BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kampanye dalam Pemilihan Umum Pemilu Presiden dilaksanakan pada 4 Juni hingga 5 Juli 2014, dan Pemilu sendiri dilaksanakan pada 9 Juli 2014. Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla atau yang lebih mashur dengan sebutan Jokowi-JK sebagai peraih suara terbanyak Pemilu Presiden 2014.

Menurut sumber yang berasal dari Tribun News Joko Widodo dan Jusuf Kalla berhasil memperoleh suara terbanyak sebesar 70.997.851 (53,15 %). Mereka berhasil mengungguli lawannya pasangan Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa dengan perolehan suara hanya sebesar 62.576.444 (46,85 persen). Selisih perolehan suara keduanya sangatlah tipis yaitu 8.421.389 suara dari total 133.574.277 suara sah.[1]

Hasil perolehan suara Jokowi-JK yang tentu saja membawa mereka menduduki kursi presiden dan calon presiden RI periode 2014-2019, tak terlepas oleh peranan media. Televisi adalah salah satu diantara media-media yang turut mendongkrak kegiatan branding politik dan juga pencitraan Jokowi-JK. Televisi merupakan media elektronik yang memiliki segmen pasar dengan cakupan sangat luas di Indonesia. Bisa dikatakan hampir setiap masyarakat telah memiliki media elektronik yang satu ini. Oleh karena itu, televisi pun menjadi salah satu media yang paling

[1] Tribun News dalam https://id.berita.yahoo.com/kpu-jokowi-jk-peroleh-suara-53-15-persen-140302602.html, diakses Minggu 19 Oktober 2014, pukul 18.30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diminati dan efektif dalam menyiarkan atau menyebarkan informasi kepada publik.

Para pemilik stasiun televisi terkemuka di Indonesia ada yang merupakan orang-orang yang tengah berkecimpung di dunia politik. Mereka Harry Tanoe (MNC, RCTI dan Global TV), Surya Paloh (Metro TV,) dan Aburizal Bakrie (ANTV dan TV One). Bahkan di dunia politik, masing-masing menduduki posisi strategis. Surya Paloh merupakan Ketua Umum Partai Nasdem, Abu Rizal Bakrie Ketua Umum Partai Golkar, dan Hary Tanoe pernah menjabat Ketua Dewan Pakar dan Wakil Ketua Majelis Nasional Partai Nasdem, lantas pernah sebagai Ketua Dewan Pertimbangan Partai Hanura.

Dalam urusan politik, keadaan itu tentunya membuat pertelevisian di Indonesia tidak lagi bersifat netral. Tidak perlu menelusuri faktanya terlalu jauh, bisa disaksikan beberapa waktu belakangan sebelum dan semenjak kampanye Pemilu Pilpres 4 Juni hingga 5 Juli 2014.

Karena Surya Paloh lebih memilih Jokowi-JK sebagai capres cawapres di pemilihan presiden, maka perubahan pemberitaan Jokowi-JK di Metro TV berubah sejalan dengan koalisi PDI-P dengan Nasdem. Abu Rizal Bakrie dan Hary Tanoe sama-sama menentukan pilihan pada pasangan Prabowo-Hatta. Dengan demikian, jelas bisa disaksikan apa yang terjadi pada tayangan channel televisi yang mereka miliki.

Setiap harinya tayangan atau berita yang ditampilkan Metro TV hampir tidak pernah terlepas dari figur Jokowi-JK, begitupun yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan TV One lebih mengedepankan sosok Prabowo-Hatta dalam penayangan sehari-hari, ditambah lagi channel MNC, RCTI dan Global TV. Keberpihakan media televisi dalam perpolitikan Indonesia membuat setiap berita yang disajikan perlu ditelusuri kebenarannya lebih lanjut, terutama berita-berita yang bisa dipolitisir.

Penelitian ini akan mengulas adakah implikasi dari tayangan-tayangan yang dihadirkan oleh MetroTV pada daya pilih masyarakat pada Jokowi-JK dan bagaimana citra atau *image* yang dirasakan oleh masyarakat dari pasangan ini yang digambarkan melalui Metro TV. Mungkin telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai penggunaan media pada kampanye politik, namun keunikan penelitian ini nantinya akan menampilkan bagaimana pendapat masyarakat secara deskriptif bagaimana brand image dan alasan mengapa mereka memilih pasangan tersebut bukan hanya studi kuantitatif yang menunjukkan pengaruh atau tidaknya media dalam kampanye politik.

