

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politik dan media ibarat dua sisi dari satu mata uang. Media massa khususnya harian dan elektronik, memerlukan karakteristik yang dimiliki oleh ranah politik praktis. Politik juga memerlukan media massa sebagai wadah dalam mengelola kesan yang hendak diciptakan. Tidak ada gerakan sosial yang tidak memiliki divisi media. Apapun bidang yang digeluti oleh sebuah gerakan, semuanya memiliki perangkat yang berfungsi untuk menciptakan atau berhubungan dengan media (Ardiyanti, 2009)

Fungsi media massa sesungguhnya adalah memberikan informasi, memberikan pendidikan, memberikan hiburan, dan melakukan kontrol sosial, dalam menyajikan informasi media harus netral dan sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Namun fenomena yang terjadi sekarang ialah sebaliknya media cenderung tidak netral, baik secara teoritis maupun praktis, pemilihan atas peristiwa apa yang menjadi *headline*, siapa yang menjadi narasumber, bahasa apa yang digunakan atau sudut pandang apa yang dipakai dalam membaca fakta, semuanya adalah pilihan-pilihan yang tak terhindarkan oleh media yang bersangkutan. Menghadapi dunia politik, media massa tak jarang menemui kesulitan-kesulitan tersendiri. Di satu sisi media massa dituntut untuk melaksanakan fungsinya agar pembaca, pemirsa, atau pendengar semakin memiliki sikap kritis.

Media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Media massa dianggap memiliki peran yang sangat penting dalam mentransmisi dan menstimulasi permasalahan politik dalam setiap kampanye politik (Klapper dalam Firmanzah, dalam Mandarani: 2013) setiap media mempunyai ideologi-ideologi yang merujuk pada kepentingan. Seperti kepentingan politik yang merujuk keberpihakan, dan itu dapat terjadi pada wacana serta pilihan kata dan gaya bahasa pada pemberitaan politik, untuk menguak itu semua membutuhkan analisis wacana serta kajian diksi dan gaya bahasa.

Wacana adalah proses pengembangan komunikasi yang menggunakan simbol-simbol dan peristiwa-peristiwa di dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Pemahaman mendasar analisis wacana adalah tidak dipahami semata-mata sebagai suatu objek bahasa. Bahasa tentu digunakan untuk menganalisis teks. Teks sendiri terdapat pilihan-pilihan kata dan gaya bahasa yang digunakan untuk memahami suatu maksud yang akan menimbulkan makna tersendiri.

Pengertian pilihan kata atau diksi jauh lebih luas dari apa yang dipantulkan oleh jalinan kata-kata itu. Istilah ini bukan saja dipergunakan untuk menyatakan kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan suatu idea atau gagasan, tetapi juga meliputi persoalan fraseologi, gaya bahasa, dan ungkaan. Fraseologi mencakup persoalan kata-kata dalam pengelompokkannya dan susunannya, atau menyangkut cara-cara yang khusus berbentuk ungkapan-ungkapan (Keraf, 1984:23).

Pemilihan capres 2014 yang sudah dilaksanakan pada tanggal 9 Juli tahun lalu, yang menetapkan pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa sebagai pasangan urutan satu dan pasangan Joko Widodo-Yusuf Kalla sebagai pasangan nomor urutan dua. Pemilu 2014 ini tidak lepas dengan sorotan media dan pemberitaan politik karena hampir setiap media memiliki capres yang didukungnya. Adanya kesadaran bahwa televisi mempunyai pengaruh yang sangat besar untuk membentuk suatu opini masyarakat sehingga secara tidak langsung dimanfaatkan oleh media tersebut untuk memberikan kesan positif pada capres yang didukungnya guna mendapatkan suara dari pemilih.

