

**Peran Media Massa Dalam Membangun Strategi Pemenangan
Pemilihan Kepala Daerah**

**Studi Kasus Pemenangan Khofifah-Emil dalam Pilkada Jatim
2018**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat memperoleh gelar
kesarjanaan dalam ilmu politik

Oleh :

FAUZI ALFIAN GUNARTO SAPUTRO

NIM. 135120500111025



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITA BRAWIJAYA
MALANG**

2019

**Peran Media Massa Dalam Membangun Strategi Pemenangan
Pemilihan Kepala Daerah**

**Studi Kasus Pemenangan Khori'ah-Emil dalam Pilkada Jatim
2018**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Fauzi Alfian Gunarto Saputro

NIM. 135120500111025

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua

Dr. Abdul Aziz S.R
NIP. 201807 620912 1 001

H.B. Habibi Subandi, S.Sos., M.IP
NIP. 201304 840905 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fauzi Alfian Gunarto Saputro
NIM : 135120500111025
Jurusan : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Peran Media Massa dalam Membvangun Strategi
Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah
(Studi Kasus Pemenangan Khofifah-Emil dalam Pilkada
Jatim 2018)

Menyatakan bahwa,

Skripsi dengan judul diatas merupakan karya asli penulis serta Dr. Abdul Aziz S.R dan H.B. Habibi Subandi, S.Sos., M.IP selaku dosen pembimbing. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Malang, Maret 2019

Pembuat Pernyataan,

Fauzi Alfian Gunarto Saputro

NIM. 135120500111025

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Surabaya, 24 April 1995 dari ayah yang bernama Sunarto, dan ibu bernama Hanip Alfiah sebagai putra kedua dari dua bersaudara. Penulis memiliki satu kakak perempuan yang bernama Nur Sita Titi Zahara

Penulis menjalani studi pendidikan sekolah dasar di SDN Perak Barat Surabaya Penulis kemudian melanjutkan studi di SMP Negeri 38 Surabaya Tiga tahun kemudian tepatnya tahun 2010, penulis melanjutkan studi ke jenjang sekolah menengah atas yaitu SMA Negeri 8 Surabaya.

Pada tahun 2013 penulis memilih Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. Penulis diterima di Universitas Brawijaya melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) 2013.



ABSTRAK

Fauzi Alfian Gunarto Saputro, Program Sarjana, Jurusan Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya Malang, 2019., Peran Media Massa Dalam Membangun Strategi Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah, Studi Kasus Pemenangan Khofifah-Emil dalam Pilkada Jatim 2018. Tim Pembimbing: Dr. Abdul Aziz S.R., dan H.B. Habibi Subandi, S.Sos., M.IP.

Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana peran dan bentuk kontribusi media massa terhadap elektabilitas yang dimiliki calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah-Emil dalam strategi pemenangan yang dilakukan pada pemilihan gubernur Jawa Timur 2018 serta dasar alasan redaksi memberikan dukungan tersendiri kepada salah satu calon gubernur yaitu Khofifah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dimana pengumpulan datanya menggunakan data primer yaitu wawancara, dan data sekunder, diperoleh dari tautan dan konten yang ada pada media massa maupun media sosial yang dianalisis menggunakan teknik analisis konten, dan penarikan kesimpulan.

Fenomena yang ada dan yang mendasari penelitian ini ialah pola strategi yang dilakukan oleh Cagub dan Cawagub dalam membangun citra baik demi meningkatkan elektabilitas dan mengumpulkan dukungan masyarakat melalui pencitraan yang dilakukan menggunakan media massa dan media sosial, dalam wacana yang ada pada media massa tersuratkan secara jelas bagaimana media massa yang mendukung salah satu calon yang bertanding pada pilgub dengan mengkonstruksi citra yang baik untuk salah satu calon gubernur tersebut yang harapannya akan memberikan persepsi kepada masyarakat dan akhirnya memenangkan Pilgub Jatim 2018.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bentuk – bentuk pencitraan yang dilakukan oleh Khofifah-Emil menggunakan media massa, salah satu media massa yaitu Harian Bangsa yang memberikan dukungan khusus berupa wacana pada media cetak dan media online nya secara terus – menerus menjelang Pilgub dan keberpihakannya kepada Khofifah-Emil serta dasar alasan dan keuntungan redaksi tersebut memihak.

Kata Kunci: Media Massa, Pencitraan, Elektabilitas, Kampanye, Keberpihakan.

ABSTRACT

Fauzi Alfian Gunarto Saputro, Undergraduate Program, Major Political Science, Faculty Social Science and Political Science, Brawijaya University Malang, 2019., The Role of Mass Media in Building Winning Strategy of Governor Election, Study Case Khofifah – Emil Winning in Pilkada Jatim 2018. Advisor Team: Dr. Abdul Aziz S.R., and H.B. Habibi Subandi, S.Sos., M.IP.

This research aimed to identify how the role and contribution of mass media to electability of the governor and deputy governor candidate Khofifah – Emil in a winning strategy which is conducted in the East Java's governor election 2018, and also basic reason why the redaction gave its own support to the one of governor candidate, that is Khofifah. The type of this research was consisted with qualitative method which used data collecting by doing interview as the main data, and secondary data was collected by mass media and social media post and content analyzed by content analysis technique, and conclusion.

The phenomenon that happens and underlies in this research was the pattern of strategy carried on by governor and deputy governor candidate in building a good image to increase the electability and collect people supports through imaging using mass media and social media, in the discourse that exist on mass media clearly stated how the mass media support one of the candidate who competed in governor election by constructing a good image for one of the governor candidate, that hope to give perception to people and finally winning the Pilkada Jatim 2018.

The result of this research is imaging shapes that done by Khofifah – Emil using mass media, one of them is Harian Bangsa which provide special support in the form of discourse on its mass media and online media continuously before governor election and its partisanship to Khofifah – Emil, also basic reason and redaction benefit.

Key words: Mass Media, Imaging, Electability, Campaign, Partisanship.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena oleh berkat dan kasih karunia Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Peran Media Massa dalam Membangun Strategi Pemenangan Pemilihan Kepala Daerah (Studi Kasus Pemenangan Khofifah-Emil dalam Pilkada Jatim 2018)”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Sholih Mu’adi, SH., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya Malang.
2. Dr. Abdul Aziz S.R dan H.B Habibi Subandi, S.Sos., M.IP selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan arahan selama pengerjaan tugas akhir ini.
3. Mama, Papa, dan Kakak yang selalu mendoakan tanpa henti dan memberikan semangat kepada penulis.
4. Tabita Hasian, yang selalu sabar menghadapi saya
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat menyempurnakan skripsi ini dan melaksanakan perbaikan di masa mendatang. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu dan teknologi pangan.

Malang, Maret 2019

Penyusun,

Fauzi Alfian Gunarto Saputro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDU	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan masalah	9
1.3 Tujuan dan manfaat Penelitian	10
1.4 Tinjauan Pustaka	10
1.5 Kerangka Teori	19
1.5.1 Indirect Mass-Campaign	19
1.5.2 Pull Political Marketing	20
1.5.3 Pencitraan Politik	21
1.6 Metode Penelitian	25
1.6.1 Jenis Penelitian	25
1.6.2 Sumber Data	26
1.6.3 Analisis Konten (Analisis Isi)	26
1.6.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	29
BAB II PETA POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR JATIM 2018	30
2.1 Pemilihan Gubernur Jatim 2018.....	30
2.2 Dinamika Bakal Cagub dan Cawagub pada Pilgub Jatim 2018	31
2.3 Cagub dan Cawagub Jawa Timur 2018.....	36
2.4 Elektabilitas Calon dan Hasil Pilgub Jatim 2018.....	41
BAB III PENCITRAAN KHOFIFAH-EMIL PADA MEDIA MASSA UNTUK MENINGKATKAN ELEKTABILITAS POLITIK	44
3.1 Redaksi dan Politik	44
3.2 Dukungan Redaksi Terhadap Khofifah Pada Masa Kampanye	50
3.3 Bentuk Dukungan Terhadap Pasangan Khofifah-Emil	53
3.4 Media Sosial dan Kampanye Pemenangan Khofifah-Emil.....	67
3.5 Membangun Citra Politik Khofifah-Emil dengan Media Massa	71
3.6 Intensitas Pemberitaan Khofifah-Emil Pada Harian Bangsa.....	74
BAB IV KEPENTINGAN YANG DIMILIKI MEDIA MASSA DALAM MEMIHAK KHOFIFAH-EMIL DI PILGUB JATIM 2018	79
4.1 Keberpihakan Redaksi Harian Bangsa.....	79
4.2 Redaksi <i>Harian Bangsa</i>	80
4.3 Kepentingan Media Dalam Memihak Khofifah di Pilkada	82
BAB V PENUTUP	86



5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu..... 18
Tabel 2.1 Bursa Cagub dan Cawagub Jatim 32
Tabel 2.2 Hasil Perolehan Suara Pilgub Jatim..... 42
Tabel 3.1 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 1 – 7 mei 2018 75
Tabel 3.2 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 8 – 14 mei 2018 75
Tabel 3.3 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 15 – 21 mei 2018 76
Tabel 3.4 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 22 – 28 mei 2018 76
Tabel 3.5 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 29 – 31 mei 2018 77



DAFTAR BAGAN

Bagan	2.1	Model Pembentukan Citra.....	22
Bagan	2.2	Teknik Analisis Isi.....	27
Bagan	2.3	Kerangka Berpikir.....	29
Bagan	3.1	Presentase Pemberitaan Khofifah-Emil.....	77
Bagan	3.2	Presentase pemberitaan Gus Ipul-Puti.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 3.1.	Khofifah Mencari Dukungan Dari Untuk Mengikuti Pilgub.....	88
Gambar 3.2.	Pernyataan Khofifah Mundur Dari Jabatan Menteri Sosial Untuk Mengikuti Pilkada.....	88
Gambar 3.3.	Pernyataan Salah Satu Partai Memberikan Dukungan Kepada Khofifah.....	89
Gambar 3.4.	Wacana Khofifah Mengenai Popularitas Yang Dimiliki	89
Gambar 3.5.	Wacana Kepastian Khofifah Untuk Mengikuti Pilgub 2018	90
Gambar 3.6.	Wacana yang Menunjukkan Tokoh Masyarakat Memberikan Dukungan Kepada Khofifah-Emil	90
Gambar 3.7.	Relawan dari Beberapa Daerah yang Siap Mendukung Kemenangan Khofifah.....	91
Gambar 3.8.	Tokoh Agama Yaitu Ketua NU yang Menghimbau agar Mendukung Khofifah pada Pilkada 2018	91
Gambar 3.9.	Wacana Pada Bangsa Online Yang Menunjukkan Elektabilitas Gus Ipul Tidak Terpengaruh oleh Masalah yang Dialami Partai PDIP.....	92
Gambar 3.10.	Dukungan Dari Salah Satu Actor Politik Agar Mengajak Masyarakat Kota Nganjuk Untuk Mendukung Khofifah	92
Gambar 3.11.	Wacana Yang Menunjukkan Tingkat Elektabilitas Sementara Yang Dimiliki Khofifah-Emil Dan Gus Ipul-Puti.....	93
Gambar 3.12.	Pemberitaan Negatif Terkait Gus Ipul.....	93
Gambar 3.13.	Liputan Kaum Buruh Yang Berkumpul Untuk Konvoi Kampanye Akbar Pasangan Calon Gubernur Khofifah	94
Gambar 3.14.	Klarifikasi Tim Gus Ipul Mengenai Tuduhan Kejanggalan Ijazah Miliknya.....	94
Gambar 3.15.	Pemberitaan Mengenai Surat Terbuka Yang Dikirimkan Oleh Pakde Karwo Untuk Mendukung Khofifah	95
Gambar 3.16.	Poster Dukungan Gus Ipul	95
Gambar 3.17.	Poster Dukungan Khofifah	96
Gambar 3.18.	Unggahan Pencitraan Diri Di Akun Resmi Media Sosial Milik Emil Dardak	96
Gambar 3.19.	Unggahan Pencitraan Diri DI Akun Resmi Media Sosial Milik Khofifah.....	97



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, media massa merupakan unsur penting yang berperan dalam menyampaikan informasi yang aktual, berimbang, dan kredibel bagi masyarakat. Pada era globalisasi seperti sekarang ini, masyarakat sangat membutuhkan informasi terkait berbagai macam hal yang berkaitan tentang informasi seperti permasalahan ekonomi, sosial, budaya, teknologi dan politik secara cepat, oleh karena itu media massa sangat diperlukan sebagai sumber informasi yang penting bagi masyarakat. Media massa juga merupakan suatu jenis sarana komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melewati media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama dapat diterima secara serentak dan dengan sesaat.¹ Sedangkan media sosial juga sebagai salah satu produk media massa, dan bukanlah hal yang asing lagi di hampir semua lapisan masyarakat yang ada, dengan semakin berkembangnya teknologi 10 tahun terakhir ini media sosial menjadi media penyampaian informasi yang dominan kepada masyarakat dibandingkan media lain seperti televisi sebagai media elektronik dan media cetak atau surat kabar. Berbagai kalangan dan lapisan masyarakat yang ada pada tahun 2018 ini sangat tidak dapat lepas dari pengaruh media sosial, sebut saja dari pelajar, karyawan, aktor politik, ataupun dari jangkauan umur, baik muda di jenjang umur 10 tahun sampai kalangan tua, 50 keatas, dapat

¹ Phil Astrid S. Susanto, 1980. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Bina Cipta. hal 2.

juga mengakses dan memiliki akun media sosial serta mendapatkan informasi dari media tersebut.

Media sosial ialah suatu media dimana penggunanya yaitu masyarakat dari berbagai umur dan kalangan yang memiliki fasilitas untuk mengakses dapat dengan mudah berpartisipasi didalamnya. Pengguna juga dapat berbagi dan menciptakan pesan, termasuk dalam bentuk sebuah *blog*, jejaring sosial, ensiklopedia online, dan forum – forum maya, termasuk *virtual worlds*² (dengan avatar/karakter 3D).³

Media cetak dan media sosial sebagai salah satu bentuk media massa juga sama - sama memiliki tujuan dan berpengaruh dalam membentuk pendapat umum⁴ mengenai banyak hal dan yang terutama ialah dalam hal politik. Media – media ini dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk membangun sebuah opini publik. Pada akhirnya media sosial ialah sebuah media dimana masyarakat bisa menyampaikan opini publik tersebut kepada masyarakat lainnya hingga pada akhirnya sebuah opini menjadi sebuah informasi yang mempunyai *influence*⁵ kepada masyarakat yang lainnya. Perbedaan nya, dalam media sosial, informasi yang ditampilkan kepada masyarakat dapat direpson secara langsung oleh pembaca hingga terjadi interaksi timbal balik.

Media massa mempunyai fungsi normatif yaitu untuk memberikan informasi dari realitas yang ada. Tetapi pada belakangan ini redaksi atau media

² Virtual world: Dunia virtual

³ Mayfield Antony, 2008. *What Is Sosial Media?* : iCrossing-ebook. hal.35.

⁴ Dan Nimmo, 1989. *Kominikasi Politik: Komunikator. Pesan dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal.217. Pendapat umum atau yang lebih dikenal dengan istilah opini publik. menurut Dan Nimmo adalah sebagai proses penggabungan pikiran. Perasaan. dan usul yang diungkapkan oleh warga negara secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas tercapainya tertertiban sosial dalam situasi yang mengandung konflik.

⁵ Influence: Pengaruh

massa konvensional juga dipengaruhi faktor-faktor lain dalam menjalankan fungsinya. Namun pada dasarnya media cetak suatu redaksi tersebut harus tetap dapat memposisikan diri sebagai pihak yang netral, berimbang, dan obyektif dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Namun berbeda dengan media sosial, dalam media sosial sekarang ini berita dan hal – hal yang ditampilkan mungkin memiliki unsur keberpihakan, tergantung pihak mana dan siapa yang mengunggah suatu informasi, namun masyarakat atau pembaca masih dapat melakukan respon secara langsung dan berinteraksi hingga dalam postingan atau tautan media sosial dapat terjadi argumentasi pada informasi atau berita tersebut.

Media cetak, media sosial, media *influencer*, dan pers juga merupakan sebuah kekuatan politik di dalam struktur pemerintahan. Di Indonesia media massa berbentuk surat kabar, majalah, siaran berita di televisi, dan media sosial (media online) merupakan salah satu bagian atau sub-sistem dari sistem sosial-politik yang berlaku.⁶ Hal ini memungkinkan media massa menjadi obyek untuk melakukan sebuah *agenda setting* oleh aktor maupun para elit politik. Secara teoritis media massa memang tidak terlepas dari pengaruh politik dalam menentukan arah berita atau isi wacana. Alat yang dipakai sebagai prisma dalam melakukan seleksi sebuah realitas, yang pertama adalah politik media yang kemudian dikonstruksi dalam kebijakan redaksional di mana realitas yang sama dapat menghasilkan sebuah konstruksi berita yang berbeda. Kemudian respon terhadap ekspektasi pasar yang

⁶ Sendjaja. Sasu Djuarsa. 2002. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka. hal 5

disebut sebagai segmentasi khalayak. Pada gilirannya segmen pembaca ini akan mempengaruhi berita.⁷

Menurut paradigma Peter D.Moss yang mengatakan bahwa wacana dan rubrikasi pada media massa, termasuk berita surat kabar, merupakan konstruksi kultural yang dihasilkan oleh ideologi karena surat kabar dalam menyajikan beritanya menggunakan struktur tertentu untuk memahami sebuah fenomena atau realitas sosial. Lewat narasi wacana nya, surat kabar atau media cetak menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia; siapa pahlawan dan siapa penjahat; apa yang baik dan apa yang buruk bagi rakyat, solusi apa yang harus diambil dan ditinggalkan.⁸

Media cetak atau redaksi saat ini memang cenderung sering memanipulasi fakta, karena pers tidak lagi merefleksikan realita, melainkan menciptakan realitas. bahasa dan media menjadi penghubung atau jembatan antara massa dan realita. Peralnya media massa berjalan secara ideologis, sehingga manipulasi sering dilakukan sesuai kepentingan media cetak atau redaksi yang bersangkutan, karena itu media tidak lagi menyampaikan fakta tetapi menciptakan fakta.⁹ Dengan mengetahui kemampuan sebuah media massa dalam menciptakan sebuah fakta oleh karena itu media massa sering menjadi objek *marketing* politik dengan memberikan pemberitaan – pemberitaan seputar aktor politik dikala menjelang ajang politik seperti Pilgub, Pilkada, atau Pemilu.

⁷ Bimo Nugroho, 1999. dkk. *Politik Media Mengemas Berita*. Jakarta: ISAI. hal.4.

⁸ Deddy Mulyana, 2002. *Refleksi tentang Peran Media Massa dalam Masa Transisi Indonesia*. Makalah. Seminar Fikom Unpad dan Public Affair Section Kedutaan Besar AS. Bandung. Hal 10.

⁹ Budiman, Manneke. 2002. *Membaca Sastra*. IndonesiaTera. hal 2.

Dengan menyajikan beberapa pemberitaan yang tepat dan menciptakan sebuah fakta terkait dengan aktor politik tersebut secara berkelanjutan, masyarakat akan semakin tidak asing dan mengenal baik atau bahkan dapat menimbulkan hal yang persuasif untuk memberikan dukungan pada aktor politik yang memiliki kepentingan sebagai bakal calon posisi strategis pada pemilu atau pilkada. Inilah yang menjadikan media massa/pers sebagai kekuatan politik yang sangat diperhitungkan. Karena kekuatan sebuah rubrikasi pada pemberitaan dalam media cetak atau media televisi diperkirakan dapat memiliki pengaruh terhadap meningkatnya citra positif serta elektabilitas yang dimiliki seseorang pada masyarakat. Berbeda halnya dengan media sosial, informasi yang ada yang tersebar di dalam media sosial cenderung lebih aktual dan informasi tersebut bersumber dari pemilik akun media sosial itu sendiri, oleh karena itu, jika media cetak dapat dimanfaatkan dalam sebuah strategi kemenangan suatu ajang kontestasi politik, maka media sosial akan sangat lebih leluasa dalam penggunaannya untuk sebuah media pencitraan dan penyampaian informasi politis seorang aktor karena penyebaran informasi jauh lebih mudah dan bebas dilakukan oleh pemilik akun media sosial.

Media cetak (redaksi) dalam meningkatkan sebuah elektabilitas pada seorang individu atau golongan memang sudah tidak diragukan lagi perannya. Karena media massa yang berbentuk media elektronik ataupun fisik seperti media cetak seperti koran pada masa kampanye menjelang Pilgub Jatim 2018 direbutkan untuk membentuk opini publik dan menciptakan sebuah *image* realitas yang diinginkan guna meningkatkan modal utama seorang calon yaitu tingkat elektabilitas dan dikenal masyarakat luas, baik melalui pengenalan langsung seperti

iklan – iklan maupun menaikkan isu tentang sebuah wacana pribadi aktor politik tersebut pada salah satu media cetak. Hal ini termasuk salah satu dari banyak strategi politik dalam mendapatkan dan mencapai tujuan. Oleh karena itu media massa juga termasuk sebagai salah satu unsur dalam proses *marketing* politik ketika seorang aktor politik berada dalam pilkada maupun pemilu selain menggunakan metode – metode secara langsung seperti kampanye dan *blusukan*.¹⁰ Dan baru – baru ini, hal yang sama terjadi pada media sosial. Banyak para aktor politik yang memanfaatkan media sosial sebagai objek untuk membantu strategi politik nya untuk mendapatkan dan meningkatkan elektabilitas yang dimiliki hingga dapat terpilih atau mendapatkan posisi dan jabatan yang diinginkan.

Pada era global dan era digitalisasi seperti sekarang ini khususnya di negara Indonesia, keberhasilan kampanye seorang aktor politik sangat bergantung pada *marketing* politik yang dilakukannya baik secara individu maupun kelompok/tim suksesnya. Oleh karena itu *marketing* politik yang dilakukan seringkali memanfaatkan media massa dan media sosial yang ada. Dengan cara menyebarkan citra politik atau *image* yang dimiliki oleh seorang aktor politik tersebut dengan harapan dapat mempengaruhi perspektif masyarakat. Citra politik atau pemberitaan seputar dirinya disebarluaskan melalui tautan atau rubrikasi di media sosial seperti platform *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *youtube*. Tautan tersebut banyak berisikan hal yang menyangkut kontribusi dari aktor politik tersebut kepada masyarakat, sumbangsih serta kinerja yang telah dilakukannya. Harapannya masyarakat menilai dan merespon positif kepada aktor politik tersebut.

¹⁰ Blusukan : mengunjungi masyarakat ke jalan – jalan dan perkampungan.

Selain itu adapun yang disebut media *influencer*, yaitu para tokoh masyarakat dan tokoh terkenal yang ikut turut memiliki pengaruh untuk membantu seorang aktor politik dalam mendapatkan dukungan dan simpati masyarakat, seperti para tokoh seniman, artis, penyanyi, aktor pemain film, komedian, pendakwa, tokoh agama, dan artis media sosial. Biasanya para tokoh ini atau para media *influencer* ini menyatakan keberpihakannya dan usaha untuk memberikan dukungannya kepada aktor politik tertentu lewat akun pribadi media sosialnya, media cetak dan media massa lainnya seperti pemberitaan di televisi. Dalam usaha aktor politik mencari dukungan lewat kampanye secara langsung pun, para tokoh dan media *influencer* ini juga ikut berpartisipasi dan menggunakan atribut – atribut seperti kaos bertuliskan atau bergambar aktor politik tersebut.