Penelitian ini menggunakan media televisi khususnya Metro TV karena keberadaan media TV sebagai salah satu media kampanye memang bukan suatu yang baru, namun apa yang terjadi di pemilu 2014 menjadi terobosan baru. Yang menarik dari Metro TV merupakan televisi yang mendukung secara habis-habisan kubu Jokowi-JK. Sebagai contoh dari berita yang mendukung Jokowi-JK di Metro TV ialah pemberitaan mengenai Allan Nairin wartawan Amerika Serikat dengan judul berita "Prabowo Dimata Jurnalisme Asing". Dalam wawancara exclusive

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut ia mengaku pernah mewanwancarai Prabowo Subianto pada pemerintahan Gusdur.

Allan membocorkan bahwa dalam wawancaranya Prabowo yang merendahkan tokoh Gusdur, sementara hal tersebut berbanding terbalik dengan kenyataan kampanye Prabowo-Hatta yang dibeberapa berita, dan media kampanye mereka mengaku menghormati (Alm) Gusdur, sehingga dari pihak Gusdur turut mendukung Prabowo-Hatta. Namun, setelah adanya pemberitaan ini pendukung Prabowo-Hatta yang notabenenya adalah penggemar Gusdur menjadi pecah belah. Ada yang mendukung Prabowo ada pula yang mendukung Jokowi.

Riset ini akan dilaksanakan di Surabaya sebagai salah satu kota dengan suara terbanyak untuk Jokowi-JK, peneliti khususnya akan mensasar pemilih calon presiden di perkampungan urban yaitu Kecamatan Tambaksari. Riset ini nantinya akan menggunakan metodologi Kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

B. Fokus Masalah

Penelitian skripsi ini secara umum ingin mengetahui persepsi masyarakat mengenai pencitraan yang dilakukan oleh Media Metro Televisi pada Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam Kampanye Pemilihan Umum 2014. Yang menjadi fokus penelitian dalam skripsi ini diantaranya adalah :

1. Apa persepsi pemilih mengenai citra atau *image* Jokowi-JK yang diciptakan oleh Metro TV?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagaimana implikasi pencitraan Capres Jokowi-JK di Metro TV bagi daya pilih masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan,maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat atas citra atau *Image* Jokowi-JK yang diciptakan oleh Metro TV.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan implikasi pencitraan Capres Jokowi-JK di Metro TV bagi daya pilih masyarakat yang menyebabkan kemenangan mereka dalam meraih kursi presiden.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat baik dari segi teoritis maupun segi praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

1. Secara teoritis
   a. Bagi peneliti ini merupakan wadah untuk mempertajam daya kitis dan nalar dalam mengetahui bagaimana pencitraan yang dilakukan Metro TV untuk Jokowi-JK dan bagaimana implikasinya dalam menentukan daya pilih masyarakat.
   b. Secara akademik, penelitian ini akan disumbangkan pada UIN Sunan Ampel Surabaya khususnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi guna memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Secara praktis
   a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk masyarakat, orang yang berkecimpung di media ataupun dalam hal politik untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan cara kerja pencitraan.
   b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan refrensi dan evaluasi bagi Metro TV dan praktisi politik.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Untuk meperkaya khasanah dalam penelitian ini, disertakan beberapa penelitian dan jurnal penelitian terdahulu mengenai pencitraan dan juga penggunaan media dalam kampanye. Sebagai berikut :

Pertama, hasil penelitian yang disusun oleh Nato Nagara Witjaksono dengan judul "Strategi Elit Nasional Demokrat Dalam Penggunaan Metro TV Sebagai Alat Politik Pencitraan Kepada masyarakat" skripsi milik mahasiswa Ilmu Politik Universitas Airlangga ini berisi tentang bagaimana cara elit nasdem melakukan politik pencitraan melalui media televisi. Hasil dari penelitian menemukan jika hal tersebut terlebih-lebih mudah dilakukan karena keberadaan Surya Paloh sebagai ketua Nasdem sekaligus pemilik dari Metro TV. Dalam pengenalannya sebagai ormas baru hal ini tepat dilakukan karena Metro TV sudah memiliki tempat terpercaya dihati masyarakat.

Lantas perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ialah jika penelitian diatas lebih mengedepankan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai unsur politik atau lebih kepada strategi politik sedangkan penelitian ini lebih tertarik kepada masyarakat, mengenai penerimaan masyarakat terhadap apa yang ia tonton dan hal ini yang tidak banyak dilakukan.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Adi Suhendra, mahasiswa jurusan Sosiologi FISIP UNAIR ini menjelaskan fenomena penggunaan jejaring sosial *online* sebagai strategi politik untuk memenangkan Jokowi-Ahok pada pemilihan gubernur DKI Jakarta 2012. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif sebagai sudut pandangnya. Informan dipilih menggunakan cara teknik snowball, pengumpulan data melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam. Prosedur penelitian secara keseluruhan menggunakan metode kualitatif.