Keberpihakan di jurnalistik televisi, dunia penyiaran jurnalistik televisi merupakan salah satu bagian dari suatu struktur besar manajemen penyiaran yang ada di stasiun televisi tersebut. Oleh karena itu, kerja jurnalistik tidak bisa lepas dari sembilan kelompok yang saling berinteraksi, yaitu: investor/pemilik stasiun televisi, *holding company*, perusahaan televisi, departemen berita, budaya organisasi, jurnalis atau wartawan, khalayak umum, sumber berita, dan pemasang iklan (Ardiyanti, 2009)

Hampir setiap media televisi mempunyai sifat yang tidak netral dalam mendukung capres 2014 tahun lalu salah satunya adalah stasiun televisi MetroTV. Data KPI, sebagaimana dilansir koran tempo pada berita utamanya Senin, 26 Mei 2014 menyebutkan MetroTV menayangkan berita soal Jokowi sebanyak 62 kali pada 6-15 Mei. Pada periode yang sama iklan kampanye di MetroTV mencapai 96 kali. Bahkan usai deklarasi pemberitaan soal Jokowi di MetroTV bisa mencapai 15 kali setiap hari. Hal tersebut

melanggar aturan maksimal 10 kali setiap hari dengan durasi masing-masing paling lama 30 detik. Sebaliknya, pemberitaan soal Prabowo di MetroTV hanya 22 kali dan penayangan iklan kampanye Prabowo di MetroTV nihil. KPI telah menetapkan sejumlah peraturan untuk kegiatan jurnalistik televisi dalam melakukan pemberitaannya. Sebagaimana yang diatur dalam peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang pedoman perilaku penyiaran pada Bab XXIX tentang siaran Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah pasal 50 menyebutkan diantaranya bahwa lembaga penyiaran wajib menyediakan waktu yang cukup bagi peliputan Pemilihan Umum, lembaga penyiaran wajib adil dan proposional terhadap para peserta Pemilihan Umum (Ardiyanti, 2009)

Hasil pengumpulan data dari media internet yaitu *youtube* yang peneliti lakukan, terdapat lima berita pemberitaan politik pilpres 2014 di MetroTV yang menunjukkan keberpihakan salah satu capres. Kelima berita di atas akan peneliti gunakan dalam penelitian ini. Peneliti ingin mengetahui berita tersebut memiliki unsur-unsur bahasa yang menunjukkan keberpihakan jika dibedah menggunakan teori wacana serta diksi dan gaya.

Seperti contoh pada salah satu berita di bawah ini:

Kompetisi antar Jokowi dan Prabowo subianto dalam kontestasi perebutan kepemimpinan nasional sesungguhnya merepresentasikan kontras dalam banyak hal, ini merupakan kompetisi antar generasi lengkap dengan gayanya masing-masing yang sangat kontras. Prabowo adalah toko tua sedangkan Jokowi adalah toko muda, dengan gaya kerja baru yang progresif serta tidak berjarak dengan rakyat, dari gaya busana dan pidato saja mereka memperlihatkan sesuatu yang kontras. Prabowo terlihat berorientasi ke masa lalu dengan mematut-matut

diri seperti tokoh masa lalu, dengan peci dimiringkan mikrofon gaya tahun 40 an dan intonasi serta suara mimik muka serius. Sedangkan Jokowi dengan baju kotak-kotak yang mengesankan gaya informal dan intonasi orasinya yang tidak terlalu meledak-ledak serta kedekatannya dengan audien, mencirikan gaya baru pemimpin masa kini.

Berita di atas jika disesuaikan dengan teori diksi dan gaya bahasa, sangat terlihat bagaimana bentuk diksi dan gaya bahasa dalam pemberitaan tersebut. Terlihat dengan jelas berita tersebut membandingkan antara kedua calon presiden Prabowo dan Jokowi melalui penekanan-penekanan penggunaan gaya bahasa atau pemilihan kata komunikator saat membacakan berita tersebut.

