

Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di Surat Kabar Selama Masa Kampanye Pemilu 2014

**(Studi Mengenai Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil
Presiden dalam Harian Kompas, Suara Merdeka, dan Solopos Pada
Masa Kampanye Pemilu 2014)**



Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

Melly Melati Devi

D0210073

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

commit to user
2014

PERSETUJUAN

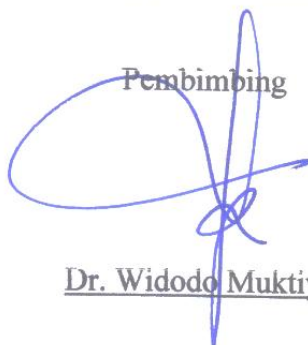
Skripsi ini disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 6 November 2014

Pembimbing



Dr. Widodo Muktiyo

NIP. 196402271988031002

PENGESAHAN

Telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi,
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 30 Desember 2014
Panitia Penguji :
Ketua : Dr. H. Sutopo JK, MS
NIP. 19580617 198702 1 001
Sekretaris : Drs. Subagyo, SU
NIP. 19760101 200812 2 002
Penguji : Dr. Widodo Muktiyo
NIP. 19640227 198803 1 002



Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dekan

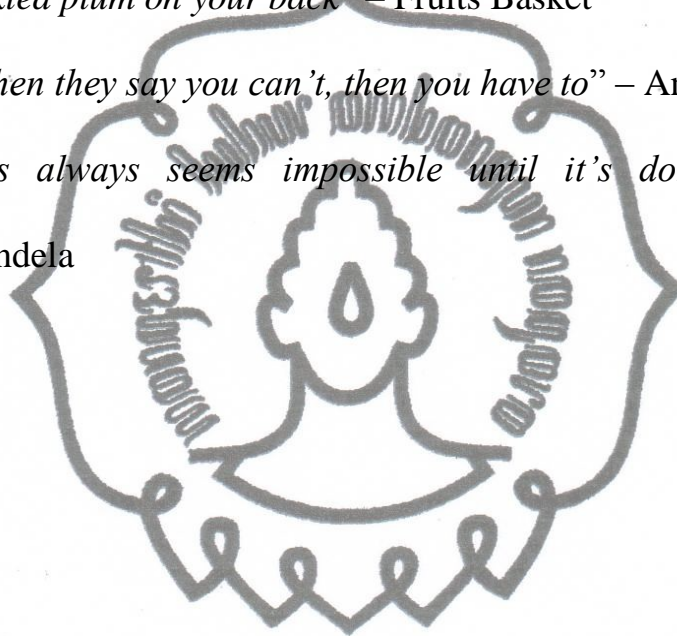


MOTTO

❖ *“A person’s admirable qualities are like pickled plums on a rice ball’s back. You might think you’re plain, but I see the delicious pickled plum on your back”* – Fruits Basket

❖ *“When they say you can’t, then you have to”* – Anonymous

❖ *“It’s always seems impossible until it’s done”* – Nelson Mandela



PERSEMBAHAN



Karya ini saya persembahkan kepada:

Ibu, ibu, ibu, ayah, dan mbak Fera. Untuk bimbingan, dukungan, dan kasih sayang yang tak pernah putus dan tak pernah berkurang. Terima kasih.

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas petunjuk dan segala rahmat yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi berjudul “Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di Surat Kabar Selama Masa Kampanye Pemilu 2014 (Studi Mengenai Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden dalam Harian Kompas, Suara Merdeka, dan Solopos Pada Masa Kampanye Pemilu 2014)”, berawal dari ketertarikan penulis karena pemilu presiden tahun 2014 kali ini hanya memiliki dua pasang calon presiden dan calon wakil presiden. Oleh karena itulah kedua pasang calon saling menarik perhatian khalayak, termasuk media massa, dengan berbagai aksi dan kegiatan yang dilakukan.

Penulis tertarik dengan pemberitaan mengenai calon presiden dan calon wakil presiden selama masa kampanye pada harian Kompas, Suara Merdeka, dan Solopos. Bagaimana ketiga surat kabar tersebut menghadirkan berbagai berita mengenai calon presiden dan calon wakil presiden dari sisi isi, jenis, penempatan halaman, gambar/ilustrasi, volume, dan narasumber berita.