Media sosial juga digunakan oleh nama – nama besar media massa yang ada di indonesia untuk memberitakan serta menyebarkan wacananya secara online di media sosial, tidak jarang pemberitaan dan wacana tersebut berisikan seputar dunia politik dan aktor – aktor politiknya, hal ini menyebarkan informasi – informasi seputar politik dapat diakses dan sampai secara cepat dan global ke masyarakat setiap waktu, karena tidak jarang beberapa isu – isu politis dan citra seorang aktor politik disisipkan pada tautan facebook, twitter dan instagram, oleh karena itu dalam sebuah *marketing* politik media massa dan media sosial sangat berperan dalam menentukan elektabilitas yang dimiliki oleh seorang calon atau aktor politik di ajang pilkada, pilgub, maupun pemilu.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sebuah media massa melalui media cetak maupun media sosial dan media *influencer* dalam mempengaruhi elektabilitas yang dimiliki pasangan calon gubernur dan wakil

gubernur Khofifah-Emil pada Pilgub Jatim 2018, dan memberikan pemahaman bahwa pemberitaan pada media sosial dan media massa serta dukungan dari media influencer dapat memberikan kontribusi serta berperan dalam proses strategi pemenangan seorang aktor politik dalam massa kampanye, namun dalam memberikan sebuah pemahaman terhadap arti penting media massa dalam sirkumtansi politik. Penulis memiliki ketertarikan dan memilih mengkaji salah satu media massa yang ada di wilayah Surabaya, sebagai contoh sebuah media yang membantu dalam membangun citra politik Khofifah-Emil sebagai salah satu bakal calon gubernur dan wakil gubernur di Jawa Timur, yaitu Redaksi Harian Bangsa.

Redaksi Harian Bangsa dipilih sebagai objek kajian karena pertimbangan yaitu bahwa dari data – data yang ada, Redaksi Harian Bangsa juga memiliki kedekatan tersendiri dengan bakal calon gubernur pada Pilgub Jatim 2018 yaitu Khofifah-Emil. Yang mana hal ini dapat menjadi peluang agar penulis dapat lebih memberikan data – data yang tepat dan akurat mengenai kontribusi dan peran media cetak redaksi Harian Bangsa dalam sebuah *marketing* politik dan strategi pemenangan calon gubernur Jatim yaitu Khofifah-Emil.

Sebagai salah satu redaksi yang berpengaruh dalam sebuah situasi perpolitikan khususnya pada wilayah Surabaya dan sekitarnya media massa “Harian Bangsa” merupakan media massa yang tentu saja bukanlah media massa yang *independent* dalam mengakomodasi dan membiayai segala proses jurnalistik nya. Harian Bangsa merupakan media massa Jawa Timur yang berpusat di kota Surabaya sebagai kantor pusat nya, termasuk satu dari anak perusahaan Jawa Pos Group yang kemudian dalam segala proses menejemennya memisahkan diri dari

Jawa Pos Group.¹¹ Awal dari berdirinya Harian Bangsa memiliki nuansa religius dalam setiap pemberitaannya, namun seiring berjalannya waktu dan kebutuhan pembaca yang semakin kompleks dalam kebutuhan informasi, Harian Bangsa saat ini banyak melakukan pemberitaan seputar politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang ada pada setiap kota besar di Jawa Timur.

Harian Bangsa juga sangat sering berperan melakukan pemberitaan – pemberitaan yang berisikan konten politik yang ada di wilayah Jawa Timur, seperti pemilihan kepala desa, kepala daerah, hingga gubernur. Pemberitaan – pemberitaan masalah konflik politik serta persaingan partai maupun aktor juga sering menjadi konten pemberitaan politiknya, dan seringkali pada situasi – situasi ajang politik seperti pilkada, pilwali, ataupun pilgub. Harian Bangsa turut memberikan perannya sebagai jembatan calon pasangan gubernur dan wakil gubernur yaitu Khofifah Indar Parawansa dan Emil agar mendapatkan citra yang positif dan peningkatan elektabilitas yang dimilikinya, hal itu dilakukan untuk strategi pemenangan nya pada pilkada jatim 2018.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan tema yang berkaitan dengan media massa sebagai obyek *marketing* politik seorang calon pada pilkada jatim 2018 nanti, penulis menentukan beberapa rumusan masalah yaitu :

¹¹ Sumber: *Dokumen Redaksi Harian Bangsa*

1. Bagaimana Khofifah-Emil melakukan pencitraan (*Imagologi*) politik melalui media massa, baik media *online* atau media cetak, untuk dapat meningkatkan elektabilitas politik pada masa kampanye nya,
2. Kepentingan apa yang dimiliki media sehingga perlu memihak kepada Khofifah-Emil sebagai salah satu calon dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur Tahun 2018.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat dan akademisi ilmu politik bagaimana media massa dapat digunakan sebagai media pencitraan (*imagologi*) politik oleh para aktor politik pada masa kampanye, dan mengetahui apa wujud kepentingan dibalik keberpihakan pada salah satu calon gubernur Khofifah-Emil yang akan berkontestasi pada Pilkada Jatim 2018.

Penelitian dan kajian ini memiliki manfaat agar masyarakat dan akademisi dapat mengetahui peran penting dan kontribusi media massa terhadap strategi kemenangan Khofifah-Emil pada ajang Pilkada Jatim 2018.

1.4 Tinjauan Pustaka

Dalam studi terdahulu penulis banyak mendapatkan referensi penelitian dari berbagai jurnal, thesis, dan penelitian diantaranya adalah :

Wahyudi Aulia Siregar, "Imagologi Politik (Studi Deskriptif Tentang Opini Publik Terhadap Pencitraan Politik Dalam Meningkatkan Tingkat Elektabilitas Politik Pada Pemilu Presiden 2009 di Kelurahan Sidorame Timur Kecamatan

Medan Perjuangan” jika penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode Analisis Deskriptif, penelitian yang dilakukan oleh saudara Wahyudi Aulia Siregar menggunakan pendekatan Kuantitatif, data yang dikumpulkan pun melalui metode survey kepada responden dan pembagian kuisioner, data diolah dan disajikan menggunakan bagan, diagram, dan tabel dengan data – data kuantitatif.

Penelitian Wahyudi lebih bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efisiensi politik pencitraan sebagai strategi politik Susilo Bambang Yudhoyono selaku calon presiden dalam memenangkan kontestasi politik pada pemilu 2009. Dalam penelitiannya lebih mengarah kepada strategi SBY menggunakan metode *marketing* politik yaitu pencitraan (*imagologi*) dan memberikan pengaruh kepada pilihan masyarakat sekaligus juga mengubah persepsi serta opini masyarakat yang ada. Menurut wahyudi dalam penelitiannya politik pencitraan dijelaskan sebagai Cerita-cerita tentang ketokohan, simbol-simbol, jargon-jargon hingga singkatan nama menjadi penting dalam proses pembentukan popularitas politik.

Dalam wacana politik, kegiatan tersebut dinamakan sebagai politik pencitraan (*imagologi* politik). Strategi politik pencitraan ini merupakan salah satu strategi untuk mendapatkan atau memenangi kontes politik, adapun strategi yang lebih klasik yaitu dengan penggalangan suara melalui jejaring atau rekanan politik seperti partai politik. Namun pada era modern ini strategi tersebut dinilai tidak lagi efisien walaupun masih banyak yang melakukannya.

Pencitraan politik dinilai lebih efisien karena merupakan sebuah medium publikasi. yang ideal, dan menjadi strategi lanjutan dalam sebuah proses marketing politik. Adapun pendekatan – pendekatan konvensional yaitu pendekatan kultural,

religi, dan ideologis namun dalam penelitian Wahyudi pendekatan tersebut dinilai sebagai strategi yang usang dan kurang efisien, karena membutuhkan waktu yang sangat panjang, maka dari itu *imagologi* politik dinilai sebagai strategi yang ideal dan praktis.

Adapun beberapa catatan penting dalam penelitian wahyudi ini, menurutnya pada Pemilihan Umum 2004 sampai 2009 dikatakan sebagai awal dari masa – masa berjayanya politik pencitraan. Pemilu 2004 sebagai contoh yaitu pemilu yang dimenangkan oleh Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) ini sebagai bentuk dari efisiensi sebuah strategi pencitraan politik (*imagologi* politik) karena pada masa itu SBY dapat mendapatkan suara yang signifikan dan berhasil mengalahkan 2 calon lain yang bertanding, yang mana dua calon tersebut berasal dari partai – partai yang sudah memiliki kekuatan dan eksistensi yang lebih lama dan memiliki basis masa kultural. Yaitu Wiranto sebagai calon dari Golkar dan Megawati Soekarno Putri dari partai PDIP.

SBY dalam kemenangannya menggunakan pencitraan melalui simbol-simbol, jargon-jargon dan lain sebagainya, hal itu dilakukan untuk menciptakan citra pada masyarakat terhadap sosok elit. Seperti jargon-jargon “Bersama Kita Bisa”, jargon tersebut dapat dilihat pada masa – masa pemilu tahun 2004 di iklan televisi, spanduk, pamflet, baliho, dan media cetak seperti koran.¹² Optimalisasi pencitraan belum dilakukan pada media sosial seperti sekarang karena pada masa itu produk – produk internet seperti media sosial, blog, dan *website* belum semua dapat

¹² Aulia Wahyudi, 2010, *Imagologi Politik (Studi Deskriptif Tentang Opini Publik Terhadap Pencitraan Politik Dalam Meningkatkan Tingkat Elektabilitas Politik Pada Peilu Presiden 2009 di Kelurahan Sidorame Timur Kecamatan Medan Perjuangan)*, Medan : USU

memperoleh akses tersebut seperti sekarang yang telah memasuki era digital dan semua masyarakat dapat mengakses internet melewati gadget yang mereka miliki.

Lalu penulis melakukan peninjauan dari penelitian Hajar Djusmin yang berjudul “Komunikasi Politik (Analisis Terhadap Pencitraan Politik Tenri Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015)” hasil penelitian tersebut ialah penggambaran tentang besarnya pengaruh citra politik yang di bangun oleh pasangan Tenri Olle Yasin Limpo dan Khairil Muin pada pemilu Bupati Gowa tahun 2015. Metode yang digunakan oleh Tenri pada penelitian Hajar ialah mengangkat isu-isu yang terjadi di lapangan sebagai programnya dalam mendapatkan simpati dari masyarakat dan perhatian agar terpilih dalam pilkada.¹³

Selanjutnya adalah penelitian dari Nia Zahara Adnani yang berjudul “Jokowi dan Pencitraan Politik Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat” fokus dan tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan bagaimana keterkaitan dan bergantungnya aktor politik dengan sebuah media dalam masa kampanye untuk meningkatkan elektabilitas yang dimilikinya, dalam penelitian ini tokoh yang diambil yaitu Jokowi pada masa kampanye untuk pemilu 2014 lalu. Menurut penelitian yang dilakukan Nia, pencitraan dilakukan Jokowi melalui wacana pada pemberitaan surat kabar/koran harian kedaulatan rakyat, dengan membuat citra dan image pada wacana – wacana yang ada pada surat kabar tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis isi, dengan melakukan klasifikasi dan menganalisa wacana – wacana mana yang termasuk sebuah pencitraan pada halaman surat kabar harian kedaulatan rakyat. Dan jenis

¹³ Djusmin Hajar, 2016, *Komunikasi Politik (Analisis Terhadap Pencitraan Politik Tenri Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015)*, Makassar : UINA

penelitiannya merupakan penelitian pustaka (*library research*). Data – data pada penelitian ini bersumber pada wacana media cetak (koran). Yang membedakan dari penelitian ini dengan yang penulis lakukan ialah pada penerapan strategi pencitraan politik dapat juga dilakukan lewat media sosial dan media influencer, tidak hanya pada media cetak saja.

Penulis juga meninjau jurnal penelitian internasional yaitu tesis yang dilakukan oleh Linda Gashi yang berjudul “*Sosial Media Influencers – Why We Cannot Ignore Them*”. Penelitian ini memiliki fokus untuk lebih menjelaskan kapabilitas dari media *influencer* dan media sosial sebagai media *marketing* yang efisien di era digital seperti sekarang ini. Penelitian ini menjelaskan bentuk – bentuk dan siapa saja kah yang termasuk dalam media *influencer* dan apa saja yang dapat diperbuat oleh media *influencer*. Dijelaskan dalam penelitian tersebut bahwa media *influencer* dapat mempengaruhi pendapat, keputusan, dan menarik perhatian masyarakat lainnya karena popularitas dan tingginya kelas atau strata sosial yang dimiliki media *influencer*. Menurut Linda, untuk menjadi media *influencer* harus memiliki kekuatan, pengaruh, dan popularitas, untuk itu media *influencer* menjadi alat *marketing* yang penting dalam menjual sebuah produk kepada konsumen.¹⁴ Penelitian ini dijadikan penulis sebagai referensi karena melihat media *influencer* adalah produk dari media massa yang dapat dijadikan alat dalam sebuah strategi *marketing* politik oleh seorang calon yang akan bertanding dalam Pilgub 2018 nanti.

¹⁴ Gashi Linda, 2017, *Sosial Media Influencers – Why We Cannot Ignore Them*, Sweden : HKR

Penulis juga mendapatkan referensi dari jurnal yang berjudul “Pengaruh Iklan Politik Dalam Pemilukada Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Desa Tounelet Kecamatan Kakas” yang ditulis oleh Marissa Marlein Fenyapwain. Jurnal tersebut menjelaskan bagaimana pengaruh sebuah iklan yang berisikan hal – hal berkaitan dengan aktor politik dan digunakan sebagai sarana sosialisasi untuk menarik minat masyarakat, pendekatan melalui iklan politik tersebut dilakukan oleh calon kepala daerah untuk mendapatkan elektabilitas yang tinggi, penelitian ini berfokus kepada permasalahan apa dan bagaimana pengaruh iklan politik di pemilukada minahasa ini terhadap partisipasi pemilih pemula di desa Tounelet kecamatan Kakas.

Teori yang dipakai oleh Marissa ialah Teori Efek Moderat, menurutnya, teori ini mengasumsikan bahwa pengaruh media massa tidak berada pada posisi yang tidak terbatas atau terbatas, melainkan akan sangat tergantung pada individu yang diterpa pesan media massa. variabel yang berpengaruh terhadap proses penerimaan pesan media pun beragam, diantaranya adalah tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan, dll.

Dari beberapa data penelitian terdahulu yang sudah disebutkan diatas, penulis pada akhirnya tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian tentang *imagologi* politik (Pencitraan Politik) yang dilakukan oleh aktor politik dengan menggunakan media massa baik media cetak maupun media sosial sebagai object nya yang kemudian menjadi sebuah strategi pemenangan bagi calon gubernur dan calon wakil gubernur Khofifah-Emil dalam Pilkada Jatim 2018 dan mendapatkan tingkat elektabilitas yang tinggi di masyarakat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini lebih memfokuskan kepada bagaimana Khofifah-Emil memanfaatkan sebuah media massa, agar dapat digunakan untuk media pencitraan (*imagologi*) politik pada massa kampanyenya serta mengetahui bentuk kepentingan serta manfaat yang diterima pihak redaksi sehingga perlu memihak kepada Khofifah-Emil sebagai salah satu calon dalam pemilihan kepala daerah di Jawa Timur tahun 2018.

Adapun perbedaan dengan penelitian yang pertama yaitu ialah pada fokus penelitian dan permasalahan serta object yang diteliti, dalam penelitian terdahulu lebih membahas tentang efisiensi politik pencitraan seorang calon untuk strategi pemenangan nya, Mengukur sejauh mana teknik dan metode pencitraan yang dilakukan Susilo Bambang Yudhoyono untuk memenangkan Pemilihan Presiden pada tahun 2009 lalu. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah lebih kepada membuktikan bahwa media massa memiliki peran dan seringkali menjadi sebuah object yang digunakan para aktor politik dalam melakukan strategi politik pencitraan untuk pemenangan nya dalam mengikuti Pilkada, oleh karena itu metode yang digunakan penelitian saudara wahyudi pun berbeda dengan metode yang digunakan penulis.

Berikut ini merupakan tabel penelitian terdahulu yang dibuat penulis untuk mendeskripsikan perbedaan yang penulis teliti dengan peneliti lainnya :

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul Penelitian	Temuan Penelitian
<p>Wahyudi Aulia Siregar</p> <p>Skripsi tentang <i>Imagologi Politik</i> (2009)</p>	<p><i>Imagologi Politik</i> (Studi Deskriptif Tentang Opini Publik Terhadap Pencitraan Politik Dalam Meningkatkan Tingkat Elektabilitas Politik Pada Pemilu Presiden 2009 di Kelurahan Sidorame Timur Kecamatan Medan Perjuangan</p>	<p>Strategi yang efisien mengenai politik pencitraan sebagai strategi politik SBY dalam memenangkan kontestasi politik pada pemilu presiden 2009 di kelurahan Sidorame Timur, yaitu menggunakan media massa sebagai objek nya.</p>
<p>Hijar Djusmin</p> <p>Skripsi Komunikasi Politik (2016)</p>	<p>Komunikasi Politik (Analisis Terhadap Pencitraan Politik Tenri Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015)</p>	<p>Hasil dari penelitian ini ialah penulis berhasil mengetahui pencitraan yang di lakukan oleh Tenri Olle Yasin Limpo dalam proses pemilihan calon kepala daerah Kabupaten Gowa. Pada Harian Gowa</p>
<p>Nia Zahara Adnani</p> <p>Skripsi Pencitraan Politik (2015)</p>	<p>Jokowi dan Pencitraan Politik di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat</p>	<p>Hasil dari penelitian ini ialah penulis menemukan fakta bahwa aktor politik tidak dapat terlepas dari media untuk melakukan pencitraan pada masa kampanyenya, termasuk jokowi yang melakukan pencitraan dengan blusukan dan melalui harian Kedaulatan Rakyat</p>

<p>Linda Gashi</p> <p>Tesis Sosial media influencer (2017)</p>	<p>Sosial Media Influencers – Why We Cannot Ignore Them</p>	<p>Hasil dari penelitian ini ialah penulis dapat menggambarkan pengaruh yang ditimbulkan kepada masyarakat konsumen dengan menggunakan media influencer pada sosial media untuk dapat mendongkrak suatu penjualan</p>
<p>Marissa Marlein Fenyapwain</p> <p>Jurnal tentang Pengaruh iklan politik (2013)</p>	<p>Pengaruh Iklan Politik dalam Pemilukada Minahasa Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Desa Tounelet Kecamatan Kakas</p>	<p>Hasil dari penelitian ini ialah penulis berhasil mengukur pengaruh yang cukup kuat terhadap jumlah partisipasi pemilih pemula sekitar 17,30% yang disebabkan oleh iklan bersifat politik yang ada pada media massa</p>

Metode yang digunakan saudara Wahyudi dalam penelitiannya ialah kuantitatif, karena urgensi untuk mengukur seberapa besar pengaruh strategi politik menggunakan pencitraan tersebut ke masyarakat, dengan membuat variabel – variabel di dalam kuisioner dan melakukan survey kepada 99 responden (sampel) hingga hasil dari penelitian tersebut disajikan berbeda pula dari penelitian yang dilakukan penulis, yaitu menggunakan data – data numerik dan berupa diagram dan tabel karena menunjukkan presentase keberhasilan dan efisiensi strategi politik pencitraan itu sendiri.

Sedangkan penelitian yang kedua yaitu penelitian saudara Hajar Djusmin lebih kepada membahas tentang pemahaman sebuah strategi pencitraan yang dilakukan oleh Tenri Olle Yasin Limpo dalam proses pemilihan calon Kepala

Daerah Kabupaten Gowa. Pembahasan yang ada dalam penelitian terdahulu milik saudara Hajar juga berbeda dengan yang dilakukan oleh penulis, namun memiliki kesamaan metode yang digunakan karena membahas dan menjelaskan tentang pencitraannya yang dilakukan dalam penelitian tersebut.

Secara singkat terdapat kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan pada tabel diatas, yaitu pembahasan tentang pencitraan politik (*imagologi* politik). Selain itu persamaan penelitian yang dilakukan oleh penulis juga terdapat pada penelitian terdahulu milik Hajar Djusmin, yaitu kesamaan dalam metode yang digunakan, yaitu kualitatif-deskriptif.

1.5 Kerangka Teori

Teori yang digunakan penulis dalam mengkaji penelitian ini adalah teori *Indirect mass campaign* sebagai teori utama yang digunakan kemudian teori *Imagologi* Politik atau politik pencitraan.

1.5.1 *Indirect Mass-Campaign/ Kampanye massa tidak langsung*

Indirect Mass-Campaign atau yang artinya kampanye massa tidak langsung merupakan salah satu dari 4 teknik yang dikemukakan oleh Riswandha Imawan yang termasuk di dalam teori kampanye politik yang identik dengan keahlian memainkan emosi massa serta pada dasarnya merupakan sebuah strategi dagang untuk meraih dukungan.

Teknik *Indirect Mass-Campaign* ini merupakan kampanye politik yang dilakukan dengan cara berpidato di radio, televisi, ataupun memasang iklan di media cetak, media online, dan media sosial. Tidak hanya iklan dan pidato, namun juga visi dan misi aktor politik juga ditunjukkan melalui media – media tersebut. Walaupun pada teknik pemasaran konvensional yang menggunakan media televisi dan iklan koran yang membutuhkan biaya besar pada beberapa tahun silam, namun kenyataannya media yang berkembang pada saat ini dapat diakses secara gratis karena sudah berbasis internet dan dapat diakses siapa saja, hal ini menjadikan teknik ini lebih efektif pada era digital seperti sekarang ini sebab para pemilih memiliki bukti konkret tentang apa saja yang ditawarkan oleh aktor ini lewat media seperti janji – janji yang dilontarkan serta isu-isu seputar aktor yang ditampilkan. Dan efektifitas teknik ini juga tergantung kepada kebiasaan membaca, melihat dan mendengarkan media massa yang ada.¹⁵

1.5.2 Pull Political Marketing

Pull political marketing atau marketing politik digunakan sebagai teori pendukung pada penelitian ini. Menurut Adman Nursal, *Pull Political Marketing* ialah strategi pemasaran melalui media massa yang juga merupakan strategi paling banyak digunakan oleh partai politik, kandidat maupun aktor politik. Penyampaian pesan atau metode marketing yang dilakukan ini dilakukan melalui media massa baik media elektronik, media cetak, internet, dan media sosial, strategi ini memiliki kelebihan yaitu dapat membombardir pesan kepada khalayak dan penyebaran pesan yang cepat dan serentak.¹⁶

¹⁵ Riswandha Imawan, 1998. *Membedah Politik Orde Baru*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal.65.

¹⁶ Adman Nursal, 2004. *“Political Marketing”*, Jakarta: Gramedia. Hal. 45

1.5.3 Pencitraan Politik

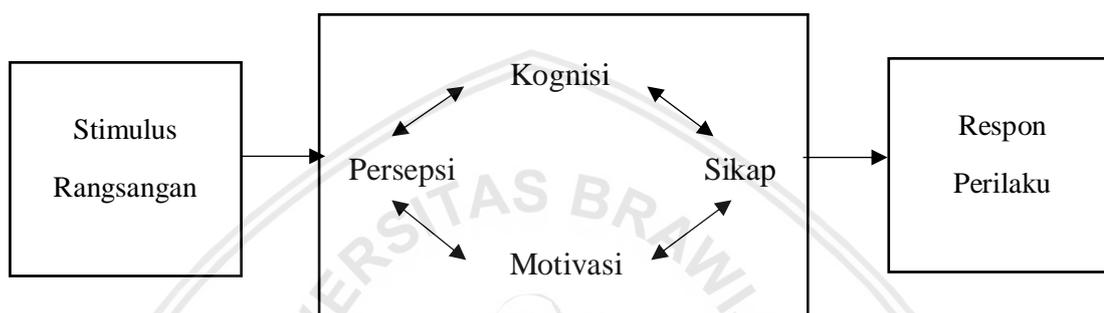
Pencitraan politik menurut Walter Lippman merupakan gambaran dunia menurut persepsi kita atau gambar dikepala kita yang merupakan deskripsi dari realitas yang sengaja dibentuk atau ditujukan secara sengaja, mungkin saja tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, citra tersebut sengaja dibentuk berdasarkan informasi yang diterima oleh berbagai media, terutama media cetak maupun media elektronik, yang berfungsi untuk membentuk, mengarahkan, memelihara atau mendefinisikan ulang suatu citra/gambar. Dari sudut pandang ilmu sosial, satu pendekatan teoritis dari pembentukan atau penciptaan suatu citra ialah manajemen kesan (*impression*) dimana citra dipandang sebagai kesan seseorang atau suatu organisasi terhadap seseorang atau organisasi lain.¹⁷

Politik pencitraan ialah merupakan sebuah hubungan yang saling berkorelasi dan berkaitan satu sama lain dan memiliki timbal balik (*feedback*) antara strategi politik yang digunakan oleh aktor politik atau partai politik dengan teknik pencitraan yang di dalamnya ada sebuah pengemasan (*framing*) terhadap sebuah objek pelaku politik (aktor) baik secara perorangan maupun kelompok (partai politik). Konsep *imagologi* politik ini digunakan dalam rangka dapat mempengaruhi persepsi, perasaan, kesadaran, pilihan, dan opini yang dimiliki oleh masyarakat atau calon partisipan dan pemilih, serta harapannya ialah dapat merubah suatu keputusan politik tertentu pada ajang seperti Pilkada ataupun Pemilu.¹⁸

¹⁷ Lippmann, Walter, 1965. *The Essential Lippmann – A Political Philosophy for Liberal Democracy*. Massachusetts : Harvard University Press. Hal.162.