Prabowo adalah tokoh tua sedangkan Jokowi adalah tokoh muda, dari penggalan kalimat berita tersebut menunjukkan keberpihakan salah satu capres, yang terdapat kata Tua dan Muda, dari kata tersebut sudah menunjukkan bagaimana sosok Prabowo dan Jokowi digambarkan dalam sebuah berita. Tua dapat diartikan hal-hal yang bersifat kuno dan cenderung mengarah dengan masa lalu, sedangkan muda dapat diartikan dengan hal-hal yang bersifat baru dan segar, menampilkan sesuatu dengan gaya masa kini.

Penggalan berita di atas terdapat unsur-unsur keberpihakan, sehingga perlu dilakukan penelitian mengapa dapat terjadi hal tersebut. Namun kenyataannya hal tersebut terabaikan oleh beberapa media yang hanya memihak salah satu peserta saja dalam pemilihan umum. Hal yang melatarbelakangi penulis adalah bagaimana keterkaitan pemilik media

dengan pemilihan capres 2014 khususnya di MetroTV, sehingga berdampak dengan keberpihakan, dan dari keberpihakan tersebut secara tidak langsung pemilik media dengan sengaja menggunakan media yang dimilikinya sebagai penghubung untuk membentuk opini publik agar memperoleh suara dari masyarakat yang ditunjukkan melalui wacana diksi dan gaya bahasa saat komunikator menyiarkan berita.

Keterkaitan antara pemilik media dengan politik, karena Surya Paloh selaku pemilik stasiun televisi MetroTV merupakan pendiri partai nasdem, dan partai tersebut berkoalisi dengan PDIP merupakan partai induk yang mengusung capres no urut 2 Joko Widodo, secara tidak langsung berita-berita politik pilpres 2014 yang dimuat MetroTV cenderung mengunggulkan salah satu capres tersebut melalui bahasa yang digunakan dengan penggunaan kata sehingga terdapat makna tersendiri yang menuju keberpihakan. Media massa bukan sesuatu yang bebas, independen, tetapi memiliki keterkaitan dengan realitas sosial. Jelasnya, ada berbagai kepentingan yang bermain di media massa. Di samping kepentingan ideologi antara masyarakat dan negara, dalam diri media massa juga berselebung kepentingan yang lain; misalnya kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan, lapangan kerja bagi karyawan dan sebagainya. Media massa tidak mungkin berdiri statis ditengah-tengah, dia akan bergerak dinamis diantara pusaran-pusaran kepentingan yang sedang bermain. Kenyataan inilah yang menyebabkan bias berita di media massa adalah sesuatu yang sulit dihindari (sobur, 2004:30)

Berita politik pilpres 2014 di MetroTV dikaji melalui diksi dan gaya bahasa yang menunjukkan keterkaitan antara pemilik media dengan politik, Oleh karena itu peneliti menggunakan objek pemberitaan politik tersebut, dan digunakan untuk membuat perbaikan wacana terhadap pemberitaan serta gaya bahasa dan pilihan kata berita politik dalam stasiun televisi, tidak hanya memberikan informasi yang valid dan sesuai namun harus menilai dan menimbang manfaat dan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah tersebut, maka rumusan masalah yang akan dianalisis yaitu:

1. Bagaimanakah pemilihan diksi dalam berita politik pemilihan capres 2014 di MetroTV?
2. Bagaimanakah gaya bahasayang digunakan dalam berita politik pemilihan capres 2014 di MetroTV?

1.2.1 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada berita pemilihan capres 2014 yang ditayangkan di MetroTV yang terfokus pada pemilihan diksi dan gaya bahasanya saja.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan Pemberitaan Politik Pemilihan Capres 2014 di MetroTV melalui pilihan diksi dan gaya bahasanya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis.

1.5.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan ilmu dibidang linguistik dalam kajian Analisis. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi acuan bagi semua pihak yang ingin mengkaji penelitian ini lebih lanjut, dan dapat digunakan sebagai bahan acuan teori-teori penelitian lain yang sejenis.

