dengan produksi teks yang dibuat oleh Pikiran Rakyat. Sedangkan konsumsi teks Kompas adalah pembaca berseberangan (negatif) dengan produksi teks yang dibuat oleh Kompas bahwa pemberitaan itu cenderung Branding Reputation positif Presiden SBY.

Selanjutnya Penelitian yang dilakukan oleh Hari Bakti Mardikantoro B. Wahyudi Joko Santoso (2017) dengan judul korupsi dalam konstruksi media : analisis tekstual

pemberitaan korupsi di televisi swasta nasional Indonesia dalam perspektif analisis wacana kritis Van Dijk Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik tekstual dalam wacana berita korupsi pada televisi swasta nasional Indonesia. Pendekatan penelitian berupa pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori analisis wacana kritis van Dijk. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode simak dengan teknik lanjutan simak bebas libat cakap, teknik rekam, dan teknik catat. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis wacana Teun A van Dijk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi tekstual pada aspek struktur makro, suprastruktur, dan struktur mikro teks berita korupsi di televisi cenderung berpihak pada gerakan menolak dan mengecam adanya kasus korupsi. Pada Metro TV lebih memanfaatkan kosakata informal, ekspresi eufemistik, dan penggunaan kalimat pasif. Sementara konstruksi pemberitaan di NET, wartawan lebih menggunakan kosakata lugas, penggunaan kalimat aktif, dan metafora. Dari temuan tersebut, secara umum wartawan terlihat memarginalkan para pelaku korupsi dan memberikan citra positif kepada penegak hukum

Dari hasil kedua penelitian tersebut media memiliki ideology tersendiri dalam menyampaikan pemberitaan yang diproduksi sesuai dengan kepentingannya.

Berita dan Jurnalisme Online

Salah satu karya jurnalistik yang ditulis berdasarkan fakta atau data peristiwa adalah berita. Berita adalah laporan peristiwa terbaru. Tidak semua peristiwa layak dilaporkan hanyalah peristiwa yang memenuhi kriteria yaitu yang mengandung nilai berita (Romli, 2012: 68). Sedangkan berita, menurut Doug Newson dan James A. Wollert (Sumadiria, 2005: 64) berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat.

Konstruksi Realitas Politik Media

Menurut Mursito (2012:6) mengatakan sebagian besar pengetahuan kita tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia ini kita ketahui dari dan dengan membaca berita-berita di media. Membaca berita di media artinya membaca peristiwa yang telah dikonstruksi media. Dengan demikian, sesungguhnya kita tidak mempersepsi peristiwa melainkan mempersepsi berita tentang peristiwa. Kita "membaca peristiwa" yang faktanya telah diseleksi, diformat, diberi struktur, dan menurut perspektif media.

Metodelogi

Penelitian ini mengambil Objek Judul Pemberitaan Pilkada Langsung DKI Jakarta tentang para calon gubernur dan wakil gubernur dari tanggal 1 Januari sampai dengan 30 Januari 2017 di Media Indonesia.com.

Untuk melakukan penelitian analisis terhadap pemberitaan Pilkada langsung DKI Jakarta 2017 adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan analisis terhadap ideologi yang terklasifikasikan lewat citra pemberitaan positif dan negatif dalam kategori isu yang diangkat oleh media diantaranya isu Elektabilitas dan dukungan, Isyu Kampanye dan kinerja, Isyu penistaan agama, Isyu Janji-janji Politik dalam kampanye, lewat pengolahan data kuantitatif dengan menggunakan SPSS.
- b. Melakukan analisis dengan menggunakan model Analisis wacana kritis Van Dijk pada teks, kognisi dan konteks

Pembahasan

a) Analisis Ideologi pemberitaan bulan Januari 2017 Pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Syvyana Murni

Pada bulan Januari 2017 peristiwa-peristiwa yang mewarnai proses perjalanan Pilkada DKI Jakarta adalah momentum pelaksanaan debat para calon gubernur yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah DKI Jakarta. MediaIndonesia.com melakukan frequency pemberitaan terhadap pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Syvyana Murni sebesar 22 berita. Dibandingkan dengan bulan-bulan yang kemaren frequency dibulan Januari pemberitaan yang dilakukan mediaIndonesia.com lebih kecil untuk pasangan tersebut.

