

**ANALISIS BERITA POLITIK TENTANG GUBERNUR NUSA
TENGARA TIMUR DI MEDIA MASSA CETAK**
*(Studi Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk Pada Headline
Pemberitaan Di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi
Timor Express Dalam Perspektif Public Relations Politik Periode
Agustus – September 2012)*

Oleh :

Monika Wutun

NPM : 210120110008

ARTIKEL ILMIAH

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi

Program Pendidikan Magister Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Ilmu Komunikasi



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
2013**

SURAT PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pembimbing

Tanda tangan

1. Dr.Elvinaro Ardianto, M.Si

.....

2. Drs.H.Iriana Bakti, M.Si

.....

Judul naskah artikel:

**ANALISIS BERITA POLITIK TENTANG GUBERNUR NUSA
TENGGARA TIMUR DI MEDIA MASSA CETAK (Studi Analisis Wacana
Model Teun A.Van Dijk Pada *Headline* Pemberitaan Di Surat Kabar Harian
Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Dalam Perspektif *Public
Relations* Politik Periode Agustus – September 2012)**

Menyatakan bahwa naskah artikel dengan judul seperti tersebut di atas telah diperiksa, dikoreksi, dan disetujui oleh komisi pembimbing untuk dimuat dalam jurnal Publikasi Berkala Penelitian Pascasarjana Universitas Padjadjaran.

ABSTRACT

MONIKA WUTUN, NPM: 210120110008, Political News Analysis about East Nusa Tenggara Governor in Printed Mass Media (Discourse Analysis Based On Teun A. Van Dijk Model to Study about The News of East Nusa Tenggara Governor in Surat Kabar Harian Pos Kupang and Harian Pagi Timor Express within Political Public Relations Perspective, Periode of August – September 2012)

This research aims to discover the image of East Nusa Tenggara Governor, Frans Lebu Raya, within the political news coverage in Surat Kabar Harian Pos Kupang and Harian Pagi Timor Express. The method of this research is discourse analysis by Teun. A. Van Dijk in qualitative - constructivism paradigm.

Van Dijk Discourse Model mandated three steps of collecting data and how to analyze headline news that appear in every edition of Pos Kupang and Timor Express during research period. Firstly, within the text analysis has been found that there is a tendency in building Governor's image positively through several text strategies, which are thematic, schematic, semantic, syntactic, stylistic, and rhetorical. Secondly, social cognition analysis of Pos Kupang and Timor Express' reporters by doing in-depth interview. For this part, the finding of Pos Kupang and Timor Express' reporters' social cognition showing a positive image of the Governor and it's shown in their news. Thirdly, social analysis which aiming to find developing context of Governor's image in the society through literatures research from other mass media in NTT. In this last step, a fact has been found that most of the NTT's mass media tend to show a positive image of the Governor. Nevertheless, there are several medias that are affiliated into political issue have been reported the Governor negatively.

This research concludes that most of the NTT's mass media building a positive image of its Governor on their news which is represented in Pos Kupang and Timor Express. Therefore, researcher would like to suggest NTT's mass media – especially Pos Kupang and Timor Express – to be more critical by providing their reporters with an adequate competence in reporting news that is related to image building. This issue is really important because their news is NTT's society reference to make a decision in political participation.

Keyword: Political Public Relations, News, Discourse Analysis, Van Dijk, Image.

ABSTRAK

MONIKA WUTUN, NPM: 210120110008, Analisis Berita Politik Tentang Gubernur Nusa Tenggara Timur Di Media Massa Cetak (*Studi Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk Pada Headline Pemberitaan Di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Dalam Perspektif Public Relations Politik Periode Agustus – September 2012*)

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan tampilan citra Gubernur Nusa Tenggara Timur, Frans Lebu Raya dalam berita politik di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express dalam perspektif *Public Relations* politik. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk dengan paradigma kualitatif – konstruktivisme.

Model Wacana Van Dijk mengamarkan tiga langkah pengumpulan data dan analisis terhadap berita yang tampil di *headline* tiap edisi di Pos Kupang dan Timor Express. *Pertama*, analisis tesktual berita ditemukan adanya kecenderungan konstruksi tampilan citra Gubernur dalam berita politik secara positif lewat perangkat teks yakni tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik. *Kedua*, analisis kognisi sosial wartawan Pos Kupang dan Timor Express lewat wawancara mendalam. Pada bagian ini, ditemukan pengetahuan sosial wartawan Pos Kupang dan Timor Express menunjukkan pemaknaan positif terhadap citra Gubernur dan ditampilkan pada berita mereka. *Ketiga*, analisis sosial yang bertujuan menemukan konteks yang berkembang di masyarakat lewat studi pustaka berita-berita dari media massa lain di NTT tentang citra Gubernur Frans Lebu Raya. Untuk langkah ketiga ini, ditemukan adanya kecenderungan sebagian besar media massa di NTT menampilkan Gubernur dalam berita secara positif. Meskipun ditemukan ada beberapa media yang terafiliasi dengan kepentingan politik memberitakan Gubernur secara negatif.