Kajian ini menggunakan kerangka pemikiran dialektika momen simultan (Peter L Berger) dan dempokrasi deliberative (Yurgen Habermas) sebagai analisis dan wahana untuk mejelaskan fenomena yang diamati. Fokus penelitian ini ialah bagaimana pemaknaan jejaring sosial online (Facebook dan Twitter) bagi tim sukses sebagai strategi kemenangan dalam kontestasi pemilihan kepala daerah gubernur DKI Jakarta 2012 dan bagaimana kontruksi sosial tim sukses Jokowi-Ahok sebagai strategi kemenangannya terhadap kampanye politik menggunakan jejaring sosial *online* di Pilkada DKI Jakarta 2012.

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa secara keseluruhan media sosial dalam dunia politik dapat diartikan sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media promosi efektif. Jejaring sosial melalui media internet menawarkan komunikasi dan pertukaran informasi yang lebih massif dan cepat. Pemaknaan penggunaan jejaring sosial disini memiliki masing-masing diferensiasi, diantaranya bahwa jejaring sosial dimaknai sebagai sebuah media pembentuk opini publik, media promosi demokratis, penggerak revolusi, media pengintai lawan dan media komunikasi dua arah.

Berbeda dengan topik yang akan penulis teliti yakni mengenai pencitraan Jokowi-JK melalui media televisi, dan peneliti juga akan menggunakan teori citra sehingga konteks kesamaannya dalam hal ini yaitu mengenai penggunaan media sebagai sarana politik, entah dalam hal kampanye ataupun pencitraan, karena keduanya memiliki goal yang sama ialah kemenangan.

Ketiga, Jurnal penelitian yang berjudul The Effects of Social Media on Political Participation and Candidate Image Evaluations in the 2012 Iowa Caucuses (Dampak Media Sosial di Partisipasi Politik dan Evaluasi Citra Kandidat dalam Iowa Kaukus 2012) yang ditulis oleh Daniela V. Dimitrova dan Dianne Bystrom dari Iowa State University, Ames, IA, USA. Latar belakang penulisan jurnal ini ialah karena perdebatan akademis banyak yang berpusat pada dampak teknologi baru pada demokrasi.

Jurnal ini membahas mengenai efek media sosial pada partisipasi politik dan evaluasi citra kandidat dalam Iowa kaukus yang pertama. Multivariat menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki efek pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemenangan kandidat namun terdapat pengaruh antara sifat calon dengan persepsi informan . Penelitian ini juga membahas peran media tradisional sebagai saluran informasi politik selama kaukus.

Secara khusus, mereka meneliti efek media sosial pada para pemilih menjelang Iowa tes kaukus terutama bagi suatu bangsa untuk mengukur kekuatan calon presiden. Kesimpulan dari jurnal ini menyatakan bahwa beberapa orang mengandalkan media sosial. Menunjukkan bahwa pemilih Demokrat di negara bagian mungkin lebih mengandalkan sumber-sumber online informasi politik dari pemilih partai Republik. Kecenderungan politik adalah faktor yang paling signifikan mempengaruhi partisipasi pemilih. Media tampaknya lebih penting untuk evaluasi pemilih terhadap citra kandidat. Perbedaan Jurnal tersebut dengan penelitian ini terletak pada subjek, objek dan teori.

F. Definisi Konsep

Untuk menghindari konsep permasalahan terlalu luas, maka peneliti membatasi uraian konsep yang akan dijadikan tema penelitian sebagai berikut :

1. Media Metro Televisi

Bermula dengan ditemukannya *electrisce telescope* sebagai perwujudan gagasan seorang mahasiswa dari Berlin, Paul Nipkow, untuk mengirim gambar melalui udara dari suatu tempat ke tempat lain. Terjadi antara tahun 1883-1884. Prestasi Nipkow ini menjadikannya sebagai “Bapak Televisi”. Sekarang, lebih dari satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

abad televisi telah berkembang pesat. Siaran Televisi adalah pemancaran siyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang berbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara.[2]

PT Media Televisi Indonesia merupakan anak perusahaan dari Media Group, suatu kelompok usaha media yang dipimpin oleh Surya Paloh, yang juga merupakan pemilik surat kabar Media Indonesia. PT Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran atas nama "MetroTV" pada tanggal 25 Oktober 1999. Pada tanggal 25 November 2000, MetroTV mengudara untuk pertama kalinya dalam bentuk siaran uji coba di 7 kota. Pada awalnya hanya bersiaran 12 jam sehari, sejak tanggal 1 April2001, MetroTV mulai bersiaran selama 24 jam.[3]

