



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pemilu (pemilihan umum) presiden 2014 menjadi pertarungan politik terpanas dan paling fenomenal sepanjang penyelenggaraan pemilu di Indonesia. Rivalitas dalam memperebutkan RI 1 antara tokoh fenomenal Jokowi dan Prabowo tidak hanya menyedot perhatian masyarakat awam, namun juga media massa, lembaga survei bahkan kaum intelektual. Mengutip opini Gun Gun Heryanto selaku Direktur Eksekutif The Political Literacy Institute dan Dosen Komunikasi politik UIN Jakarta pada *Republika Online* (<http://www.republika.co.id/berita/koran/opini-koran/14/07/17/n8ue0534-wajah-propaganda-media>), Pemilu presiden 2014 menjadi momentum kritis media di tengah demokrasi yang makin terbuka lebar pascareformasi. Media massa berlomba-lomba melakukan memberitakan masa kampanye, pemilihan umum, hingga terpilihnya presiden baru.

Media massa di Indonesia, sebagaimana juga lembaga survei, kaum intelektual dan masyarakat awam, terbelah menjadi dua kubu yang berafiliasi ke Prabowo-Hatta maupun Jokowi-Kalla pada masa pemilu presiden, khususnya pada masa kampanye para calon presiden tersebut. Salah satu media massa yang paling memberikan pengaruh terbesar adalah televisi. Metro TV dan TV One menjadi media paling tendensius kepada salah satu kandidat calon presiden

berdasarkan laporan KPI yang dilansir dalam artikel media *online* BBC Indonesia , [http://www.bbc.com/indonesia/berita\\_indonesia/2014/07/140702\\_lapsus\\_media\\_bias](http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2014/07/140702_lapsus_media_bias), Kubu Prabowo-Hatta didukung oleh pemilik media TV One, Aburizal Bakrie, kemudian disusul oleh dukungan Hary Tanoesoedibjo selaku pemilik media di bawah naungan MNC Group (RCTI, MNC TV, Global TV, dll). Sedangkan kubu Jokowi-Kalla mendapat dukungan dari Surya Paloh, pemilik Media Indonesia Group (Metro TV).

Hal serupa juga mempengaruhi tendensi media massa cetak dan *online* dibawah kepemimpinan grup media tersebut seperti Harian Sindo dan Harian Media Indonesia. Begitu pula pada media *online* seperti [vivanews.com](http://vivanews.com), [tvonenews.tv](http://tvonenews.tv), [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com), serta [okezone.com](http://okezone.com). Kemudian diikuti media massa Indonesia lainnya di luar media grup tersebut seperti Kompas, Tribun News, Jawa Pos, Republika, dan lain sebagainya. Merujuk pada penjelasan McQuail (1987: 3), hal ini dikarenakan masyarakat merupakan wadah bagi berkembangnya media massa. Di sisi lain, media massa berpengaruh memberikan informasi kepada masyarakat tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungannya. Sehingga pada masa kampanye pemilihan presiden 2014, media massa memiliki agenda untuk mempengaruhi calon pemilih.

Menjelang akhir masa kampanye pemilihan presiden, media massa pun berlomba memberikan pengaruh kepada publik, menjaring massa untuk mendukung capres dukungan mereka, dan meraup keuntungan. Tentunya dalam melakukan propaganda kepada publik, wartawan di media massa Indonesia tidak menyampaikan peristiwa mentah-mentah sebagai sebuah berita. Melainkan

dengan menyusun beberapa fakta terpilih, melakukan riset dan perbandingan, menonjolkan sisi positif capres yang didukung dan memaparkan kelemahan rival capres lainnya. Maka, berita yang disajikan oleh media massa merupakan konstruksi dari realitas peristiwa-peristiwa serta sosok pada kedua kubu capres.

Gegap gempita peristiwa pemilu presiden 2014, serta berbagai fenomena dan kontroversi di dalamnya juga tak luput menjadi pemberitaan media massa berbahasa asing yang berbasis di Indonesia. Termasuk media massa *The Daily Jakarta Shimbun*, yang merupakan surat kabar berbahasa Jepang di Indonesia.