1.5.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, referensi, dan wawasan yang luas kepada masyarakat khususnya tentang diksi dan gaya bahasa pemberitaan politik yang terdapat di MetroTV. Wacana memberikan kontribusi bagi perkembangan pemberitaan politik oleh media khususnya di MetroTV

1.6 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini berisi tentang penelitian-penelitian sebelumnya, dan akan menjadi sumber referensi dalam tulisan ini. Penelitian mengenai bahasa sebagai pembangun citra dalam dunia politik sudah dilakukan oleh

peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas pencitraan politik maupun pemberitaan politik adalah sebagai berikut:

Azizi (2014) meneliti “Mediaisasi Politik Studi kasus Konstruksi Citra Politik Pasangan Soekarwo-Saifullah Yusuf (karsa) Dalam Konten Pemberitaan Harian Jawa Pos di Pemilihan Gubernur Jawa Timur Tahun 2014” . Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa: a) secara nilai dasar terdapat salah satu orientasi media massa meliputi aktor politik yakni tidak partisan. Pemberitaan dipengaruhi oleh citra politik hendak dibangun oleh aktor politik kepada konstituennya. Penelitian sebelumnya dengan penelitian ini hampir serupa, namun penelitian sebelumnya yang dikaji adalah analisis Wacananya saja. Sedangkan penelitian ini menggunakan diksi dan gaya bahasa untuk dikaji.

Penelitian Mandarani (2013) meneliti “Pencitraan Joko Widodo dan Fauzi Bowo Dalam media Harian *Kompas* Pada Pilkada DKI Jakarta 2012” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontestasi politik pada Pilkada DKI Jakarta 2012 calon kandidat yang maju hingga putaran kedua memiliki latar belakang cultural yang sangat berbeda. Hal ini didukung pula dengan kondisi masyarakat DKI Jakarta yang sangat multikultural, sehingga dapat memunculkan wacana, S dalam media harian *kompas* diungkapkan bahwa pilkada DKI Jakarta 2012 merupakan miniatur kontestasi politik Indonesia. Aspek kontestasi menjadi uji coba bagi tokoh-tokoh politik dari balik partai yang mendukung calon untuk maju pada pemilihan presiden dan wakil presiden dengan figur-figur baru dengan beragam latar belakang. Penelitian

ini dengan penelitian sebelumnya hampir sama yaitu dari segi objek. Namun berbeda dalam kajiannya penelitian sebelumnya yang dikaji adalah analisis wacananya, sedangkan penelitian ini mengkaji diksi dan bahasanya.

Sofia (2009) dengan judul “Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Acara Insert Investigasi di Trans tv”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penyampaian berita insert investigasi di trans tv penekankan pada penyampaian berita dikemas secara serius dan lebih tajam dengan pilihan kata dan gaya bahasanya. Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya hampir sama namun berbeda dari segi objek, namun mempunyai kesamaan yaitu dalam penggunaan teori dan kajiannya dengan menggunakan diksi dan gaya bahasa untuk dikaji namun dalam penelitian ini hanya beberapa bentuk gaya bahasa yang digunakan tidak lengkap seperti penelitian sebelumnya.

Fauriana (2009) meneliti “Citra Politisi Lokal dalam Iklan Politik {Analisis Wacana Citra Mardjoko-Husein (MARHEIN) dalam Iklan Politik di Banyumas Televisi (BMSTV) pada Pilkada Banyumas Tahun 2008}”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wacana yang ditampilkan dalam iklan kampanye pasangan Mardjoko-Husein memperlihatkan kuatnya proses pencitraan dalam media. Mardjoko dibuat sedemikian rupa sehingga terkesan lekat dengan masyarakat. Skema pertama adalah pembentukan citra diri kepada masyarakat. Dengan pembuatan iklan yang cenderung mengesankan Mardjoko sebagai sosok pemimpin idaman serta lekat dengan masyarakat, hal tersebut menunjukkan dalam tingkah laku dan gaya bahasa yang mencitrakan orang Banyumas asli. Penelitian sebelumnya

dengan penelitian ini hampir serupa, namun penelitian sebelumnya yang dikaji adalah analisis Wacananya saja. Sedangkan penelitian ini menggunakan diksi dan gaya bahasa untuk dikaji.