¹⁸ *ibid*

Dalam memahami proses pembentukan citra dalam pencitraan politik, John S. Nimpoemo telah memberikan gambaran proses tersebut dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi yang diutarakan dan dijelaskan olehnya, dalam laporan penelitiannya yang berjudul tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip dan dijelaskan pada bagan berikut :



Bagan 2.1 Model Pembentukan Citra¹⁹

Hubungan pada yang digambarkan oleh bagan ini adalah output-input, proses dalam pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan (respon) atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana sebuah stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons, Stimulus (rangsangan) yang diberikan pada individu diterima atau ditolak. Jika sebuah rangsangan ditolak, proses selanjutnya tidak dapat berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsangan tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu atau kelompok, karena tidak ada perhatian dari individu atau kelompok tersebut. Sebaliknya, jika rangsangan itu

¹⁹ Soleh Sumirat & Elvinaro Ardianto, 2002. “*Dasar-dasar Public Relations*”, Bandung : PT Remaja Rosdakarya. hal.115

diterima oleh suatu individu, maka akan terdapat suatu proses komunikasi dan munculnya sebuah perhatian (*attention*). Dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.²⁰

Dalam pembentukan sebuah citra terdapat empat komponen yang harus dipenuhi dan empat komponen tersebut juga ada pada bagan di atas. Empat komponen tersebut ialah meliputi persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap. Keempat komponen tersebut diartikan sebagai citra individu terhadap rangsangan, jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti dan tertarik akan rangsangan tersebut.²¹

1. Persepsi

Diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan, artinya individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pada pengalaman mengenai rangsangan itu sendiri. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi pandangan individu akan memiliki sifat positif bila suatu informasi yang diberikan oleh rangsangan dapat memenuhi kognisi individu.²²

2. Kognisi

Kognisi merupakan suatu keyakinan diri dari individu terhadap sebuah stimulus. Keyakinan akan timbul apabila individu telah memahami dan mengerti akan sebuah rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-

²⁰ Ibid. hal. 116.

²¹ Elfinaro Ardianto, et al, 2002. "Dasar-dasar Public Relations", Bandung : Remaja Rosdakarya. Hal. 72.

²² Ibid, hal. 72.

informasi yang cukup yang pada akhirnya dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.²³

3. Motivasi

Motivasi yang diambil dari kata *motif* adalah sebuah keadaan dalam kepribadian seseorang yang dapat mendorong keinginan individu atau kelompok secara sadar ataupun tidak sadar untuk dapat melakukan kegiatan – kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan. Biasanya dorongan tersebut dipicu atau disebabkan karena adanya rangsangan dari luar.²⁴

4. Sikap

Adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, niatan, berpikir, dan merasa dalam menghadapi sebuah object, ide, situasi, kondisi, masalah, dan nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi lebih kepada kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong (motivasi). Sikap juga menentukan apakah seseorang harus Pro atau Kontra terhadap sebuah situasi, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap dapat mengandung aspek evaluatif yang artinya penilaian menyenangkan ataupun tidak menyenangkan. Sikap juga dapat diperteguh atau diubah.²⁵

²³ Ibid, hal. 73.

²⁴ Ibid. hal. 73.

²⁵ Ibid. hal.74.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan kualitatif karena bertujuan untuk mendalami suatu kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, isu, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan memperlihatkan dan menyajikan apa yang sebenarnya terjadi dan sama dengan realitas yang ada. Metode yang dipakai dan digunakan merupakan metode analisis isi (*analisis content*). atau analisis isi (Eriyanto,2011:1) adalah metode yang sistematis untuk menganalisis isi dan bagaimana pesan itu disampaikan dalam sebuah gambar, pesan, wacana, atau data yang ada. Disebutkan bahwa analisis isi menjadi berguna karena dapat memprediksi siapa yang menyampaikan pesan-pesan dan dari mana asal pesan tersebut, dan bagaimana pesan itu disampaikan.

Penelitian ini berusaha untuk mengartikan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi (Fenomena) yang sedang terjadi, pertentangan (*Pharadoks*) antara dua keadaan atau lebih, serta hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antara fakta yang ada dan pengaruhnya atau implikasi yang terjadi terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.²⁶ Data yang diperoleh merupakan data yang bersifat kualitatif berupa bagan, narasi, maupun hasil wawancara yang diperoleh oleh pihak penulis dari pihak narasumber yang telah ditentukan yang sifatnya valid dan terpercaya.

Pola dari penelitian deskriptif ini ialah untuk mendeskripsikan peran yang dilakukan oleh media massa terhadap strategi politik seorang calon gubernur pada

²⁶ Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia. hal. 25.

pilgub/pilkada jatim 2018 yaitu pasangan Khofifah-Emil, bagaimana calon pasangan tersebut pada akhirnya mendapatkan tingkat elektabilitas yang tinggi di masyarakat dan memenangkan pilgub/pilkada jatim dengan adanya kontribusi media massa di dalam pembangunan citra dan karakter pada wacana media cetak tersebut.

1.6.2 Sumber Data

Dalam melakukan penelitian penulis harus menghasilkan data-data yang sesuai dengan fokus – fokus permasalahan yang ada dan yang sedang diteliti, maka dari itu sesuai dengan penelitian ini maka pengumpulan data yang dilakukan adalah dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal yang berkaitan dengan pencitraan dan *imagologi* politik seorang aktor yang terdapat pada media massa seperti koran, tautan dan postingan di Facebook, Twitter, Instagram, atau video yang berkaitan dengan pencitraan politik di You Tube, data tersebut berguna untuk menjelaskan bahwa media digunakan sebagai oject pencitraan politik.

1.6.3 Analisis konten (Analisis Isi)

Analisis isi yang sifatnya kualitatif tidak hanya mampu mengidentifikasi pesan-pesan manifest, melainkan juga latent messages dari sebuah dokumen yang diteliti. Jadi lebih mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan konteks (situasi yang sosial diseputar dokumen atau teks yang diteliti), proses (bagaimana suatu proses produksi media atau isi pesannya dikreasi secara actual dan diorganisasikan secara bersama) dan emergence (pembentukan secara gradual atau bertahap dari

makna sebuah pesan melalui pemahaman dan intepretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti. Cara kerja atau logika analisis data ini sesungguhnya sama dengan kebanyakan analisis data kuantitatif. Peneliti memulai analisisnya dengan menggunakan kategori-kategori tertentu, mengklasifikasikan data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula.²⁷ Secara lebih jelas, alur analisis dengan menggunakan Teknik Content Analysis terdapat pada gambar Seperti dibawah ini :



Bagan 1.2 Teknik Analisis Isis

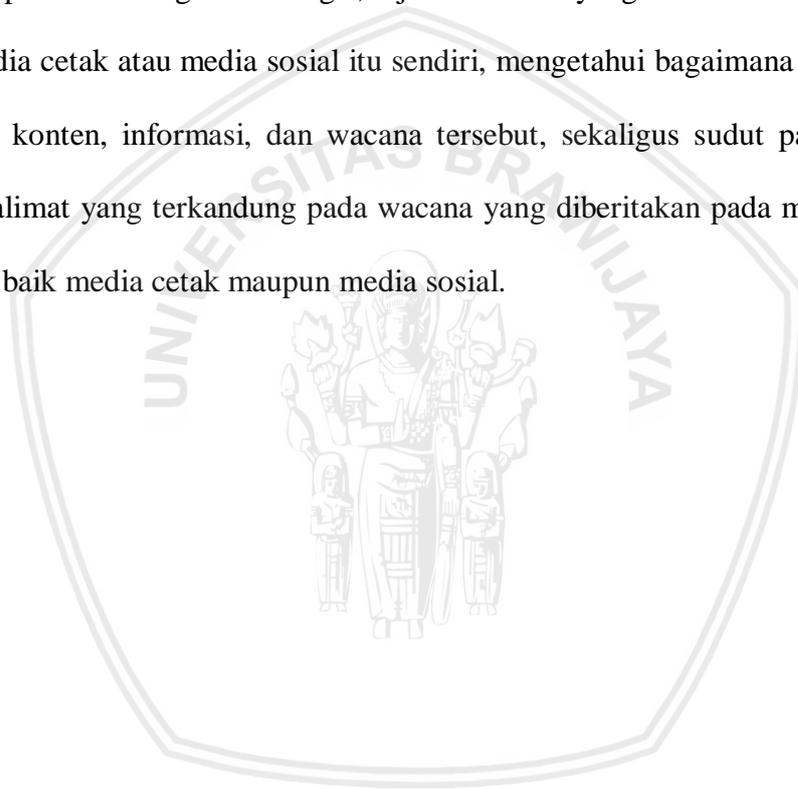
Manfaat analisis isi ini ialah yang pertama adalah mendeskripsikan isi dari interaksi atau komunikasi. Dalam hal ini komunikasi yang ada adalah komunikasi yang tersjadi pada sebuah tulisan, wacana, rubrikasi, berita dalam media elektronik maupun media cetak, pada penelitian ini salah satu data yang diambil merupakan data dari wacana koran (media cetak) dan tautan pada media sosial (media elektronik).

Kedua ialah memperkirakan gambaran sebuah media terhadap suatu kelompok atau individu tertentu, pada media massa selalu ada framing atau konstruksi sebuah imaji untuk seorang individu atau kelompok, dalam penelitian ini bisa saja seorang aktor politik atau partai politik tertentu yang sedang digambarkan pada suatu wacana dalam sebuah media massa.

²⁷ Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal. 144

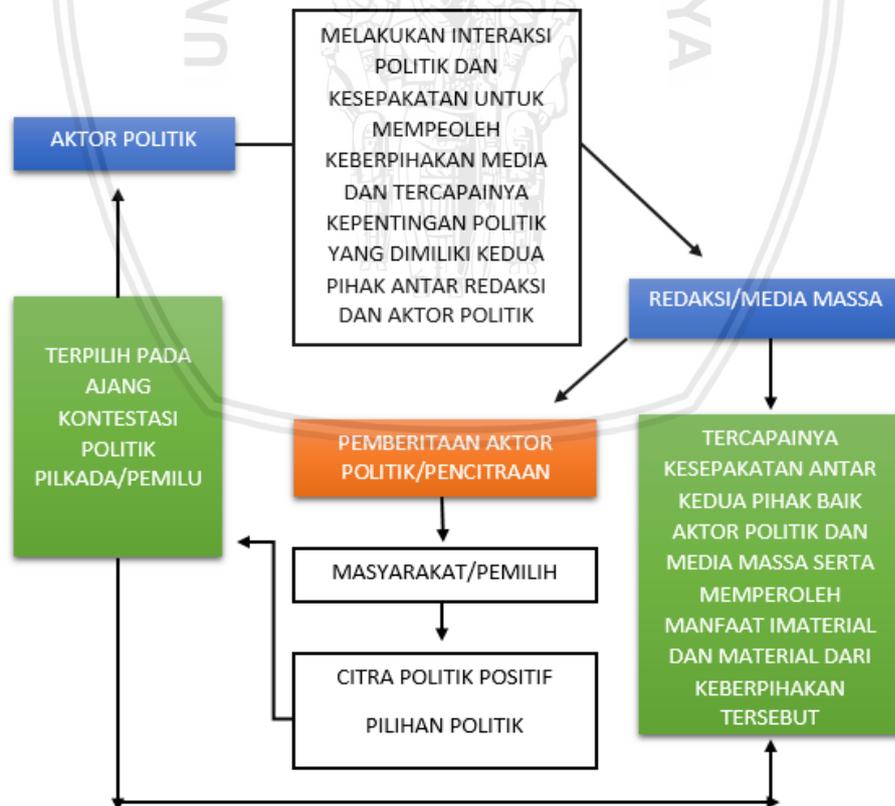
Ketiga ialah membandingkan isi sebuah media, hal ini terkait bagaimana penggambaran seorang atau kelompok pada wacana media satu dan media lainnya, apakah ada kesamaan maupun perbedaan pada penggambarannya pada kedua wacana tersebut dari media massa yang berbeda. Perbandingan ini ialah mengenai realitas sosial yang ada yang dibangun pada isi wacana tersebut dan refleksi nilai sosial-budayanya.

Keempat ialah mengetahui fungsi, tujuan dan efek yang ada dari sebuah wacana pada media cetak atau media sosial itu sendiri, mengetahui bagaimana respon dari pembaca konten, informasi, dan wacana tersebut, sekaligus sudut pandang dan tujuan kalimat yang terkandung pada wacana yang diberitakan pada media massa tersebut, baik media cetak maupun media sosial.



1.6.4 Kerangka Pemikiran Penelitian

Dalam penelitian ini diperlukan adanya suatu kerangka penelitian yang harus dipahami, Pemberitaan aktor politik dalam suatu media cetak sebuah redaksi ini menjadi penting karena hal tersebut lah yang menjadi kesepakatan antara kedua bela pihak yaitu aktor politik dengan redaksi, adapun ketergantungan baik dari pihak aktor politik yang menginginkan citra dirinya ada di dalam surat kabar redaksi tersebut dan pihak redaksi yang juga mengharapkan keuntungan secara materil maupun non materil dalam keberpihakannya dengan aktor politik saat telah tercapainya tujuan aktor politik tersebut, yaitu menjadi gubernur dan wakil gubernur Jawa Timur di Pilkada 2018



Bagan 2.3 Kerangka Berpikir

Sumber: *Diolah Oleh Penulis*

BAB II

PETA POLITIK PEMILIHAN GUBERNUR JAWA TIMUR 2018

2.1 Pemilihan Gubernur Jatim 2018

Pilgub Jatim yang dilaksanakan pada tanggal 27 Juni 2018, diikuti oleh 2 kubu politik yang telah dibentuk setahun terakhir sebelum masa kampanye pemilihan gubernur tersebut, 2 kubu tersebut ialah Khofifah Indar Parawansa dan Emil Dardak sebagai pasangan calon gubernur dan wakil gubernur nomer urut 1, dan Saifullah Yusuf (Gus Ipul) dan Puti Guntur Soekarno sebagai pasangan calon gubernur dan wakil gubernur dengan nomer urut 2. Kedua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur ini telah disahkan dan ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada rapat pleno untuk maju dalam ajang kontestasi yaitu Pilgub 2018, hal ini diumumkan oleh ketua KPU sendiri yaitu Eko Sasmito pada tanggal 12 Februari 2018, karena kedua pasangan ini telah memenuhi syarat administrasi.²⁸

Pilgub Jatim ini dilakukan dengan sistem pencoblosan pada jadwal pilkada serentak gelombang ke 3 dan diikuti oleh pemilih tetap yang berjumlah setidaknya 30.155.719 pemilih yang terdaftar pada KPU, dengan jumlah total 666 kecamatan, 8.497 desa atau kelurahan, dan 67.644 jumlah TPS yang tersebar di Jawa timur, menurut data yang ada pada situs resmi KPU Jawa Timur.²⁹ Pada pilgub jatim 2018 ini masa kampanye ditentukan oleh KPU yaitu dimulai tepat 3 hari setelah

²⁸ Humas Komisi Pemilihan Umum, "Info Agenda Pilkada Jatim 2018", Diakses dari <https://kpujatim.go.id/info-pilkada/>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 22.30

²⁹ Humas Komisi Pemilihan Umum, "Info DPT Pilkada Jatim 2018", Diakses dari <https://kpujatim.go.id/info-pilkada/>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 23.30

pengumuman ketua KPU mengenai calon yang akan bertanding pada tanggal 15 Februari hingga 23 juni, tepat sebelum Pilgub dilaksanakan. Walaupun begitu, berita dan kabar mengenai kedua pasangan calon ini sudah banyak beredar sebelum masa kampanye baik melalui media sosial maupun surat kabar, hal ini sudah cukup memberikan pengaruh dukungan terhadap kedua pasangan calon jauh sebelum masa kampanye dimulai.

2.2 Dinamika Bakal Cagub dan Cawagub Pada Pilgub Jatim 2018

Sebelum penetapan calon gubernur dan wakil gubernur yang akan bertanding ditentukan oleh KPU Jawa Timur yaitu pasangan Khofifah-Emil dan Gus Ipul-Puti Guntur, ada beberapa nama yang muncul dan diisukan untuk ikut bertanding pada masa sebelum pendaftaran Cagub dan Cawagub dibuka, nama – nama tersebut dikabarkan dan muncul dari pernyataannya sendiri yang dilakukan atau partai yang mengusungkan, setelah itu ada dari badan survei untuk nama bakal calon dan nama – nama tersebut muncul karena tanggapan responden yang berharap nama tersebut muncul dan mendaftar sebagai calon gubernur pada pilgub jatim 2018. Munculnya nama – nama tersebut akhirnya menjadi dinamika pada masa pra-pendaftaran calon gubernur karena ada dari beberapa pihak mengundurkan diri atas dasar alasan yang berbeda atau memiliki hambatan tersendiri dalam pencalonan dirinya hingga berujung pada gagalnya pencalonan. Nama – nama tersebut terangkum dalam tabel dibawah, berdasarkan data pada survei terhadap responden atau dari aktor politik tersebut menyatakan diri untuk maju dalam pilgub jatim 2018.

No	Nama	Pasangan Cagub	Pasangan Cawagub
1	Syaifullah Yusuf (Gus Ipul)	33,17%	34,90 %
2	Khofifah Indar Parawangsa	28,31%	21,10 %
3	Tri Rismaharini	26,13 %	21,50 %
4	Azwar Anas	1,01 %	5,80 %
5	Agus Harimurti Yudhoyono	3,69 %	5,50 %
6	Said Abdullah	3,85 %	4,20 %
7	Halim Iskandar	1,51 %	2,70 %
8	M. Misbakhun	0,50 %	2,20 %
9	Hasan Aminuddin	1,34 %	1,50 %
10	Rendra Kresna	0,50 %	0,70 %

Tabel 2.1 Bursa Cagub dan Cawagub Jatim

Sumber : The Intiative Institute dalam Jawapos.com, 28 April 2017

Selain nama yang ada pada tabel diatas, terdapat juga seperti La Nyalla Mattalitti dan Mahfud MD yang juga menyatakan akan maju dan menjadi bakal calon Cagub di Pilkada Jatim 2018, beberapa nama yang memiliki tingkat elektabilitas diatas ialah hasil dari survei lembaga The Intiative Institute, namun beberapa dari aktor politik tersebut pada akhirnya gagal atau memang mengundurkan diri sebagai calon gubernur, seperti nama Azwar Anas yang diusung oleh Megawati Soekarnoputri selaku ketua umum partai PDI-P untuk dipasangkan dengan Gus Ipul sebagai Cawagub pada Pilgub 2018. Azwar Anas yang sekarang sudah memiliki kekuatan politik karena dirinya sekarang menjabat sebagai Bupati

kota Banyuwangi, namun secara tiba – tiba dirinya resmi mundur lewat pernyataan tertulis yang dibuatnya di akun *Instagram* dirinya dan yang telah banyak dikutip oleh media, alasan mundurnya Azwar Anas sebagai Cawagub yang akan mendampingi Gus Ipul ini belum jelas dan simpang siur namun dari beberapa isu yang beredar, mundurnya Azwar dikarenakan isu miring yang beredar terkait dirinya, dan kemudian ada beberapa nama yang dikabarkan akan menggantikan posisi Azwar ini seperti Tri Risma Harini.

Tri Risma Harini, yang sekarang menjabat sebagai Wali Kota Surabaya, dikabarkan banyak yang mendukung dirinya untuk maju pada Pilgub Jatim termasuk partai yang menaunginya yaitu PDIP, untuk menjadi calon wakil gubernur mendampingi calon gubernur yang telah diusung sebelumnya yaitu Gus Ipul, namun Tri Risma Harini menegaskan dan menolak tegas, Tri Risma Harini memang digadang – gadang akan menggantikan Abdullah Azwar yang sebelumnya menyatakan mundur dari pencalonan dirinya sebagai wakil dari Gus Ipul, namun seperti berita yang terdapat pada situs resmi Harian Detik, Risma mengatakan bahwa :

“Nggak, Di awal saya sudah sampaikan. Saya terus terang, masih kepingin di surabaya. Saya tidak ingin berubah. (Keputusan) itu sudah sejak beberapa tahun lalu,”³⁰

Hal tersebut menjadikan Tri Risma Harini bukan salah satu calon gubernur yang akan bertanding pada Pilgub Jatim 2018, karena pada wawancara yang

³⁰ Rois Jajeli, “Azwar Anas Mundur, Risma Tolak Maju di Pilgub Jatim”, Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-3802140/azwar-anas-mundur-risma-tolak-maju-di-pilgub-jatim>, pada tanggal 23 Januari 2018, pukul 20.30

dilakukan oleh Detik, Tri Risma Harini masih ingin menjalankan tugasnya sebagai Walikota Surabaya dan menyelesaikan pekerjaannya. Pada beberapa media juga menyatakan bahwa sebenarnya pendukung Risma banyak namun yang tidak mendukung dirinya maju juga masyarakat kota Surabaya yang masih membutuhkan Tri Risma Harini sebagai Walikota, karena kinerja nya yang sangat bagus dan membuat kota Surabaya menjadi lebih baik. ³¹

Setelah nama Tri Risma Harini dan Azwar Anas, terdapat isu dari kubu partai Demokrat pun juga mengusung nama pada masa pencalonan gubernur di Pilgub Jatim 2018, nama tersebut ialah Agus Harimurti Yudhoyono (AHY), setelah maju sebagai cagub di pilgub DKI Jakarta dan pada akhirnya harus kalah dukungan dengan lawan tandingnya yaitu Anies Baswedan, AHY dikabarkan akan mencoba untuk mencalonkan diri pada Pilgub Jatim 2018, isu politik ini didasari dari melihat kekuatan politik dan peluang yang dimiliki Pakdhe Karwo yang memiliki basis partai yang sama, hal ini menjadi peluang AHY untuk maju pada Pilgub Jatim 2018, selain itu peluang AHY juga berangkat dari kekalahannya di Pilgub DKI Jakarta, beberapa masyarakat sudah mengenal sosok AHY walaupun kalah dalam perebutan posisi gubernur di DKI Jakarta. Namun isu tersebut disangkal oleh wakil ketua umum Partai Demokrat, Roy Suryo, dirinya memastikan bahwa AHY tidak akan maju dalam bursa calon gubernur Jawa Timur, hal tersebut sudah menjadi keputusan Partai.³²

³¹ Riza Harahap, "PDIP: Azwar Anas mundur karena jadi korban politik kejam", Diakses dari <https://www.antarane.ws.com/berita/675716/pdip-azwar-anas-mundur-karena-jadi-korban-politik-kejam>, pada tanggal 23 Januari 2018, pukul 21.30

³² Nur IndahFatmawati, "Demokrat Pastikan Agus Yudhoyono Tak Akan Maju di Pilgub Jatim", Diakses <https://news.detik.com/berita/d-3506825/demokrat-pastikan-agus-yudhoyono-tak-akan-maju-di-pilgub-jatim>, pada tanggal 23 Januari 2018, pukul 21.40

Wakil ketua umum Partai Demokrat tersebut memaparkan bahwa isu AHY maju dalam Pilgub Jatim 2018 itu hanya persepsi masyarakat, “ itu kan persepsi masyarakat saja, kita biarkan harapan masyarakat, yang jelas Mas Agus ketika beberapa waktu lalu ke Kepri dan dua minggu yang lalu di NTB, respon masyarakat, alhamdulillah, sangat baik,” tutur Wakil Ketua Umum Partai Demokrat tersebut.³³ Konfirmasi wakil ketua umum Partai Demokrat ini memastikan AHY tidak akan maju dan hal tersebut kemudian berdampak pada berkurangnya bakal calon dalam daftar yang akan bertarung dan meramaikan Pilkada Jatim 2018.