*The Daily Jakarta Shimbun* dibentuk dengan tujuan memberitakan peristiwa-peristiwa yang terjadi di Indonesia kepada ekspatriat dan pebisnis warga negara Jepang. Maka dapat dikatakan bahwa surat kabar tersebut berperan membentuk opini warga negara Jepang yang tinggal di Indonesia. Saat ini, media *The Daily Jakarta Shimbun* memiliki versi media cetak berupa surat kabar dan media *online* beralamatkan [www.jakartashimbun.com](http://www.jakartashimbun.com).

Hal menarik yang menjadi buah pemikiran penulis dalam penelitian ini adalah, jika media massa di Indonesia telah terbelah menjadi kedua kubu capres dan melakukan agenda propaganda, bagaimanakah sikap media asing berbahasa Jepang yang berbasis di Indonesia seperti *The Daily Jakarta Shimbun*. Lalu, seperti apakah media *The Daily Jakarta Shimbun* mencitrakan sosok Jokowi dan Prabowo, serta sikap media tersebut pada masa akhir kampanye pemilihan presiden 2014. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dirumuskan dua permasalahan yang akan diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Objek yang akan diteliti merupakan artikel pada masa akhir kampanye pemilihan presiden pada media *online* The Daily Jakarta Shimbun pada 4-7 Juli 2014. Artikel tersebut hanya dapat diakses melalui website [www.jakartashimbun.com](http://www.jakartashimbun.com) dan tidak dapat diakses sehari setelah tanggal terbit. Sehingga untuk mengaksesnya, perlu untuk berlangganan selama beberapa periode tertentu.

Agar dapat diketahui bagaimana citra<sup>1</sup> Jokowi dan Prabowo dikonstruksikan oleh media *online* The Daily Jakarta Shimbun, penulis menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model van Dijk. Model analisis wacana van Dijk digunakan sebagai pisau analisis pada penelitian dan didasarkan latar pertimbangan bahwa model van Dijk memiliki perangkat analisis yang cukup lengkap dan komprehensif dalam mencari motif maupun maksud tersembunyi penulis dengan melihat proses teks diproduksi. Namun demikian, karena kendala sumber daya seperti akses jangkauan untuk wawancara bersama wartawan dan kendala lainnya, maka penulis membatasi analisis hanya pada dimensi teks. Sementara pada dimensi kognisi sosial dan konteks hanya dijelaskan secara permukaan melalui pemahaman penulis.

Selain itu, penulis menggunakan pula teori media massa dan jurnalistik berita terkait penelitian yang digunakan sebagai teori pendukung. Rincian selanjutnya akan dijelaskan pada BAB II.

---

<sup>1</sup> Dalam buku *Public Relation Technique* (2012) disusun Frank Jeffkins, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

## 1.2 Batasan Masalah

Penulis berfokus pada obyek permasalahan pada artikel mengenai kampanye pemilihan presiden 2014 pada media *online* The Daily Jakarta Shimbun. Pemilihan artikel berita mengambil tiga hari pemberitaan akhir masa kampanye kedua kandidat presiden Jokowi dan Prabowo menjelang pilpres tanggal 9 Juli 2014 berlangsung., yakni pada tanggal 4,5 dan 7 Juli 2014

Kriteria pencarian artikel yang dibutuhkan untuk analisis ini terbatas hanya yang mengandung kosa kata 選挙 (*senkyo*/pemilihan), ジョコウイ (Jokowi) dan プラボウオ (Prabowo) baik pada judul maupun isi berita sebagai fokus utama obyek penelitian untuk meneliti konstruksi citra kedua capres saat Pemilu presiden. Hal itu ditujukan untuk mempersempit batasan wilayah penelitian dan mencari konstruksi pada sosok kedua kandidat presiden tersebut.