Peneliti menyimpulkan sebagian besar media massa di NTT memberitakan Gubernur dengan tampilan citra positif yang terwakilkan lewat Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express. Karena itu peneliti menyarankan agar media massa di NTT, khususnya Pos Kupang dan Timor Express agar lebih kritis dan membekali wartawan dengan kompetensi yang memadai dalam pemberitaan terkait citra. Karena apa yang diberitakan akan menjadi rujukan bagi masyarakat NTT dalam menentukan pilihan untuk partisipasi politik.

Kata Kunci: Public Relations Politik, Berita, Analisis Wacana, Van Dijk, Citra.

**ANALISIS BERITA POLITIK TENTANG TAMPILAN CITRA
GUBERNUR NUSA TENGGARA TIMUR DI MEDIA MASSA CETAK**
*(Studi Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk Pada Headline Pemberitaan Di
Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Dalam
Perspektif Public Relations Politik Periode Agustus – September 2012)*

Oleh: Monika Wutun / NPM: 210120110008

Universitas Padjadjaran

PENDAHULUAN

Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) dibawah kepemimpinan Gubernur, Frans Lebu Raya dan Wakil Gubernur, Esthon Foenay yang dikenal luas oleh masyarakat NTT sebagai Duet FREN (FRans – EsthoN), telah berjalan sejak tahun 2008 dan berakhir pada 2013. Di tengah perjalanan kepemimpinan ini, sebagai politisi mereka memutuskan untuk kembali maju dalam pemilihan umum kepala daerah (pemilukada) untuk periode lima tahun berikutnya (2013-2018).

Frans Lebu Raya selain sebagai Gubernur, juga memangku jabatan selaku Ketua Dewan Pimpinan Daerah Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (DPD PDIP) Provinsi NTT tentu tidak mengalami kesulitan untuk kembali mencalonkan diri sebagai Gubernur periode kedua.¹ Frans Lebu Raya telah resmi mencalonkan diri kembali dalam ajang pemilihan umum kepada daerah (pemilukada) Provinsi NTT untuk masa bakti 2013-2018 atau lebih dikenal dengan Pemilihan Gubernur

¹ Informasi ini bersumber dari www.nttprov.go.id, diakses Peneliti pada 24 September 2012 Pukul 08:06 WIB yang menampilkan hasil perolehan suaran PDIP NTT pada pemilu 2009, mendapatkan 16,9%. perolehan kursi di DPRD Provinsi NTT yang berarti sesuai dengan Undang-Undang Pemilukada (minimal 15%) berhak mengajukan calon kepala daerah tanpa perlu memikirkan koalisi dengan partai politik lain.

(Pilgub) NTT 2013 dan akan berpasangan dengan calon Wakil Gubernur Benny L. Litelnony dengan *tagline* Frenly.

Dalam komunikasi politik yang dilakukan Gubernur NTT, Frans Lebu Raya bersama Tim Suksesnya dari PDIP NTT telah memetakan kekuatan media massa yang akan digunakan dalam kampanye politiknya. Berdasarkan pengamatan peneliti, dua media massa cetak harian di NTT yang memiliki area sebaran merata di NTT yang merupakan Provinsi kepulauan telah memberikan ruang yang cukup bagi Gubernur. Dua media massa cetak dimaksud adalah Surat Kabar Harian Pos Kupang (anak perusahaan Kompas Gramedia Group) dan Harian Pagi Timor Express (anak perusahaan Jawa Pos Group).

Komunikasi politik bermedia yang dijalankan Gubernur NTT menarik untuk dikaji dari perspektif *Public Relations* Politik untuk menemukan konstruksi atau pembentukan citra yang tampak pada berita-berita politik di media massa khususnya media cetak harian. Citra yang hadir dan tampil di media massa akan menjadi bahan rujukan bagi masyarakat NTT dalam menentukan pilihan ketika berpartisipasi pada Pemiluada Provinsi NTT 2013 dan juga partisipasi politik untuk pesta demokrasi selanjutnya.

Bertolak dari dari pemikiran ini, Peneliti merancang model penelitian berbasis analisis teks dalam perspektif konstruktivisme yakni Analisis wacana dengan model Teun A. Van Dijk. Penelitian ini dibingkai dengan fokus penelitian yakni untuk menemukan dan mengungkapkan Citra Gubernur Nusa Tenggara Timur yang dibentuk dan ditampilkan dalam berita politik pada *headline* tiap edisi

dengan Gubernur NTT, Frans Lebu Raya sebagai narasumber berita di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Periode Agustus – September 2012 lewat analisis wacana model Teun A. van Dijk dalam perspektif *Public Relations* Politik.