Dari tabel presentase bakal calon yang akan mengikuti Pilkada Jatim 2018 yang dibuat The Intiative Institute, terdapat juga nama Said Abdullah, Said Abdullah merupakan tokoh yang dikenal baik di wilayah Madura dan juga pernah dicalonkan sebagai wakil gubernur bersama dengan Bambang DH pada Pilkada Jatim 2013 yang lalu, Fraksi Partai PDIP mencalonkan Said Abdullah sebagai Cawagub pada pilkada 2018 menggantikan Azwar Anas yang diketahui mengundurkan diri sebagai bakal calon wakil gubernur, Said Abdullah juga memiliki pengaruh yang sangat kuat di wilayah asalnya yaitu Madura dan juga masyarakat sudah mengenal sosoknya pada Pilkada Jatim 2013 yang lalu³⁴ namun tanpa alasan yang jelas, Partai yang menaunginya memutuskan untuk memasang Gus Ipul dengan Puti Guntur.

Dalam peta politik Pilkada Jatim 2018 mengenai bakal calon gubernur dan wakil gubernur telah banyak sosok yang dicalonkan sebagai wakil dari Gus Ipul seperti Risma, Said Abdullah dan Azwar Anas, adapun nama yang sempat ditunjuk

³³ ibid

³⁴ Koran Madura, Rabu 14 Juni 2017, hlm. 1.

namun mengundurkan diri seperti Halim Iskandar, dirinya mengundurkan diri dikarenakan lebih mendukung Gus Ipul dengan Azwar Anas sebagai pasangan Cagub dan Cawagub, seperti yang dikatakannya pada wawancara dengan Harian Kompas yaitu “ Saya sadar sebab yang menginginkan bukan hanya Gus Ipul sendiri melainkan para kiai jadi karena yang menyuru para kiai, maka saya pun mendukung penuh, terlebih lagi dengan slogan yang diusung *Kabeh sedulur-kabeh makmur,*” begitu ucapannya.³⁵ Selain lebih menghormati Azwar Anas sebagai Cawagub bersama Gus Ipul, menurut Halim Iskandar ia juga mengikuti keinginan para kiai dari NU. Namun kemudian Azwar Anas juga mengundurkan diri karena partai pendukung Gus Ipul mengusung Puti Guntur yang lebih memiliki tingkat elektabilitas pada saat itu. Masih banyak lagi nama – nama bakal calon yang ada pada peta politik sebelum masa pencalonan Pilgub Jatim 2018, namun pada akhirnya resmi diumumkan oleh pihak KPU Jatim pada tanggal 12 Februari 2018 yaitu pasangan yang akan memperebutkan kursi gubernur dan wakil gubernur ialah Khofifah-Emil dan pasangan Gus Ipul-Puti Guntur.³⁶

2.3 Cagub dan Cawagub Jawa Timur 2018

Dalam ajang kontestasi Pilgub Jatim 2018 ini Kedua pasangan calon gubernur merupakan kader yang sama dari partai PKB, dan kedua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur ini memiliki latar belakang yang cukup kuat dan sama – sama memiliki elektabilitas yang tinggi bahkan sangat sengit karena posisi Khofifah yang juga kader wanita PKB dan menjabat sebagai Menteri Sosial periode

³⁵ Harian Kompas, 27 Desember 2017, hlm. 1.

³⁶ Ibid

(2014-2018) dibawah pemerintahan Presiden Joko Widodo, dan Saifullah Yusuf (Gus Ipul) ialah Wakil Gubernur Jawa Timur bersama Soekarwo sebagai gubernur pada periode (2009-2019), tidak hanya itu, wakil yang dibawa oleh kedua pasangan calon gubernur ini juga memiliki kekuatan tersendiri seperti Emil Dardak, wakil dari Khofifah, yang telah menjabat sebagai Bupati Trenggalek pada periode (2016-2021) dan wakil dari Gus Ipul, yaitu Puti Guntur Soekarno yang menjabat sebagai anggota DPR-RI periode (2014-2019).

Kapasitas yang dimiliki oleh kedua pasangan calon juga menjadi kekuatan politik tersendiri, sebagai contoh Khofifah merupakan calon gubernur wanita yang tentu saja mencerminkan dan menginterpretasikan isu gender dimana kebebasan hak dalam berpolitik serta berdemokrasi menjadi keuntungan tersendiri bagi nya, sedangkan Gus Ipul merupakan seorang wakil gubernur periode sebelumnya yang dinilai lumayan berhasil dalam kinerjanya sebagai wakil dari Soekarwo (Pak dhe Karwo), Gubernur Jawa Timur yang sekarang. Kapasitas ini tidak hanya dimiliki oleh calon gubernurnya saja, namun juga dimiliki oleh wakilnya yaitu wakil dari Khofifah, Emil Dardak, yang mencerminkan seorang pemimpin berjiwa muda, berani, kuat, dan kreatif. Menjadi nilai tersendiri untuk Emil sebagai seorang calon wakil gubernur. berbeda dengan Puti Guntur sebagai wakil dari Gus Ipul yang memiliki kapasitas seorang DPR-RI yang tentu saja memiliki kekuatan politik dan pendukung - pendu-ung dari partai yang mengusungnya yaitu PDI-P.

Walaupun kedua peserta Pilgub ini baik Khofifah mapun Gus Ipul merupakan kader dibawah 1 partai yang sama yaitu PKB, namun kedua peserta ini memiliki jumlah partai pendukung dan partai pengusung yang berbeda, Khofifah-Emil memiliki partai pengusung sebanyak 6 partai yaitu Partai Demokrat, Golkar,

PPP, Nasdem, PAN, dan Hanura. Serta memiliki Partai pendukung yaitu PBB, PKPI, PSI, Partai Berkarya, dan Partai Garuda, sedangkan Gus Ipul-Puti Guntur, memiliki jumlah partai pengusung sebanyak 4 yaitu Partai PKB, PDI-P, Partai Gerindra, dan PKS. Sedangkan partai pendukung nya hanya 1 partai saja yaitu partai Perindo.

Para pengamat politik banyak yang mengatakan bahwa pemilihan gubernur kali ini sangat sulit sekali melihat siapakah yang akan menang dan menempati posisi gubernur karena keduanya ialah tokoh dan calon yang sangat kuat, baik secara pembangunan karakter, latar belakang tokoh dan latar belakang kinerja, maupun visi dan misi yang ditawarkan kedua pasangan calon, seperti visi dari pihak Khofifah-Emil ialah *"Terwujudnya masyarakat Jawa Timur yang sejahtera, seimbang, unggul, dan berakhlak dengan tata kelola pemerintahan yang partisipatoris, inklusif, dan menghargai nilai - nilai kemanusiaan."* Lalu dari pasangan calon Gus Ipul dan Puti Guntur ialah *"Perubahan berkelanjutan untuk Jawa Timur makmur"*. Setelah visi yang dibawa kedua pasangan calon adapun misi – misi pasangan calon yang ditawarkan dan akan diprioritaskan pada saat mereka terpilih nanti. Berikut ialah misi – misi yang ditawarkan oleh pasangan calon Khofifah-Emil yaitu :

1. Membangun insan Jawa Timur secara utuh dengan mendayagunakan seluruh potensi melalui pembangunan sektor kebudayaan, pendidikan dan kesehatan dengan dilandasi oleh kearifan lokal yang berbasis pada nilai-nilai kesantian, keagamaan dan kebudayaan.

2. Membangun ekonomi berbasis gotong royong sehingga tercapai keadilan dan kesejahteraan yang menjangkau semua lapisan serta mendorong keberpihakan terhadap sektor ekonomi kecil dan menengah yang sinergis dengan kekuatan ekonomi yang lebih besar.
3. Membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, terbuka dan partisipatoris sehingga terwujud kebijakan yang inklusif, di atas landasan kepemimpinan yang meritokratik, inovatif, tegas dan mengayomi.
4. Memperkuat demokrasi kewargaan untuk menghadirkan ruang sosial yang menghargai prinsip kebhinekaan.
5. Mewujudkan pembangunan yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan untuk menjamin keselarasan ruang ekologi, ruang sosial, ruang ekonomi dan ruang budaya.

Dalam misi – misinya, Khofifah lebih memprioritaskan masalah budaya dan eksplorasinya serta lebih mengutamakan masalah kearifan lokal, kemudian diikuti dengan ekonomi yang berbasis kemasyarakatan seperti budaya gotong royong dan sektor – sektor ekonomi menengah kebawah, setelah itu poin – poin demokrasi dan pembangunan yang berwawasan lingkungan. Berbeda dengan misi – misi yang ditawarkan oleh pasangan Gus Ipul dan Puti Guntur yang lebih menfokuskan kearah Birokrasi yang baik dan hubungan antara pemerintahan yang ideal dengan masyarakatnya. Pelayanan publik yang baik setelah itu membahas mengenai pertumbuhan ekonomi dan kelola pemerintahan yang baik serta bersih. Misi – misi tersebut seperti berikut :

1. Meningkatkan aksesibilitas dan kualitas pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, informasi dan kebutuhan dasar lainnya untuk peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kesejahteraan keluarga.
2. Memperkuat pranata lingkungan sosial kemasyarakatan yang berakhlak, berbudaya, aman, harmonis, berwawasan jender dan berkeadilan untuk pengembangan kehidupan bergotong royong.
3. Memperluas pusat-pusat pertumbuhan ekonomi yang prospektif, berkelanjutan, inklusif, untuk menjamin perluasan kesempatan kerja, pemerataan dan kemakmuran.
4. Meningkatkan konektivitas dan kolaborasi antar wilayah berbasis potensi lokal, tata ruang (terpadu) dan daya dukung lingkungan untuk percepatan dan pemerataan laju pembangunan.
5. Meningkatkan sinergitas dan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih untuk peningkatan kualitas pelayanan publik.

Visi dan misi yang ada tersebut selalu di tunjukan dalam masa kampanye kedua kubu masing – masing, dalam proses mencari elektabilitas dan kekuatan politik masing – masing pihak, gaya kampanye yang dibawa pun berbeda – beda, baik secara langsung maupun secara tidak langsung, kedua calon gubernur ini juga tidak lupa meminta dukungan dari berbagai tokoh – tokoh penting baik tokoh politik, tokoh agama maupun tokoh masyarakat lainnya, dalam proses pemenangan nya terhadap pilgub jatim.

2.4 Elektabilitas Calon dan Hasil Pilgub Jatim 2018

Kedua pasangan calon gubernur dan calon gubernur memang sama – sama memiliki elektabilitas dan kekuatan politik yang sama besar, namun dimana ada kontestasi dan suatu pertandingan, maka pasti ada pemenang, dan tingkat elektabilitas atau jumlah suara yang lebih unggul yang terpilih dalam pemilihan gubernur Jawa Timur 2018 ini. Survei yang dilakukan sesudah pencalonan sangat bervariasi dan berubah – ubah seiring mendekati waktu pemilihan dilakukan, menurut lembaga survei Indo Barometer, dalam kurun waktu 29 Januari sampai 4 februari, pasangan calon Gus Ipul-Puti Guntur memiliki keunggulan elektabilitas sebanyak (45,2%) dan pasangan calon Khofifah-Emil memiliki elektabilitas sebanyak (39,5%) survei ini dilakukan dengan jumlah 800 sampel.³⁷

Dalam kurun waktu 3-8 Maret, lembaga survei Charta Politika melakukan survei dengan jumlah sampel lebih banyak yaitu 1200 memberikan hasil hampir sama yaitu pasangan calon Gus Ipul-Puti Guntur tetap unggul dengan angka elektabilitas (44,8%) dan pasangan calon Khofifah-Emil dengan angka (35,8%), sedangkan menurut hasil survei elektabilitas yang dilakukan lembaga survei Poltracking pada kurun waktu 6-11 Maret dengan jumlah sampel yang sama dengan yang dilakukan lembaga survei Charta Politika yaitu sebanyak 1200 sampel, memberikan hasil yang berbeda dari 2 survei yang dilakukan sebelumnya yaitu pasangan calon Khofifah-Emil lebih unggul dengan angka elektabilitas sebesar

³⁷ Humas Indo Barometer, “*Data Survei Elektabilitas Pasangan Calon Pilkada Jatim 2018*”, Diakses dari <http://www.indobarometer.com/publish/>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 23.30

(42,4%) dari pasangan Gus Ipul-Puti Guntur yang hanya meraih angka elektabilitas (35,8%).

Pada masa mendekati waktu pemilihan, ternyata tingkat elektabilitas yang dimiliki oleh pasangan calon Khofifah-Emil ini bertahan hingga tiba waktunya pemilihan dan hasil tersebut berhasil mengantarkan pasangan calon Khofifah-Emil sebagai pemenang Pilgub Jatim 2018.

Cagub – Cawagub	Pemilih	%
Khofifah – Emil	10.465.218	53,55%
Gus Ipul – Puti	9.076.014	46,45%
Jumlah suara sah	19.541.232	96,15%
Suara tidak sah	782.027	3,85%
Jumlah suara sah dan tidak sah	20.323.259	100,00%
Partisipasi pemilih	20.323.259	66,92%
Pemilih terdaftar	30.369.714	100,00%

Tabel 2.2 Hasil perolehan suara Pilgub Jatim 2018

Sumber : Situs resmi KPU Jatim kemudian diolah oleh penulis

Pada akhirnya muncul hasil presentase pemilihan umum yang resmi dikeluarkan oleh KPU seperti tabel diatas, yaitu Khofifah-Emil unggul 53,55% atau 10.465.218 pemilih, dan pasangan Gus Ipul-Puti Guntur hanya mendapatkan 46,45% atau 9.076.014 pemilih, Jumlah total suara sah yang masuk ialah sebesar 19.541.232 atau 96,15% dan suara yang tidak sah sebesar 782.027 atau 3.85%, dari data yang dirilis KPU, total partisipan pemilih ialah sebesar 20.323.259, total angka partisipan tersebut memang lebih kecil dari jumlah angka partisipan yang terdaftar

atau DPT (Daftar Pemilih Tetap) yaitu sebesar 30.155.719, itulah hasil dari Pilgub atau Pilkada Jawa Timur 2018 menurut ringkasan yang dikeluarkan secara resmi oleh KPU Jatim.³⁸



³⁸ Humas Komisi Pemilihan Umum, "*Info Hasil Rangkuman Pilkada Jatim 2018*", Diakses dari <https://kpujatim.go.id/info-pilkada/>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 22.40

BAB III

PENCITRAAN KHOFIFAH-EMIL PADA MEDIA MASSA UNTUK MENINGKATKAN ELEKTABILITAS POLITIK

3.1 Redaksi dan Politik

Media cetak sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan dan menyebar luas informasi telah banyak membantu proses kegiatan mendapatkan posisi politis seorang kandidat, aktor politik, atau partai politik dalam suatu ajang politik seperti pilkada atau pemilu di berbagai wilayah Indonesia, media massa menjadi salah satu kontributor dalam strategi pemenangan bakal calon untuk mendapatkan posisi yang diinginkan, misalnya posisi di kursi DPR, walikota, gubernur, hingga presiden. Bagaimana sebuah media massa dapat membantu dalam sebuah ajang perebutan posisi tersebut tidak lain adalah denganewartakan atau menggunakan pemberitaan dalam media massa tersebut dengan memberikan wacana yang berisikan tokoh atau aktor politik itu sendiri, hal ini dibuktikan dalam hasil penelitian saudara Heri Supriana, akademisi dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang dilakukan di Desa Budi Aji, penelitian yang dilakukan membahas mengenai pengaruh media massa terhadap citra partai politik, penelitiannya mendapatkan hasil yaitu adanya pengaruh media massa terhadap citra partai politik. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan korelasi product momen diperoleh hasil $r_{xy} = 0,34$ dengan signifikan = 0,739 dengan ($P < 0,05$), signifikan atau ada hubungan. yang artinya terdapat ada hubungan secara signifikan antara variabel pengaruh media massa (X) terhadap citra partai politik (Y) biasanya media massa mempengaruhi masyarakat hasil ini sesuai dengan salah satu

fungsi media massa, fungsi pengaruh, yaitu bahwa media massa berfungsi sebagai memberikan pengaruh kepada masyarakat luas lewat acara atau berita yang disajikannya.³⁹ sehingga harapannya adalah masyarakat sebagai target sasaran media massa dapat mengenali dan mengetahui informasi tentang aktor politik tersebut dalam masa kampanyenya mendekati ajang pilkada, pilgub, maupun pilpres. Dengan masyarakat mengkonsumsi pemberitaan tersebut maka tingkat elektabilitas yang dimiliki para calon atau aktor politik tersebut dapat naik sehingga bisa terpilih pada posisi yang aktor politik tersebut inginkan. Menurut Heri Supriana dalam penelitiannya tersebut pemahaman masyarakat mengenai partai politik melalui media massa dapat mempengaruhi pendapat mereka terhadap partai politik dalam menentukan hak pilihnya, yang seharusnya media sebagai sumber pengetahuan malah menjadi sumber rujukan masyarakat dalam menentukan hak pilihnya, dimana media yang memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat.⁴⁰

Banyak diantara redaksi – redaksi dan media massa yang ada di beberapa daerah telah memiliki sebuah kedekatan tersendiri dengan bakal calon atau beberapa aktor politik yang ada, hal ini adalah suatu kerjasama yang menguntungkan kedua belah pihak dimana aktor maupun media massa dapat menerima manfaat diantara keduanya sehingga dapat tercapai tujuan dari masing – masing pihak. Media massa tersebut dapat diidentifikasi melalui seberapa sering wacana tentang salah satu pihak dari tokoh politik tertentu diberitakan memalui kolom – kolom media cetak

³⁹ Heri Supriana, Skripsi: *“PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP CITRA PARTAI POLITIK (Studi Pada Desa Budi Aji Keamatan Simpang Pematang Kabupaten Mesuji)”* (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2017), Hal. 49.

⁴⁰ Ibid., hal. 50.

nya, sehingga pembaca dalam suatu kurun waktu tertentu dapat familiar dan mendapatkan informasi seputar aktor politik yang telah diberitakan secara terus – menerus dalam media cetak redaksi tersebut.

Setidaknya ada masa dimana pemberitaan – pemberitaan seorang aktor politik itu berlangsung dan masa pemberitaan tersebut ialah sebelum mendekati masa kampanye, masa kampanye itu sendiri hingga waktu ajang pemilihan berlangsung, dan setelah ajang pemilihan berlangsung. Pemberitaan tersebut pada media cetak dilakukan oleh redaksi dari menampilkan beberapa proses kegiatan seorang aktor politik mengkonfirmasi dirinya akan maju dalam pencalonan, lalu kemudian aktor melakukan pencalonan diri, membentuk koalisi dan mengumpulkan dukungan, hingga melakukan proses kampanyenya sebelum ajang pemilihan dimulai. Kegiatan – kegiatan tersebut dikemas dalam rangkaian wacana yang menarik dan menampilkan gambar – gambar dari liputan yang dilakukan pada aktor politik tersebut di lapangan, sehingga wacana dan rubrikasi tersebut menggiring pembaca untuk terus ingin mengikuti proses dan perkembangan sejauh mana aktor politik ini mencalonkan diri.

Namun dalam beberapa kasus adapun aktor - aktor politik yang sengaja membuat sebuah settingan untuk mendapatkan perhatian masyarakat dan sebuah redaksi agar dirinya diliput dan akhirnya diberitakan dalam media cetak, salah satu kasus ialah dimana seorang aktor sengaja menyebar atau mempublikasikan sebuah logo dan nomor atau hal – hal yang identik dengan dirinya sebelum masa kampanye berlangsung, hal ini telah sering kali dari beberapa aktor politik melakukan, sebagai contoh ialah pada masa pilpres 2014 lalu, Joko Widodo pada masa pencalonannya dirinya pertama kali dikenal dengan metode blusukannya semenjak sebelumnya ia

telah menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta hal tersebut telah dilakukannya untuk sekedar mengenalkan dirinya, memberikan perhatian ke masyarakat dan menciptakan citra seorang pemimpin yang dekat pada masyarakat, citra itu ia bangun dari sebelum ia menjabat sebagai gubernur hingga pada masa pilpres 2014.

Kegiatan tersebut sengaja atau tidak sengaja diliput beberapa media dan redaksi yang ada, yang tentu saja pada akhirnya mendatangkan berbagai perhatian publik dan memberikan sebuah imaji pada masyarakat dan stigma bahwa Joko Widodo adalah sosok pemimpin yang dekat dengan masyarakat, tidak lupa beliau selalu menggunakan pakaian yang menjadi sebuah keidentikan dengan dirinya yaitu kemeja kotak – kotak yang selalu menempel dan teringat di setiap ingatan masyarakat karena pada peliputannya pakaian tersebut selalu Joko Widodo gunakan. Dalam kegiatan ini media dan redaksi berpengaruh besar karena kegiatan dan strategi blusukan jokowi tidak mungkin merata ke setiap lokasi dan penjuru daerah di negara indonesia ini, strategi tersebut dapat disebar luas melalui liputan dan pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. maka strategi tersebut akan sangat amat efektif karena dibantu media massa hingga sebuah citra terbangun di dalam pemberitaan setiap redaksi yang ada terkait dengan sosok Joko Widodo yang kemudian mengantarkan beliau pada terpilihnya menjadi Presiden Republik Indonesia ke 7.⁴¹

Tidak hanya sekedar memberikan dan menunjukan kegiatan – kegiatan yang berhubungan dengan pencalonan dan ajang pemilihan, namun juga aktor politik dalam memanfaatkan media sering juga menciptakan suatu realitas atau

⁴¹ Christoporus W, “Strategi Blusukan Jadi Andalan PDI-P”, Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2013/09/06/1017351/Strategi.Blusukan.Jadi.Andalan.PDI-P>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 22.50

berusaha menciptakan suatu imaji baru pada dirinya lewat bantuan pemberitaan media cetak dan juga seorang media influencer atau publik figur. Realitas yang ditunjukkan seorang aktor lewat sebuah pemberitaan media belum tentu sama dengan realitas yang terjadi sebenarnya, dalam ilmu komunikasi terdapat teori mengenai Realitas Media, media menyusun sebuah realitas dari berbagai peristiwa dan fenomena yang terjadi di masyarakat, hingga menjadi sebuah cerita atau wacana yang bermakna.⁴² Realitas yang ditampilkan media tidak dipahami sebagai sebuah perangkat fakta, namun sebuah hasil dari perspektif tertentu dari pembentukan realitas. Sebuah media dengan apapun bentuknya baik media cetak (koran), media sosial, dan sosial media influencer memiliki peran khusus untuk mempengaruhi baik perspektif, pendapat, opini dari masyarakat . dan media dianggap kurang netral dalam menyajikan sebuah informasi kepada masyarakat.

Menurut Walter Lippman berbicara mengenai realitas media bahwa media berfungsi sebagai pembentuk makna dimana sebuah interpretasi media massa akan berbagai peristiwa dan fenomena secara radikal dapat mengubah interpretasi orang tentang suatu realitas dan pola ndakan mereka. Lippman juga menyatakan bahwa fungsi media sebagai pembentuk gambaran realitas yang dapat sangat berpengaruh terhadap khalayak masyarakat,⁴³

Dalam komunikasi politik, realitas sebuah media tidak hanya menyajikan sebuah informasi yang berdasarkan pada kejadian di dunia nyata, namun media juga dapat menampilkan dan menonjolkan beberapa elemen – elemen tertentu, dan logika struktural media yang digunakan dalam penonjolan elemen tersebut. Media

⁴² Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta : Granit, Hal.11.

⁴³ Lippman, Walter. 1998. *Opini Umum* (terj.), Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Hal.3.