Stasiun TV ini pada awalnya memiliki konsep agak berbeda dengan yang lain, sebab selain mengudara selama 24 jam setiap hari, stasiun TV ini hanya memusatkan acaranya pada siaran warta berita saja. Tetapi dalam perkembangannya, stasiun ini kemudian juga memasukkan unsur hiburan dalam program-programnya. Metro TV adalah stasiun pertama di Indonesia yang menyiarkan berita dalam bahasa Mandarin: *Metro Xin Wen*, dan juga satu-satunya stasiun TV di Indonesia yang tidak menayangkan program sinetron. Metro TV juga menayangkan siaran internasional berbahasa Inggris pertama di

[2]Morissan, "*Jurnalistik Televisi Mutakhir"* (Jakarta, Ghalia Indonesia,2004) hlm 2

[3]Wikipedia dalam http://id.wikipedia.org/wiki/profilmetrotv diakses Jumat 31 Oktober 2014 pukul 11.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia *Indonesia Now* yang dapat disaksikan dari seluruh dunia. Stasiun ini dikenal memiliki presenter berita terbanyak di Indonesia.[4]

Metro TV memiliki beragam program acara antara lain, Breaking News, Headline News, Metro Pagi, Bincang Pagi, Wide Shot, Metro Siang, Metro Hari Ini, Suara Anda, Top News, Top News Weekend, Metro Sport, Metro Malam, Prime Time News, Public Corner, Idenesia, Spiritual Executive, Stand Up Comedy Show, Kick Andy, Indonesia Now, Penantang Terakhir, Mario Teguh Golden Ways, Just Alvin, Mata Najwa, Melawan Lupa, Metro Highlights, Metro This Week, Agung Sedayu Group, 8 Eleven Show, Autozone, OBlitz, Sentilan Sentilun, Inside, PrimeTime News, Economic Challenges, Berani Jadi Miliyader, Metro Xin Wen, 360 (acara TV), Jurnal Pagi Jatim (khusus untuk wilayah Jawa Timur), Buletin Jatim (khusus untuk wilayah Jawa Timur), dan Titik Tengah (khusus untuk wilayah Jawa Timur).[5]

2. Pencitraan

Pencitraan berasal dari kata Citra, Huddleston memberikan definisi atau pengertian citra dengan mengatakan sebagai berikut: "Image is a set beliefs the personal associate with an Image as acquired trough experience"[6]. Artinya: citra adalah serangkaian kepercayaan

[4]Wikipedia dalam http://id.wikipedia.org/wiki/profilmetrotv diakses Jumat 31 Oktober 2014 pukul 11.00

[5]Ibid

[6] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2008) hlm.55

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dihubungkan denga sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman.

3. Jokowi-JK

Jokowi-JK adalah singkatan dari Joko Widodo dan Jusuf Kalla, yang merupakan pasangan capres dan cawapres dalam pemilihan umum presiden 2014 di Indonesia. Joko Widodo sebelum dicalonkan oleh PDI-P sebagai capres merupakan Gubernur DKI Jakarta sejak 15 Oktober 2012. Ia menjadi gubernur ke-17 yang memimpin ibukota. Sebelumnya, Jokowi menjabat Wali Kota Surakarta (Solo) selama dua kali masa bakti 2005-2015, namun tidak terselesaikan lantaran terpilih sebagai gubernur DKI Jakarta.

Dalam masa jabatannya di Solo, ia diwakili F.X. Hadi Rudyatmo sebagai wakil walikota. Dia dicalonkan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Jokowi meraih gelar insinyur dari Fakultas Kehutanan UGM pada tahun 1985. Ketika mencalonkan diri sebagai walikota Solo, banyak yang meragukan kemampuan pria yang berprofesi sebagai pedagang mebel rumah dan taman ini; bahkan hingga saat ia terpilih. Namun setahun setelah ia memimpin, banyak gebrakan progresif dilakukan olehnya. Ia banyak mengambil contoh pengembangan kota-kota di Eropa yang sering ia kunjungi dalam rangka perjalanan bisnisnya.

Sementara Jusuf Kalla lahir di Watampone, 15 Mei 1942 merupakan anak kedua dari 17 bersaudara. Semasa muda, Kalla

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

banyak menghabiskan waktu untuk berorganisasi kepemudaan. Pengalaman berkecimpung dengan organisasi berhasil mengantarkan Kalla untuk menjadi orang kedua di Indonesia pada tahun 2004-2009.[7]

Awal nama Kalla dikenal pada tahun 1968, saat dirinya menjadi CEO NV Hadji Kalla. Di bawah kepemimpinan Kalla, perusahaan NV Hadji Kalla berkembang kian pesat. Dari semula hanya sekedar bisnis ekspor-impor menjadi meluas ke bidang perhotelan, konstruksi penjualan kendaraan, kelapa sawit, perkapalan, real estate, transportasi, peternakan udang, dan telekomunikasi.