Sementara tujuan dari penelitian ini, dilandaskan pada model Van Dijk yakni menemukan strategi tekstual yang digunakan oleh Pos Kupang dan Timor Express dalam mengungkapkan tampilan citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya pada berita politik di *headline*. Kemudian analisis teks itu dipertautkan dengan analisis kognisi sosial wartawan dalam menilai tampilan Citra Gubernur NTT, serta di perhadapkan juga dengan analisis intertekstual (konteks sosial) yang berkembang di tengah masyarakat NTT tentang Tampilan Citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dalam berita politik

PERSPEKTIF KONSEPTUAL

Perspektif konseptual penelitian ini dimulai dari pengkajian tentang konsep *Public Relations* Politik. *Public Relations* Politik terdiri dari dua konsep utama yakni, *Public Relations (PR)* itu sendiri dan Konsep Politik. Konsep PR Politik ini, belakangan menjadi topik yang hangat dibicarakan, dibahas dan bahkan dijadikan primadona lewat pembentukan Tim Khusus yang menangani bidang ini.²

² Diakses dari hasil laporan penelitian Widya Yutanti Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas ISIP. Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul **Aktivitas dan Strategi Kehumasan Partai Politik Menjelang Pemilu 2004 (Studi pada Enam Partai Politik Besar di Kota Malang)** <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/121/125> diakses pada Selasa, 18 Desember 2012, pukul 14:47 WIB.

Froehlich dan Rudiger (2005; 18-25) mendefinisikan PR Politik sebagai penggunaan saluran-saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus dalam upaya pengumpulan dukungan politik. Sementara itu, Moloney dan Colmer (2001) memahami PR politik sebagai alat strategi bagi parpol untuk menggunakan kebijakan, keperibadian dan presentasi dan memperoleh perhatian pemilih.³

Dalam konteks politik modern, media massa tidak hanya menjadi bagian yang integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi yang sentral dalam politik. (Pawito, 2009:91). Aspek yang sangat menonjol berkenaan dengan media massa terkait dengan politik adalah fungsi media massa dalam kehidupan politik. Pawito (2009:93) mengutip Lasswell (1995) yang mengidentifikasi tiga fungsi pokok media: (a) *the surveillance of the environment* (pengawasan terhadap keadaan lingkungan). (b) *the correlation of the parts of society in responding to the environment* (menghubungkan bagian-bagian masyarakat dalam merespon lingkungan), dan (c) *the transmission of the social heritage from one generation to the next* (mentransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya).

Ibnu Hamad (2004:11-12) memandang pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utamanya adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan lewat cerita atau wacana

³ Diambil dari Elvinaro Ardianto pada tulisan berjudul Strategi PR Politik Para kandidat dalam pilkada yang diakses pada e-jurnal dengan alamat <http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/61081740.pdf> diakses pada Selasa, 18 Desember 2012, pukul 12:37 WIB.

yang bermakna. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi. Seluruh isi media tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*).

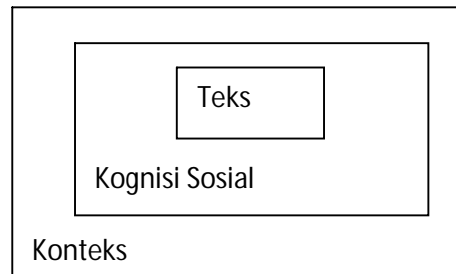
Apa yang disajikan media, pada dasarnya adalah akumulasi dari pengaruh yang beragam dalam kehidupan media massa yang boleh juga disebut sebagai politik media. Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996), dalam *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, menyusun berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan. Mereka mengidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan isi media, diantaranya (1) *Individual Level*, (2) *Media routines level*, (3) *Organization level*, (4) *Extra media level*, dan (5) *Ideological level*.

Alex Sobur (2002:73) mengungkapkan sebetulnya ada banyak model analisis wacana yang disampaikan oleh para ahli. Sobur menyebutkan beberapa model analisis wacana seperti yang dikembangkan, salah satunya oleh Teun A. van Dijk (1998). Eriyanto (2003:8-13) mengutip karakteristik penting analisis wacana yang disampaikan oleh Teun A. van Dijk, Fairclough dan Wodak, diantaranya: tindakan, konteks, historis, kekuasaan dan ideologi.

Analisis van Dijk disini menghubungkan analisis tekstual yang memusatkan perhatian melulu pada teks, ke arah analisis komprehensif bagaimana teks berita itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat. Model van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar Model Analisis Wacana Kritis Van Dijk

(Sumber: Eriyanto, 2004:225)



Van Dijk melihat suatu teks terdiri dari beberapa struktur / tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia membaginya dalam tiga tingkatan, yaitu *pertama struktur makro*. Ini merupakan pemaknaan global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik/tema yang dikedepankan dalam suatu berita. *Kedua super struktur*. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. *Ketiga Struktur Mikro* adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase dan gambar.

Analisis wacana tidak hanya membatasi perhatian pada struktur teks, tetapi juga bagaimana teks diproduksi Van Dijk menawarkan suatu analisis yang dinamakan kognisi sosial. Dalam kerangka analisis van Dijk, perlu ada penelitian mengenai kognisi sosial: kesadaran mental dari pembuat teks yang membentuk teks tersebut. Untuk membongkar bagaimana makna tersembunyi di dalam teks, kita membutuhkan suatu analisis kognisi dan konteks sosial. (Eriyanto, 2003:259).