– media ini juga dapat membatasi dan menyeleksi sumber berita yang ada, serta menafsirkan komentar – komentar sumber berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif lain, yang kemudian pada akhirnya yang terjadi adalah sebuah penonjolan tertentu terhadap pemaknaan sebuah realitas.⁴⁴

Realitas media juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor – faktor yang ada seperti pekerja media secara individu, rutinitas media, organisasi media itu sendiri, institusi di luar media, dan ideologi. Faktor individu pekerja media mempengaruhi teks dalam fungsi yang telah ditentukan oleh rutinitas media. Fungsi yang dijalankan rutinitas media harus berada di dalam fungsi yang ditetapkan oleh organisasi media. Demikian pula sebuah kebijakan yang diambil oleh organisasi media juga banyak yang ditentukan oleh institusi di luar media. Dan di tingkat yang paling atas keseluruhan faktor tersebut dipengaruhi oleh ideologi yang ada di dalam masyarakat.⁴⁵

Sebuah realitas yang ditunjukkan oleh sebuah media kesimpulannya belum tentu benar adanya ataupun fakta, bisa saja hal tersebut yang memang sengaja ingin ditunjukkan seorang aktor politik didalam suatu wacana pemberitaan media atau redaksi untuk membuat masyarakat meyakini sebuah realitas yang ada dan realitas tersebut biasanya ditunjukkan dengan maksud mencari sebuah citra dan imaji yang positif terhadap aktor politik itu sendiri dengan begitu kemungkinan untuk aktor politik mendapatkan perhatian masyarakat akan sangat besar dan citra positif sangat memiliki pengaruh pada tingkat elektabilitas seseorang dalam mengikuti ajang

⁴⁴ Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKIS, Hal.31.

⁴⁵ Shoemaker, Pamela J dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating The Message*. New York : Longman Publisher, Hal.223.

pemilihan seperti Pilkada atau Pemilu. Pengaruh tersebut juga didukung oleh teori agenda setting yang di perkenalkan oleh Maxell Mc Combs dan Donald I Shaw dalam tulisan mereka yang berjudul “The Agenda Setting Function of Mass Media” yang telah di terbitkan dalam public Opiniom Quarterly pada tahun 1972.⁴⁶ Menurut mereka jika media memberikan tekanan pada suatu fenomena atau isu tertentu dalam setiap wacananya, maka media itu akan mempengaruhi masyarakat untuk menganggapnya penting.

Agenda setting menggambarkan pengaruh yang kuat dari media, terutama kemampuannya untuk mengatakan isu apa yang penting dan tidak. Teori ini menjelaskan bagaimana peran penilaian media terhadap suatu topik atau isu yang ditampilkan oleh media di setiap wacananya terhadap masyarakat. Masyarakat akan terpengaruh terhadap penilaian media yang positif atau negatif terhadap suatu objek atau individu maupun kelompok, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pemikiran masyarakat yang di dijangkau oleh media tersebut.

3.2 Dukungan Redaksi terhadap Khofifah-Emil Pada Masa Kampanye

Pemilihan wakil daerah di Jawa Timur juga banyak menarik perhatian redaksi yang ada untuk turut serta memberikan liputan mengenai perkembangan dan apa saja yang terjadi di masa pilkada diadakan maupun sebelum pilkada dilaksanakan atau masa kampanye kepada masyarakat pembaca lewat media cetak masing – masing redaksi. Kita telah mengetahui pengaruh dan peran apa saja yang dapat diberikan oleh beberapa media massa terhadap masyarakat dan aktor politik yang

⁴⁶ Hafled Cengara, Komunikasi Politik, (Jakarta, Rajawali Pers, 2009), hal. 124.

ikut serta dalam ajang pemilihan tersebut. maka hal ini dimanfaatkan oleh salah satu pasangan calon gubernur dan wakil gubernur pada pilkada Jatim 2018 yaitu Khofifah Indar Parawangsa dan Emil Dardak.

Menurut data yang telah didapatkan penulis, pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah-Emil memiliki kedekatan tersendiri dengan salah satu redaksi atau media di Jawa Timur khususnya kota Surabaya yaitu Redaksi Harian Bangsa⁴⁷, secara singkat Redaksi Harian Bangsa adalah salah satu redaksi dengan media cetak bernama Harian Bangsa yang memiliki jangkauan distribusi penyebaran media cetaknya meliputi beberapa daerah di wilayah Jawa Timur seperti Surabaya, Malang, Blitar, Banyuwangi, Jember, gresik dan beberapa kota lainnya. dengan pembaca di tingkat usia 20-60.⁴⁸ Harian Bangsa dapat mencetak korannya dari 1500 copy sampai 2000 copy, tergantung permintaan. Dengan begitu ada kurang lebih 1500 sampai 2000 pembaca setiap harinya dari koran yang dicetak oleh redaksi Harian Bangsa ini.⁴⁹

Hal tersebut merupakan angka yang tergolong besar untuk redaksi yang masih bersifat independent, karena masih ada banyak redaksi yang sudah memiliki kemampuan cetak yang lebih banyak seperti redaksi Jawa Pos karena redaksi tersebut memiliki agen percetakan sendiri, karena redaksi Harian Bangsa belum memiliki percetakan sendiri dan masih mencetak korannya melewati agen percetakan lain.⁵⁰ Namun diluar itu, angka 1500-2000 dinilai sudah cukup untuk

⁴⁷ Wawancara penulis dengan H.M Mas'ud Adnan selaku Pimpinan Redaksi Harian Bangsa,

⁴⁸ Sumber: *Dokumen Redaksi Harian Bangsa*

⁴⁹ Wawancara penulis dengan Kemal Rizal selaku manager pemasaran redaksi Harian Bangsa

⁵⁰ Sumber: *Dokumen Redaksi Harian Bangsa*

membantu Khofifah-Emil agar mendapatkan perhatian dan dikenal oleh masyarakat pembaca media cetak Harian Bangsa.

Bagaimana Khofifah-Emil memanfaatkan sebuah media cetak?

Pada masa kampanye untuk pilkada Jatim 2018 para calon gubernur termasuk Khofifah-Emil mengerahkan masyarakat untuk memberikan semua dukungannya kepada dirinya dalam masa kampanyenya untuk dapat menduduki posisi gubernur dalam pemilihan tersebut, salah satu strategi pemenangannya tersebut ialah menggunakan media massa yang ada baik media online maupun media cetak, untuk media cetak, pihak Khofifah-Emil bekerja sama dengan redaksi Harian Bangsa.⁵¹ seperti data yang didapatkan oleh penulis, pihak redaksi Harian Bangsa mengakui bahwa memang redaksinya memiliki kedekatan tersendiri untuk membantu apa saja keperluan Khofifah-Emil agar dapat memenangkan pilkada, hal ini dikatakan langsung oleh penanggung jawab dan kordinator lapangan redaksi Harian Bangsa yaitu bapak Rosihan Choirul A⁵².

Bantuan yang dimaksud oleh pihak redaksi ialah menggiring wacana – wacana yang ada pada koran/media cetak Harian Bangsa agar Khofifah-Emil selalu tersorot dan pembaca banyak mendapatkan informasi yang lebih baik mengenai kegiatan maupun perkembangan pasangan calon gubernur ini dalam mengikuti pilkada Jatim 2018, kampanye – kampanye juga dilakukan didalam media cetak tersebut pada waktu sebelum pilkada dimulai.⁵³ Harapannya agar Khofifah-Emil mendapatkan banyak perhatian oleh pembaca dan citra baik yang dimasukkan dalam wacana

⁵¹ Wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku kordinator lapangan redaksi Harian Bangsa

⁵² Sumber: wawancara dan pengambilan data oleh penulis di redaksi Harian Bangsa

⁵³ Sumber: wawancara penulis dengan Maulana Faqot selaku bagian Redaksi Pelaksana Harian Bangsa

tersebut dapat membentuk persepsi dan *image* yang ada di masyarakat yang pada akhirnya persepsi tersebut dapat menjadi dukungan untuk memilih Khofifah-Emil untuk menjadi Gubernur Jawa Timur di pilkada.

3.3 Bentuk Dukungan Terhadap Pasangan Khofifah-Emil

Adapun bentuk – bentuk wacana pada koran Harian Bangsa pada masa pendaftaran calon yang akan bertanding pada Pilkada Jatim 2018, menurut Rosihan selaku penanggung jawab lapangan Redaksi Harian Bangsa mengatakan bahwa “sebelum pencalonan ya masyarakat harus mengetahui betul Khofifah seperti apa dan keputusan apa yang dibuat beliau, entah bu Khofifah jadi mencalonkan diri atau tidaknya, kami selalu memantau betul dan memberikan wacana – wacana mengenai proses beliau seperti apa hingga nantinya sama seperti harapan redaksi ini, ya bu khofifah jadi mendaftar sebagai Cagub, dan kami akan sangat mendukung apapun keputusannya karena kami memiliki kedekatan tersebut”.⁵⁴ seperti yang dapat dilihat pada Gambar 3.1 (hlm lampiran), yang menunjukkan wacana mengenai khofifah berangkat ke DPP partai Demokrat untuk mendaftar sebagai Cagub dalam Pilkada Jatim 2018, menurut wacana yang ada pada Harian Bangsa “sumber di internal muslimat NU menyebut bahwa Khofifah akan langsung mendaftar melalui DPP Partai Demokrat, alasannya, saat ini Khofifah sedang berada di sulawesi untuk urusan tugas kementrian” seperti yang ada dalam wacana tersebut juga membenarkan bahwa”memang tidak ada aturan kandidat harus mendaftar di daerah pemilihan”.⁵⁵ Pada halaman tersebut juga terdapat wacana mengenai Khofifah

⁵⁴ Sumber: wawancara penulis dengan bapak Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa

⁵⁵ Koran Harian Bangsa, “Beredar Kabar Khofifah Langsung ke DPP Demokrat” (Selasa, 1 Agustus, 2017), hlm. 1.

berencana mundur dari Kementerian Sosial, wacana tersebut mengatakan bahwa “Meski belum secara resmi menyatakan benar-benar akan maju, Khofifah menyebut akan mundur dari posisi menteri apabila dia resmi mendaftar sebagai Cagub ke KPUD Jawa Timur.⁵⁶ Yang dapat dilihat pada Gambar 3.2 (Hlm Lampiran). Hal ini menandakan sudah ada dua wacana terlampir dalam satu edisi dari koran Harian Bangsa.

Selanjutnya dalam wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A, beliau memaparkan bahwa “Kami terus selingi pemberitaan dan wacana soal Khofifah terus – menerus waktu tahun lalu 2017 sebelum Khofifah sendiri resmi mendaftar sebagai Cagub, karena beliau sendiri juga sudah termasuk bakal calon karena punya elektabilitas, jadi dari edisi – edisi koran kita pasti ada satu atau dua wacana mengenai Khofifah, kadang porsinya banyak, kadang sedikit, yang penting ada”.⁵⁷ Hal ini ditunjukkan juga dengan *intens* wacana pada kolom berita yang ada pada koran Harian Bangsa secara terus menerus, seperti yang terlihat pada Gambar 3.3 (hlm lampiran), pada Harian Bangsa edisi 3 Agustus 2017 juga ada pemberitaan mengenai Khofifah, menurut Rosihan “Ya bisa dilihat kan ini selang 1 hari saja ada pemberitaan Khofifah lagi, ya ini dimaksudkan dukungan kami terhadap elektabilitas yang dipunya Khofifah, supaya masyarakat ini bisa lihat prosesnya Khofifah bagaimana, ini berita kita juga cari sampai ke partai – partai yang punya peluang mendukung Khofifah kayak Gerindra”⁵⁸. Pada gambar tersebut terlihat wacana mengenai partai yang merekomendasikan Khofifah sebagai calon gubernur

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

Intens : Sering

⁵⁸ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

yang akan maju nanti pada Pilkada, ada wacana pada koran tersebut “Partai Gerindra mulai melirik untuk memberikan dukungan pada Menteri Sosial yaitu Khofifah Indar Parawansa untuk maju dalam Pemilihan Gubernur Jawa Timur 2018”.⁵⁹

Pada wacana tersebut wartawan Harian Bangsa juga mewawancarai Fadli Zon sebagai Wakil Ketua Umum Partai Gerindra, bahwa memang nama Khofifah menjadi salah satu dari sekian nama yang direkomendasikan oleh DPD Partai Gerindra Jawa Timur, menurut Fadli Zon “ Itu salah satu calon yang saya kira di rekomendasikan DPD Jatim Gerindra”.⁶⁰ Hal ini menunjukkan dukungan redaksi Harian Bangsa, serta apa saja yang dilakukan yaitu memberikan wacana tersebut jauh sebelum Pilkada Jatim diadakan dan pada saat pendaftaran bakal calon kepada sosok Khofifah Indar Parawansa, seperti Gambar 3.4, dan Gambar 3.5, sebagai contoh wacana yang berisi tingkat elektabilitas maupun popularitas Khofifah karena dalam wacana yang diberitakan pada Koran Harian Bangsa edisi tersebut hasil survei dari instansi SSC dalam bulan juni menunjukkan bahwa popularitas Khofifah mengalahkan Gus Ipul walaupun Khofifah sendiri belum menyatakan secara resmi akan maju menjadi bakal calon,⁶¹ serta adapun wacana pada pemberitaan Harian Bangsa beberapa hari setelah itu pada edisi 20 Juli 2017 yaitu berisikan mengenai kapan waktu yang tepat untuk Khofifah mengumumkan akan resmi maju pada Pilkada Jatim 2018, pada wawancara Harian Bangsa dengan Khofifah sendiri mengatakan bahwa “Saya udah sering ditanya soal ini, pada

⁵⁹ Koran Harian Bangsa, “Gerindra: Salah Satu Nama yang Direkomendasikan” (Kamis, 3 agustus, 2017), hlm. 1.

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Koran Harian Bangsa, “Popularitas Khofifah Kalahkan Gus Ipul” (Kamis, 13 Juli 2017), hlm. 1.

saatnya nanti pasti saya akan menyampaikan, insyaallah”,⁶² seperti itu yang disampaikan pada wartawan.

Seperti yang ada pada Gambar 3.1 sampai Gambar 3.5, wacana pada koran tersebut diberikan dari minggu ke minggu, kolom wacana yang berisikan mengenai Khofifah dapat berukuran besar ataupun kecil, namun di setiap edisinya, dari beberapa data yang ada, penulis mengetahui setidaknya ada wacana mengenai Khofifah di setiap edisi perharinya, walaupun hanya sedikit. Hal ini juga dapat dibuktikan oleh wacana dan berita mengenai khofifah di redaksi Harian Bangsa yang berbasis media online, atau website resmi Harian Bangsa, dari wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan bapak Rosihan Choirul A “kami juga ada berita yang berbasis online, yaitu Bangsa Online, jadi nanti berita – berita yang ada di cetak kita pasti akan di upload sama tim ke website itu, dan berita – berita yang ada di online bisa saja lebih update dari yang di cetak karena kadang habis berita masuk langsung kami edit dan kami kirim, di online juga kami sering beritakan Khofifah, malah mungkin lebih banyak karena kalau di cetak terlalu mencolok kalau di online kita bisa bebas”.⁶³ Berita yang ada pada koran Harian Bangsa pada hari itu juga dapat diakses secara online lewat website Bangsa Online, dalam media tersebut terdapat pola pemberitaan mengenai Khofifah-Emil yang dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan tanpa jeda dalam tempo waktu 7 hari, dari tanggal 18 juni 2018 sampai tanggal 24 juni 2018.⁶⁴

⁶² Koran Harian Bangsa, “*Khofifah Tunggu Waktu Tepat*” (Kamis, 20 Juli 2017) hlm. 1.

⁶³ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

⁶⁴ *Dokumen Redaksi Harian Bangsa*

Namun pada jangka waktu yang sama dimunculkan juga pemberitaan dan wacana pada media cetak Harian Bangsa dan media online nya mengenai lawan tanding Khofifah-Emil dalam pilkada Jatim 2018 yaitu Gus Ipul dan Puti guntur. Namun pemberitaan tersebut memiliki intensitas yang kecil, dan terdapat jarak pada pemberitaan satu dengan yang lain, tidak seperti Khofifah yang pemberitaannya lebih sering ditampilkan, bahkan beberapa pemberitaan mengenai Gus Ipul yang muncul disela – sela intens nya pemberitaan Khofifah tergolong pemberitaan yang negatif atau terkait masalah yang sedang dihadapi oleh pasangan calon gubernur dan wakil gubernur yaitu Gus Ipul-Puti Guntur, dan terkesan lebih menyudutkan dan memperlihatkan citra negatif pasangan calon tersebut kepada masyarakat pembaca. Menurut Rosihan Choirul A dalam wawancara dengan penulis menyatakan bahwa “ kami berusaha memberikan dominasi wacana kepada berita kami di online karena hal tersebut termasuk dukungan kami untuk Khofifah, memang ada beberapa pemberitaan tokoh lain seperti Gus Ipul, tapi ya berita sekedarnya dan kebetulan ada yang berifat kontra dan sebaliknya dengan berita nya Khofifah, kalau tidak ada ya kami tidak cari – cari, seadanya saja lah”.⁶⁵

Pemberitaan dan wacana yang ada pada media online dari Harian Bangsa yaitu, Bangsa Online dan beberapa pola pemberitaan mengenai Khofifah-Emil dapat dilihat pada Gambar 3.6 (hlm lampiran). Pada gambar tersebut, terlihat redaksi Harian Bangsa memberikan berita yang berisikan mengenai wacana para tokoh masyarakat yaitu Pakde Karwo selaku mantan gubernur Jawa Timur dan Bambang Susilo Yudhoyono, yang juga seorang mantan presiden Republik

⁶⁵ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

Indonesia yang mendukung kemenangan pasangan calon Khofifah-Emil⁶⁶, berita tersebut diunggah pada hari senin, 18 juni 2018 di website media onlinenya, berita ini juga menjadi salah satu wacana di media cetak Harian Bangsa juga. Kemudian penulis menemukan juga berita yang berhubungan dengan pasangan calon Khofifah-Emil pada wacana dalam Bangsa Online mengenai dukungan dari relawan Khofifah dari kota Malang dan Batu yang siap menangkan kubu Khofifah-Emil dalam Pilgub Jatim 2018⁶⁷, berita tersebut diunggah pada tanggal 19 Juni 2018 dan dapat dilihat pada Gambar 3.7.

Pada tanggal 20 Juni 2018 dalam berita online dari redaksi Harian Bangsa juga terdapat berita yang diunggah ke Bangsa Online tentang salah satu Tokoh agama, yaitu Ketua muslimat NU di kota Blitar yang menghimbau para guru TK NU dan masyarakat kota Blitar untuk mendukung Khofifah, namun uniknya Bangsa Online juga mengunggah sebuah wacana berita mengenai Gus Ipul di tanggal dan hari yang sama, yaitu pada hari Rabu, 20 juni 2018, pemberitaan Gus Ipul pada Bangsa Online ialah menyangkut permasalahan OTT KPK pada partai PDIP yang mana ialah salah satu partai pendukung dan pengusung Puti Guntur sebagai Cawagub dari Gus-IPul, wacana ini berisikan penjelasan Gus Ipul pada wawancara dengan wartawan Harian Bangsa mengenai tingkat elektabilitasnya yang tidak akan terpengaruh dengan masalah tersebut.⁶⁸ Berita tersebut dapat dilihat pada Gambar

⁶⁶ Harian Bangsa, M didi Rosadi, "*Pakde Karwo Kawal Penuh Kemenangan Khofifah-Emil*", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46319/pakde-karwo-dan-sby-kawal-penuh-kemenangan-khofifah-emil>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 23.50.

⁶⁷ Harian Bangsa, M Syuhud Almanfaluty, "*Siap Menangkan Khofifah, Relawan dari Malang dan Batu Gabung ke RGS*", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46333/siap-menangkan-khofifah-relawan-dari-malang-dan-batu-gabung-ke-rgs>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 23.50.

⁶⁸ Harian Bangsa, Akina Nur Alana, "*OTT KPK di Kantong PDIP tak Pengaruhi Elektabilitas Gus Ipul-Mbak Puti*", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46383/ott-kpk-di-kantong-pdip-tak-pengaruhi-elektabilitas-gus-ipul-mbak-puti>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 00.02.

3.9 (hlm lampiran). Menurut penanggung jawab lapangan bapak Rosihan Choirul A dalam wewancaranya dengan penulis, ia mengatakan bahwa “berita ini perlu dimuat agar pemberitaan Khofifah tidak terlihat terlalu mendominasi, namun berita soal Gus Ipul sekedar juga menginformasikan bahwa partai yang menjadi naungannya ada masalah demikian dan Gus Ipul coba untuk klarifikasi, itu saja”.⁶⁹

Berita mengenai sosok aktor politik yang pernah diisukan akan mendaftar sebagai bakal calon di Pilgub Jatim, yaitu Agus Harimurti Yudhoyono (AHY), yang terlihat dalam wacana Bangsa Online memberikan dukungan serta turut mengajak warga kota Nganjuk untuk memilih pasangan Khofifah-Emil,⁷⁰ satu lagi wacana mengenai pasangan ini, dan ditambah lagi salah satu tokoh berpengaruh yaitu AHY lewat pemberitaan ini menunjukkan dukungannya, yang mana hal ini akan membuat pendukung AHY yang membaca informasi tersebut mengetahui dukungan AHY yang memungkinkan akan memberikan pilihannya pada pasangan Khofifah-Emil dalam Pilgub Jatim 2018 nanti. Berita tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.10 (hlm lampiran). Menurut bapak Choirul Rosihan. “Kita cari berita yang juga berisi dukungan – dukungan siapa saja yang mendukung Khofifah, ya biar masyarakat tau saja banyak dari orang yang sudah punya nama ikut menjadi pendukung Khofifah.”⁷¹

Setelah memberikan wacana mengenai siapa saja pendukung Khofifah yang berhasil dikantongi dukungannya, serta proses pencalonan dirinya, kemudian

⁶⁹ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

⁷⁰ Harian Bangsa, M Didi Rosadi, “AHY Ajak Warga Nganjuk Pilih Khofifah-Emil: Amankan Suara dan Awasi Kecurangan”, Diakses dari www.bangsaonline.com/berita/46410/ahy-ajak-warga-nganjuk-pilih-khofifah-emil-amankan-suara-dan-awasi-kecurangan, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 00.12.

⁷¹ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

Harian Bangsa memberikan wacana pada media cetak maupun media *onlinenya* mengenai hasil survei sementara yang dilakukan oleh Surabaya Survei Center (SSC) yang menurut grafik yang dipaparkan oleh pihak SSC menunjukkan bahwa pasangan Khofifah-Emil unggul 5,1% diatas pasangan Gus Ipul-Puti Guntur, dalam wacana Harian Bangsa maupun Bangsa Online edisi 22 Juni 2018 dapat dilihat pada Gambar 3.11 (hlm lampiran), menunjukkan bahwa Khofifah memiliki angka elektabilitas sebesar 47,2% sedangkan Gus Ipul memiliki elektabilitas 42%. Dalam wawancara penulis dengan bapak Rosihan, ia memaparkan bahwa data ini juga telah disebar melalui media serupa baik media cetak redaksi lain maupun media online.⁷² “ ya ini data kita juga terima dari humas SSC, seperti Jawa Pos, Surya, atau Radar Malang pun juga pasti terima, dan ada itu wacananya di pemberitaan koran mereka, karna kita dapat dari humasnya tim survei dan kita olah wacananya”.⁷³

Menjelang hari pemilihan memang sangat intens pemberitaan yang dilakukan oleh Harian Bangsa yang dalam sesi wawancara pihak mereka mengkonfirmasi memang benar jika Harian Bangsa ada kedekatan khusus dan mendukung terpilihnya Khofifah sebagai Gubernur Jawa Timur pada Pilgub Jatim 2018, namun bukan berarti pemberitaan mengenai pemilu hanya di dominasi oleh pemberitaan Khofifah saja namun ada juga pemberitaan – pemberitaan mengenai calon kandidat lain dalam masa sebelum ditentukannya calon yang akan bertanding

⁷² Harian Bangsa, Revol Afkar, “*Jelang Coblosan, Elektabilitas Khofifah-Emil Unggul 5,1% Atas Gus Ipul-Puti*”, Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46441/jelang-coblosan-elektabilitas-khofifah-emil-unggul-51-persen-atas-gus-ipul-puti>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 00.20.