Frequency pemberitaan yang minim tentang pasangan Agus Harimurti Yudhoyono tentunya sangat merugikan, program-program yang dikampanyekan oleh pasangan tersebut kurang banyak tersosialisasikan dengan baik dan luas. Minimnya pemberitaan tentu hal tersebut akan mempengaruhi elektabilitas dari pasangan tersebut. Minimnya frequency pemberitaan juga akan meminimalkan pula kesempatan dari pasangan tersebut untuk melakukan pembelaan atas isu-isu negatif yang muncul menyerang citra atau image mereka

Selama bulan Januari 2017 ini, mediaindonesia.com memfokuskan pemberitaan untuk pasangan tersebut dengan berita yang mengangkat isu kampanye dan kinerja sebanyak 20 berita atau 90,9% dari total pemberitaan. Untuk isu elektabilitas dan dukungan sebanyak 1 berita atau 4,5% dari jumlah total pemberitaan, isu-isu janji-janji politik sebesar 1 berita atau 4,5% dari jumlah berita. Sedangkan isu-isu tentang penistaan agama tidak diberitakan. Memilih memfokuskan pada pemberitaan tentang isu kampanye dan kinerja jelas kurang menguntungkan pasangan tersebut. Sebab belum banyak kinerja yang bisa di informasikan kepada publik. Berbicara kinerja untuk pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni, mereka hanya berpengalaman pada bekas instansi mereka masing masing, yaitu di kemiliteran dan pegawai negeri sipil.

Issue	Frequency	Percent
Isyu elektabilitas dan Dukungan	1	4.5
Isyu Kampanye dan Kinerja	20	90.9
Isyu janji-janji politik	1	4.5
Total	22	100.0

Dari publikasi yang dilakukan oleh mediaindonesia.com berdasarkan olah data yang dilakukan nilai berita positif sebanyak 6 frequency berita atau 27,3% dari jumlah total pemberitaan, nilai berita negatif sebanyak 6 berita atau 27,3% sedangkan nilai berita netral sebanyak 10 berita atau 45,5%. Walaupun ada nilai berita positif sebanyak 6 berita pada bulan januari ini, pasangan Agus Harimurti Yudhoyono juga diserang 6 berita bernilai negatif.

Image	Frequency	Percent
Positiv	6	27.3
negativ	6	27.3
netral	10	45.5
Total	22	100.0

Merangkum dari olah data diatas mediaindonesia.com melakukan bingkai pemberitaan terhadap pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni dengan isu kampanye dan kinerja yang mendominasi pemberitaan pada bulan Januari ini. Sedangkan dari sisi image yang ditampilkan tidak menaikan sisi elektabilitas dari pasangan tersebut karena antara nilai berita positif dan negatif seimbang.

b) Analisis Ideologi pemberitaan bulan Januari 2017 Pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot saeful Hidayat

Pada bulan Januari 2017 peristiwa-peristiwa yang mewarnai proses perjalanan Pilkada DKI Jakarta adalah momentum pelaksanaan debat para calon gubernur yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum Daerah DKI Jakarta, selain itu juga maraknya black propaganda tentang isu-isu Suku Ras dan Agama (SARA) masih menghiasi pertarungan politik dibulan tersebut. Menjadi semakin menarik kita masing masing calon mulai melakukan kritik atas program-program kampanye dan janji-janji politik.

