

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam negara demokrasi, media massa memiliki posisi strategis dalam masyarakat. Media menjadi salah satu tonggak dari demokratisasi, sebab media massa yang benar dianggap dapat membangun demokratisasi melalui pemberitaan sehingga mendewasakan masyarakat dalam memandang keberagaman, politik, ekonomi, sosial, dan budaya.¹

Seperti halnya dalam penelitian ini yang juga akan dijelaskan mengenai hubungan antara media massa dengan proses politik, seperti yang banyak diketahui bahwa, peristiwa politik selalu menarik perhatian media massa sebagai bahan liputan. Hal ini terjadi karena faktor yang saling berkaitan. *Pertama*, dewasa ini politik berada di era mediasi (*politics in the age of mediation*) yakni media massa, sehingga hampir mustahil kehidupan politik dipisahkan dari media massa. Malahan para aktor politik senantiasa berusaha menarik perhatian wartawan agar aktivitas politiknya memperoleh peliputan dari media. *Kedua*, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa politik itu bersifat rutin belaka, seumpamanya rapat partai atau seorang pertemuan tokoh politik dengan para pendukungnya. Apalagi jika peristiwa politik itu bersifat luar biasa seperti pergantian presiden di tengah masa jabatan dan

¹ Yon Thayrun. *Jokowi Pemimpin Rakyat Berjiwa Rocker*. (Jakarta: NouraBooks, PT. Mizan Publika, 2012), 38

pembubaran parlemen. Alhasil, liputan politik senantiasa menghiasi berbagai media setiap harinya.²

Liputan politik juga cenderung lebih rumit ketimbang reportase bidang kehidupan lainnya. Pada satu pihak, liputan politik memiliki dimensi pembentukan opini publik (*public opinion*), baik yang diharapkan oleh para politisi maupun oleh para wartawan.³

Seorang wartawan senior, Ashadi Siregar memetakan tiga fungsi instrumental media massa, yaitu untuk memenuhi fungsi pragmatis bagi kepentingan pemilik media massa itu sendiri, bagi kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik dari pihak di luar media massa, atau untuk kepentingan masyarakat. Dari ketiga fungsi tersebut, saat ini media massa di Indonesia lebih banyak berfungsi pragmatis untuk kepentingan pemilik media yang kebetulan juga merupakan kekuatan ekonomi dan politik. Jika pun tidak, kekuatan tersebut datang dari luar media itu karena faktor finansial yang melibatkan konglomerasi dan bisnis.⁴

Pada tahun ini Jakarta mendapatkan pemimpin baru. Beberapa waktu lalu Jakarta memilih Jokowi sebagai pemimpin. Kemenangan Jokowi tidak semata-mata menang mudah, banyak spekulasi yang berkembang di masyarakat tentang pemimpinnya ini antara lain isu SARA serta keaslian warga Jakarta, dapat diketahui bahwa Jokowi merupakan warga asli Solo. Terlepas dari semua itu pada akhirnya Jokowi-Basuki memenangkan Pilgub Jakarta pada tahun ini. Dibalik kemenangan yang diraih pasangan Jokowi-Basuki tersimpan sesuatu yang menarik yakni pemberitaan positif pada pasangan ini yang kemudian merangsang publik untuk memilihnya.

² Ibnu Hamad, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*. (Jakarta: Granit, 2004),1

³ *Ibid.*

⁴ Yon Thayrun. *Jokowi Pemimpin Rakyat Berjiwa Rocker...* 38

Mengapa Jokowi selalu disoroti oleh media? Mengapa bukan lawannya? Mengapa segala kegiatan yang dilakukan Jokowi dan pasangannya begitu menarik untuk dijadikan berita? Pertanyaan-pertanyaan itu muncul dengan sendirinya ketika semua media masa membicarakan tentang Jokowi dan pasangannya. Dan karena itu pulalah yang membuat ketertarikan penulis untuk meneliti lebih jauh.