⁷³ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

maupun sebelum hari pemilihan diadakan, adapun pemberitaan mengenai lawan Khofifah yaitu Gus Ipul, menurut bapak Rosihan, “walaupun kami mendukung Khofifah, namun perlunya berita pasangan lawan juga perlu agar pemberitaan redaksi ini tetap berimbang, tapi pemberitaan – pemberitaan yang kami ambil yang pastinya sedikit memberikan gambaran Khofifah terlihat lebih unggul, yang baik – baik seperti waktu Gus Ipul berkampanye kami jarang ambil”, dalam wawancara pun bapak Rosihan mengatakan “Tapi kami masih main aman, memang beritanya terlihat negatif, tapi itu kami ambil dari humas KPU dan BAWASLU, dan humas – humas terkait lainnya, jadi wacana kami aman, dan harus selalu *Cover Both Side*, kami selalu menanyakan pihak yang kami beritakan terlebih dahulu, kalau selama itu data yang ada adalah fakta ya kami akan tampilkan, jadi beritanya tidak diadakan, kan humas yang kasih”.⁷⁴

Seperti contoh yang diberikan bapak Rosihan pada pemberitaan Bangsa Online edisi Jumat, 22 Juni 2018 seperti Gambar 3.12 (hlm lampiran), mengenai wacana Matra Jatim meminta pihak Bawaslu men-verifikasi ijazah Gus Ipul karena dinilai janggal, dalam wacana tersebut diungkapkan oleh pihak Matra Jatim bahwa ditemukan sebuah keganjilan dan ketidakwajaran pada masa studi dari Cagub no urut 2 tersebut yaitu Gus Ipul, keganjilan yang ada tersebut terletak pada masa studi perkuliahan Strata 1 yang ditempuh oleh Gus Ipul, yang terhitung masuk terdaftar sebagai mahasiswa pada Universitas Nasional Jakarta sejak tahun 1985 kemudian tercantum lulus dari pendidikan tersebut pada tahun 2003, hal tersebut menunjukkan

⁷⁴ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

Cover Both Side : konfirmasi kedua pihak untuk menanyai atau meminta izin agar liputan dapat diberitakan

data dan fakta akademik bahwa Gus Ipul menempuh pendidikan S1 selama 18 tahun.⁷⁵ Seperti demikian pemberitaannya, hal ini pada akhirnya juga menjadi pemberitaan mengenai Gus Ipul yang di dalamnya juga berisi informasi untuk masyarakat agar mengetahui masalah apa saja yang ada dalam Cagub dan Cawagub yang akan mengikuti Pilgub Jatim 2018. Bapak Rosihan mengatakan “ ini berita kami dapat dari laporan yang masuk di Bawaslu, jadi pemberitaan ini berdasarkan fakta yang diberikan oleh pihak Bawaslu, jadi disini kami aman pemberitaannya namun tetap memberikan bahwa ada citra positif yang kami bentuk melalui wacana karena kami juga tidak menjumpai berita atau masalah yang negatif terhadap pasangan calon yang kita dukung”.⁷⁶ Dalam hal tersebut mengenai laporan pihak tertentu selaku warga negara Indonesia, maupun pihak peserta pemilu telah dibenarkan oleh undang – undang dalam peraturan badan pengawas pemilihan umum nomor 7 tahun 2018 tentang penanganan temuan dan laporan pelanggaran pemilihan umum, telah disebutkan pada Pasal 6 Ayat 1 yaitu “Laporan Dugaan Pelanggaran pada setiap tahapan penyelenggaraan Pemilu dapat disampaikan oleh a) Warga Negara Indonesia yang mempunyai hak pilih; b) Peserta Pemilu; atau c) Pemantau Pemilu”.⁷⁷ Dan dalam ayat 2 berisikan mengenai “ Pelapor dalam menyampaikan Laporan Dugaan Pelanggaran dapat didampingi oleh kuasanya.”⁷⁸

⁷⁵ Harian Bangsa, Revol Afkar, “*Dinilai Janggal, Matra Jatim Minta Bawaslu Verifikasi Ijazah Gus Ipul*”, Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46451/dinilai-janggal-matra-jatim-minta-bawaslu-verifikasi-ijazah-gus-ipul>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 00.25.

⁷⁶ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

⁷⁷ Undang – Undang Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 7 tahun 2018 Tentang Penanganan Temuan dan Lporan Pelanggaran Pasal 6 Ayat 1

⁷⁸ Undang – Undang Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 7 tahun 2018 Tentang Penanganan Temuan dan Lporan Pelanggaran Pasal 6 Ayat 2

Dalam pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 23 Juni 2018 dapat dilihat pada Gambar 3.14 (hlm lampiran) juga membahas masalah mengenai keganjilan yang ada pada ijazah Gus Ipul, dalam pemberitaan tersebut pihak Gus Ipul mengklarifikasi bahwa tuduhan yang dilaporkan ke pihak Bawaslu tidak benar adanya, hal ini disampaikan oleh tim pemenangan Gus Ipul sendiri dan mengatakan bahwa manuver yang dilakukan pihak Matra Jatim tidak berdasar, Hikmah selaku anggota tim pemenangan Gus Ipul mengatakan dalam wawancara nya kepada pihak Harian Bangsa bahwa “Gus Ipul pernah jadi DPR/MPR , kemudian menjadi menteri lalu menjabat sebagai Wakil Gubernur dua periode dari dua pemilu yang dipilih rakyat secara langsung, yang prosesnya melibatkan Bawaslu dan KPU. Semua sudah terlewati dengan baik dan sudah terverifikasi”. Anggota pemenangan Gus Ipul tersebut juga mengatakan tuduhan tersebut tidak benar dan hanya cari – cari perhatian.⁷⁹ Namun laporan tersebut sah – sah saja jika tidak terbukti maka dinyatakan tidak melanggar, melemparkan laporan tersebut adalah hak siapa saja yang termasuk dalam peraturan badan pengawas pemilihan umum nomor 7 tahun 2018 tentang penanganan temuan dan laporan pelanggaran pemilihan umum, Pasal 6 Ayat 1, dan setiap laporan yang masuk juga harus diproses seperti pada peraturan badan pengawas pemilihan umum nomor 7 tahun 2018 Pasal 9 Ayat 1 “ Pengawas Pemilu membuat kajian awal atas laporan dugaan pelanggaran Pemilu yang dituangkan dalam formulir B.5, paling lama 2 (dua) hari sejak Laporan diterima”.⁸⁰

⁷⁹ Harian Bangsa, Nur Syaifudin, “Soal Laporan Ijazah Gus Ipul ke Bawaslu, Timses Gus Ipul : Matra Jatim Jangan Cari Perhatian”, Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46479/soal-laporan-ijazah-gus-ipul-ke-bawaslu-timses-gus-ipul-matra-jatim-jangan-cari-perhatian>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 00.30.

⁸⁰ Undang – Undang Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 7 tahun 2018 Tentang Penanganan Temuan dan Laporan Pelanggaran Pasal 9 Ayat 1

Dalam hal ini Redaksi Harian Bangsa berhasil memberikan citra yang baik (*Wish Image*) sebagai mana citra yang diharapkan, menurut Frank Jefkins dalam bukunya yang berjudul *Public Relations* mengatakan bahwa *Wish Image* atau citra yang diharapkan ialah Suatu citra yang diinginkan pihak individu atau kelompok biasanya dirumuskan dan diterapkan untuk suatu gagasan atau *brand* yang baru, ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya, Citra harapan ini bisa merupakan ciptaan baru atau transformasi dari citra yang lama yang dinilai kadaluarsa.⁸¹

Dalam memberikan suatu citra atau *image* yang diharapkan, sangat mudah bagai suatu media khususnya Redaksi Harian Bangsa membangun citra yang dimiliki oleh Khofifah-Emil lewat wacana yang ada pada pemberitaannya, karena Khofifah juga sudah banyak dikenal oleh masyarakat dan memiliki citra yang baik sebelumnya. Redaksi Harian Bangsa juga secara halus membangun suatu *Current Image*, teori Frank Jefkins ini menyatakan *Current Image* sebagai citra yang berlaku, suatu citra atau *image* yang dianut oleh pihak luar atas suatu kelompok atau individu, yang ditentukan oleh banyak-sedikitnya informasi yang diterima oleh pembaca, dan telah dikonstruksi dan dipercayai.⁸² Walaupun memang sedikit pemberitaan Gus Ipul namun memang Harian Bangsa mengkonstruksi demikian, adapun beberapa berita mengenai lawan Khofifah ini tetapi hal tersebut menyangkut masalah yang berkaitan dengan Gus Ipul yang mana akan berdampak

⁸¹ Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. Hal. 17.

⁸² Ibid

negatif pada elektabilitasnya di masyarakat.⁸³ seperti yang dimaksud pada Gambar 3.9, Gambar 3.12 dan Gambar 3.14 (hlm lampiran).

Citra baik yang diharapkan (*Wish Image*) dimasukan pada wacana pemberitaan Harian Bangsa selama ini berhubungan dengan interaksinya dengan rakyat dan masyarakat, hubungan Khofifah dengan aktor politik lain, dan kegiatan kampanye positifnya di ruang lingkup masyarakat yang kemudian di olah sedemikian rupa menjadi wacana yang menarik, salah satu pemberitaan mengenai kampanye positif yang ditunjukan ialah pada pemberitaan Harian Bangsa Online edisi Sabtu, 23 Juni 2018 seperti pada Gambar 3.13 (hlm lampiran), mengenai arak – arakan ribuan buruh yang berkonvoi mengawal Emil Dardak menuju lokasi kampanye akbar pasangan Khofifah-Emil di kota Probolinggo⁸⁴, pasangan ini sudah meraih perhatian masyarakat kecil hingga menengah khususnya kaum buruh yang mana buruh merupakan sektor masyarakat yang memiliki suara yang kuat karna banyaknya paguyuban buruh dan Serikat Pekerja di Jawa Timur serta industri yang ada. Pada kampanye tersebut terlihat cawagub dari Khofifah ini menyampaikan isi dari kampanyenya mengenai ekonomi masyarakat yang diharapkan dapat naik dalam masa jabatannya jika terpilih, untuk mendorong ekonomi Jawa Timur menjadi prioritas penting, dan bukan hanya masalah menjadi pemimpin yang pintar atau baik saja namun yang terpenting ialah juga harus berani.

⁸³ Sumber: wawancara penulis dengan Rosihan Choirul A selaku penanggung jawab lapangan redaksi Harian Bangsa.

⁸⁴ Harian Bangsa, Nur Syaifudin, “*Ribuan Buruh Konvoi Kawal Emil Menuju Lokasi Kampanye Akbar Khofifah-Emil*”, Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46471/ribuan-buruh-konvoi-kawal-emil-menuju-lokasi-kampanye-akbar-khofifah-emil>, pada tanggal 14 Januari 2018, pukul 00.35.

Hal tersebut menjadi citra tersendiri bagi tokoh Emil Dardak karena dirinya yang muda dan memiliki jiwa muda yang berani menjadikan dirinya komunikator politik muda, lewat gagasan dan pidatonya akan semakin memikat kepercayaan masyarakat, kepercayaan ialah hal yang paling penting untuk komunikator politik, Tabroni dalam bukunya menyebut 4 komponen yang harus dimiliki seorang komunikator politik, pertama ialah kredibilitas, semakin ahli dan dipercaya semakin efektif komunikator politik dalam menyampaikan pesan atau informasi. Kredibilitas ini mencakup keahlian (*source expertise*) dan kepercayaan (*source trustworthiness*). Keahlian komunikator adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki atas subyek yang dikomunikasikan. Sedangkan kepercayaan adalah sejauh mana sumber dapat memberikan informasi yang tidak memihak dan jujur. Kedua, daya tarik komunikator. Daya tarik komunikator bisa bersumber penampilan fisik, gaya bicara, kepribadian egaliter, kehangatan, rekaman kinerja, teknik komunikasi, perilaku. Ketiga, kesamaan membangun harapan dengan khalayak. Kesamaan kebutuhan dan perasaan menjadi penyebab suka tidaknya audience atas komunikator. Komunikator dapat berhasil menyenangkan publik karena telah membuktikan bertindak, mendukung aspirasi yang serupa dengan komunikan. Keempat, *power* atau posisi kekuasaan sosiologis komunikator.⁸⁵

Setelah melihat berbagai pemberitaan diatas dengan pola yang ada, dengan memberikan wacana pada media cetak secara berkelanjutan setiap harinya. Maka tingkat perhatian masyarakat pada akhirnya akan tertuju pada hal yang ditunjukkan secara terus menerus, dengan memperlihatkan tingkat elektabilitas sementara,

⁸⁵ Tabroni, Roni. 2012. Komunikasi Politik di Era Multimedia, Bandung : Simbiosis Rekatama. Hal. 21.

perkembangan dan kegiatan aktor politik, hingga memberikan citra positif pada pemberitaan tersebut, lambat laun akan terbangun persepsi, Citra baik yang diharapkan (*Wish Image*) dan mempertahankan citra tersebut (*Current Image*)⁸⁶ juga di masyarakat yang kemudian wacana yang ada pada media cetak menjadi *stimulasi* untuk memberikan dukungan hingga mempengaruhi perilaku memilih pembaca serta elektabilitas yang dimiliki, hal ini lah yang diharapkan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah-Emil dengan memanfaatkan media online dan media cetak redaksi Harian Bangsa agar dapat memenangkan Pilkada Jawa Timur 2018 pada saat itu.

3.4 Media Sosial dan Kampanye Pemenangan Khofifah-Emil

Pada masa menjelang pilkada Pilkada Jatim 2018 yang diadakan tepat pada 27 Juni 2018, redaksi dan media cetak sudah banyak yang memberikan manfaat dan kontribusi yang besar dalam sebuah strategi pemenangan pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah Indar Parawangsa dan Kang Emil untuk memenangkan posisi gubernur dalam pilkada, Karena dalam menyusun sebuah strategi untuk mendapatkan sebuah posisi dalam Pilkada, sebuah kampanye yang dilakukan secara terang – terangan dengan turun langsung ke lapangan, memberikan pamflet, baliho, brosur dan iklan atau wacana pada pemberitaan di media cetak saja dinilai belum cukup efektif untuk memberikan pengaruh yang persuasif ke masyarakat untuk memberikan suaranya dan dukungan terhadap pasangan calon gubernur ini.

⁸⁶ Jefkins, Op.Cit., 17.

Pasangan Khofifah-Emil juga dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman yang sekarang ini sudah serba digital, untuk memberikan sebuah informasi seorang aktor politik juga harus memanfaatkan semua media yang ada, baik media cetak sebagai media massa konvensional dan media sosial sebagai media elektronik yang saat ini banyak dari kalangan masyarakat yang memiliki dan mengakses media sosial tersebut.

Berdasarkan data pada *We Are Sosial dan Hootsuite* (2018) disebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia sebesar 132 juta orang. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa setengah atau lebih dari 50 persen penduduk Indonesia telah bisa mengakses internet. Pengguna media sosial mencapai 49% persen populasi pengguna internet di Indonesia. Dalam pertumbuhan pengguna media sosial sendiri, Indonesia merupakan negara ketiga terbesar dengan tingkat pertumbuhan mencapai 23% atau 24 juta pengguna dalam satu tahun terakhir.⁸⁷

Maka dengan ini dapat diambil kesimpulan bahwa pemilik dan pengguna sosial media atau internet sebanyak setengah dari total jumlah warga negara Indonesia yang ada, yang mana artinya adalah setengah dari calon pemilih pilkada di Indonesia dapat mengakses internet dan setengah dari pengguna internet memiliki akun sosial media yang mana berjumlah 66 juta penduduk/calon pemilih adalah jumlah yang sangat cukup banyak. Maka dengan ini wajar bila strategi dan metode kampanye dari aktor politik ini sangat efektif bila menggunakan media sosial karena informasi yang disampaikan akan berkembang lebih luas, cepat, dan serentak kepada pemilik dan pengguna media sosial itu sendiri.

⁸⁷ Arfianto Purbolaksono, " *Media Sosial, Pilkada Serentak dan Pemilu 2019*", Diakses dari <https://www.theindonesianinstitute.com/media-sosial-pilkada-serentak-dan-pemilu-2019/>, pada tanggal 25 november 2018 pukul 21.25

Strategi yang dimaksud dengan menggunakan media sosial ialah mengunggah tautan – tautan dan postingan seputar informasi mengenai aktor politik tersebut, contoh paling sederhana ialah aktor politik tersebut menggunakan akun media sosialnya sendiri untuk melakukan kampanye dan mengunggah postingan tentang dirinya, tentunya postingan yang berisikan mencari dukungan kepada masyarakat dan biasanya akun media sosial resminya dibantu oleh orang lain yang menjadi admin dan mengurus semua urusan – urusan tentang media sosial dari aktor politik tersebut. Jadi aktor politik itu sendiri jarang sekali untuk mengurus sendiri melainkan sudah ada tim yang menangani dan mengatur isi dari postingan – postingan yang ada dalam akun resmi media sosialnya. Kemudian tidak hanya tautan dari akun resmi dari aktor politik itu sendiri, postingan – postingan yang berisi dukungan juga biasanya di unggah oleh akun – akun media sosial milik pendukung, tim sukses ataupun pihak – pihak di kubu seorang aktor politik tersebut guna menyebarkan dan mencari dukungan kepada pengguna akun media sosial yang lain nya.

Bentuk dari tautan atau postingan yang diunggah dalam media sosial sangat beragam namun memiliki tujuan yaitu informasi yang ada dalam postingan tersebut tersampaikan kepada masyarakat sehingga dapat membuat masyarakat mengenali aktor politik yang ada dalam postingan tersebut serta meningkatkan elektabilitas yang demilikinya, postingan pada media sosial ini dapat memberikan kontribusi pada keberhasilan politik, sehingga aktor politik tersebut dapat memenangkan ajang pemilihan dan mendapatkan posisi yang diinginkan nya, hal ini dapat terjadi karena media sosial membuat aktor politik dapat melakukan interaksi dengan para calon pemilih atau masyarakat dengan skala dan intensitas yang tidak dapat

dicapaimelalui pola kampanye tradisional/konvensional seperti *door to door*, menyebar brosur, atau pemasangan banner dan baliho.⁸⁸ Sebagai contoh dibawah ini ialah sebuah tautan atau postingan pada platform media sosial yang menunjukkan ajakan untuk mendukung salah satu aktor politik dan bakal calon gubernur pada pilkada jatim 2018 yang diunggah oleh akun pendukung aktor politik seperti pada Gambar 3.16 dan Gambar 3.17 (hlm lampiran).

Dari beberapa contoh postingan tersebut, baik pendukung aktor politik tersebut maupun tim sukses atau pemenangan aktor politik tersebut, memanfaatkan media sosial untuk strategi *marketing* politiknya, dan menyebarkan ajakan untuk mendukung aktor politik tersebut secara cepat dan luas karena postingan atau tautan tersebut pada media sosial akan berkembang seiring berjalannya waktu dan seberapa banyak yang menerima serta membaca tautan tersebut, dalam media sosial ini (*Facebook*) juga memiliki fitur – fitur yang dapat membantu sebuah postingan juga akan tersebar dengan cepat dan dapat menarik masyarakat pengguna media sosial ini, dilansir dari situs resmi *Facebook* yang berisikan mengenai kebijakan – kebijakannya mengatakan bahwa ketika semakin banyak pemilik media sosial yang lain memberikan komentarnya pada postingan tersebut maka akan semakin sering postingan ini terlihat di beranda dan memiliki kemungkinan dibagikan secara otomatis kepada publik akan semakin luas. Postingan tersebut juga dapat selalu diingat oleh orang yang membuka media sosial yang mengunggah postingan

⁸⁸ Hagar Douglas, 2014, *Campaigning Online : Sosial Media in the 2010 Niagara Municipal Elections*, Canadian Journal of Urban Research. Hal. 74.

tersebut dan dapat menjangkau pemirsa yang lebih besar dengan sebuah tautan atau postingan yang dapat dipromosikan oleh pemilik akun.⁸⁹

3.5 Membangun Citra Politik Khofifah-Emil dengan Media Massa

Dalam menggunakan media massa untuk strategi pemasaran seorang aktor politik dalam mencari dukungan kepada masyarakat, membangun sebuah citra yang baik juga diperlukan untuk mendapatkan sebuah perspektif yang baik dari masyarakat yang harapannya citra baik terhadap aktor politik tersebut berubah menjadi suatu dukungan kepada dirinya untuk dapat meraih tingkat elektabilitas yang tinggi dalam ajang pemilihan seperti Pilkada. Dan pasangan Khofifah-Emil menerapkan hal tersebut, beberapa citra positif sering ditampilkan oleh dirinya maupun pendukungnya lewat unggahan – unggahan sosial media.

Politik pencitraan pada dasarnya ialah merupakan sebuah hubungan yang saling berkaitan dan memiliki timbal balik antara strategi politik dengan teknik pencitraan yang di dalamnya ada sebuah pengemasan (*framing*) terhadap sebuah oject pelaku politik (aktor) baik secara perorangan maupun kelompok (Partai Politik).pencitraan politik atau konsep *imagologi* politik ini digunakan dalam rangka dapat mempengaruhi persepsi, perasaan, kesadaran, pilihan, dan opini serta harapannya ialah dapat merubah suatu keputusan politik tertentu.

Maka dengan membangun suatu citra yang baik dan positif, diharapkan Khofifah-Emil dapat menciptakan sebuah *stimulasi* dan presepsi positif untuk

⁸⁹ Facebook, "Membuat dan Mempromosikan Kiriman di Facebook," <https://www.facebook.com/business/learn/facebook-page-create-posts>, diakses pada 29 november 2018 pukul 22.00

mendukungnya dalam mendapatkan posisi gubernur dan wakil gubernur Jawa Timur. *Stimulasi* dan citra tersebut dibuatnya dengan menggunggah sebuah postingan di media sosial berbentuk gambar – gambar seperti pada Gambar 3.18 dan Gambar 3.19 (hlm lampiran).

Gambar tersebut ialah gambar yang ada pada akun resmi media sosial Instagram pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah-Emil yang menjelaskan dan menunjukkan kegiatan – kegiatan dan kontribusi mereka terhadap permasalahan di masyarakat dan postingan tersebut mereka unggah pada saat sebelum Pilkada Jatim 2018 dilaksanakan yang mana waktu itu bisa disebut masa kampanye foto – foto tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan dan membangun citra positif akan calon pemimpin yang dekat dengan masyarakat dan peduli permasalahan – permasalahan yang ada di masyarakat, sebagai contoh pada gambar pertama terlihat isteri dari calon gubernur Emil Dardak sedang berbelanja atau menunjukkan dirinya memegang seikat sayuran. Hal ini menunjukkan bahwa kubu dari pasangan calon ini sangat mendukung perekonomian rakyat kecil dan pasar tradisional yang mana akan menimbulkan sebuah citra calon pemimpin yang merakyat.

Kemudian pada gambar kedua terlihat Khofifah sendiri sedang menggendong balita dan pada keterangan yang dituliskan oleh akun resmi Khofifah ialah seputar isu perempuan yang mana pada hari postingan itu diunggah ialah hari perempuan internasional yang jatuh pada 8 maret 2018, hal ini sengaja ditunjukkan untuk membangun citra seorang calon pemimpin yang membela dan peduli akan isu *feminisme*, sekaligus mendukung dan peduli akan perkembangan anak dan balita di golongan masyarakat khususnya wilayah Jawa Timur.

Postingan – postingan tersebut ditujukan agar aktor politik yang ada dapat mendapatkan citra yang positif sehingga dengan cara tersebut, dukungan terhadap aktor politik itu sendiri akan lebih meningkat karena masyarakat percaya dan memiliki persepsi yang positif terhadap pilihannya pada pilkada nanti, namun memberikan tautan atau menyampaikan informasi melalui media sosial saja tidak akan banyak meningkatkan tingkat elektabilitas tanpa bantuan akun media sosial dari media *influencer*.

Media *influencer* ialah individu atau kelompok yang memiliki pengaruh yang besar di mata masyarakat lewat media sosial bahkan seluruh bentuk media massa yang ada, media *influencer* bisa saja seorang tokoh agama, atau pemuka agama, artis, penyanyi, tokoh masyarakat, aktor politik yang sedang menduduki jabatan tertentu dan banyak lainnya, media *influencer* ini memiliki *power* dan tingkat kelas sosial yang tergolong tinggi, hal tersebut menjadi syarat agar seluruh perhatian masyarakat dapat tertuju kepada seorang media *influencer*.⁹⁰

Sebagai contoh penerapan media *influencer* sebagai salah satu aspek yang membuat suatu informasi dapat sangat menarik perhatian masyarakat lewat media sosial adalah postingan – postingan yang di unggah kaum selebriti tanah air pada akun media sosialnya, sebut saja Via Vallen dan Nella Kharisma yang memberikan dukungannya kepada calon gubernur Gus Ipul lewat postingan di media sosial *Instagram* yang dimilikinya.