Ada beberapa bentuk skema yang terkait dengan analisis kognisi sosial (Martha Augoustinos dalam Eriyanto, 2003:262-263), diantaranya: Skema person

(*person schemas*); Skema diri (*self schemas*); Skema peran (*role schemas*); dan Skema peristiwa (*event schemas*).

Wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Van Dijk dalam analisis mengenai wacana yang berkembang di tengah masyarakat masyarakat lewat dua dua point yang penting yaitu kekuasaan (*power*) dan akses (*access*). (Eriyanto, 2003:271).

Bill Canton dalam Soemirat dan Ardianto (2010:111) mendefinisikan citra sebagai: *image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization*. (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi). Soemirat dan Ardianto (2010:112) pun mengutip pendapat Sukatendel yang mengungkapkan, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi (*favorable opinion*).

Frank Jefkins menyampaikan lima jenis citra dalam bukunya *Public Relations (1984)* dan *Essential of Public Relations (1998)* yang dikutip Soemirat dan Ardianto (2010:117) diantaranya: (1) *Mirror Image* (citra bayangan) adalah citra yang melekat pada orang atau anggota-anggota organisasi, dan citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra bayangan itu hampir selalu tidak tepat, atau tidak sesuai dengan kenyataan yang

sesungguhnya. (2) *Current Image* (citra yang berlaku) adalah kebalikan dari citra bayangan atau pandangan yang datang oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. (3) *Wish Image* (citra yang diharapkan) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra yang diharapkan itu lebih baik atau lebih menyenangkan dari citra yang ada.

(4) *Corporate Image* (Citra Perusahaan/Lembaga) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Suatu badan usaha yang memiliki citra perusahaan positif lebih mudah menjual produk atau jasanya. Dan, (5) *Multiple Image* (Citra Majemuk). Satu organisasi dapat memiliki variasi citra karena faktor internal organisasi itu sendiri maupun oleh faktor eksternal yang dapat membuat suatu organisasi dicitrakan secara berbeda.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dalam paradigma kualitatif - konstruktivisme terhadap pemberitaan Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express tentang aktivitas Gubernur Provinsi NTT sebagai *Public Relations* Politik. Penelitian ini menaruh perhatian pada pengungkapan aspek-aspek tersembunyi dibalik sebuah kenyataan yang tampak (*virtual reality*) guna dilakukan perubahan terhadap struktur sosial. (Hamad, 2004:43).

Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis, *pertama*, berkaitan dengan politik pemaknaan dari teks berita politik tentang Gubernur Nusa Tenggara Timur (NTT) pada Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian

Pagi Timor Express periode Agustus – September 2012. Dan aspek selanjutnya bagaimana Wartawan penulis berita politik dimaksud menggambarkan aktivitas politik Gubernur NTT dalam berita dengan narasumber Gubernur itu sendiri untuk menemukan citra Gubernur NTT hasil penilaian wartawan. (Bungin, 2010:190).

Karakteristik *kedua*, perhatian lebih difokuskan pada Sumber (wartawan) dan bagaimana khalayak (masyarakat NTT) terus-menerus akan memahami Citra Gubernur NTT yang dibentuk oleh wartawan Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express. Dan bukan pada Pos Kupang dan Timor Express secara lembaga.

**Tabel Struktur Pengumpulan Data Penelitian
dengan Kerangka Van Dijk**

STRUKTUR	METODE
<p>Teks Menganalisis bagaimana strategi wacana yang dipakai wartawan Pos Kupang dan Timor Express untuk menggambarkan Citra Gubernur NTT dalam berita politik dengan narasumber Gubernur.</p>	<p><i>Critical linguistic</i></p>
<p>Kognisi Sosial Menganalisis bagaimana kognisi wartawan Pos Kupang dan Timor Express dalam memahami Citra Gubernur NTT yang akan ditulis dalam berita dengan narasumber Gubernur.</p>	<p>Wawancara Mendalam</p>
<p>Analisis Sosial Menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat tentang Citra Gubernur NTT, proses produksi dan reproduksi wacana Gubernur.</p>	<p>Studi pustaka, penelusuran yang bersumber dari teks berita media massa di NTT.</p>

(Diadaptasi dari Eriyanto:2003:275)

Dari Tabel tersebut, dalam teknik pengumpulan data terdiri dari tiga metode yaitu: *critical linguistic* dengan didasarkan pada teks berita politik Pos Kupang dan Timor Express yang membuat aktivitas Gubernur NTT dan

menjadikan Gubernur sebagai narasumbernya pada *headline* pemberitaan tiap edisinya. Kemudian untuk menuntaskan langkah pengungkapan tujuan penelitian yakni Citra Gubernur NTT dalam berita politik, maka dilakukan wawancara mendalam dengan wartawan penulis berita politik sebagai langkah penemuan kognisi wartawan. Dan lewat studi pustaka lewat penelusuran dengan bersumber pada teks berita politik media massa di NTT selain yang menjadi objek penelitian. Peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis data-data seputar rekam jejak Gubernur NTT yang menjadi analisis sosial Citra Gubernur NTT.