Jokowi tampil beda dari sosok-sosok pemimpin yang ada saat ini, dan itulah yang disukai oleh media. Media mencintai sesuatu yang unik, sesuatu yang tak biasa. Kesederhanaan, keluguannya, bahkan kenyentrikannya mengundang rasa penasaran para wartawan. Maka, jadilah Jokowi *media darling* atau kekasih media. Jokowi mendapatkan promosi, nyaris tanpa mengeluarkan biaya besar untuk mengiklankan diri.⁵ Kepemimpinan Jokowi yang sangat unik juga membuat Jokowi lebih disukai masyarakat. Itu semua sudah tercermin pada saat Jokowi berkampanye. Kampanye yang dilakukan berbeda dengan yang lainnya, jika biasanya kampanye yang dilakukan oleh calon pemimpin bertempat di sebuah lapangan dengan panggung yang besar dan memberikan hiburan dengan menampilkan penyanyi atau artis sebagai daya tariknya, ini berbeda dengan Jokowi. Jokowi terjun langsung ke masyarakat tanpa memberikan hiburan apapun, beliau mendekati masyarakat dengan bersilaturahmi ke kampung-kampung pinggiran Jakarta.

Sikap yang ditampilkan Jokowi pada masyarakat Jakarta merupakan cerminan dirinya pada saat memimpin Solo. Tanpa batas seorang pemimpin dan masyarakat, Jokowi leluasa mengobrol sehingga masyarakat merasa nyaman akan hal tersebut. Jokowi memberikan sentuhan yang berbeda dengan kepemimpinannya dengan hal-hal tersebut.

⁵ Bagus D. Wijoyo. *Pesona & Karisma Jokowi*. (Yogyakarta: Sinar Kejora, 2012), 140-

Kampanye yang dilakukan Jokowi memang sedikit berbeda dengan yang lainnya terutama dengan lawannya. Jokowi membuat sebuah video yang diperankan seorang model, video tersebut berisi dukungan untuknya kemudian diunggah ke YouTube. Bukan hanya itu, Jokowi juga mempunyai komunikasi di dunia maya yakni Facebook dan Twitter.

Kampanye kreatif yang dimaksud disini adalah Jokowi-Basuki mampu mempergunakan semua fasilitas media massa mulai dari koran, majalah, buku, sosial media (twitter dan facebook). Masyarakat pada saat ini sudah melek gadget yang sudah pasti mengenal seluruh sosial media. Hal ini dimanfaatkan Jokowi-Basuki sepenuhnya untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Mengapa masyarakat lewat sosial media memang menjadi tren pada saat ini. Jurus terjitu untuk mempercepat popularitas adalah melalui sosial media. Dengan populernya Jokowi di media massa memberikan suntikan positif bagi masyarakat untuk melihatnya lebih dekat melalui sosial media. Secara tidak langsung masyarakat juga ikut berkampanye dengan senang hati dan tanpa dibayar. Inilah kecanggihan gadget pada saat ini yang tidak dipungkiri oleh pasangan Jokowi-Basuki sehingga mereka memanfaatkannya dengan baik.

Berbagai kegiatan yang dilakukan Jokowi-Basuki seperti magnet untuk masyarakat, mereka ingin mengetahui bagaimana keadaan Jokowi-Basuki pada kampanye, dan yang lebih ekstrim lagi mereka ingin mengetahui keadaan pasangan ini secara pribadi (perasaan). Memang terkadang media sosial ini dianggap sebagai diary sosial, sehingga apapun yang dilakukan oleh sipemilik akun pasti akan dituliskannya.

Saat ini masyarakat sudah sangat dekat dengan internet, segala macam informasi bisa diaksesnya. Begitu juga dengan segala informasi dari pasangan ini

(Jokowi-Basuki). Semua akan terverifikasi dengan sendirinya melalui sosial media, karena masyarakat yang memilih sendiri pilihan mereka. Tim sukses Jokowi memang ciamik dalam hal marketing viral, bukan hanya facebook dan twitter saja yang menjadi sasarannya tetapi pengguna You Tube juga disegarkan dengan video komedi untuk mendukung Jokowi-Basuki. Video ini mengadopsi lagu dari One Direction, lagu ini juga yang menjadi hits dikalangan anak muda pada saat ini. Dengan adanya gebrakan video ini maka lengkaplah sudah tendangan dari pihak Jokowi-Basuki dalam meraih simpati masyarakat lewat sosial media. Kekreatifan ini mengundang masyarakat untuk lebih memahami Jokowi-Basuki.