Rahmawati (2010) meneliti “Analisis Wacana Seksualitas dalam Film Berbagi Suami” untuk menyelesaikan skripsinya di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa wacana seksualitas pada film berbagi suami sering ditemui adanya bentuk dialig dan monolog seksualitas. Bentuk dialog antara pemeran wanita dengan pemeran laki-laki dan juga antara pemeran wanita dengan wanita lainnya. namun penelitian sebelumnya yang dikaji adalah analisis Wacananya saja. Sedangkan penelitian ini menggunakan diksi dan gaya bahasa untuk dikaji.

1.7 Landasan Teori

Teori adalah serangkaian asumsi, konsep, definisi, dan proposi untuk memerankan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara menghubungkan anrtarkonsep.

Begitu banyak teori kebahasaan yang dapat mengkaji suatu objek, namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan wacana serta teori diksi dan gaya bahasa dengan objek pemberitaan politik pilpres 2014 di MetroTV.

1.7.1 Diksi dan Gaya Bahasa

Teori diksi dan gaya bahasa dapat digunakan sebagai pedoman dalam mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Sebab itu persoalan gaya bahasa

meliputi semua hirarki kebahasaan: pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan mencakup pula sebuah wacana secara keseluruhan. Bahkan nada yang tersirat di balik sebuah wacana termasuk persoalan gaya bahasa (Keraf, 1984:112). Untuk menemukan diksi dan gaya kebahasaan yang menunjukkan keberpihakan dalam berita politik pilpres 2014 di MetroTV.

1.7.1.2 Pilihan Kata

Pilihan kata tidak hanya mempersoalkan ketepatan pemakaian kata, tetapi juga mempersoalkan apakah kata yang dipilih itu juga dapat diterima atau tidak merusak suasana (Abdul Chaer: 24).

Menurut Keraf (2006: 24), menurunkan tiga pengertian mengenai diksi yakni sebagai berikut; *Pertama*, pilihan kata atau diksi mencakup pengertian kata-kata mana yang dipilih untuk menyampaikan suatu gagasan, bagaimana membentuk pengelompokan kata-kata yang tepat atau menggunakan ungkapan-ungkapan yang tepat, dan gaya bahasa mana yang paling baik digunakan dalam suatu situasi. *Kedua*, pilihan kata-kata atau diksi adalah kemampuan membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna dari gagasan yang ingin disampaikan, dan kemampuan untuk menemukan bentuk yang sesuai atau (cocok) dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki kelompok masyarakat pendengar. *Ketiga*, pilihan kata yang tepat dan sesuai hanya dimungkinkan oleh penguasaan sejumlah besar kosa kata atau perbendaharaan kata atau

kosakata suatu bahasa adalah keseluruhan kata yang dimiliki oleh bahasa.

Persoalan diksi dan pilihan kata bukanlah persoalan yang sederhana, ketepatan pemilihan kata atau diksi untuk mengungkapkan suatu gagasan diharapkan fungsi yang diperoleh akan sesuai tujuan yang ingin dicapai.

1. Makna kata

Pembahasan tentang gaya dan diksi bahasa tentunya tidak terlepas dari makna kata, karena ketepatan dan kesesuaian pilihan kata harus diperhatikan secara seksama. Makna adalah pertalian antara bentuk dan referen.

Odgen dan Richards dalam bukunya *the meaning of meaning* berpendapat bahwa makna adalah hubungan dengan dunia luar yang telah disepakati bersama, oleh para pemakai bahasa sehingga dapat saling mengerti. Berdasarkan pengertian tersebut maka terdapat tiga unsur pokok yang tercakup; 1) makna adalah hasil hubungan antara bahasa dengan dunia luar; (2) penentuan hubungan terjadi karena kesepakatan para pemakai; dan (3) perwujudan makna itu dapat digunakan untuk menyampaikan informasi sehingga dapat saling mengerti (Aminudin, 2003: 52).