Untuk melakukan analisis terhadap citra Jokowi dan Prabowo digunakan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk pada dimensi teks, yakni meneliti struktur teks melalui tinjauan linguistik untuk menemukan makna dibalik suatu teks

Sedangkan dimensi kognisi sosial dan konteks hanya dipaparkan secara permukaan saja melalui pemahaman penulis untuk mengetahui maksud tersembunyi wartawan dan ideologinya. Pada konteks sosial dilakukan kajian dilakukan kajian pada berbagai pustaka mengenai hal yang sedang berkembang dan berkaitan dengan Jokowi dan Prabowo.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dirumuskan masalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana media *online* The Daily Jakarta Shimbun mengkonstruksikan citra calon presiden Jokowi dan Prabowo pada pemberitaan tanggal 4-7 Juli 2014 ?
- 2) Strategi apakah yang digunakan wartawan untuk mencitrakan Jokowi dan Prabowo pada artikel yang dipublikasi *online* ?

### 1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana citra Jokowi dan Prabowo dikonstruksikan oleh harian berbahasa Jepang The Daily Jakarta Shimbun, dan strategi apa yang digunakan wartawan untuk mengkonstruksi citra tersebut. Diharapkan dengan diketahuinya citra dan strategi wartawan dalam mengkonstruksi citra Jokowi Prabowo, maka bagaimana sikap, preferensi media tersebut di akhir masa kampanye Pemilihan presiden 2014 dapat diketahui.

## 1.5 Manfaat

Terdapat dua macam manfaat yang dapat diperoleh melalui penelitian ini yaitu :

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi ilmu pengetahuan, khususnya pada ilmu linguistik dan ilmu komunikasi mengenai analisis teks media. Juga, bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya berkaitan dengan analisis teks media, khususnya pada analisis wacana pada *straight news*<sup>2</sup> dan *depth news*<sup>3</sup> untuk berbagai media teks.

### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini akan memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat tentang bagaimana suatu peristiwa dikonstruksikan oleh media massa, terutama pada media massa berbahasa asing ketika memberitakan peristiwa Pemilihan presiden RI tahun 2014 di Indonesia

---

<sup>2</sup> Berita yang biasanya berasal dari kejadian atau pernyataan (komentar) dari satu atau lebih narasumber. *Straight news* dalam Kusmaningrat dan Kusmaningrat (2006) meliputi berita kutipan (*quote story*), berita fakta (*fact story*) dan berita aksi (*action story*).

<sup>3</sup> Berita jenis ini juga disebut sebagai berita komprehensif (*comprehensive news*). Berita ditulis secara lengkap dan mendalam dan digali dari kasus tertentu ke arah latar belakang (*investigative*) dan ke arah akibat (*interpretative*)

## 1.6 Tinjauan Pustaka

Berdasarkan pencarian yang berkaitan dengan topik yang diangkat penulis mengenai "Konstruksi Citra Jokowi dan Prabowo dalam Media *Online* The Daily Jakarta Shimbun pada Akhir Masa Kampanye Pemilihan Presiden RI 4-7 Juli 2014 (Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk)", sejauh ini belum pernah dilakukan sebelumnya. Namun penelitian sebelumnya yang serupa dengan itu diantaranya :

Aldila (2012) dalam skripsi berjudul "Pembingkaihan Figur Jokowi Dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta Dalam Putaran Kedua di Surat Kabar Jawa Pos dan Surya (Analisis Framing Berita Seputar Persaingan Foke-Jokowi dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta dalam Surat Kabar Jawa Pos dan Surya pada 16 September-24 September 2012)" menganalisis bagaimana wartawan membingkai dan mengkonstruksi persaingan Foke-Jokowi pada Pilgub putaran kedua. Metode yang digunakan dalam analisis tersebut menggunakan penelitian kualitatif meminjam metode analisis framing Gamson dan Midogliani. Selain itu, juga digunakan delapan struktur teks berita sebagai perangkat framingnya yakni *methapors*, *cacthprase*, *exemplar*, *depiciton*, *roots*, *appeals to principle* dan *consequence*. Hasilnya, surat kabar Jawa Pos lebih menekankan *frame* pada persaingan ketat dua calon Gubernur DKI Jakarta. Sedangkan Surya menonjolkan sosok Gubernur Joko Widodo dengan kesederhanaannya dan memberitakan sisi positif dan negatif kedua calon Gubernur DKI Jakarta.