Obyek penelitian ini adalah berita politik tentang Citra Gubernur Nusa Tenggara Timur yang dibentuk dan ditampilkan dalam berita Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express. Berita politik dimaksud adalah berita tentang aktivitas Gubernur NTT dengan narasumber berita adalah Gubernur Frans Lebu Raya yang berada pada *headline* pemberitaan untuk tiap edisi dalam periode Agustus – September 2012 sebagai *Public Relations* Politik. Sementara informan penelitian adalah wartawan Penulis Berita Politik Pos Kupang dan Timor Express tentang aktivitas Gubernur NTT dengan menampilkan Gubernur NTT selaku narasumber berita yang tampil di *headline* untuk periode Agustus – September 2012 dengan frekuensi tampil lebih dari 50 %.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pengumpulan data dan analisis serta pembahasan hasil penelitian ini, didasarkan pada tiga langkah yang telah dipaparkan Van Dijk. Tiga langkah dimaksud adalah: (1) analisis tekstual berita Pos Kupang dan Timor Express. (2)

Analisis Kognisi Sosial Wartawan Pos Kupang dan Timor Express. Dan, (3) analisis konteks sosial dengan merujuk pada media massa yang beredar di NTT.

Pada analisis tekstual berita Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express untuk periode terbit Agustus – September 2012, ditemukan terdapat 17 berita politik yang memenuhi kriteria sebagai objek kajian penelitian. Ketujuh belas berita itu terdiri dari 6 berita yang dimuat Pos Kupang dengan wartawan penulis berinisial “roy”. Dan 11 berita lainnya ditulis oleh wartawan berinisial “ito”.

Pendapat Bill Canton, Sukatendel atau yang lainnya dalam Soemirat dan Ardianto (2010:112) ini, jika dikaitkan dengan analisis teks berita politik Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express maka dapat ditemukan kecenderungan penciptaan kesan, perasaan, penilaian atau opini publik tentang Gubernur NTT, Frans Lebu Raya. Dalam berita-berita politik yang ditampilkan oleh Pos Kupang dan Timor Express yang menjadi kajian penelitian ini, yakni pada *headline* tiap edisi kedua surat kabar tersebut. Pembentukan citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya tertampilkan lewat tiga struktur teks yang disampaikan Teun A. Van Dijk yakni struktur makro super struktur, dan struktur mikro yang terbagi dalam enam unit analisis tekstual yaitu Struktur Makro dengan (1) Tematik, Super Struktur dengan (2) Skematik, dan Struktur Mikro dengan (3) Semantik, (4) Sintaksis, (5) Stilistik, dan (6) Retoris.

Untuk **Struktur Makro** yang merupakan makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks termasuk teks

berita politik Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express. Van Dijk mengetengahkan hal yang diamati yakni *Tematik* (Eriyanto, 2003:227). Baik Pos Kupang maupun Timor Express memberikan perhatian lebih pada topik polemik seputar pengajuan kembali Fren (nama koalisi pasangan Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dan Wakil Gubernur NTT, Esthon Foenay) dalam pemilihan Gubernur NTT tahun 2013. Media massa di NTT termasuk Pos Kupang dan Timor Express memberi *tagline* bagi pasangan *incumbent* ini dengan Fren Jilid II. Terdapat penggambaran dinamika Fren Jilid II dalam topik-topik yang diturunkan pada setiap berita politik untuk kedua media massa ini dengan menampilkan Gubernur sebagai pihak yang dikorbankan dari polemik tersebut.

Dari sisi **Super Struktur** (Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup dan kesimpulan), Van Dijk menempatkan unit analisis yakni *skematik* dengan elemen yang diamati yakni judul berita, *lead* dan *story* dari Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express (Eriyanto, 2003:227). Dalam kalitan dengan Citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya, untuk penempatan *judul berita*, baik Pos Kupang maupun Timor Express memberikan perhatian lebih dengan menggunakan pendekatan positif untuk menggambarkan eksistensi seorang Gubernur NTT, Frans Lebu Raya. JuduJudul yang ditampilkan menunjukkan keberpihakan Pos Kupang dan Timor Express terhadap Frans Lebu Raya. Mereka lebih suka menggunakan kata-kata dalam judul yang menguntungkan posisi Gubernur, seperti *Saya Datang Sebagai Sahabat* (Berita Pos Kupang, edisi sabtu, 04 Agustus 2012), atau *Frans: Saya Belum Tahu* (Berita Pos Kupang, edisi kamis, 13 September 2012). Bisa juga pada Timor Express

edisi jumat, 24 Agustus 2012 dengan judul *Frans: Fren Tetap Solid*, atau *Fren Baru Siap Dideklarasikan* (Timor Express, edisi jumat, 21 September 2012).