1.7.2.2 Gaya Bahasa

Gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian dan sebagainya, sedangkan gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa. Gaya bahasa juga dapat menilai seseorang atau kepribadian, watak, dan kemampuan seseorang dalam menggunakan bahasa. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya; semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian diberikan padanya.

Gaya bahasa dapat ditinjau dari bermacam-macam sudut pandang. Oleh sebab itu, sulit diperoleh kata sepakat mengenai suatu pembagian yang bersifat menyeluruh dan dapat diterima oleh semua pihak.

Jenis-jenis Gaya bahasa

a. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

1. Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya bahasa yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempegunakannya dengan baik dan terpelihara.

2. Gaya bahasa tak resmi

Merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standart, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu konservatif.

3. Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa percakapan ini dalam bahasanya, pilihan katanya adalah kata-kata populer, namun harus ditambahkan dari segi morfologis dan sintaksis.

b. Gaya bahasa berdasarkan nada

1. Gaya sederhana

Gaya bahasa ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab itu untuk mempergunakan gaya bahasa ini secara efektif, penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup dan mumpuni.

2. Gaya mulia dan bertenaga

Gaya bahasa mulia dan berharga ini biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, namun dapat mempergunakan nada keagungan dan kemuliaan.

3. Gaya menengah

Merupakan gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Gaya menengah ini mempunyai tujuan yaitu menciptakan suasana senang dan damai.

c. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat

1. Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dari kalimat yang bersifat periodik. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung

urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.

2. Antiklimaks

Antiklimaks dihasilkan dari kalimat yang berstruktur mengendur. Antiklimaks sebagai gaya bahasa merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dari yang terpenting berturut-turut ke gagasan yang kurang penting.

3. Paralelisme

Paralelisme merupakan semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama.

4. Antitesis

Gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan.

5. Repetisi

Perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

d. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna

1. Aliterasi

Semacam gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama.

2. Asonansi

Gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi vocal yang sama.

3. Anastrof

Gaya bahasa retorik yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat.

4. Apostrof

Semacam gaya bahasa yang berbentuk pengalihan amanat dari para hadirin kepada sesuatu yang tidak hadir. Cara ini biasanya digunakan oleh orator klasik.

5. Metafora

Gaya bahasa yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat.

6. Asindeton

Gaya bahasa yang berupa acuan, yang bersifat padat dan mampat di mana beberapa kata, frasa, atau klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung.

7. Hiperbola

Adalah semacam gaya bahasa yang mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal.

8. Alusi

Merupakan gaya bahasa yang berusaha mensugestasikan kesamaan antara orang, tempat, atau peristiwa.

Jenis-jenis gaya bahasa di atas tidak semua digunakan peneliti, hanya beberapa yang sesuai dengan objek yang digunakan, diantaranya adalah gaya bahasa klimaks, antiklimaks, hiperbola, alusi, dan metafora

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau prosedur yang digunakan dalam melaksanakan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini akan memberikan gambaran secara cermat mengenai objek penelitian. Metode kualitatif ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu metode pengumpulan data, metode penganalisan, dan metode penyajian hasil analisis data.

1.8.1 Sumber data

Data untuk penelitian ini diperoleh dari *Youtube* yang berisi tentang pemberitaan-pemberitaan pemilihan presiden 2014 di MetroTV. Data akan dipilih sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan. tidak semua pemberitaan digunakan namun terdapat kreteria sendiri, yaitu pemberitaan yang lebih memperlihatkan keberpihakan yang ditunjukkan kelebihan dan keunggulan salah satu capres 2014.