Video tersebut juga secara tidak langsung mengandung janji-janji Jokowi-Basuki jika mereka terpilih. Mereka yang muda dan berkreasi dengan membuat video memang pantas diacungi jempol. Ide untuk membuat video ini membuat perhatian bagi anak muda yang biasanya tidak ambil pusing tentang politik. Kampanye dengan cara seperti ini memang keluar dari garis kampanye pada umumnya yang hanya berorasi di lapangan dengan panggung yang megah dan di suguhi dengan orkes-orkes pada ujung acaranya, meskipun masyarakat menikmati suguhan terakhir yang menurut mereka sangat segar dipandang dan didengarkan namun tidak membuat masyarakat ini puas dengan mengenal calon yang akan menjadi pemimpin mereka. Cara tersebut bagi masyarakat merupakan cara kuno, inilah yang membedakan Jokowi-Basuki dengan calon lainnya dalam rule kampanye di pilgub DKI Jakarta.

Dalam video tersebut, pemainnya memakai baju kotak-kotak yang menjadi ciri khas Jokowi-Basuki pada saat kampanye. Ini menimbulkan kesan tersendiri bagi masyarakat yang melihatnya bahwa, kampanye untuk masa kini bukan lagi terjunlangsung dan mengobral janji tetapi dengan cara yang lebih kreatif dengan menggunakan sosial media seperti yang digunakan oleh pasangan Jokowi-Basuki.

Karena jangkauan yang dituju oleh Jokowi-Basuki adalah masyarakat maka lebih mudah memperoleh simpati dari pihak yang usianya relatif muda. Dengan begitu untuk merangkul kalangan usia yang tidak lagi muda, Jokowi-Basuki terjun langsung ke perkampungan yang ada di sekitar Jakarta.

Hal tersebut yang membuat penulis merasa tertarik untuk meneliti suatu fenomena yang jarang terjadi di kalangan calon kepala daerah. Penulis ingin menggali lebih dalam lagi mengenai pemberitaan mengenai pasangan Jokowi-Basuki pada saat kampanye. Media masa menyoroti segala bentuk kegiatan kampanye dari pasangan Jokowi-Basuki tanpa embel-embel materi.

Oleh karena itu, secara tidak langsung Jokowi didukung oleh berbagai media massa dan sesuai dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini yakni **“KAMPANYE KREATIF JOKOWI-BASUKI MELALUI MEDIA MASSA PADA PILGUB DKI JAKARTA TAHUN 2012”**. Karena memang banyak sekali sosial media yang menulis tentang Jokowi-Basuki, dan dari pihak tim sukses Jokowi-Basuki sendiri juga mempunyai beberapa sosial media yang menjangkau mereka untuk tetap berkampanye meskipun dalam sosial media.

Dalam penelitian ini, sosial media yang dimaksud yakni *You Tube*, *Twitter*, *Facebook* dan *Game online*. Dalam sosial media tersebut Jokowi-Basuki memperkenalkan diri mereka kepada pihak masyarakat Jakarta yang akan memilihnya. Kemudian dalam penelitian ini juga mengambil beberapa media massa, yakni media cetak. Segala pemberitaan tentang Jokowi-Basuki di dalamnya adalah suatu data yang penting untuk penelitian jika dilihat dari sudut pandang media massa. Tetapi yang lebih ditekankan dalam penelitian ini adalah kampanye dalam bentuk kreatif yang dilakukan oleh Jokowi-Basuki.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini menggunakan rumusan masalah deskriptif. Rumusan masalah deskriptif adalah suatu rumusan yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam.⁶

Pertanyaan penelitian ini tidak dirumuskan atas dasar definisi operasional dari suatu variabel penelitian. Pertanyaan penelitian dirumuskan dengan maksud yang memahami gejala yang kompleks, interaksi sosial yang terjadi, dan kemungkinan ditemukan hipotesis atau teori baru.⁷ Sedangkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian kali ini adalah: Bagaimana kampanye kreatif pasangan Jokowi-Basuki pada saat Pilgub DKI Jakarta melalui media massa?