Mediaindonesia.com mengambil frequency pemberitaan terhadap pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat sebanyak 48 berita, jika dilihat dari persentase pemberitaan yang terdahulu frequency di bulan Januari ini paling terendah. Hal penyebab minimnya pemberitaan salah satu sebabnya adalah naiknya eskalasi politik nasional yang juga menghantam pemberitaanoleh media group sebuah gabungan perusahaan media dibawah pimpinan Surya Paloh salah satu ketua partai Nasional Demokrat (Nasdem).

Berdasarkan hasil analisis berita dari jumlah frequency berita yang di produksi oleh mediaindonesia.com masih tetap memfokuskan pada isu kampanye dan kinerja sebanyak 35 berita atau 72,9% dari jumlah total berita. Perubahan besar terjadi pada frequency isu penistaan agama yang sebesar 6 berita atau 12,5% dari jumlah total berita sedangkan isu janji politik sebanyak 4 berita atau 8,3% sedangkan isu elektabilitas dan dukungan sebanyak 3 berita atau 6,3% dari jumlah total berita di bulan Januari. Hal tersebut menandakan bahwa titik tekan pemberitaan pada bulan januari ini untuk pasangan tersebut adalah persoalan kampanye dan kinerja serta respon-respon politik terhadap kasus penistaan agama.

Issue	Frequency	Percent
Isyu elektabilitas dan Dukungan	3	6.3
Isyu Kampanye dan Kinerja	35	72.9
Isyu penistaan Agama	6	12.5
Isyu janji-janji politik	4	8.3
Total	48	100.0

Dari frequency berita yang diproduksi oleh *mediaindonesia.com* berdasarkan klasifikasi isyu sama seperti bulan-bulan sebelumnya nilai berita positif masih mendominasi yakni sebanyak 38 berita atau 79,2% dari jumlah total berita, nilai berita image netral sebesar 10 berita atau 20,8% dari jumlah total berita sedangkan image negatif sama sekali tidak ada.

Image	Frequency	Percent
Positiv	38	79.2
netral	10	20.8
Total	48	100.0

Hasil interpretasi data berita diatas menyimpulkan bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh *mediaindonesia.com* pada bulan Januari 2017 masih berfokus untuk mengangkat isyu kampanye dan kinerja dengan strategi pemberitaan ber *image* kan positif dan sudah teruji dengan tujuan untuk menaikkan elektabilitas pasangan tersebut. Sementara isyu pokok yang senantiasa menyerang pasangan tersebut hanya diberi porsi yang minim tetapi dengan konten berita yang ber citrakan positif bagi pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot saeful Hidayat.

c. Analisis Ideologi pemberitaan pasangan calon Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Uno bulan Januari 2017 pada MediaIndonesia.com

Pada bulan Januari masa kampanye terlihat sangat padat karena sudah mendekati masa pemilihan, dimana isyu-isyu politik semakin kuat dari ketiga pasangan calon. Berita

apapun mengenai pasangan calon tersebut sangat berpengaruh terhadap opini-opini masyarakat. Sehingga, berita apapun yang ditayangkan tentu saja akan mempengaruhi pilihan masyarakat. Keadaan semakin sensitif dan sulit dikendalikan. Isyu-isyu mulai bermunculan terutama isyu kampanye dan kinerja yang menjadi prioritas pemberitaan.

Data di atas menunjukkan bahwa pada bulan Januari MediaIndonesia.com memberitakan pasangan calon Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno sebanyak 28 kali. Dimana hal tersebut berarti hampir setiap hari MediaIndonesia.com memberitakan tentang pasangan calon tersebut. Hal tersebut nampak jelas bahwa media ini berusaha untuk menampilkan image positif di masyarakat.

Sebanyak 28 pemberitaan yang ditayangkan sebanyak 24 berita atau 85,7% dari berita keseluruhan merupakan berita mengenai isyu kampanye dan kinerja. Yang dimana berita yang lain hanya sebagai pendukung saja, hal yang ingin ditonjolkan adalah sisi positif dari pasangan calon tersebut. Dimana menurut data bahwa dari total pemberitaan yang ditayangkan 57,1% adalah berita positif.