Karir politiknya bermula saat dirinya menjabat sebagai ketua Pelajar Islam Indonesia (PII) cabang Sulawesi Selatan pada tahun 1960-1964. Berlanjut menjadi ketua HMI cabang Makassar pada tahun 1965-1966. Tak puas sampai di sana, pada tahun 1967-1969 Kalla menjadi ketua Dewan Mahasiswa Universitas Hasanudin dilanjutkan sebagai ketua Dewan Presidium Kesatuan Aksi Mahasiswa Indonesia (KAMI) pada tahun 1967-1969[8].

Pada tahun 1965, setelah pembentukan Sekretariat Bersama Golongan Karya (Sekber Golkar), Kalla terpilih menjadi ketua Pemuda Sekber Golkar Sulawesi Selatan dan Tenggara (1965-1968). Di tahun yang sama, saat Kalla tengah menyelesaikan tugas akhir, dirinya terpilih menjadi anggota DPRD Provinsi Sulawesi Selatan periode 1965-1968. Karir politik Kalla seketika melesat saat dirinya terpilih

[7] Merdeka dalam http://profil.merdeka.com/indonesia/m/muhammad-jusuf-kalla/ Diakses pada Jum'at 31 Oktober 2014, pukul 09.00

[8] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi anggota Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) pada tahun 1982-1987 mewakili Golkar dan pada tahun 1997-1999 mewakili daerah.[9]

Sebelum terpilih menjadi ketua umum partai Golkar pada tahun 2004, Kalla sempat terpilih menjadi Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI di masa pemerintahan Presiden Abdurrahman Wahid selama enam bulan (1999-2000). Pada masa kepemimpinan Presiden Megawati Soekarnoputri, Kalla kembali diangkat menjadi menteri. Kali ini sebagai Menteri Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia (Menko Kesra), di tengah jalan Kalla mengundurkan diri karena berniat maju mencalonkan diri sebagai Wakil Presiden mendampingi calon presiden Susilo Bambang Yudhoyono.[10]

Kemenangan telak membuat pasangan SBY-JK melenggang menuju istana negara untuk disahkan sebagai presiden dan wakil presiden periode 2004-2009. Dengan terpilihnya presiden dan wakil presiden baru tersebut merupakan pasangan hasil pemilihan pertama langsung dari rakyat Indonesia. Pada tanggal 19 Mei 2014, Kalla resmi menjadi pendamping Jokowi dan maju sebagai calon wakil presiden Indonesia periode 2014-2019.[11]

---

[9] Merdeka dalam http://profil.merdeka.com/indonesia/m/muhammad-jusuf-kalla/ Diakses pada Jum'at 31 Oktober 2014, pukul 09.00

[10] Ibid

[11] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Kampanye Pemilihan Umum Presiden 2014

Kampanye politik adalah sebuah upaya yang terorganisir yang bertujuan untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih dan kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pemilihan umum. Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 (disingkat Pilpres 2014) dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014 untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden Indonesia untuk masa bakti 2014-2019.

Pasangan calon terpilih adalah pasangan calon yang memperoleh suara lebih dari 50% dari jumlah suara dengan sedikitnya 20% suara di setiap provinsi yang tersebar di lebih dari 50% jumlah provinsi di Indonesia. Dalam hal tidak ada pasangan calon yang perolehan suaranya memenuhi persyaratan tersebut, 2 pasangan calon yang memperoleh suara terbanyak pertama dan kedua dipilih kembali dalam pemilihan umum (putaran kedua).[12]

Dalam hal perolehan suara terbanyak dengan jumlah yang sama diperoleh oleh 2 pasangan calon, kedua pasangan calon tersebut dipilih kembali oleh rakyat dalam pemilihan umum. Dalam hal perolehan suara terbanyak dengan jumlah yang sama diperoleh oleh 3 pasangan calon atau lebih, penentuan peringkat pertama dan kedua dilakukan berdasarkan persebaran wilayah perolehan suara yang lebih luas secara berjenjang. Dalam hal perolehan suara terbanyak kedua dengan jumlah

[12]Merdeka dalam http://profil.merdeka.com/indonesia/m/muhammad-jusuf-kalla/ Diakses pada Jum'at 31 Oktober 2014, pukul 09.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang sama diperoleh oleh lebih dari 1 pasangan calon, penentuannya dilakukan berdasarkan persebaran wilayah perolehan suara yang lebih luas secara berjenjang.