Sementara dari sisi *lead* dan *story*, berita-berita politik yang ditampilkan Pos Kupang dan Timor Express lebih menekankan pada pengarahan masyarakat NTT (Khalayak pembaca berita) untuk mendefinisikan Gubernur sebagai pemimpin daerah yang pantas untuk kembali maju memimpin NTT periode selanjutnya. Untuk *lead* dan *story*, baik Pos Kupang maupun Timor Express menampilkan Gubernur dalam citra yang positif dan cenderung berusaha agar masyarakat memahami citra Gubernur itu sebagai *current image* (citra yang berlaku), padahal jika dicermati maka sebenarnya Pos Kupang dan Timor Express menampilkan *Wish Image* (Citra yang diharapkan).

Semantik dapat dipahami sebagai cara wartawan Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express menampilkan makna yang ingin ditekankan dalam teks berita politik dengan narasumber Gubernur NTT, Frans Lebu Raya. Misalnya dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain dengan tujuan yang terlihat sebagai usaha penggambaran citra Gubernur NTT secara positif.

Praangapan terhadap citra positif Gubernur NTT, Frans Lebu Raya, dalam strategi *Public Relations* oleh Silih Agung Wasesa (2006:13-15) yang mengutip Philip Kotler akan terjadi ketika pembaca melakukan persepsi terhadap objek yakni berita-berita dengan narasumber Gubernur NTT yang ditampilkan oleh kedua media tersebut.

Dari sisi *sintaksis* (Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih), baik Pos Kupang maupun Timor Express, berusaha menarasikan Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dalam balutan kalimat langsung, bisa dengan kalimat tidak langsung, lebih banyak kalimat aktif daripada kalimat pasif untuk kalimat beritanya. Penggunaan bentuk kalimat, koherensi, pengingkaran dan pelekatan kata ganti dalam ke-17 berita Pos Kupang dan Timor Express yang menjadi bahan analisis, ditemukan bahwa kedua media ini berusaha dalam setiap strategi sintaksis yang menguntungkan Gubernur NTT dalam politik pencitraan dengan menguasai media untuk menonjolkan fakta dan data yang dapat lebih banyak menciptakan penggambaran yang positif tentang seorang Frans Lebu Raya sebagai kepala daerah NTT.

Untuk *Stilistik* (Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita), dengan elemen yang diamati *Leksikon* yang pada dasarnya menandakan bagaimana pilihan kata yang dilakukan wartawan Pos Kupang dan Timor Express. Perhatikan beberapa pilihan kata yang tertampilkan di kedua media massa ini, seperti **Sahabat, Minta Restu, Saya Behm Tahu, Belum Final, Sedang lakukan komunikasi politik, tetap tenang, pisah dengan mesra** dan pilihan kata lain yang dapat menciptakan makna positif tentang citra Gubernur NTT. Kedua wartawan ini mengakui apa yang tertera pada berita sebagai hasil tulisan mereka, merupakan apa yang ditemukan dilapangan tanpa rekayasa. Dengan demikian dapat dikatakan citra Gubernur NTT yang tertampilkan pada berita adalah *current image* yang sesuai dengan *wish image* dari Gubernur NTT sendiri.

Struktur Mikro lain dalam analisis teks berita politik Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express tentang Citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dalam berita dengan narasumber Gubernur Frans Lebu Raya yang tampil pada *headline* tiap edisi selama periode Agustus – September 2012 yakni **Retoris**. Dari cara pemaparan berita (ke17 berita Pos Kupang dan Timor Express), ditemukan adanya kecenderungan wartawan Pos Kupang dan Timor Express memiliki kesan yang baik tentang Gubernur NTT. Terlepas dari apakah ada kerja sama antara kedua media ini dengan Pemerintah Provinsi NTT yang dipimpin Gubernur Frans Lebu Raya, namun secara umum dalam cara menampilkan berita dilengkapi dengan grafis yang banyak bicara tanpa harus diverbalkan. Ditemukan bahwa Pos Kupang dan Timor Express baik wartawan maupun lembaga medianya, menilai Gubernur NTT memiliki citra yang baik sebagai politisi dan mampu menjaga citra itu dihadapan media sehingga hal itu tertampilkan pada setiap berita yang menjadi objek analisis.

Untuk melakukan analisis wacana dengan model Teun A. Van Dijk, tidak hanya membatasi pada struktur teks berita politik Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express, tetapi juga bagaimana teks berita politik tersebut diproduksi termasuk mengkaji juga *kognisi sosial* (pengetahuan sosial) wartawan penulis yang memproduksi wacana tentang citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya (diadaptasi dari Eriyanto, 2003:259). Kognisi sosial wartawan perlu dianalisis demi menemukan seperti apa pengetahuan yang terekam dalam memori wartawan penulis tentang citra Gubernur NTT. Karena memori tersebut akan mempengaruhi

wartawan dalam persepsi citra Gubernur ketika melakukan strategi tekstual mulai dari tematik sampai dengan retorik pada beritanya.