Kemudian pada pada skripsi Febry (2015) yang berjudul "Konstruksi Sosok Jokowi oleh Media *Online* The Jakarta Shimbun (Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk) yang menganalisis bagaimana sosok Jokowi dikonstruksikan oleh media *online* Jakarta Shimbun melalui artikel serial "*Jokowi Monogatari* (ジョコウイ物語)" pada 14 Juli hingga 1 September 2014. Metode yang digunakan untuk menganalisa data adalah analisis wacana kritis melalui model Teun A. van Dijk yang berfokus pada dimensi teks yang meliputi struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Hasil yang ditemukan dari studi tersebut bahwa Jokowi dicitrakan secara positif. Tidak hanya pada Jokowi, tetapi juga orang-orang yang memiliki relasi dengannya turut dicitrakan secara positif.

Terakhir pada skripsi Nia (2015) berjudul "Jokowi dan Pencitraan Politik di Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat" menganalisa bagaimana Jokowi dicitrakan oleh Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat sehingga bisa dikenal dan menang di Yogyakarta, serta hal yang melandasi pencitraan politik Jokowi dalam pemberitaan di media tersebut pada tanggal 4-5 Juli 2014. Metode yang digunakan adalah analisis wacana kritis perspektif Fairclough untuk menampilkan praktek citra yang merupakan cerminan realitas dan ideologi dimana citra menyembunyikan atau memberikan gambaran yang salah akan realitas. Dapat ditemukan bahwa Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat dalam pemberitaannya tidak terlepas dari kepentingan kelompoknya yakni kepentingan politik kelompok Keluarga Samawi dalam memenangkan Pilpres 2014. Penelitian tersebut membuahkan kesimpulan bahwa terciptanya opini politik terhadap citra positif Jokowi tidak terlepas dari keberpihakan media terhadap salah satu calon presiden.

Pada penelitian Aldila dan Nia, obyek yang diteliti adalah citra Jokowi pada saat pemilihan Gubernur DKI dan Pilpres 2014 pada media cetak surat kabar. Kelebihan dari skripsi mereka adalah hasil temuan bahwa surat kabar tersebut memiliki kecenderungan positif terhadap Jokowi. Akan tetapi, mereka tidak membahas bagaimana sikap media pada saat memberitakan lawan Jokowi. Pada penelitian kali ini, lawan Jokowi pada Pilpres 2014, Prabowo, turut dibahas.

Sementara itu, skripsi Febry mengangkat citra Jokowi pada artikel bersambung media *online* The Daily Jakarta Shimbun. Kumpulan artikel tersebut merupakan jenis berita *feature*<sup>4</sup>. Analisis pada penelitian tersebut menggunakan metode Teun A. van Dijk yang sama dengan model yang digunakan pada penelitian kali ini. Pada skripsi Febry, analisis dilakukan dengan merujuk pada teks terjemahan bahasa Indonesia. Selain itu, pada satu artikel, penjabaran dibagi per elemen strategi struktur mikro sehingga memudahkan pembacaan hasil analisa. Sayangnya, penelitian tersebut tidak menjabarkan lebih lanjut makna kosa kata maupun analisa terhadap teks asli berbahasa Jepang. Penelitian dimensi teks mengenai citra Jokowi tidak dilakukan secara mendalam pada sumber teks aslinya.

Penelitian berupa skripsi, makalah dan jurnal mengenai Prabowo Subianto pun hingga saat ini belum dapat ditemukan. Sementara itu, dalam skripsi ini penulis meneliti citra kedua calon presiden yakni Jokowi dan Prabowo dari sudut pandang media *online* berbahasa asing berbasis di Indonesia, yakni The Daily

---

<sup>4</sup> Dikutip dari Mondry (2008: 193), *feature* dalam arti luas merupakan tulisan-tulisan di luar berita, dapat berisi tajuk rencana, opini, sketsa, laporan pandangan mata dan sebagainya. Dalam arti sempit, *feature* adalah tulisan bersifat menghibur, mendidik, memberi informasi dan lain-lain mengenai aspek kehidupan seseorang (Zaim, 1993).

Jakarta Shimbun, harian berbahasa Jepang. Sikap dan konstruksi media tersebut terhadap kedua calon tersebut dijabarkan secara rinci pada setiap paragrafnya. Analisis pada dimensi teks merujuk pada teks asli berbahasa Jepang. Meski menggunakan model analisis yang sama dengan skripsi Febry, obyek yang diteliti penulis adalah artikel berjenis *straight news* dan *depth news* dari harian tersebut, dan bernilai aktual.

