

## ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis untuk mengetahui ideologi wacana yang dibangun media harian *Kompas* mengenai pemberitaan Joko Widodo dan Fauzi Bowo pada Pilkada DKI Jakarta 2012 yang mengarah kepada pencitraan Joko Widodo dan Fauzi Bowo pada media harian *Kompas*.

Penelitian ini menggunakan teori dan metode analisis wacana kritis van Dijk, dalam tiga dimensi/bangunan yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Sumber data penelitian ini berita mengenai Joko Widodo dan Fauzi Bowo pada media harian *Kompas* edisi 24 Juni-16 September 2012, wawancara dengan redaktur media harian *Kompas*, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ideologi pemberitaan media harian *Kompas* ingin menunjukkan pendeskripsian tokoh Joko Widodo dan Fauzi Bowo dengan melakukan strategi penggambaran positif diri, perbandingan, polarisasi, metafora, pembuktian, ironi, penggambaran negatif pihak lain, strategi pengajuan sangkalan dan permainan angka. Strategi produksi wacana ideologis ini digunakan untuk mendeskripsikan sosok dan strategi kampanye Joko Widodo dan Fauzi Bowo sehingga membentuk pencitraan mengenai kedua calon gubernur melalui media harian *Kompas*. Ideologi wacana yang dibangun media harian *Kompas* mengarah kepada wacana pembentukan citra media terhadap sosok Joko Widodo dan Fauzi Bowo. Joko Widodo dicitrakan sebagai sosok calon gubernur DKI Jakarta yang sederhana, kharismatik, dan merakyat, karena wacana yang dibangun mengenai Joko Widodo mengarah kepada sosok Joko Widodo yang rendah hati, suka terjun ke lapangan sehingga lebih dekat dengan rakyat. Fauzi Bowo digambarkan sebagai sosok calon gubernur DKI Jakarta yang birokratis, intelek, dan berpengalaman, karena wacana yang dibangun mengenai Fauzi Bowo mengarah kepada sosok Fauzi Bowo yang telah lama terjun di dunia politik, sangat mengerti dengan keadaan Jakarta dan berpendidikan tinggi. Pencitraan Joko Widodo dan Fauzi Bowo dibentuk dari strategi ideologi wacana media harian *Kompas* yang menyajikan tema sosok dan strategi kampanye dalam pemberitaannya yang menggambarkan citra positif kedua calon gubernur.

Media harian *Kompas* memiliki strategi ideologi wacana yang dapat menggambarkan kelemahan calon dengan bahasa yang tidak menjatuhkan calon, sehingga media harian *Kompas* cenderung menghadirkan citra positif terhadap sosok Joko Widodo dan Fauzi Bowo pada Pilkada DKI Jakarta 2012. Disini media harian *Kompas* dalam pemberitaannya bersifat netral tanpa dilatarbelakangi oleh kepentingan tertentu. Pemberitaan media harian *Kompas* memberi pengetahuan, wawasan dan wacana yang positif mengenai calon gubernur dan wakil gubernur kepada masyarakat pembaca media harian *Kompas* dan dapat menjadi salah satu sumber pertimbangan bagi pemilih pada Pilkada DKI Jakarta 2012, sehingga dapat selalu menjadi media no.1 di Indonesia yang dapat menjadi wadah aspirasi rakyat, sesuai dengan visi, misi dan moto yang diusung media harian *Kompas*.

Kata Kunci : ideologi wacana, pencitraan, citra positif.