Ada empat skema yang dapat dipakai untuk memahami bagaimana cara wartawan Pos Kupang dan Timor Express menggambarkan dan memandang Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dalam beritanya. *Pertama*, Skema Person (*person schemas*). Berdasarkan hasil analisis teks berita politik dan wawancara mendalam dengan kedua wartawan penulis berita, maka dapat dikatakan kedua wartawan ini memandang Gubernur NTT memiliki integritas sebagai kepala daerah maupun sebagai politisi. Bagi wartawan Pos Kupang, citra adalah gambaran diri seseorang. Sedangkan citra Gubernur NTT di mata wartawan Pos Kupang ini, dilabeli sebagai politisi yang komunikatif dan familiar. Sementara bagi wartawan Timor Express, citra adalah harga diri dan nama baik. Gubernur NTT, Frans Lebu Raya diberinya label sebagai figur seorang pemimpin yang familiar, humanis, punya perhatian besar terhadap masyarakat dan hati-hati dalam bersikap.

Kedua, Skema Diri (*self schemas*). Dari hasil wawancara dengan kedua wartawan tersebut (sebagaimana yang dipaparkan pada bagian hasil penelitian), diperoleh penilaian bahwa mereka menyatakan diri sebagai pihak yang kompeten dalam menulis berita tentang Gubernur NTT, Frans Lebu Raya pada desk pemberitaan politik (politik dan keamanan). Kompetensi dan kapabilitas mereka ini, tersampaikan lewat pernyataan dan pengalaman jurnalistik mereka.

Ketiga, Skema Peran (role schemas). Kedua wartawan Pos Kupang dan Timor Express ini, mengetahui rekam jejak perpolitikan Gubernur Frans Lebu Raya dari aktivis LSM, menuju politisi di DPRD NTT dari PDI (Partai Demokrasi Indonesia) yang kemudian menjadi PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan) pimpinan Megawati Soekarnoputri, dan kemudian menjadi kepala daerah sebagai jabatan tertinggi dalam karier politik seorang Frans Lebu Raya. Dalam teks berita Surat Kabar Harian Pos Kupang, ditampilkan juga peran Gubernur NTT sebagai Suami yang dibanggakan oleh isterinya.

Keempat, Skema Peristiwa (event schemas). Dalam kaitan dengan skema peristiwa yang dipahami oleh Wartawan Pos Kupang dan Timor Express dan seringkali ditampilkan atau ditonjolkan dalam berita-berita politik mereka, adalah menekankan bagaimana Gubernur NTT, Frans Lebu Raya melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebagai Kepala Daerah dan sekaligus Ketua DPD PDIP NTT dalam berbagai peristiwa dan kesempatan. Penonjolan peristiwa itu tertampilkan dalam berita dengan alasan wartawan bahwa jika menjadikan pernyataan Gubernur NTT sebagai fokus berita, maka mereka tidak akan dapat memenuhi tuntutan kolom pada surat kabarnya. Karena itu mereka sering menampilkan Gubernur NTT dan peristiwa yang mengitari sang Gubernur.

Teun A. Van Dijk menekankan wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti wacana tentang Citra Gubernur NTT dalam Pemberitaan Media Massa Cetak di NTT khususnya Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express, perlu dilakukan analisis intertekstual (Eriyanto, 2003:271). Analisis intertekstual dilakukan

dengan mengkaji wacana yang dikembangkan oleh media massa di NTT yang menampilkan citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dalam pemberitaannya. Dan Media massa yang dijadikan acuan untuk penelitian ini, adalah media massa yang beredar dan dapat diakses di Nusa Tenggara Timur. Media massa ini bisa saja media konvensional yang terdiri dari Media Cetak, Radio, dan Televisi, maupun media *online*.

Jika hasil analisis intertekstual ini diperhadapkan dengan dua langkah analisis sebelumnya, yakni analisis teks berita dan analisis kognisi sosial maka diperoleh suatu gambaran bahwa media massa di NTT memiliki kecenderungan hampir sama dalam mencitrakan Gubernur dalam berita-beritanya dengan menampilkan sisi positif Gubernur. Karena pada kenyataan di hampir setiap media massa yang non kepentingan politik, akan menggambarkan Gubernur NTT sebagai tokoh politisi yang ber-citra baik (positif), mereka tidak bisa dengan gampang menampilkan citra Gubernur sesuai dengan keinginan mereka, karena yang ditampilkan dari diri Gubernur Frans Lebu Raya ketika berada di ruang publik adalah yang terbaik seperti teratur (*ter-sett*) dengan rapi. Media sangat kesulitan bila ingin mencari titik lemah dari Gubernur NTT, meskipun ada berita-berita negatif tentang Gubernur namun tanpa sadar ada penggambaran positif dari wartawan penulis dan media tempatnya bekerja.