Beberapa media tersebut dan semua pencitraan yang dilakukan seperti membangun karakter dan opini publik agar menciptakan *image* yang diinginkan

⁹⁰ Gashi Linda, 2017, *Sosial Media Influencers – Why We Cannot Ignore Them, Sweden : HKR*, Hal. 57

dengan harapan dapat memberikan *stimulasi* pada masyarakat agar memberikan dukungannya, baik melalui media cetak redaksi Harian Bangsa, media online Harian Bangsa, akun pribadi media sosial, dan media influencer ini dilakukan sebagai salah satu metode *marketing* dan menjadi bagian dari kampanye politik dari pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah-Emil untuk memenangkan Pilkada Jatim 2018.

3.6 Intensitas Pemberitaan Khofifah – Emil Pada Harian Bangsa

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui bahwa Khofifah-Emil melakukan pencitraan pada media Harian Bangsa, selain melihat pola pemberitaannya, yang dapat dilakukan adalah melihat intensitas pemberitaan yang dilakukan redaksi Harian Bangsa terhadap Khofifah-Emil menjelang waktu Pilkada. Menurut sumber data yang diperoleh penulis dalam penelitiannya, Khofifah-Emil memiliki dominasi intensitas pemberitaan jauh diatas pemberitaan lawan politik nya yaitu Gus Ipul-Puti guntur, hal ini di peroleh dengan penulis mengambil sampel pemberitaan media cetak Harian Bangsa selama 31 hari di bulan Mei 2018. Dominasi pemberitaan Khofifah-Emil tersebut sebesar 90% pemberitaan berbanding 10% pada 31 hari yang jumlah nominal pemberitaan Khofifah-Emil sebanyak 28 hari wacana tentang dirinya sedangkan di bulan yang sama pemberitaan Gus Ipul-Puti Guntur hanya mendapat 58% berbanding 42 % dalam 31 hari, pemberitaan mengenai Gus Ipul hanya berjumlah 17 hari saja. Yang mana hal itu menyimpulkan bahwa pemberitaan mengenai Khofifah-Emil jauh lebih mendominasi di dalam media cetak redaksi Harian Bangsa dibanding pemberitaan lawan politiknya yaitu

Gus Ipul – Puti Guntur, berikut keterangan lengkap yang telah diolah oleh penulis

:

Tgl	Wacana pemberitaan Khofifah - Emil	Wacana Pemberitaan Gus Ipul - Puti	ADA	Tidak	ADA	Tidak
1	<u>Dari Hasil Survei SSC, Kiai Asep Prediksi Khofifah-Emil Bakal Menang 10-20 Persen</u>	<u>Caleg PDIP Wajib Bagi Brosur Gus Ipul-Puti di 500 Rumah Warga</u>	✓		✓	
2	<u>Dewan Syuro PKB Sumenep Pilih Dukung Khofifah-Emil</u>		✓			X
3	<u>Muslimat NU Sampang Istiqomah Menangkan Khofifah-Emil</u>	<u>Hadir di Sedekah Bumi Benowo, Gus Ipul: Ini Harus Dilestarikan</u>	✓		✓	
4	<u>Perluangkan Nasib Pedagang, Khofifah Ingin Negosiasi Ulang Kontrak BOT Pasar Turi Lama</u>	<u>Para Kiai, Ulama, Habib dan Nyai se-Madura Kompak Dukung Gus Ipul</u>	✓		✓	
5	<u>Hadiri Haul Sunan Ampel, Khofifah Disambut Antusias Warga Surabaya</u>		✓			X
6	<u>Menang pada 4 Lembaga Survei, 45,5 Persen Warga NU dan 49,8 Kader PKB Pilih Khofifah-Emil</u>	<u>Menangkan Gus Ipul-Puti, PDIP Gresik Kampanye Serentak di 18 Kecamatan</u>	✓		✓	
7	<u>Khofifah Siapkan Kejutan untuk Debat Kedua Pilgub Jatim</u>	<u>Gus Ipul Minta Doa Khusus Habib Lutfi di Haul Agung Sunan Ampel</u>	✓		✓	

Tabel 3.1 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 1 – 7 mei 2018

Tgl	Wacana pemberitaan Khofifah - Emil	Wacana Pemberitaan Gus Ipul - Puti	ADA	Tidak	ADA	Tidak
8	<u>Hadirkan Kiai Asep, Wakil Ketua PWNU Jatim Jadikan Rumahnya Posko Khofifah-Emil</u>		✓			X
9	<u>Kunjungi Bangkalan, Khofifah Janji akan Bangun Dermaga dan RS Terapung</u>	<u>Bangun Infrastruktur di Jatim, Gus Ipul: Kita Bersyukur Ada Pak Jokowi</u>	✓		✓	
10	<u>Unggul Lagi di Debat Kedua, Ketua Dekopin: Program Khofifah-Emil Lebih Realitis</u>		✓			X
11	<u>Forum Pengusaha Gresik Siapkan Dukungan 40 Ribu Massa ke Khofifah-Emil</u>	<u>Guntur Hadir, Kaum Nasionalis Rapatkan Barisan Menangkan Gus Ipul-Puti</u>	✓		✓	
12	<u>APNP Pilih Dukung Khofifah-Emil</u>		✓			X
13	<u>RGS dan Petani di Kota Batu Siap Menangkan Khofifah-Emil</u>	<u>Gus Ipul Bersama Ribuan Santri Deklarasikan Anti Terorisme dan Radikalisme</u>	✓		✓	
14	<u>LKP3: Masyarakat Lebih Paham Program Kerja Gus Ipul-Puti</u>	X		✓	

Tabel 3.2 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 8 – 14 mei 2018

Tgl	Wacana pemberitaan Khofifah - Emil	Wacana Pemberitaan Gus Ipul - Puti	ADA	Tidak	ADA	Tidak
15	<u>Survei CSIS, Khofifah-Emil Unggul 16 Persen atas Gus Ipul-Puti</u>		✓			X
16	<u>Forum Petani Pasuruan Deklarasi Dukungan untuk Khofifah-Emil</u>	<u>Gus Ipul-Puti Sambut Ramadan Penuh Syukur</u>	✓		✓	
17	<u>Hari Pertama Puasa, Relawan Khofifah-Emil Berbagi "Takjil Berkah"</u>	<u>Kunjungi Korban Terorisme, Gus Ipul: Kita Tidak Boleh Kalah</u>	✓		✓	
18	<u>Khofifah Blusukan di Pasar Mojosari, Borong Janggelen untuk Dibagi</u>	<u>Berbagi Takjil dari Gus Ipul-Mbak Puti</u>	✓		✓	
19	<u>RGS Siap Kawal Suara Khofifah-Emil hingga Coblosan Pilgub</u>		✓			X
20	-----	<u>Gus Ipul Minta Nelayan Gresik Kreatif Manfaatkan Hasil Tangkapan</u>	X		✓	
21	<u>Emil Dardak: Khofifah dan Arumi Dua Wanita Peduli Pendidikan Anak</u>		✓			X

Tabel 3.3 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 15 – 21 mei 2018

Tgl	Wacana pemberitaan Khofifah - Emil	Wacana Pemberitaan Gus Ipul - Puti	ADA	Tidak	ADA	Tidak
22	-----	<u>Tingkatkan Kesejahteraan Buruh, Gus Ipul Siapkan Mahkota Perak</u>	X		✓	
23	<u>Hasil Survei Terbaru, Elektabilitas Khofifah-Emil Unggul 6,1 Persen atas Gus Ipul-Puti</u>		✓			X
24	<u>Kunjungi Wiyung, Khofifah-Emil Disebut Pemimpin yang Peduli Pendidikan dan Kesehatan</u>		✓			X
25	<u>Khofifah Inisiasi Pabrik Pengolahan Ikan Sarden dan Salmon di Sendang Biru</u>	<u>Ribuan Relawan Pendukung Jokowi Satukan Dukungan Menangkan Gus Ipul-Puti</u>	✓		✓	
26	<u>Menangkan Khofifah-Emil, Golkar Gresik Intens Kumpulkan Kordes</u>	<u>Targetkan Gus Ipul-Puti Menang Tebal, PKB dan PDIP Bertemu Khusus</u>	✓		✓	
27	<u>Khofifah Kunjungi Pasar Sapi Tuban: Kesejahteraan Peternak Harus Dijaga</u>	<u>Gus Ipul Ingin UMKM Jatim Naik Kelas</u>	✓		✓	
28	<u>Elektabilitas Khofifah-Emil Terus Melesat, Bukti Relawan All Out</u>		✓			X

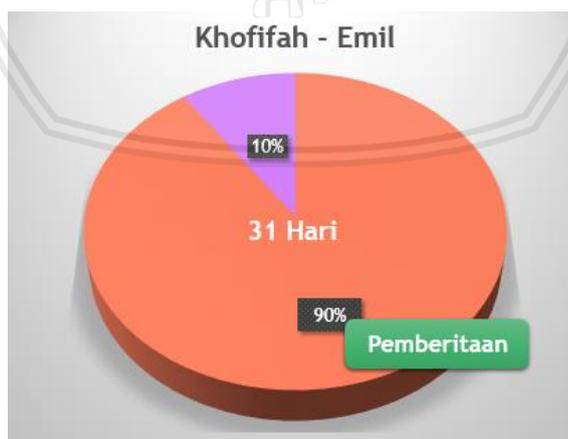
Tabel 3.4 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 22 – 28 mei 2018



Tgl	Wacana pemberitaan Khoffifah - Emil	Wacana Pemberitaan Gus Ipul - Puti	ADA	Tidak	ADA	Tidak
29	<u>Ulama Makkah Sayyid Alawy bin Abbas: Inshaallah Khoffifah Menang</u>		✓			X
30	<u>Hasil Survei Terbaru, Elektabilitas Khoffifah-Emil Unggul 6,1 Persen atas Gus Ipul-Puti</u>		✓			X
31	<u>Terpikat Penampilan Debat, Warga Muhammadiyah Disebut Cenderung Memilih Khoffifah-Emil</u>	<u>PKS Jatim Siapkan 11.000 Saksi untuk Kawal Pemenangan Gus Ipul-Puti</u>	✓		✓	

Tabel 3.5 Pemberitaan Harian Bangsa pada tanggal 29 – 31 mei 2018

Berikut dibawah ini merupakan kesimpulan dan presentase yang dimiliki oleh kedua pasangan calon pada pemberitaan redaksi Harian Bangsa menurut tabel pemberitaan yang telah diolah penulis diatas, yaitu Khoffifah-Emil mendapatkan pemberitaan sebanyak 90% dalam 31 hari yang jika dikalkulasikan berjumlah 28 hari pemberitaan dalam bulan Mei 2018, dan Gus Ipul-Puti Guntur mendapatkan pemberitaan sebanyak 48% dalam 31 hari yang kalkulasi pemberitaannya hanya sejumlah 17 hari saja pada bulan Mei 2018 :



Bagan 3.1 Presentase Pemberitaan Khoffifah-Emil



Bagan 3.1 Presentase Pemberitaan Gus Ipul -Puti



BAB IV

KEPENTINGAN YANG DIMILIKI MEDIA MASSA DALAM MEMIHAK KHOFIFAH-EMIL DI PILGUB JATIM 2018

4.1 Keberpihakan Redaksi Harian Bangsa

Dalam masa kampanye Pilgub Jatim 2018, Khofifah-Emil menggunakan pendekatan - pendekatan khusus dengan berbagai redaksi yang ada di Jawa Timur, pendekatan ini dilakukan untuk mendapatkan perhatian dan suara pembaca media tersebut yang diharapkan perhatian itu akan dikonvensikan menjadi tingkat elektabilitas dari Khofifah-Emil di masa kampanye yang dilakukannya, pendekatan yang dilakukan akan memudahkan pasangan calon tersebut untuk mensosialisasikan dirinya sebagai calon gubernur, baik visi dan misi, agenda kinerja apa saja yang telah dilakukan pasangan calon, maupun ajakan dan permintaan dukungan untuk pasangan calon ini melalui wacana yang ada pada sebuah media.

Keberpihakan sebuah media atau redaksi dapat diidentifikasi melalui intensitas sebuah wacana yang membahas pasangan calon Khofifah-Emil di dalam media cetak redaksi tersebut, wacana yang *pro* terhadap pasangan calon akan mudah terlihat lebih intens daripada pemberitaan atau wacana lawan tandingnya yaitu Gus Ipul-Puti Guntur.

Dalam peraturan KPU mengenai kampanye yang dilakukan merupakan hal yang wajar dan sah jika pasangan calon memiliki kedekatan dengan suatu redaksi, atau sebaliknya, media/redaksi memiliki keberpihakan dengan pasangan calon yang

akan bertanding, namun secara etika atau kode etik pers, maka hal tersebut dinilai tidak sejalan dan relevan dengan kode etik sebuah media massa yang seharusnya menjadi media penyampai informasi yang netral serta berimbang, namun keberpihakan media dengan aktor politik merupakan hal yang sudah sering terjadi dalam ajang pemilihan seperti Pilgub ini.

4.2 Redaksi “Harian Bangsa”

Salah satu media atau redaksi yang memiliki kedekatan atau memihak pasangan calon Khofifah-Emil dalam Pilgub Jatim 2018 ialah Redaksi Harian Bangsa, latar belakang singkat mengenai Redaksi Harian Bangsa berdiri pertama kali pada tanggal 1 Maret tahun 2000. Sejak awal berdiri, redaktur memaparkan bahwa Harian Bangsa merupakan koran atau media cetak yang bernuansa agama (Islam) dengan tema wacana yang lumayan kontroversial. Harian Bangsa juga merupakan anak perusahaan atau masih dibawah korporasi Jawa Pos Group..

Awal berdirinya redaksi Harian Bangsa digagas oleh Arif Afandi yang saat itu menjabat sebagai sala satu redaktur Jawa Pos. Arif memberikan gagasan soal pendirian koran harian bernuansa agama itu kepada Dahlan Iskan. Lalu mendapatkan respon positif terhadap gagasan tersebut sehingga Dahlan Iskan segera mengadakan rapat terkait gagasan Arif Afandi untuk membuat koran dengan wacana yang isinya murni bernuansa islam. Rapat tersebut dipimpin sendiri oleh Dahlan Iskan selaku *Founding Father* Jawa Pos Group yang diadakan di lantai 4 Gedung Graha Pena Surabaya, yang juga merupakan kantor pusat redaksi Jawa Pos (Jawa Pos Group). Dalam rapat tersebut dihadiri oleh Arif Afandi selaku redaktur

Jawa pos dan penggagas utama koran harian bangsa, Uuk Puguh Dwi Santoso dan Giri Sancoko.⁹¹

Dalam proses awal pendirian Harian Bangsa banyak mengalami kendala – kendala seperti adanya tekanan dari beberapa orang yang tergabung dalam NU (Nahdlatul’Ulama) yang tidak ingin koran ini diterbitkan dengan alasan agar Harian Bangsa tidak menyaingi Duta Masyarakat, yakni koran yang pada waktu itu berada dibawah naungan dan kendali Ketua Umum PBNU KH Hasyim Muzadi.

Namun seiring berjalannya waktu para kiai NU ternyata sangat terbuka dengan adanya Harian Bangsa. Hampir semua pengurus PWNU Jawa Timur menganggap Harian Bangsa cukup baik dan tergolong media yang berimbang. Sehingga penolakan yang ada terhadap Harian Bangsa oleh orang – orang NU kemudian berubah menjadi pembaca dan pelanggan Harian Bangsa.

Setelah beberapa tahun kemudian redaksi Harian Bangsa yang semula menerbitkan media cetak atau koran yang mengangkat tema – tema agama islam, terjadi pergantian tema. Koran yang awalnya memiliki paham religius nasionalis atau “Koran Warga NU” kini menjadi lebih global dan tema agama islam tersebut sedikit demi sedikit dikurangi yang pada akhirnya Harian Bangsa kini menjadi koran yang lebih umum dan global guna mencari pembaca yang lebih banyak dan dari kalangan manapun. Harian Bangsa saat ini memiliki slogan “Korannya warga Jatim”. Pembingkai wacana yang semula dibingkai secara religius dan menggunakan perspektif agama islam kini menjadi lebih umum seperti koran lainnya yang beredar di Kota Surabaya dan Jawa Timur.

⁹¹ Sumber: Dokumen *Redaksi Harian Bangsa*

Berita pada koran Harian Bangsa yang awalnya seputar tokoh religius, permasalahan agama, dan hal – hal berbau agama lainnya kini menjadi berita – berita terkait masalah umum di kota Surabaya dan Jawa Timur. Permasalahan ekonomi, politik, dan berbagai wacana – wacana yang berisikan tokoh – tokoh politisi jawa timur dan orang – orang dengan jabatan strategis seperti gubernur, walikota, bupati, bahkan kapolda sekalipun. Hal ini dilakukan karena faktor target pemasaran dan mengikuti kebutuhan pembaca yang semakin membutuhkan informasi luas dan tidak hanya melihat dari sisi agama islam saja.

Dari latar belakang berdirinya Redaksi Harian Bangsa ini di dukung oleh ulama – ulama yang termasuk anggota NU, maka wajar jika redaksi Harian Bangsa memberikan dukungan penuh dan berpihak kepada salah satu pasangan calon dalam Pilgub Jatim 2018 yaitu Khofifah-Emil, yang mana Khofifah juga salah satu aktifis perempuan dari Nahdlatul Ulama (NU).

4.3 Kepentingan media dalam memihak Khofifah dalam Pilgub

Redaksi Harian Bangsa menjadi media bagi pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Khofifah-Emil, sebagai suatu media yang digunakan dalam membangun citra yang baik serta mengajak masyarakat agar memberikan dukungan terhadapnya, dalam proses tanya jawab dan data yang berhasil penulis dapat, Bapak Choirul Anwar, selaku penanggung jawab lapangan, memaparkan bahwa “Harian Bangsa siap melakukan apapun demi kepentingan ibu Khofifah dan siap memberikan dukungan berbentuk apapun”, hal tersebut dilakukan Harian Bangsa karena beberapa keuntungan yang di dapat oleh Harian Bangsa ketika nanti

terpilih, namun ia mengatakan, segala bentuk kedekatan dan keberpihakan Harian Bangsa murni didasari oleh pendiri dan pimpinan redaksi Harian Bangsa sangat mengenal baik dan sangat dekat sekali dengan Khofifah, berangkat dari organisasi islam yang sama yaitu NU, maka Harian Bangsa siap membantu.

Manfaat yang diterima oleh Harian Bangsa ini dapat berbentuk imaterial seperti kedekatan personal dan jika Khofifah terpilih, maka segala proses jurnalistik akan lebih mudah dan jalan Harian Bangsa kedepan dalam meliput beberapa berita yang ada di pusat akan sangat mudah sekali terlebih lagi karena Khofifah dapat memberikan amanah bahwa semua dinas harus berlangganan koran Harian Bangsa seperti yang terjadi pada salah satu redaksi dan media di Jawa Timur yaitu redaksi Birawa yang mendukung Soekarwo (Pakdhe Karwo) yang menjabat sebagai gubernur Jawa Timur periode 2014-2019 sehingga tanpa pendekatan apapun redaksi Birawa sering dapat iklan sebagai pemasukan, itulah manfaat imaterial yang diharapkan Harian Bangsa dalam keberpihakannya pada Khofifah dan sekarang memang terbukti Khofifah sudah terpilih namun memang belum ada pelantikan sehingga manfaat tersebut belum bisa dirasakan secara langsung, Khofifah juga sering memberikan kontribusinya melalui department sosial dan banyak berita dan iklan yang membantu redaksi Harian Bangsa, dari beberapa data yang ada, program – program departemen sosial publikasinya sering kali melalui media cetak atau koran Harian Bangsa.

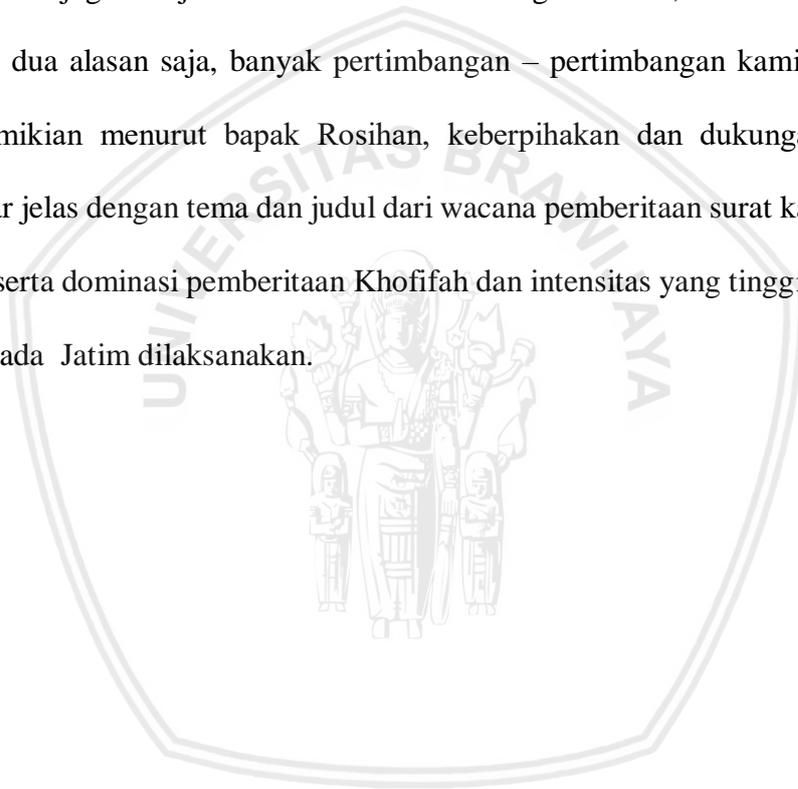
Disamping manfaat imaterial tersebut, tentu saja Harian Bangsa juga mendapatkan pemasukan dalam masa kampanye Khofifah-Emil sebagai sebuah tanda balas jasa dan itikad baik, namun tetap saja hal tersebut bukan urgensi redaksi Harian Bangsa dalam memberikan dukungan dan keberpihakannya kepada

pasangan calon Khofifah-Emil tersebut, namun kepentingannya ialah kedekatan yang dimiliki pimpinan redaksi dengan Khofifah dan manfaat – manfaat yang akan didapatkan redaksi Harian Bangsa yang bersifat jangka panjang setidaknya 5 tahun selama masa Khofifah menjabat sebagai Gubernur. Hal tersebut disampaikan langsung oleh bapak Rosihan Choirul A sebagai penanggung jawab lapangan dan redaktur Harian Bangsa.

Menurut Bapak Rosihan, keberpihakan media juga dapat dirasakan oleh pembaca terhadap media lainnya seperti Jawa Pos, Surya, Birawa, dan Tempo, bukan hanya kami saja (Harian Bangsa), menurutnya keberpihakan tersebut sudah menjadi rahasia umum dalam masa kampanye seperti ini terlebih mendekati ajang pemilihannya. Maka yang dilakukan Harian Bangsa ini seperti memberikan wacana mengenai pasangan Khofifah-Emil selalu halaman pertama dan wacana – wacana nya lebih banyak porsi nya dari berita – berita lainnya diluar mengenai Khofifah, selain itu juga tidak ada isu atau berita negatif yang menyangkut pasangan calon yang Harian Bangsa dukung ini. Hal ini masih wajar dan media lain di Jawa Timur juga melakukannya, bahkan mungkin lebih dari ini. Begitulah hasil wawancara dan tanya jawab penulis dengan Bapak Rosihan Choirul A selaku pihak redaksi Harian Bangsa.