Pemilihan umum ini diikuti oleh dua pasang calon Presiden dan Wakil Presiden yaitu Prabowo Subianto, mantan Panglima Kostrad yang berpasangan dengan Hatta Rajasa, mantan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian 2009-2014, serta Joko Widodo, Gubernur DKI Jakarta yang berpasangan dengan Jusuf Kalla, mantan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004-2009. Pada tanggal 31 Mei2014, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan 2 pasang calon Presiden dan Wakil Presiden, serta melakukan pengundian nomor urut pada 1 Juni 2014.Pasangan Prabowo-Hatta mendapatkan nomor undian satu dan pasangan Jokowi-JK mendapatkan nomor urut dua.Dengan masa kampanye dimulai 4 Juni hingga 5 Juli 2014.[13]

Pemilihan umum ini akhirnya dimenangi oleh pasangan Joko Widodo-Jusuf Kalla dengan memperoleh suara sebesar 53,15%, mengalahkan pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa yang memperoleh suara sebesar 46,85% sesuai dengan keputusan KPU RI pada 22 Juli 2014. Presiden dan Wakil Presiden terpilih dilantik pada tanggal 20 Oktober 2014, menggantikan Susilo Bambang Yudhoyono.[14]

---

[13] Wikipedia dalam http://id.wikipedia.org/wiki/pemilihanumumindonesia2014 diakses Jumat 31 Oktober 2014 pukul 10.00

[14] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kampanye yang dilakukan oleh tim sukses melalui media Metro TV dianggap dapat menumbuhkan daya pilih masyarakat pada Jokowi-JK dan mengantarkan mereka pada kursi presiden. Pencitraan dalam hal ini kepercayaan yang dihubungkan denga sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman. Metro TV menggambarkan *track record* positif Joko Widodo dan Jusuf kalla agar menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk memilih kandidat tersebut pada pemilu 9 Juli 2014.

5. Persepsi

Menurut ahli persepsi merupakan merupakan kesan yang diperoleh oleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir), diintepretasi dan kemudian dievaluasi, sehingga individu tersebut memperoleh makna (Purwodarminto 1990: 759). Dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.[15]

Persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterprestasian

[15] Belajar Psikologi dalam http://belajarpsikologi.com/pengertian-persepsi-menurut-ahli/ diakses Jumat 21 Agustus 2015 pukul 21.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

6. Pemilih

Pemilih adalah warga Negara Indonesia yang telah genap berusia 17 tahun atau lebih/pernah kawin.[16] Pemilih dalam setiap pemilihan umum didaftarkan melalui pendataan yang dilakukan oleh petugas yang ditunjuk oleh penyelenggara pemilihan umum. Terdapat beberapa syarat yang harus dimiliki untuk menjadikan seseorang dapat memilih. Syarat menjadi seorang pemilih adalah Warga Negara Indonesia (WNI) yang berusia 17 tahun atau lebih atau sudah/pernah kawin, tidak sedang terganggu jiwa/ingatannya, terdaftar sebagai pemilih, bukan anggota TNI/Polri (Purnawirawan / Sudah tidak lagi menjadi anggota TNI / Polri), tidak sedang dicabut hak pilihnya, dan terdaftar di Daftar pemilih Tetap (DPT).

7. Implikasi

Menurut bahasa implikasi merupakan keterlibatan atau keadaan terlibat.[17] Implikasi memiliki makna yang telah tersimpul atau disimpulkan didalam suatu penelitian. Implikasi bila didefinisikan dapat disebut sebagai akibat langsung atau konsekuensi dari temuan dan hasil atas suatu penelitian.

---

[16] Pahmi Sy, *Politik Pencitraan*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2010) hlm 54

[17] Kamus Besar Bahasa indonesia dalam http://kbbi.web.id/implikasi diakses Jum'at 21 Agustus 2015 pukul 21.30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8. Daya Pilih

Negara yang demokratis memiliki keunggulan tersendiri, karena dalam setiap pengambilan kebijakan mengacu pada aspirsi masyarakat. Masyarakat sebagai tokoh utama dalam sebuah Negara demokrasi memiliki peranan yang sangat penting. Salah satu peranan masyarakat dalam Negara demokrasi adalah partisipasi masyarakat dalam politik. Masyarakat memiliki peran yang sangat kuat dalam proses penentuan eksekutif dan legislatif baik dipemerintah pusat maupun daerah inilah yang dimaksud sebagai daya pilih.[18] Masyarakat memiliki daya dan upaya untuk terlibat langsung dalam pertisipasi politik, daya pilih inilah yang sering kali disalah gunakan oleh beberapa opnum untuk bermain *money politic* dengan membeli suara rakyat.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti. Dalam penelitian ini, teori yang dianggap relevan adalah teori **ekologi media**.

