

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media (*Seputar Indonesia dan Media Indonesia*) memberitakan sosok calon presiden Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam kampanye Pilpres Tahun 2014. Sebagaimana Undang- Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 yang menjelaskan pers sebagai wahana komunikasi massa, yang memiliki fungsi sebagai penyebar informasi, dan pembentuk opini harus dapat melaksanakan asas, fungsi, hak, kewajiban, dan peranannya dengan sebaik-baiknya berdasarkan kemerdekaan pers yang professional.

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perbedaan surat kabar *Seputar Indonesia* dan *Media Indonesia* dalam memberitakan figur Calon Presiden Indonesia 2014, Prabowo Subianto dan Joko Widodo pada peristiwa yang sama pada periode kampanye Capres 2014. Penelitian ini bertujuan bagaimana peneliti dapat menangkap kecenderungan media dalam mengemas dan menyajikan peristiwa tertentu dengan berita yang tertentu pula.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Analisis Tekstual, dimana peneliti harus bisa menghubungkan dan membuat tali-tali hubungan antara kultur, politik, kepentingan, mitos dan lain-lain yang ada dalam masyarakat dan budaya yang berlaku dengan teks-teks yang dihasilkan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa sumber primer, studi literatur, dan observasi.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur dan penampilan media ditentukan oleh banyak faktor baik eksternal maupun internal. Dalam banyak kasus, sistem politik merupakan faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap struktur dan penampilan media. Dalam penelitian ini kedua media seolah mengabaikan bahwa media harus bersifat netral. Dalam pemberitaan terkait pilpres 2014 *Media Indonesia* dan *Seputar Indonesia* seolah membingkai sebuah peristiwa yang sama dari sudut pandang yang berbeda. Masing-masing media itu seolah berusaha menonjokan keunggulan masing-masing pasangan capres yang didukung oleh konglomerasi media tersebut.

Kata Kunci: Teks Media, Komunikasi Politik, Konstruksi Realitas, Ideologi Media, Pesan.