Meski di NTT terdapat dua kecenderungan media menghasilkan konteks sosial yang berbasis pada berita media (citra positif dan citra negatif), namun citra yang pada umumnya dihasilkan dari penelusuran teks media massa yang beredar dan dapat diakses di NTT terdapat penggambaran citra gubernur NTT secara

positif. Gubernur ditampilkan di media sebagai pemimpin politik yang sukses dalam manajemen pencitraan karena selalu mendapatkan kesan positif di setiap penampilannya di media massa. Ketika media menampilkan citra Gubernur secara positif, maka dengan sendirinya masyarakat akan menerima berita dengan pemaknaan tentang citra Gubernur yang sama pula dengan tampilan media jika masyarakatnya tidak literat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini terdiri dari tiga bagian yang didasarkan pada perangkat analisis wacana Teun A. Van Dijk tentang Citra Gubernur Nusa Tenggara Timur Dalam Pemberitaan Di Media Massa Cetak Di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Dalam Perspektif *Public Relations* Politik Periode Agustus – September 2012, diuraikan sebagai berikut: (1) Dari sisi analisis 17 teks berita politik berdasarkan perangkat van Dijk, maka ditemukan kecenderungan pembentukan citra positif Gubernur NTT, Frans Lebu Raya di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express. (2) Dari sisi analisis kognisi sosial wartawan Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express, diperoleh gambaran diri (citra diri) Gubernur NTT yang cenderung positif dan ditampilkan dalam berita. Dan (3) Dari sisi analisis sosial citra gubernur NTT yang berbasis pada teks berita Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express ditemukan kecenderungan pembentukan citra positif meski ada media yang juga menampilkan Gubernur secara negatif.

Dari ketiga kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti menyarankan beberapa point yang dapat digunakan untuk kepentingan akademis maupun kepentingan praktis sebagai berikut: (1) Dari sisi strategi tekstual yang dilakukan oleh Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express dalam membentuk Citra Gubernur NTT, Frans Lebu Raya dalam pemberitaannya, diharapkan lebih mengedepankan objektivitas dan bebas kepentingan sesuai dengan standar kejournalistikan tanpa mau berkompromi dengan kepentingan politik maupun ekonomi dalam otonomi tekstual berita. (2) Dari pengembangan kognisi sosial wartawan diharapkan media memberikan perhatian lebih dengan membuka akses bagi wartawan untuk mengembangkan kompetensi kejournalistikan lewat pelatihan-pelatihan jurnalistik dari berbagai tingkatan. (3) Dari sisi analisis sosial, diharapkan media massa di NTT untuk menghasilkan wacana yang objektif tentang citra Gubernur NTT karena tidak semua masyarakat adalah literat dalam mengkonsumsi media.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Tim Pembimbing, Almahrum Dr.Elvinaro Ardianto, M.Si dan Drs.H.Iriana Bakti,M.Si yang telah membimbing dan menghantarkan Peneliti dalam menuntaskan penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Tim Penguji Dr.Agus Rahmat,M.Pd, Dr.Hj Lukiat Komala,M.Si, dan Dr.Yanti Setianti,M.Si.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- , 2011. *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Bungin Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif Komunikasi. Ekonomi. Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Effendy. Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2003. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fill, Chris. 1999. *Marketing Communication, Contexts, Contents and Strategies*. Second Edition. Singapore: Prentice Hall.
- Gronroos, Christian. 1990. *Services Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Massachusetts: Lexington Books.
- Hamad Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa. Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Jakarta: Jalasutra.
- Priyatna, Soeganda dan Elvinaro Ardianto. 2008. *Tujuh Pilar Strategi Komunikasi Bisnis*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Shoemaker & Reese, 1996, *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, USA: Longman.
- Sobur. Alex. 2002. *Analisis Teks Media (Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana. Analisis Semiotik. dan Analisis Framing)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh. & Ardianto, Elvinaro. 2010. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wilcox, Dennis L., Ault, Philip., Warren K. Agee. 2003. *Public Relations: Strategies and Tactics*. New York: Allyn and Bacon.

Skripsi, Tesis, Disertasi dan Peraturan Hukum

Elvinaro Ardianto. 2009. *Disertasi Pemberitaan Media Massa Cetak Sebagai Public Relations Politik Dalam Membentuk Citra dan Reputasi Presiden SBY. Analisis Wacana Tentang Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat dan Harian Kompas Sebagai Public Relations Politik Dalam Membentuk Citra dan Reputasi Presiden SBY*. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Farid Hamid Umarella (Pasca Sarjana Magister Universitas Padjadjaran Bandung). *Harian Rakyat Merdeka Versus Pemerintah (Analisis Wacana Pada Harian Rakyat Merdeka Periode Maret – Agustus 2001 Sebagai Media Oposisi Terhadap Pemerintah)*. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Monika Wutun. 2006. *Skripsi Keberpihakan Pemberitaan Media Massa Dalam Pilkada 2005 Kabupaten Flores Timur (Analisis Wacana Berita Surat Kabar Harian Pos Kupang)*. Kupang : Universitas Katolik Widya Mandira.

Neneng C. Marlina. 2008 *Tesis Analisis Wacana Kritis Rancangan Undang-Undang Anti Pornografi dan Pomoaksi (RUU APP) Dalam Perspektif Feminisme Liberal*. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Reza Afriadi. 2010. *Skripsi Strategi Humas Polda Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Membentuk Citra Positif Polisi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri.

Sumber Internet

www.nttprov.go.id

<http://www.pos-kupang.com>

<http://www.Timorexpress.com>

<http://www.nttonlinenews.com/>.

<http://www.bisnis-kti.com>

<http://www.victorynewsmedia.com/>

<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/121/125>

http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2009/05/analisis_wacana_flu_burung.pdf