Issue	Frequency	Percent
Isyu elektabilitas dan Dukungan	1	3.6
Isyu Kampanye dan Kinerja	24	85.7
Isyu penistaan Agama	2	7.1
Isyu janji-janji politik	1	3.6
Total	28	100.0

Dari 28 berita yang ditayangkan di MediaIndonesia.com terdapat berita tentang isyu kampanye dan kinerja sebanyak 85,7%, isyu elektabilitas dan dukungan sebanyak 3,65%, berita mengenai isyu penistaan agama sebanyak 7,1% dan yang terakhir adalah berita mengenai isyu janji-janji politik sebanyak 3,6%. Dari keterangan di atas sudah bisa dilihat bagaimana elektabilitas media terhadap pasangan calon Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno, yang dimana media tersebut selalu memberitakan mengenai hal-hal yang tergolong positif.

Image	Frequency	Percent
Positiv	16	57.1
negativ	3	10.7
netral	9	32.1
Total	28	100.0

Sedangkan untuk image yang dibangun dari pemberitaan tersebut adalah, sebanyak 16 berita bersifat positif, 3 berita memberitakan mengenai hal negative dan yang terakhir adalah 9 berita mengenai hal-hal netral yang tidak memihak pasangan calon tersebut. pemberitaan yang dilakukan oleh MediaIndonesia.com sudah sangat bisa diketahui bahwa media tersebut memihak kepada pasangan calon Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya pemberitaan yang selalu mengarah pada hal yang positif.

d. Analisis Wacana Model Van Dijk Media Indonesia bulan Januari 2017

Pasangan Agus Hari Murti Yudhoyono dan Syvyana Murni

Struktur	Analisa
A. Teks	
1. Makro	Hasil identifikasi dan elaborasi yang dilakukan terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com dibulan November dan Desember terkait judul dan isi pemberitaan diatas bertemakan tentang isu elektabilitas dan dukungan, Isyu Kampanye dan kinerja, Isyu Janji-janji Politik dalam kampanye terhadap pasangan nomer urut 1(satu) Agus Yudhoyono dan Sylviana Murni dalam menghadapi pilkada putaran pertama.
2. Suprastruktur	Hasil identifikasi dan elaborasi terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com menekankan pada skema

	<p>judul dan isi berita yang menginformasikan kondisi posisi elektabilitas Agus Yudhoyono dan Syviana Murni, kondisi barisan pendukung pasangan calon tersebut, serta jannji-janji politik yang akan dilakukan, sedangkan isi berita yang menggunakan skema piramida terbalik. Untuk lead/teras berita digambarkan tentang suasana tidak begitu berkembangnya progres elektabilitas serta kekurang solidan kelompok pendukung, kritik terhadap kinerja ahok dan janji-janji politik Untuk Body berita, informasi pendukung, kronologis dan data tambahan ditulis dengan mengutip pernyataan dari narasumber berita yang menginformasikan tentang jawaban atas isu-isu yang berkembang serta rencana-rencana kerja yang akan dilakukan.</p>
<p>3. Mikro</p>	<p>Hasil analisis semantik, Sintaksis, Stilistika serta Retorika sering menggunakan gaya bahasa paralelisme dan repetisi.</p> <p>Paralelisme adalah gaya bahasa berupa penyejajaran antara frase-frase yang menduduki fungsi yang sama, repetisi adalah gaya bahasa dengan jalan mengulang penggunaan kata atau kelompok kata tertentu sedangkan retorika bahasa lebih cenderung menggunakan retorika deliberatif memfokuskan diri pada apa yang akan terjadi dikemudian bila diterapkan sebuah kebijakan saat sekarang</p>
<p>B. Kognisi sosial</p>	<p>Para wartawan dan redaksi Media Indonesia.com tergabung dalam Media Group. Media group terdiri dari Media Indonesia, Media Indonesia.com, Lampung Post, Borneo news, Tabloid Prioritas, Metro TV. Kepemilikan dari media group adalah Surya Paloh yang juga merupakan ketua partai Nasional Demokrat.</p>
<p>C. Konteks sosial</p>	<p>Latar pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com pada bulan Januari 2017 dengan Isyu kampanye dan kinerja tersebut terjadi pada tiga peristiwa:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peristiwa pertama adalah hadirnya Ani Yudhoyono dan Megawati di acara debat Cagub dan Cawagub DKI Jakarta yang pertama 2. Peristiwa kedua adalah pernyataan Agus tentang perlunya koreksi terhadap transportasi laut 3. Peristiwa ketiga adalah peristiwa banjirnya dukungan pasangan calon oleh golongan artis.
--	---

Pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat

Struktur	Analisa
A. Teks	
1. Makro	Hasil identifikasi dan elaborasi yang dilakukan terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com dibulan Januari 2017 terkait judul dan isi pemberitaan diatas bertemakan tentang isyu elektabilitas dan dukungan, Isyu Kampanye dan kinerja, Isyu Janji-janji Politik dalam kampanye terhadap pasangan nomer urut 2(dua) Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat dalam menghadapi pilkada putaran pertama.
2. Suprastruktur	Hasil identifikasi dan elaborasi terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com menekankan pada skema judul dan isi berita yang menginformasikan kondisi posisi elektabilitas Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat, kondisi barisan pendukung pasangan calon tersebut, serta jannji-janji politik yang akan dilakukan, sedangkan isi berita yang menggunakan skema piramida terbalik. Untuk lead/teras berita digambarkan tentang suasana tidak begitu berkembangnya progres elektabilitas serta kekurang solidan kelompok pendukung, kritik terhadap kinerja ahok dan janji-janji politik Untuk Body berita, informasi pendukung, kronologis dan data tambahan ditulis dengan mengutip

	pernyataan dari narasumber berita yang menginformasikan tentang jawaban atas isu-isu yang berkembang serta rencana-rencana kerja yang akan dilakukan.
3. Mikro	<p>Hasil analisis semantik, Sintaksis, Stilistika serta Retorika sering menggunakan gaya bahasa paralelisme dan repetisi.</p> <p>Paralelisme adalah gaya bahasa berupa penyejajaran antara frase-frase yang menduduki fungsi yang sama, repetisi adalah gaya bahasa dengan jalan mengulang penggunaan kata atau kelompok kata tertentu sedangkan retorika bahasa lebih cenderung menggunakan retorika deliberatif memfokuskan diri pada apa yang akan terjadi dikemudian bila diterapkan sebuah kebijakan saat sekarang</p>
B. Kognisi sosial	Para wartawan dan redaksi Media Indonesia.com tergabung dalam Media Group. Media group terdiri dari Media Indonesia, Media Indonesia.com, Lampung Post, Borneo news, Tabloid Prioritas, Metro TV. Kepemilikan dari media group adalah Surya Paloh yang juga merupakan ketua partai Nasional Demokrat.
C. Konteks sosial	<p>Latar pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com pada bulan Januari 2017 dengan Isyu elektabilitas dan dukungan tersebut terjadi pada dua peristiwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peristiwa pertama adalah elektabilitas Ahok-Djarot berada di posisi teratas 2. Peristiwa kedua yaitu dukungan untuk pasangan calon Ahok-Djarot semakin banyak

Pasangan Anies Rasyid Baswedan dan Syvyana Murni

Struktur	Analisa
A. Teks	
1. Makro	Hasil identifikasi dan elaborasi yang dilakukan terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com