Apa yang membedakan penelitian ini dan yang sebelumnya ialah, obyek penelitian penulis adalah artikel berjenis *straight news* dan *depth news* berbahasa Jepang, dan metode yang digunakan adalah analisis wacana model analisis wacana van Dijk untuk mencari citra Jokowi sekaligus Prabowo pada pemberitaan tiga hari akhir masa kampanye Pilpres 2014 yang merupakan masa krusial bagi kedua capres. Selain untuk mengetahui bagaimana keduanya dicitrakan, penelitian ini bertujuan untuk mengamati sikap media *online* The Daily Jakarta Shimbun terhadap peristiwa tersebut.

## **1.7 Landasan Teori**

Penulis akan menganalisis data primer menggunakan teori analisis wacana kritis model van Dijk pada dimensi teks. Untuk mendukung teori tersebut, juga digunakan teori mengenai media massa dan berita. Teori tersebut akan dijabarkan secara rinci di BAB II.

Alasan digunakannya teori analisis wacana kritis model van Dijk yakni teori tersebut cukup komprehensif dan lengkap untuk menemukan motif atau maksud, maupun pesan dibalik pengungkapan wartawan dalam suatu teks. Selain

itu, juga dapat menganalisis tema-tema yang mengandung pro dan kontra di kalangan masyarakat sebagaimana diungkapkan oleh wartawan media *online* The Daily Jakarta Shimbun.

## **1.8 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian berikut adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Sarwono (2006:193-212) menjelaskan, pendekatan kualitatif merupakan pendekatan untuk meneliti data yang bersifat kualitatif (bukan angka), yakni berupa gejala-gejala, kejadian, dan peristiwa yang dianalisis berdasarkan kategori. Metode analisis data yang digunakan meminjam metode analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

### **1.8.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian berikut adalah data primer berwujud artikel *hard news* mengenai masa akhir kampanye pemilihan presiden yang terbit pada 4-7 Juli 2014 dalam media *online* Jakarta Shimbun. Terpilihnya artikel tersebut sebagai primer dilatarbelakangi alasan bahwa di tanggal tersebut merupakan masa-masa krusial kedua calon presiden Jokowi dan Prabowo untuk meraih suara pencoblos sebanyak-banyaknya sebelum pencoblosan pilpres 2014.

Media di Indonesia yang telah terpecah untuk mendukung salah satu calon presiden tentu berlomba-lomba untuk melakukan provokasi maupun propaganda. Namun pemberitaan akhir masa kampanye pemilihan presiden dari sudut pandang The Daily Jakarta Shimbun sebagai media asing berbahasa Jepang berbasis di

Indonesia merupakan sesuatu yang jarang sekali terjadi. Sehingga dapat dikatakan bahwa akhir masa kampanye pemilihan presiden 2014 merupakan peristiwa yang dipandang fenomenal bagi media *online* The Daily Jakarta Shimbun dan memiliki pengaruh terhadap target pembacanya yang utamanya merupakan ekspatriat dan pebisnis warga negara Jepang.

### 1.8.2 Metode Pengumpulan Data

Langkah-langkah yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data adalah baik data primer dan sekunder adalah sebagai berikut:

1. Data primer dalam wujud artikel diambil dari media *online* The Daily Jakarta Shimbun yang dapat diakses pada url: [www.jakartashimbun.com](http://www.jakartashimbun.com). Artikel diambil dari harian *online* yang terbit pada tiga hari terakhir yang memberitakan mengenai kampanye pemilihan presiden 2014 yaitu pada tanggal 4,5, dan 7 Juli 2014. Pembatasan hanya pada periode tersebut dilatari alasan bahwa tanggal tersebut merupakan tanggal publikasi media *online* The Daily Jakarta Shimbun pada hari-hari terakhir menjelang ditutupnya masa kampanye pilpres 2014 yaitu tanggal 5 Juli 2015. Pemberitaan media *online* tersebut terbit sehari setelah momen atau peristiwa akhir masa kampanye pada tanggal 3,4, dan 5 Juli telah terjadi. Pemberitaan pada tanggal 5 Juli 2014 yang seharusnya diterbitkan pada 6 Juli 2014 tidak dapat terbit dikarenakan hari libur tayang bagi media tersebut. Sehingga dimunculkan pada tanggal 7 Juli 2014. Sehingga dapat

diasumsikan, artikel yang diterbitkan merupakan pemberitaan penting dan dibuat lebih serius karena merupakan waktu terakhir untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik.