C. Tujuan

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan dan membuktikan pengetahuan.⁸ Sedangkan dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk mendeskripsikan kampanye kreatif Jokowi-Basuki pada saat pilgub DKI Jakarta.

D. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan memiliki sebuah manfaat atau kegunaan. Manfaat tersebut bersifat teoritis dan praktis.⁹ Penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan terutama mengenai media masa sebagai bagian dari media politik.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian kombinas "Mixed Method"* (Bandung: Alfabeta, 2011),

⁷ *Ibid*, 291

⁸ *Ibid*, 379

⁹ *Ibid*, 379

Dari segi praktis penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi para pencari berita untuk menyaring berita terlebih dahulu sebelum menerbitkannya dalam bentuk media massa, sehingga masyarakat yang membaca tulisan atau berita tersebut tidak salah mengerti karena sewajarnya memang media massa sebagai alat untuk pengukur kejernihan suatu pemerintahan yang adil.

E. Penegasan Judul

Judul penelitian ini adalah “**KAMPANYE KREATIF JOKOWI-BASUKI MELALUI MEDIA MASSA PADA PILGUB DKI JAKARTA TAHUN 2012**” untuk memperjelasnya maka dibutuhkan batasan operasional yang ditunjukkan agar tidak keluar dari pembahasan:

1. **Kampanye Kreatif** : Kampanye kreatif yang diusung oleh Jokowi-Basuki dalam memenangkan Pilkada DKI Jakarta ini memilih dekat dengan media massa. Karena menurutnya segala bentuk baik dan buruknya pencitraan akan sampai kepada masyarakat, masyarakat yang memilih.
2. **Media Massa** : Media massa merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.
3. **Pilgub DKI Jakarta** : Pemilihan gubernur ini dilakukan secara langsung oleh masyarakat setempat yang memenuhi syarat. Jadi, seluruh warga Jakarta dapat memilih.

F. Telaah Pustaka

1. Muhammad Subkhi, *Analisis Wacana Tentang Pesan Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar (di Rubrik Kolom Harian Bangsa Edisi Juli 2004)*, 2005, Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana wacana pesan-pesan dakwah KH. Abdullah Gymnastiar yang disampaikan melalui rubrik kolom di Harian Bangsa pada Edisi Juli 2004. Dalam menjawab permasalahan tersebut, maka penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk dengan pendekatan kualitatif. Van Dijk melihat suatu wacana terdiri dari tiga struktur atau tingkatan, yang mana masing-masing bagian tersebut saling mendukung. Pertama struktur makro, ini merupakan makna global dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik (tematik) dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi tetapi juga sisi tertentu dari suatu teks. Kedua, superstruktur adalah kerangka teks, bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh. Ketiga, struktur mikro yaitu makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafase. Tetapi dalam penelitian ini elemen struktur wacana yang diamati adalah elemen tematik (topik/tema). Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pesan-pesan dakwah KH. Abdullah Gymnastiar adalah tentang wacana pendidikan dan pembangunan kembali moral mad'u. Hal itu didasarkan pada kepekaan dan ketajaman KH. Abdullah Gymnastiar dalam mengamati fenomena yang sedang terjadi dan dihadapi oleh mad'u. Karena melihat fenomena itulah pesan dihadirkan. Berdasarkan masalah dan kesimpulan diatas, penelitian ini dapat ditinjau kembali

dengan menggunakan pendekatan dan jenis penelitian yang sama, tetapi tentunya dengan model analisis yang lain yang dikembangkan oleh para ilmuwan.