Keberpihakan yang dilakukan Harian Bangsa pada Khofifah sebagai salah satu calon Gubernur pada Pilkada Jatim 2018 ini menurut Bapak Rosihan adalah sebuah ketergantungan, dirinya mengutarakan bahwa “Kita sangat butuh keuntungan tersebut demi semakin berkembangnya perusahaan, kita menyadari bahwa redaksi Harian Bangsa merupakan Redaksi yang dalam masa berkembang, maka hal ini menjadi kesempatan kita jika kita bisa mendapatkan keuntungan –

keuntungan tersebut, redaksi menjadi dekat dengan Pemprov, berita apa yang ada menjadi mudah kita dapat.” “ jadi bukan hanya semata – mata karna pimpinan redaksi ini juga “Teman” baik, ya bisa juga dibilang demikian sebageian kecil alasan kita mendukung, dan latar belakang terbentuk nya Harian Bangsa ini juga menjadi alasan kita mendukung Khofifah, yaitu karena sama – sama berbasis NU, walaupun lawan Khofifah juga berbasis NU namun, hal – hal yang sudah saya sebutkan tadi juga menjadi alasan kami mendukung Khofifah, bukan hanya karena satu atau dua alasan saja, banyak pertimbangan – pertimbangan kami terkait hal itu”. Demikian menurut bapak Rosihan, keberpihakan dan dukungan tersebut tergambar jelas dengan tema dan judul dari wacana pemberitaan surat kabar Harian Bangsa, serta dominasi pemberitaan Khofifah dan intensitas yang tinggi menjelang Hari Pilkada Jatim dilaksanakan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pasangan Khofifah-Emil sebagai salah satu pasangan calon pada Pilkada Jatim 2018 berhasil memenangkan kontestasi tersebut dan menjadi gubernur dan wakil gubernur terpilih untuk periode 2019-2023, salah satu strategi dan metode yang digunakan ialah pembangunan karakter dan melakukan pencitraan politik (*Imagologi Politik*) pada media massa dan media sosial yang ada, pembangunan karakter yang dimaksud ini bertujuan untuk mendapatkan citra baik yang diharapkan dapat memberikan stimulasi kepada masyarakat pembaca media massa tersebut baik memberikan persepsi baik atau pada akhirnya memberikan dukungan kepada pasangan calon gubernur Khofifah-Emil, media yang digunakan disini berbentuk media cetak (Harian Bangsa), media online (Bangsa Online), media sosial (akun *Instagram*, akun *Facebook*), dan media *influencer* (tokoh politik, *public figure*, selebritis).

Dalam tulisan tugas akhir ini ada beberapa hal yang dapat menjadi sebuah pembelajaran dan kesimpulan dari focus penelitian dan rumusan masalah yang ada, berikut ialah hal yang dapat disimpulkan yaitu, Khofifah-Emil melakukan pencitraan politik (*Imagology Politik*) dengan menggunakan wacana – wacana yang ada pada Harian Bangsa baik di media cetak maupun media online redaksi tersebut, wacana tersebut diterbitkan secara berkelanjutan baik pada masa kampanye, sebelum pencalonan dan sebelum pemilihan diadakan, wacana tersebut

memberikan informasi mengenai progress dan kegiatan Khofifah-Emil serta liputan dan wawancara Khofifah-Emil pada masa kampanyenya. Serta pembangunan karakter dan citra yang baik dalam wacana tersebut dengan maksud memberikan pengaruh kepada masyarakat untuk memilih Khofifah pada Pilkada Jatim 2018.

Khofifah-Emil juga melakukan pembangunan citra dan melakukan kampanye dengan media sosial baik menggunakan akun pribadi maupun lewat akun – akun dari tim sukses dan tim pemenangan Khofifah-Emil yang tersebar, media sosial yang digunakan ialah Instagram dan Facebook, pencitraan yang dilakukan ialah mengunggah sebuah tautan berbentuk baik gambar maupun video yang berisi kegiatan Khofifah dan menunjukkan citra yang baik.

Media influencer juga menjadi penting untuk kegiatan kampanye politik Khofifah-Emil dengan memanfaatkan *influence* atau pengaruh yang dimiliki seorang figur publik dan tokoh masyarakat yang mendampingi atau mendukung pasangan calon Khofifah-Emil agar masyarakat memberikan dukungan berdasarkan kedekatan seorang figur publik dengan pasangan calon gubernur Khofifah-Emil ini, seseorang yang termasuk figur publik ini bisa seorang tokoh agama atau pemuka agama yang sudah pasti memiliki umat atau pengaruh tertentu dan dihormati di mata masyarakat, atau juga tokoh politik lain yang sudah memiliki elektabilitas dan di pandang baik di mata masyarakat. Bisa juga seorang selebriti atau pelaku seni yang sudah pasti memiliki pengaruh dan penggemar tersendiri di kalangan masyarakat.

Pemberitaan media cetak Harian Bangsa selama 31 hari di bulan Mei 2018. Menunjukkan intensitas yang tinggi dan dominasi pemberitaan Khofifah-Emil

tersebut sebesar 90% pemberitaan berbanding 10% pada 31 hari yang jumlah nominal pemberitaan Khofifah-Emil sebanyak 28 hari wacana tentang dirinya sedangkan di bulan yang sama pemberitaan Gus Ipul-Puti Guntur hanya mendapat 58% berbanding 42 % dalam 31 hari, pemberitaan mengenai Gus Ipul hanya berjumlah 17 hari saja. Yang mana hal itu menyimpulkan bahwa pemberitaan mengenai Khofifah-Emil jauh lebih mendominasi di dalam media cetak redaksi Harian Bangsa dibanding pemberitaan lawan politiknya yaitu Gus Ipul – Puti Guntur.

Kepentingan redaksi Harian Bangsa memihak pasangan calon Khofifah-Emil dalam Pilkada Jatim 2018 ialah karena pimpinan redaksi dan pemilik dari redaksi tersebut memiliki kedekatan tersendiri dengan seorang Khofifah Indarparawansa, selain kedekatan pribadi tersebut kepentingan yang dimiliki oleh Harian Bangsa juga ialah karena manfaat material dan manfaat immaterial, manfaat material yang didapat ialah pembayaran yang dilakukan untuk tujuan iklan yang dipasang dan rubrikasi pada media cetak Harian Bangsa yang berisi informasi mengenai Khofifah-Emil, manfaat immaterial yang didapat ialah kemudahan dan hak spesial yang akan dimiliki pihak redaksi Harian Bangsa nanti jika Khofifah-Emil terpilih sebagai gubernur Jatim 2018, hak spesial dan kemudahan yang dimaksud ialah kemudahan wartawan dalam meliput dan mencari informasi seputar pemerintahan daerah khususnya Jawa Timur nanti karena pimpinan redaksi memiliki kedekatan pribadi tersebut.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pembelajaran kepada akademisi ilmu politik dalam hal pentingnya sebuah media massa dan pemberitaan pada sebuah media cetak pada redaksi tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap kegiatan politik, seperti pada Pilkada Jatim 2018, sebagai contoh hasil yang terlihat adalah kemenangan pasangan Khofifah-Emil yang berhasil menjadi gubernur dan wakil gubernur Jawa Timur. Media massa juga berperan penting sebagai alat pencitraan yang digunakan aktor politik, selain itu penelitian ini juga menunjukkan bahwa media massa dan suatu redaksi juga dapat berpihak dan memberikan dukungannya terhadap salah satu aktor politik yang mengikuti ajang kontestasi politik. Kepada masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pencitraan politik (*imagologi* politik) yang dapat dilakukan seorang aktor politik dalam mencapai tujuannya dengan menggunakan pemberitaan pada surat kabar dan keberpihakan redaksi yang mengacu pada aktor politik tersebut. Yang sekaligus penelitian ini pada akhirnya dapat menjelaskan salah satu faktor kemenangan Khofifah-Emil pada Pilkada Jatim 2018.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Aulia Wahyudi, 2010, *Imagologi Politik (Studi Deskriptif Tentang Opini Publik Terhadap Pencitraan Politik Dalam Meningkatkan Tingkat Elektabilitas Politik Pada Peilu Presiden 2009 di Kelurahan Sidorame Timur Kecamatan Medan Perjuangan)*, Medan : USU.

Bimo Nugroho, 1999. dkk. *Politik Media Mengemas Berita*. Jakarta: ISAI.

Budiman, Manneke. 2002. *Membaca Sastra*. IndonesiaTera.

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Dan Nimmo, 1989. *Kominikasi Politik: Komunikator. Pesan dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Djusmin Hajar, 2016, *Komunikasi Politik (Anilisis Terhadap Pencitraan Politik Tenri Olle Yasin Limpo Pada Pilkada Serentak 2015)*, Makassar : UINA.

Deddy Mulyana, 2002. *Refleksi tentang Peran Media Massa dalam Masa Transisi Indonesia*. Makalah. Seminar Fikom Unpad dan Public Affair Section Kedutaan Besar AS. Bandung.

Gashi Linda, 2017, *Sosial Media Influencers – Why We Cannot Ignore Them*, Sweden : HKR.

Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta : Granit.

Hagar Douglas, 2014, *Campaigning Online : Sosial Media in the 2010 Niagara Municipal Elections*, Canadian Journal of Urban Research.

Heri Supriana, 2017, *PENGARUH MEDIA MASSA TERHADAP CITRA PARTAI POLITIK (Studi Pada Desa Budi Aji Keamatan Simpang Pematang Kabupaten Mesuji)*”, Lampung, UIN Raden Intan Lampung.

Hafled Cengara, 2009, *Komunikasi Politik*, Jakarta, Rajawali Pers.

Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Lippmann, Walter, 1998. *Opini Umum* (terj.), Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Lippmann, Walter, 1965. *The Essential Lippmann – A Political Philosophy for Liberal Democracy*. Massachusetts : Harvard University Press.

Mayfield Antony, 2008. *What Is Sosial Media?* : iCrossing-ebook.

M. Kundera, 1991. “*Immortality*”. New york : Grove Weidenfeld.

Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Phil Astrid S. Susanto, 1980. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Bina Cipta.

Sendjaja. Sasu Djuarsa. 2002. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKIS.

Shoemaker, Pamela J dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating The Message*. New York : Longman Publisher.

Tabroni, Roni. 2012. *Komunikasi Politik di Era Multimedia*, Bandung : Simbiosis Rekatama.

Undang – Undang Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 7 tahun 2018 Tentang Penanganan Temuan dan Lporan Pelanggaran Pasal 6 Ayat 1

Undang – Undang Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 7 tahun 2018 Tentang Penanganan Temuan dan Lporan Pelanggaran Pasal 6 Ayat 2

Undang – Undang Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor 7 tahun 2018 Tentang Penanganan Temuan dan Laporan Pelanggaran Pasal 9 Ayat 1

Sumber dari website :

Arfianto Purbolaksono, "Media Sosial, Pilkada Serentak dan Pemilu 2019", Diakses dari <https://www.theindonesianinstitute.com/media-sosial-pilkada-serentak-dan-pemilu-2019/>

Rois Jajeli, "Azwar Anas Mundur, Risma Tolak Maju di Pilgub Jatim", Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-3802140/azwar-anas-mundur-risma-tolak-maju-di-pilgub-jatim>.

Facebook, "Membuat dan Mempromosikan Kiriman di Facebook", <https://www.facebook.com/business/learn/facebook-page-create-posts>

Riza Harahap, "PDIP: Azwar Anas mundur karena jadi korban politik kejam", Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/675716/pdip-azwar-anas-mundur-karena-jadi-korban-politik-kejam>.

Nur IndahFatmawati, "Demokrat Pastikan Agus Yudhoyono Tak Akan Maju di Pilgub Jatim", Diakses <https://news.detik.com/berita/d-3506825/demokrat-pastikan-agus-yudhoyono-tak-akan-maju-di-pilgub-jatim>.

Humas Indo Barometer, "Data Survei Elektabilitas Pasangan Calon Pilkada Jatim 2018", Diakses dari <http://www.indobarometer.com/publish/>.

Humas Komisi Pemilihan Umum, "Info Hasil Rangkuman Pilkada Jatim 2018", Diakses dari <https://kpujatim.go.id/info-pilkada/>.

Harian Bangsa, M didi Rosadi, "Pakde Karwo Kawal Penuh Kemenangan Khofifah-Emil", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46319/pakde-karwo-dan-sby-kawal-penuh-kemenangan-khofifah-emil>.

Harian Bangsa, Nur Syaifudin, "Soal Laporan Ijazah Gus Ipul ke Bawaslu, Timses Gus Ipul : Matra Jatim Jangan Cari Perhatian", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46479/soal-laporan-ijazah-gus-ipul-ke-bawaslu-timses-gus-ipul-matra-jatim-jangan-cari-perhatian>.

Harian Bangsa, M Syuhud Almanfaluty, "Siap Menangkan Khofifah, Relawan dari Malang dan Batu Gabung RGS", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46333/siap-menangkan-khofifah-relawan-dari-malang-dan-batu-gabung-ke-rgs>.

Harian Bangsa, Akina Nur Alana, "OTT KPK di Kantong PDIP tak Pengaruhi Elektabilitas Gus Ipul-Mbak Puti", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46383/ott-kpk-di-kantong-pdip-tak-pengaruhi-elektabilitas-gus-ipul-mbak-puti>.

Harian Bangsa, M Didi Rosadi, "AHY Ajak Warga Nganjuk Pilih Khofifah-Emil: Amankan Suara dan Awasi Kecurangan", Diakses dari [ww.bangsaonline.com/berita/46410/ahy-ajak-warga-nganjuk-pilih-khofifah-emil-amankan-suara-dan-awasi-kecurangan](http://www.bangsaonline.com/berita/46410/ahy-ajak-warga-nganjuk-pilih-khofifah-emil-amankan-suara-dan-awasi-kecurangan).

Harian Bangsa, Revol Afkar, "Jelang Coblosan, Elektabilitas Khofifah-Emil Unggul 5,1% Atas Gus Ipul-Puti", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46441/jelang-coblosan-elektabilitas-.khofifah-emil-unggul-51-persen-atas-gus-ipul-puti>.

Harian Bangsa, Revol Afkar, "Dinilai Janggal, Matra Jatim Minta Bawaslu Verifikasi Ijazah Gus Ipul", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46451/dinilai-janggal-matra-jatim-minta-bawaslu-verifikasi-ijazah-gus-ipul>.

Harian Bangsa, Nur Syaifudin, "Ribuan Buruh Konvoi Kawal Emil Menuju Lokasi Kampanye Akbar Khofifah-Emil", Diakses dari <https://www.bangsaonline.com/berita/46471/ribuan-buruh-konvoi-kawal-emil-menuju-lokasi-kampanye-akbar-khofifah-emil>.

Christoporos W, "Strategi Blusukan Jadi Andalan PDI-P", Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2013/09/06/1017351/Strategi.Blusukan.Jadi.Andalan.PDI-P>.

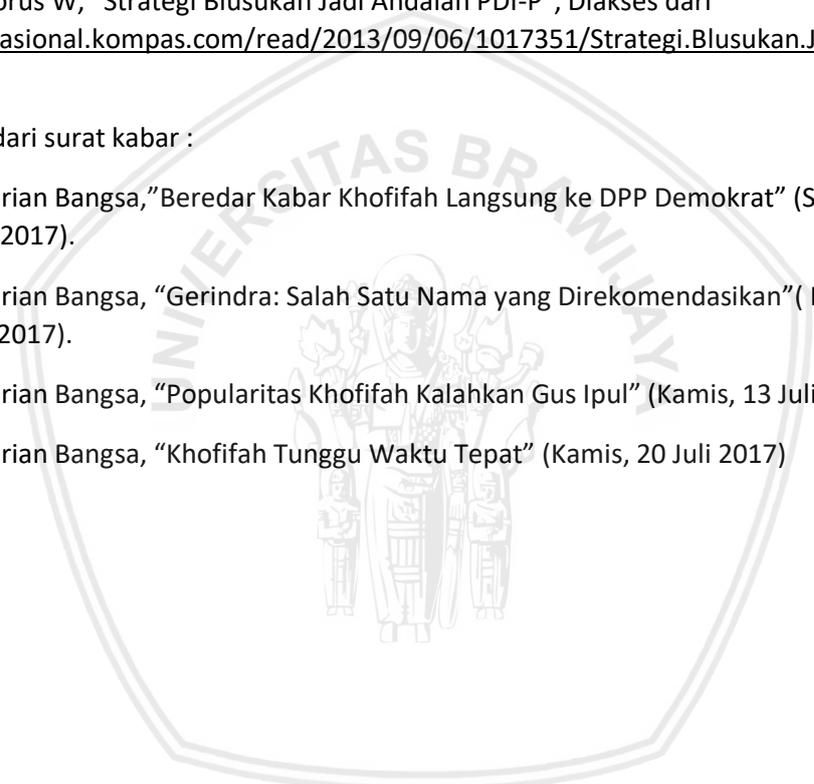
Sumber dari surat kabar :

Koran Harian Bangsa, "Beredar Kabar Khofifah Langsung ke DPP Demokrat" (Selasa, 1 Agustus, 2017).

Koran Harian Bangsa, "Gerindra: Salah Satu Nama yang Direkomendasikan" (Kamis, 3 Agustus, 2017).

Koran Harian Bangsa, "Popularitas Khofifah Kalahkan Gus Ipul" (Kamis, 13 Juli 2017).

Koran Harian Bangsa, "Khofifah Tunggu Waktu Tepat" (Kamis, 20 Juli 2017)



LAMPIRAN



Gambar 3.1 Khofifah mencari dukungan dari partai untuk mengikuti Pilgub 2018

sumber : Koran cetak redaksi Harian Bangsa edisi Selasa 1 Agustus 2018



Gambar 3.2 Pernyataan Khofifah mundur dari jabatan menteri sosial untuk mengikuti pillkada

sumber : Koran cetak Redaksi Harian Bangsa edisi Selasa 1 agustus 2017





Gambar 3.3 Pernyataan salah satu partai memberikan dukungan kepada Khofifah

sumber : Koran cetak redaksi Harian Bangsa edisi Kamis 3 agustus 2017



Gambar 3.4 wacana Khofifah mengenai popularitas yang dimiliki

sumber : Koran cetak Harian Bangsa edisi Kamis 13 juli 2018



Gambar 3.5 wacana kepastian khofifah untuk mengikuti Pilgub 2018

sumber : Koran cetak redaksi *Harian Bangsa* edisi Kamis 20 juli 2017



Gambar 3.6 Wacana yang menunjukkan tokoh masyarakat memberikan dukungan kepada Khofifah-Emil.

Sumber : Media online *Harian Bangsa* edisi senin, 18 juni 2018



Gambar 3.7 relawan dari beberapa daerah yang siap mendukung pemenangan Khofifah

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Selasa, 19 Juni 2018



Gambar 3.8 Tokoh agama yaitu Ketua NU yang menghimbau dan mengajak agar mendukung Khofifah pada Pilkada 2018

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Rabu, 20 Juni 2018

OTT KPK di Kantong PDIP Tak Pengaruhi Elektabilitas Gus Ipul-Mbak Putri

Rabu, 20 Juni 2018 22:35 WIB

Editor: Revol Afkar

Wartawan: Akina Nur Alana



Gambar 3.9 Wacana pada Bangsa Online yang menunjukkan elektabilitas Gus Ipul tidak terpengaruh oleh masalah yang dialami partai PDIP

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Rabu, 20 juni 2018

Beranda » AHY Ajak Warga Nganjuk Pilih Khofifah-Emil: Amankan Suara dan Awasi Kecurangan | Bangsa Online - Cepat, Lugas dan Akurat

AHY Ajak Warga Nganjuk Pilih Khofifah-Emil: Amankan Suara dan Awasi Kecurangan

Kamis, 21 Juni 2018 19:23 WIB

Editor: Revol Afkar

Wartawan: M Didi Rosadi



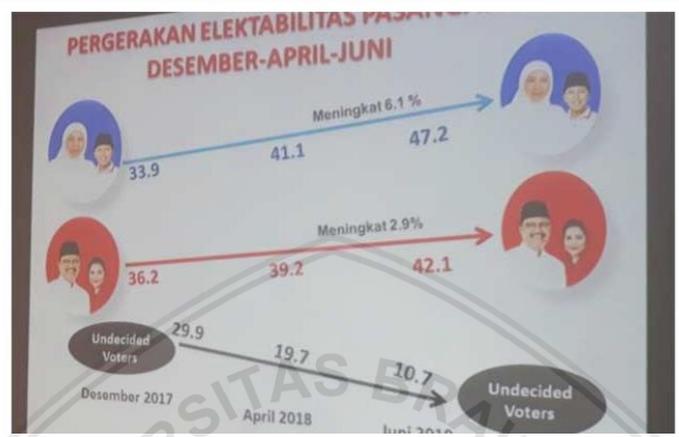
Gambar 3.10 dukungan dari salah satu aktor politik Agus Harimurti Yudhoyono agar mengajak masyarakat kota Nganjuk untuk mendukung Khofifah

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Kamis, 21 juni 2018

Jelang Coblosan, Elektabilitas Khofifah-Emil Unggul 5,1 Persen atas Gus Ipul-Puti

Jumat, 22 Juni 2018 18:43 WIB

Editor: Revol Afkar
Wartawan: M Didi Rosadi



Gambar 3.11 Wacana yang menunjukkan tingkat elektabilitas sementara yang dimiliki Khofifah-Emil lebih unggul diatas pasangan calon Gus Ipul-Puti

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Jumat, 22 juni 2018

Dinilai Janggal, Matra Jatim Minta Bawaslu Verifikasi Ijazah Gus Ipul

Jumat, 22 Juni 2018 22:14 WIB

Editor: Revol Afkar
Wartawan: M Didi Rosadi



Gambar 3.12 Pemberitaan negatif yang menyangkut Gus Ipul karena ada pihak yang meminta Bawaslu verifikasi Ijazah karena dirasa ada kejanggalan

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Jumat, 22 juni 2018

Beranda » Ribuan Buruh Konvoi Kawal Emil Menuju Lokasi Kampanye Akbar Khofifah-Emil | Bangsa Online - Cepat, Lugas dan Akurat

Ribuan Buruh Konvoi Kawal Emil Menuju Lokasi Kampanye Akbar Khofifah-Emil

Sabtu, 23 Juni 2018 15:32 WIB

Editor: Nur Syaifudin
Wartawan: .



Gambar 3.13 Pemberitaan yang meliput kaum buruh yang berkumpul untuk mengikuti konvoi kampanye akbar pasangan calon gubernur Khofifah

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Sabtu, 23 juni 2018

Beranda » Soal Laporan Ijazah Gus Ipul ke Bawaslu, Timses Gus Ipul; Matra Jatim Jangan Cari Perhatian | Bangsa Online - Cepat, Lugas dan Akurat

Soal Laporan Ijazah Gus Ipul ke Bawaslu, Timses Gus Ipul: Matra Jatim Jangan Cari Perhatian

Sabtu, 23 Juni 2018 19:59 WIB

Editor: Nur Syaifudin
Wartawan: Yudi Arianto



Gambar 3.14 Klarifikasi tim Gus Ipul mengenai tuduhan kejanggalan Ijazah miliknya

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Sabtu, 23 juni 2018

Surat Terbuka, Bukti Komitmen Pakde Karwo Dukung Khofifah-Emil

Minggu, 24 Juni 2018 19:39 WIB

Editor: Revol Afkar
Wartawan: M Didi Rosadi



Gambar 3.15 Pemberitaan mengenai Surat terbuka yang dikirimkan oleh Pakde Karwo untuk mendukung Khofifah

Sumber : Media online Harian Bangsa edisi Minggu, 24 juni 2018



Gambar 3.16 unggahan poster dari pendukung Gus Ipul untuk memilih nomer urut 2 pada Pilkada

Sumber : 1 postingan akun pendukung Gus Ipul dalam timeline Facebook yang di unggah pada 10 Juni 2018 pukul 11.40



Gambar 3.17 Unggahan berbentuk poster dari pendukung Khofifah untuk memilih Khofifah pada Pilkada 2018 nanti

Sumber : II Postingan dari akun pendukung khofifah pada akun Facebook nya yang diunggah pada 21 Mei 2018 pukul 13.59



Gambar 3.18 Unggahan dari akun resmi media sosial Emil Dardak yang mencitrakan dirinya mendukung perekonomian rakyat kecil dan pasar tradisional

Sumber : III akun instagram resmi Emil Dardak yang diunggah pada 15 mei 2018





Gambar 3.19 postingan dari akun resmi media sosial Khofifah yang mencitrakan dirinya peduli dengan tumbuh kembang balita dan memberikan tautan seputar isu kewanitaan

Sumber : IV akun Instagram resmi Khofifah Indar Parawangsa yang di unggah pada 8

Maret 2018