2. Dalam terbitan tanggal 4,5, dan 7 Juli, jumlah artikel yang didapat adalah sebanyak 7 artikel. Penulis mentranskrip dan menerjemahkannya dari Bahasa Jepang ke dalam Bahasa Indonesia dan menjadikannya sebagai data primer.
3. Data sekunder berupa sumber kepustakaan diambil dari sumber tertulis penelitian sebelumnya dan buku-buku teori yang mendukung untuk melengkapi penelitian.

### **1.8.3 Metode Analisis Data**

Setelah data melalui proses transkrip dan koreksi, data primer dan sekunder diolah dengan langkah sebagai berikut:

1. Data primer yang berupa artikel dikelompokkan dan diinventarisir berdasarkan tanggal terbit, topik mendetail per paragraf artikel, berikut dengan data grafis.
2. Artikel berbahasa Indonesia dan Jepang tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode analisis wacana kritis model Teun Van Dijk yang difokuskan pada analisis dimensi teks dari sisi struktur makro (tematik), superstruktur (skematik), serta struktur mikro.
  - Pada analisis struktur makro, judul dianalisis untuk mengetahui sejauh mana mencitrakan positif, netral, ataupun negatif baik Jokowi

mapupun Prabowo. Selain itu, tiap-tiap teks/artikel berita dibaca mendalam secara keseluruhan untuk menemukan topik dan sejauh mana mencitrakan Jokowi dan Prabowo tersebut.

- Pada analisis superstruktur, tiap-tiap paragraf di masing-masing artikel dicari pokok pikirannya masing-masing. Pokok-pokok pikiran tersebut selanjutnya diamati dan dicari seberapa banyak fakta mengenai Jokowi dan Prabowo ditampilkan dan bagaimana keduanya diposisikan di dalam struktur alenia tersebut.

- Pada analisis mikro, tiap-tiap paragraf dari tiap-tiap artikel kembali dianalisis sejauh mana mencitrakan Jokowi dan Prabowo, apakah positif, negatif, atau netral. Bila citra atau gambaran mengenai Jokowi dan Prabowo telah ditemukan, selanjutnya kembali dianalisis untuk menemukan strategi apakah yang digunakan wartawan untuk mengkonstruksi teks dengan citra tersebut mengacu pada strategi yang didefinisikan Van Dijk untuk mengkonstruksi suatu struktur mikro yaitu: elemen latar, detil, maksud, bentuk kalimat, pra-anggapan, koherensi, koherensi kondisional, koherensi pembandingan, leksikon, grafis dan metafora.

3. Hasil analisis selanjutnya disimpulkan dan digunakan menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah.

## 1.9 Sistematika Penelitian

**BAB I** berisikan pendahuluan yang menyajikan informasi latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika penelitian.

**BAB II** berisikan landasan teori dan gambaran umum objek. Landasan teori meliputi penjabaran teori mengenai citra dan pencitraan, media massa, berita, analisis wacana dan analisis wacan kritis, serta analisis wacana model Teun A van Dijk. Kemudian gambaran umum obyek penelitian meliputi profil The Daily Jakarta Shimbun, profil Jokowi, profil Prabowo dan gambaran Pemilu Presiden 2014.

**BAB III** berisikan analisis yang menyajikan penemuan data, penganalisan dan penginterpretasian data sehingga diperoleh simpulan mengenai cara wartawan media *online* The Daily Jakarta Shimbun mengkonstruksi citra Jokowi dan Prabowo dalam artikel masa akhir kampanye pemilihan presiden tanggal 4-7 Juli 2014.

**BAB IV** berisikan penutup yang menyajikan simpulan akhir dan saran untuk penelitian mendatang.