	<p>dibulan Januari 2017 terkait judul dan isi pemberitaan diatas bertemakan tentang isu elektabilitas dan dukungan, Isyu Kampanye dan kinerja, Isyu Janji-janji Politik dalam kampanye terhadap pasangan nomer urut 3 (tiga) Anies Baswedan – Sandiaga Uno dalam menghadapi pilkada putaran pertama.</p>
2. Suprastruktur	<p>Hasil identifikasi dan elaborasi terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com menekankan pada skema judul dan isi berita yang menginformasikan kondisi posisi elektabilitas Anies Baswedan – Sandiaga Uno, kondisi barisan pendukung pasangan calon tersebut, serta jannji-janji politik yang akan dilakukan, sedangkan isi berita yang menggunakan skema piramida terbalik. Untuk lead/teras berita digambarkan tentang suasana tidak begitu berkembangnya progres elektabilitas serta kekurang solidan kelompok pendukung, kritik terhadap kinerja ahok dan janji-janji politik Untuk Body berita, informasi pendukung, kronologis dan data tambahan ditulis dengan mengutip pernyataan dari narasumber berita yang menginformasikan tentang jawaban atas isu-isu yang berkembang serta rencana-rencana kerja yang akan dilakukan.</p>
3. Mikro	<p>Hasil analisis semantik, Sintaksis, Stilistika serta Retorika sering menggunakan gaya bahasa paralelisme dan repetisi. Paralelisme adalah gaya bahasa berupa penyejajaran antara frase-frase yang menduduki fungsi yang sama, repetisi adalah gaya bahasa dengan jalan mengulang penggunaan kata atau kelompok kata tertentu sedangkan retorika bahasa lebih cenderung menggunakan retorika deliberatif memfokuskan diri pada apa yang akan terjadi dikemudian bila diterapkan sebuah kebijakan saat sekarang</p>
B. Kognisi sosial	<p>Para wartawan dan redaksi Media Indonesia.com tergabung</p>

	dalam Media Group. Media group terdiri dari Media Indonesia, Media Indonesia.com, Lampung Post, Borneo news, Tabloid Prioritas, Metro TV. Kepemilikan dari media group adalah Surya Paloh yang juga merupakan ketua partai Nasional Demokrat.
C. Konteks sosial	Latar pemberitaan yang dilakukan oleh Media Indonesia.com pada bulan Januari 2017 dengan Isyu elektabilitas dan dukungan tersebut terjadi pada peristiwa: 1. Peristiwa Prabowo blusukan ke kampung aquarium dan mengajak mendukung pasangan calon Anies-Sandi

Interpretasi Pengembangan teori

Analisis ideologi yang dimasukan oleh Van Dijk dalam dimensi analisis Teks, Kognisi dan Konteks pada kondisi hari ini di Indonesia akan berubah. Perubahan itu terjadi karena ideologi menjadi satu dimensi tersendiri sebagai unit analisa. Fenomena yang hari ini terjadi di Indonesia adalah banyaknya pemilik korporasi media yang terjun ke dunia politik dan menggunakan perusahaannya untuk kepentingan politiknya. Pemberitaan Media Indonesia.com .Ideologi disini dimaknai sebagai kepentingan ekonomi, politik, sosial dan budaya dari korporasi media. Sehingga untuk melakukan analisa tidak bisa di baurkan pada dimensi yang lainnya. Karena ideologi adalah satu unit yang besar dan memiliki pengaruh yang cukup kuat. Hal itu diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan redaktur bagian politik hukum dan keamanan Media Indonesia.Com. Widy D Indiantari mengatakan:

“Media Indonesia memang condong kepada pasangan Ahok-Djarot karena media Indonesia ingin memberikan edukasi kepada masyarakat bahwasanya ini merupakan paslon yang sudah terbukti memiliki kinerja baik dalam hal memimpin Jakarta. Memang dari ketiga calon itu semua orang-orang baik , tetapi sekali lagi kami ingin mengarahkan masyarakat untuk lebih bijak menggunakan hak pilih mereka, jangan sampai terpengaruh oleh berita atau isu-isu yang belum tentu benar, apalagi masyarakat mayoritas masih sangat mudah terpengaruh oleh hal-hal tersebut, atau mungkin dari mereka begitu saja percaya dengan program kerja dari para paslon lain yang kalau dilihat dari kemungkinan keberhasilannya juga masih diragukan, beda dengan paslon Ahok-Djarot yang sampai sekarang menunjukkan progress yang luar biasa, apalagi

beberapa dari kampanye politik yang dilakukan oleh pihak lain menyinggung masalah agama dan golongan seperti kasus yang terjadi kemarin”.