[18] Duniaku dalam http://duniabembi.blogspot.com/2013/09/partisipasi-politik-masyarakat-dalam.html diakses Jumat pukul 22.00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan :

Teori ekologi media memandang bahwa lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode (cara penyampaian) informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia. Dalam hal ini Media Metro TV sebagai medium menyampaikan hal-hal pada publik mengenai Jokowi-JK sebagai bentuk pencitraan. Hal inilah yang membentuk ekologi media yang memiliki tiga asumsi yakni media melingkupi tindakan masyarakat, media memperbaiki dan mengorganisasi pengalaman dan media menyatukan seluruh dunia.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode pengkajian dengan pendekatan kualitatif dengan tipe atau jenis riset *deskriptif*. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berupa perkataan atau lisan yang diarahkan pada latar belakang dan individu secara holistik. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Riset ini bersifat subyektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan. Desain dapat berubah atau disesuaikan dengan perkembangan riset.[19]

Jenis riset deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu. Peneliti sudah memiliki konsep dan kerangka konseptual. Riset ini menggambarkan realitas yang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel.[20]

Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena mengingat penelitian ini membutuhkan pendalaman secara personal dan lebih mendalam dengan berbagai wawancara untuk mengetahui situasi sebenarnya, maka digunakan dengan metode wawancara mendalam *(Depth Interviews)*. Peneliti melakukan kegiatan wawancara tatapmuka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden.

Selain *Depth Interviews* peneliti juga menggunakan wawancara semistruktur *(Semistructure Interview)* yakni dengan menyediakan daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-

[19]Rachmat Kriyantono,*Teknik Praktis Riset Komunikasi*,(Jakarta,Kencana Prenada Media Group,2009)hlm.56

[20]Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan. Wawancara ini biasa disebut dengan wawancara terarah atau wawancara bebas terpimpin, artinya wawancara akan dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu.[21]

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

a. Subyek Penelitian

Dalam hal ini, subyek penelitian adalah penonton Metro TV yang memilih Presiden dan Wakil Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla pada pemilu 19 Juli 2014.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian disini adalah persepsi masyarakat atas pencitraan Joko Widodo dan Jusuf Kalla atau dengan kata lain persepsi masyarakat akan citra yang ditampilkan oleh Metro Televisi pada pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam setiap tayangannya, pada saat kampanye pemili presiden 2014. Pencitraan berasal dari kata citra yang artinya adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan denga sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian diambil di Surabaya. Informan adalah masyarakat Surabaya yang menonton Metro TV dan memilih

[21] Rachmat Kriyantono,*Teknik Praktis Riset Komunikasi*,(Jakarta,Kencana Prenada Media Group,2009) hlm.99-100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jokowi-JK dalam pemilu yang dilaksanakan 9 Juli 2014. Dari hasil data KPU menyatakan bahwa Kecamatan Tambaksari memiliki data pemilih Joko Widodo dan Jusuf Kalla terbanyak di Surabaya. Oleh karena itu penelitian ini akan dilaksanakan di daerah tersebut.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis data yang digunakan ada dua macam data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari hasil *wawancara semistruktur* yang dilakukan pada penonton Metro TV yang memilih Presiden dan Wakil Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla pada pemilu 19 Juli 2014. Dilanjutkan dengan wawancara yang dilakukan secara mendalam dengan mengunakan pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya terbuka dan berkembang, serta adanya observasi sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh berdasarkan dari bahan bacaan atau disebut data penunjang berupa bukti dan catatan data yang telah disusun. Dan adanya studi keperpustakaan yaitu kumpulan data, buku, karya ilmiah dan lain-lain.

b. Sumber data yang digunakan ada dua macam data primer dan data skunder. Data primer sendiri merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli, dan tidak melalui media perantara. Data primer dapat berupa opini subyek secara individu dan kelompok, kejadian, kegiatan, hasil penguji dan hasil observasi. Sedangkan sumber data skunder merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui media perantara.

4. Tahap-tahap Penelitian

a. Tahapan Pra Lapangan

Dalam tahapan ini peneliti berusaha menyusun rencana penulisan dengan memilih lokasi penelitian, fenomena yang ada dilapangan dan memilih informasi yang terlihat langsung dilapangan. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh peneliti:

1) Rencana Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan berangkat dari permasalahan dalam lingkup peristiwa yang sedang terus berlangsung dan bisa diamati serta diverifikasi secara nyata pada saat berlangsungnya penelitian. Saat ini isu yang sangat berkembang dalam komunikasi ialah konglomerasi media dan politik media oleh karenanya peneliti menentukan tema ini.