2. Nurul Aini, *Berita Kampanye Pemilu di Indonesia Tahun 2004 (Kajian di Surat Kabar Harian Kompas Edisi 11 Maret-1 April 2004)*, 2004, Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan pentingnya surat kabar bagi partai politik sebagai media untuk menyampaikan informasi kegiatan kampanyenya kepada masyarakat, serta untuk mengetahui bagaimana kecenderungan pemberitaan surat kabar dalam memuat berita kampanye menjelang pemilu 2004, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang apa saja isi tema berita-berita kampanye pemilu 2004 yang dimuat harian Kompas Edisi 12 Maret sampai dengan 2 April 2004. Kerangka konseptual yang dipakai dalam penelitian ini adalah surat kabar sebagai saluran komunikasi politik dan berita kampanye pemilu di surat kabar. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dengan unit analisis tematik dan fisik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan lembar koding data kemudian dimasukkan ke dalam tabel frekuensi untuk dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Dari penelitian yang telah dilakukan pada berita kampanye pemilu di harian Kompas, terdapat sejumlah 550 tema berita. Tema terbanyak adalah tentang bentuk dan situasi kampanye pemilu 2004 yaitu masing-masing 180 berita. Sedangkan OPP yang sering diberitakan adalah PDI-P sebanyak 33 kali (18,3%) urutan selanjutnya adalah partai Demokrat serta PKB yang dimuat masing-masing 23 kali (12,8%), dan PAN sebanyak 19 kali (10,5%).

3. Moh. Ali Bustomi, *Relasi Kekuasaan dan Pengetahuan Perspektif Michel Foucault (Implikasinya Pada Produksi Wacana Media Massa)*, 2004, Skripsi, Jurusan Aqidah Filsafat, Fakultas Ushuluddin, IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini adalah sebagai langkah awal penelitian tentang Relasi Kekuasaan Pengetahuan menurut Michel Foucault serta implikasinya dalam produksi wacana di media massa, dibutuhkan proses penelitian yang komprehensif. Sehingga akan dihasilkan penelitian yang maksimal dibutuhkan sebuah metode penelitian karya ilmiah yaitu dengan menggunakan penelitian literer dengan objek berupa naskah-naskah baik buku maupun naskah-naskah lain yang berhubungan dengan persoalan yang akan dibahas. Dalam penelitian kali ini, data-data yang diperoleh juga dari buku-buku, naskah-naskah berita di media massa, maupun naskah-naskah lainnya yang berkaitan dengan persoalan ini dan setelah data terkumpul dilakukan pemilahan mana yang sekiranya berkesesuaian dengan persoalan yang akan dibahas, dan setelah itu data disusun untuk membentuk bahan yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi. Dalam penelitian kali ini, menggunakan metode analisa, analisa yang pertama adalah metode deduksi, metode ini merupakan cara atau jalan yang dipakai untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah dengan bertitik tolak dari pengamatan atas hal-hal yang bersifat umum kemudian menarik kesimpulan yang bersifat khusus. Yang kedua adalah metode analisis sintesis, yakni melakukan perincian terhadap objek-objek yang diteliti. Atau dengan memilah-milah antara pengertian satu dengan pengertian yang lain untuk memperoleh kejelasan arti yang sebenarnya. Ketiga metode analisa wacana kritis, yakni sebuah pendekatan yang menggunakan model analisis wacana berparadigma kritis untuk menganalisa wacana bahasa yang tercantum dalam teks-teks media. Karena untuk menganalisa bagaimana wacana media massa dipengaruhi oleh kekuasaan, maka penting pula menggunakan metode ini sebagai perangkat analisisnya.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini yakni Kampanye Kreatif Jokowi-Bauki Melalui Media Massa Dalam Pilgub DKI Jakarta. Maka Jenis penelitian yang dipergunakan dalam proses penelitian ini adalah menggunakan jenis deskriptif kualitatif dengan pendekatan salah satu teori politik yakni komunikasi politik. Untuk mentelaah penelitian ini dipergunakan suatu analisis teks media yakni analisis wacana. Sebab, dalam penelitian ini menggunakan media masa sebagai obyeknya.

Alasan memilih metode penelitian dekriptif kualitatif ialah untuk menyelidiki obyek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka ataupun ukuran lain yang bersifat eksak. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.

Ciri-ciri metode deskriptif itu sendiri adalah memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual, kemudian data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisa (karena itu metode ini sering pula disebut metode analitik).