1.8.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka metode dan beberapa macam teknik yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. Metode Simak

Pada metode ini terdapat tiga macam yaitu teknik sadap, teknik simak libat cakap, dan teknik simak bebas libat cakap. Namun pada penelitian ini menggunakan teknik simak bebas libat cakap. Teknik simak bebas libat cakap merupakan teknik yang menyimak penggunaan bahasa tanpa ikut berpartisipasi dalam proses pembicaraan. Pada tehnik ini, peneliti tidak dilibatkan langsung untuk ikut menentukan pembentukan dan pemunculan calon data kecuali hanya sebagai pemerhati-pemerhati terhadap calon data yang terbentuk dalam sebuah peristiwa yang berada di luar dirinya (Sudaryanto, 198: 4).

b. Teknik catat

Teknik catat yaitu cara yang dilakukan peneliti untuk mencatat data-data yang diperlukan dan yang terdapat hubungan dengan masalah. Peneliti menyimak berita pemilihan capres 2014 di MetroTV, kemudian mencatat keterangan dalam tulisan yang dimunculkan dalam kedua berita tersebut.

1.8.2 Metode Analisis Data

Analisis penelitian ini berdasarkan penafsiran peneliti akan keterangan-keterangan yang tertulis, dan gambar yang diperlihatkan dari berita MetroTV pemilihan capres 2014 yang lalu. Peneliti dalam menganalisis menggunakan analisis wacana serta diksi dan gaya bahasa, dimana posisi peneliti sangat menentukan bagaimana data yang dianalisis. Tahap analisis data. Pertama, mencari berita politik sesuai dengan objek penelitian. Kedua, memilih sesuai kriteria. Ketiga, menganalisis sesuai dengan kajian yang dibahas.

1.8.3 Metode Penyajian Hasil Analisis Data

Penyajian hasil analisis data secara informal adalah penyajian hasil analisis data dengan menggunakan kata-kata biasa (Sudaryanto, 1993: 145, dalam Jetti Kusuma) Penyajian hasil analisis data secara formal adalah penyajian hasil analisis data dengan menggunakan kaidah dalam ilmu bahasa.

1.9 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep dapat digunakan sebagai dasar pijakan untuk menentukan arah penelitian. Konsep ini dibuat untuk menghindari penafsiran yang berbeda. Menjelaskan beberapa konsep agar terdapat persamaan pandangan dalam menyikapi penelitian istilah-istilah pada penelitian ini, adapun konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Diksi dipergunakan untuk menyatakan kata-kata mana yang dipakai untuk mengungkapkan sesuatu idea tau gagasan.
- b. Gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa yang dapat menilai watak dan kepribadian seseorang.
- c. Berita politik adalah berita atau informasi yang dibungkus dengan tujuan politik untuk mendapatkan hal yang diinginkan. Politik dan pemberitaan adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan, politik adalah cara bagaimana atau seni untuk mendapatkan sesuatu atau keinginan yang ingin diwujudkan dan dicapai.
- d. Pemilihan capres 2014 untuk menentukan presiden pilihan rakyat Indonesia antara Jokowi vs Prabowo yang sudah dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014. Capres Jokowi berpasangan dengan Jusuf Kalla sebagai cawapres. Capres Prabowo berpasangan dengan Hatta Rajasa sebagai cawapres.

1.10 Sistematika Penulisan

Sistematika digunakan untuk mempermudah pergesaran masalah dalam melengkapi dan menganalisis suatu penelitian. Pada penelitian ini, cara kerja penelitian dibagi menjadi empat bagian:

BAB I merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian,

operasionalisasi konsep, sumber data dan korpus data, dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan gambaran umum dan dekripsi kebahasaan objek penelitian yang berisi tentang pemberitaan politik pemilihan capres 2014 di MetroTV.

BAB III adalah analisis data menyajikan hasil analisis data-data yang ditemukan, kemudian dipaparkan dengan menganalisis data tersebut.

BAB IV adalah simpulan dan saran, menjelaskan tentang apa saja yang didapat dari penelitian tersebut kemudian disimpulkan hasilnya.