2) Menelusuri Latar Belakang

Peneliti melakukan observasi tentang tema atau topik yang akan diteliti di lokasi yang telah ditentukan. Lokasi Kecamatan Tambaksari sendiri merupakan daerah yang cukup padat penduduk dengan perekonomian rata-rata menengah kebawah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Meneliti Informasi Yang Akan Membantu Kegiatan

Peneliti mencari informasi sebanyak-sebanyaknya baik itu dari buku-buku, jurnal penelitian terdahulu yang akan membantu dalam tahap pekerjaan lapangan nantinya.

b. Tahapan Pekerjaan Lapangan

1) Memahami Latar Penelitian

Peneliti memahami lokasi penelitian dengan mengidentifikasi khalayak yang akan dijadikan penelitian. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, maka dipilih lokasi penelitian yang digunakan sebagai sumber data. Selain didasarkan pada rekomendasi-rekomendasi dari pihak yang terkait juga melihat dari keragaman masyarakat yang berada di sekitar tempat yang menempatkan perbedaan dan kemampuan potensi yang dimilikinya

2) Memasuki Lapangan

Peneliti terlebih dulu akan mengurus perizinan dari pihak yang bersangkutan. Dengan perizinan yang dikeluarkan akan mengurangi sedikitnya ketertutupan lapangan atas kehadiran peneliti. Ketika mensosialisasikan diri di lapangan, ada hal penting lainnya yang yaitu menentukan patner kerja yang dapat memberikan informasi banyak tentang keadaan lapangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Mengumpulkan Data

Peneliti terjun secara langsung ke lapangan untuk mengumpulkan sejumlah informasi dan data-data yang dibutuhkan.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan beberapa teknik antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan baik yang dilakukan individu maupun kelompok tertentu, tanpa melakukan adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti.

b. Wawancara

Menurut Lexy[22], wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara (interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara (interview)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pencarian data berupa cetakan, catatan harian, buku-buku, jurnal, foto-foto, video dan lain sebagainya.

[22] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 186

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model alir Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh Imam Suprayogo[23], tahap analisis data dimulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a. Reduksi Data

Reduksi diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar, yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Reduksi data juga dilakukan dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo dan sebagainya.Reduksi ini terus berlanjut sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir tersusun.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Dari permulaan pengumpulan data, maka akan dimulai dengan mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan "final" mungkin tidak muncul sampai pengumpulan

[23] Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: PT Remadja Rosdakarya, 2001) hlm. 193-195

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data berakhir, bergantung besarnya kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan.Kesimpulan-kesimpulan juga diverivikasi selama kegiatan berlangsung. Verifikasi juga dilakukan dengan meninjau ulang pada catatan-catatan lapangan.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk membuktikan bahwasannya penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi maka diperlukan teknik keabsahan data. Adapun teknik keabsahan data yang digunakan oleh penulis adalah:

a. Metode Triangulasi, yakni usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Metode triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama. Dalam hal ini peneliti melakukan kroscek dari data yang dipilih baik itu melalui wawancara atau dokumen yang ada. Teknik pemeriksaan ini merupakan triangulasi dengan sumber data yakni membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan.[24] Peneliti melakukan validitas dengan membandingkan data wawancara dengan pengamatan dan dokumen-dokumen yang terkait. Selain itu membandingkan

[24] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Putra Grafika, 2007), hlm. 256-257

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apayang dikatakan secara umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

b. **Ketekunan pengamatan**, bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.[25] Peneliti mengadakan pengamatan dengan teliti dan secara berkesinambungan. Kemudian menelaah secara rinci dan berulang-ulang dalam tiap kali melakukan penelitian sehingga ditemui seluruh data penelitian, serta akhirnya hasilnya sudah mampu dipahami dengan baik.

c. **Diskusi dengan teman sejawat**, peneliti mendiskusikan hasil penelitian dengan teman sejawat yang mengetahui tentang objek yang diteliti dan permasalahannya. Peneliti berdiskusi tentang segala hal mengenai penelitian yang peneliti lakukan. Dengan berdiskusi dengan teman sejawat maka akan memberikan masukan-masukan kepada peneliti sehingga pada akhirnya peneliti merasa mantap dengan hasil penelitian.

d. **Kecukupan Referensi**, kecukupan referensi tersebut berupa bahan-bahan yang tercatat yang digunakan sebagai patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis penafsiran data. Jika alat elektronik tidak tersedia cara lain sebagai pembanding kritik masih dapat digunakan.

[25] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2009), hlm. 329

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan atau pembahasan terdiri dari lima bab yang terperinci sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari sembilan sub bab antara lain konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIS

Pada bab ini menguraikan penjelasan tentang kerangka teoritik yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian teoritik yang berkaitan dengan komunikasi massa dan ekologi media

BAB III : PENYAJIAN DATA

Pada bab ini berisikan tentang setting penelitian yakni gambaran singkat tentang subjek penelitian dan hasil wawancara.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas temuan penelitian dan menganalisis data konfirmasi temuan dengan teori.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang nantinya akan memuat kesimpulan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id