Metode kualitatif ini digunakan karena metode ini lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda dan metode ini lebih peka dan lebih bisa menyesuaikan diri terhadap pengaruh serta pola-pola nilai yang dihadapi.

Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan untuk mencari jawaban.¹⁰ Dengan demikian metodologi merupakan suatu pendekatan untuk mengkaji topik penelitian. Meskipun demikian metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis yang digunakan untuk penelitian, sementara perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan

¹⁰ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2004), hal 145

atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi lain.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek yang memberikan data sesuai dengan klasifikasi data penelitian yang sesuai. Di sini memiliki data yang berfungsi sebagai penunjang dalam penelitian. Sumber data diperoleh dari literature-literatur dan sumber referensi seperti koran, majalah, internet, buku, dan jurnal yang berkaitan dengan pemberitaan yang menyangkut pasangan Jokowi-Basuki dalam pilkada DKI Jakarta karena penelitian ini hanya menjelaskan tentang media masa dan bukan komunikasi politik. Dalam penelitian ini, sudah ditentukan sumber datanya yakni

1. majalah Tempo (Edisi 26 Maret-1 April 2012, Edisi 16-22 Juli 2012, Edisi 3-16 September 2012, Edisi 24-30 September 2012)
2. Gatra (Edisi No.38 tahun XVIII 26 Juli-1 Agustus 2012),
3. Koran Tempo (7, 13, 25, 27 Agustus 2012, 1, 6, 15, 19, 21, 22, 25, 26, 27 September 2012),
4. Media Indonesia (8, 20, 22, 26, 28 September 2012)
5. Media Sosial: Facebook (<http://www.facebook.com/Jokowi.JokoWidodo>) dan Twitter (http://twitter.com/jokowi_do2)
6. Media Audio visual: You Tube (<http://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc>) dan (<http://www.youtube.com/watch?v=cAsXaXbhhE>) juga ada game yang diperankan oleh Jokowi yakni <http://www.funnygamezone.com/play/games-jokowi-selamatkan-jakarta.html>

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dilakukan periset untuk mendapatkan data yang mendukung penelitiannya. Penelitian ini menggunakan satu metode pengumpulan data yakni metode dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹¹ Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi. Penelitian ini nantinya akan meneliti tentang berita yang menyangkut pemberitaan pada masa kampanye pasangan Jokowi-Basuki di Pilgub DKI Jakarta.

4. Analisis Data

Analisis data pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti objek penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini memiliki tiga unsur sebagaimana menurut Spradly¹² yakni: (1) *place*, tempat dimana interaksi dalam penelitian berlangsung; (2) *actor*, pelaku atau orang yang sesuai dengan objek penelitian; (3) *activity*, kegiatan yang dilakukan aktor dalam situasi sosial yang sedang berlangsung.

Menurut Bogdan analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang

¹¹Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009), 326

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian kombinasi...*, 345

dapat diceritakan kepada orang lain.¹³ Tapi dalam penelitian ini hanya mengandalkan bentuk tulisan yang dilansir media massa.

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini diuraikan menjadi beberapa bab dan sub bab untuk memudahkan dalam penulisan dan mudah untuk dipahami secara runtut. Adapun sistematikanya terdiri dari lima bab sebagai berikut:

- BAB I : pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan judul, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
- BAB II : berisi tentang Kajian Teori atau kerangka konseptual yang akan menjelaskan tentang teori komunikasi politik, analisis teks media dengan pendekatan analisis wacana dan analisis isi, serta menjelaskan tentang sejarah media massa dan politik. Bukan hanya itu, sosialisasi politik juga akan masuk kedalam bab ini.
- BAB III : *setting* penelitian yang meliputi media massa saat meliputi jalannya kampanye Jokowi-Basuki di pilgub DKI Jakarta. Isi media masa tersebut tentunya mengandung unsur dukungan tak langsung kepada Jokowi-Basuki.
- BAB IV : penyajian data (temuan lapangan). Bab ini akan menjelaskan tentang temuan lapangan yang dilansir dari berbagai media massa, mulai dari koran, majalah, buku, media .
- BAB V : penutup, yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

¹³ *Ibid*, 332