Dari wawancara diatas menyimpulkan bahwa Ideologi Korporasi dari Media Indonesia.com, pada bidang politik berpihak pada salah satu calon. Otomatis hal tersebut mempengaruhi teks,kognisi dan konteks dalam produksi wacana berita. Sehingga komponen analisisnya berubah menjadi Ideologi,Teks,Kognisi dan Konteks.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas pola pembingkaiian citra dalam berita yang dilakukan oleh mediaindonesia.com adalah sebagai berikut:

1. Pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Syvyana Murni di citrakan pada isu kampanye dan kinerja serta elektabilitas dengan dominasi citra berita yang negativ
2. Pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat di citrakan pada isu kampanye dan kinerja serta elektabilitas dengan dominasi citra Positif
3. Pasangan Anies Rasyid Baswedan dan Sandiaga Salahudin Uno di citrakan pada isu kampanye dan kinerja serta elektabilitas dengan dominasi citra berita yang negativ
4. Pada pengembangan konsep Teun Van Dijk, Ideologi yang dijadikan satu kesatuan untuk melakukan unit analisa terhadap Teks, Kognisi dan Konteks dari pembahasan ini menggambarkan bahwa Ideologi adalah salah satu unit tersendiri yang harus di pisah karena ideologi telah melakukan intervensi terhadap teks, kognisi dan konteks

Hal tersebut menandakan bahwa mediaindonesia.com memiliki keberpihakan ideologi politik untuk mendukung pasangan Basuki Tjahya Purnama dan Djarot Saeful Hidayat dengan berbagai konten pemberitaan yang positif.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro., April 2012, "Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.1, April 2012.
- Hari Bakti Mardikantoro B. Wahyudi Joko Santoso, November 2017, " PIBSI XXXIX",
Semarang 7-8 November 2017
- <http://m.mediaindonesia.com/read/detail/74602-truk-kotak-kotak-jadi-kendaraan-pawai-ahok-djarot>
- <http://m.mediaindonesia.com/read/detail/74705-djarot-berjanji-pasarkan-kuliner-betawi-di-tingkat-internasional>
- <http://m.mediaindonesia.com/read/detail/74730-ahok-tidak-ambil-pusing-hasil-survei>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74320-hari-terakhir-ngantor-ahok-ogah-berkemas>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74327-ahok-perkenalkan-plt-gubernur-ke-skpd>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74330-ini-pesan-djarot-untuk-plt-gubernur-dki>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74341-cuti-kampanye-djarot-kontrak-rumah-di-menteng>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74595-ahok-unggah-foto-di-instagram-ajak-pendukung-tertib>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74646-gadis-ahok-targetkan-100-suara-di-tiap-tps>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74648-kepulauan-seribu-tidak-terpengaruh-isu-sara>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74722-survei-elektabilitas-ahok-djarot-masih-tertinggi>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74732-djarot-minta-demo-4-november-tidak-merusak-taman-kota>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74746-djarot-bantah-kip-tidak-masuk-jakarta>
- <http://mediaindonesia.com/read/detail/74856-kampanye-hitam-jangan-dibiarkan>
- Mursito, B. (2012). *Realitas Media*. Solo: Smart Media.
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* . Bandung: Nuansa Cendikia.
- Sumadiria, H. (2005). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional* . bandung: PT. Remaja Rosdakarya