Skripsi ini memuat rumusan masalah yang dilihat hingga hasil penelitian yang membuktikan bagaimana ketiga surat kabar tersebut menyampaikan berbagai hal mengenai calon presiden dan calon wakil presiden selama masa kampanye.

commit to user

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama penyelesaian skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menghaturkan terima kasih kepada:

1. Dekan FISIP UNS, Prof. Drs. Pawito, Ph.D. Dan seluruh jajarannya.
2. Dra. Prahastiwi Utari, M.Si., Ph.D. selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi
3. Dr. Widodo Muktiyo, selaku pembimbing skripsi. Terima kasih atas waktu, bimbingan, arahan, dan semangatnya agar saya segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Dwi Tiyanto S.U. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan waktu dan bimbingan selama saya belajar di Ilmu Komunikasi FISIP UNS.
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNS.
6. Ibu, ayah, mbak Fera, untuk dukungan, nasehat, kasih sayang, dan bimbingan yang telah dicurahkan hingga saat ini. Terima kasih.
7. Ivy, Devy, Dita, Lupi, Icak, Dini, dan Cicik, untuk dukungan dan canda tawa yang telah dibagi selama ini.
8. Imas, untuk kesabaran dan nasehat demi mendewasakanku.
9. Noe dan Bintang, untuk waktunya dalam menghadapi sosok yang mudah bosan dan selalu membutuhkan teman untuk berbagi suka duka.
10. Seluruh rekan Ilmu Komunikasi 2010, terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berharap agar ke depannya peneliti-peneliti lain bisa menyempurnakan dan menghasilkan penelitian yang bermanfaat untuk khalayak luas.

Surakarta, Oktober 2014



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Teori	11

F. Definisi Konseptual.....	25
G. Definisi Operasional.....	26
H. Kerangka Pemikiran.....	30
I. Metodologi Penelitian	31

BAB II GAMBARAN UMUM SURAT KABAR

A. Kompas

1. Sejarah dan Perkembangan	35
2. Visi dan Misi.....	38
3. Kebijakan Redaksional.....	40
4. Penyajian Halaman dan Rubrikasi	41
5. Struktur Organisasi	44
6. Alamat Redaksi	45

B. Suara Merdeka

1. Sejarah dan Perkembangan	46
2. Visi dan Misi.....	49
3. Kebijakan Redaksional.....	50
4. Penyajian Halaman dan Rubrikasi	51
5. Struktur Organisasi	55
6. Alamat Redaksi	57

C. Solopos

1. Sejarah dan Perkembangan	58
2. Visi dan Misi.....	59
3. Struktur Organisasi	59

commit to user

4. Bidang Redaksional	61
5. Rubrikasi	61
6. Alamat Redaksi	63

BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Kategori Isi Berita	67
2. Kategori Jenis Berita	75
3. Kategori Penempatan Halaman Berita	77
4. Kategori Volume Berita	80
5. Kategori Gambar/ilustrasi Berita	82
6. Kategori Narasumber Berita	91

B. Analisis Data

1. Kategori Isi Berita	106
2. Kategori Jenis Berita	113
3. Kategori Penempatan Halaman Berita	117
4. Kategori Volume Berita	122
5. Kategori Gambar/ilustrasi Berita	127
6. Kategori Narasumber Berita	132

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	140
B. Saran.....	145

DAFTAR PUSTAKA

commit to user

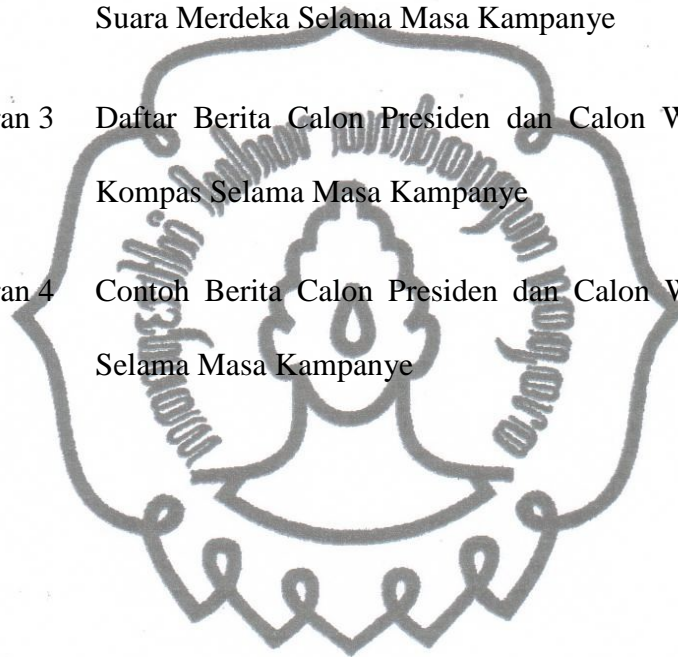
LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Berita Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di
Solopos Selama Masa Kampanye

Lampiran 2 Daftar Berita Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di
Suara Merdeka Selama Masa Kampanye

Lampiran 3 Daftar Berita Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di
Kompas Selama Masa Kampanye

Lampiran 4 Contoh Berita Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di
Selama Masa Kampanye



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.1	Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pada Masa Kampanye	66
Tabel 3.1.2	Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Isi Berita Pada Masa Kampanye ..	67
Tabel 3.1.3	Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Jenis Berita Pada Masa Kampanye	75
Tabel 3.1.4	Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Penempatan Halaman Berita Pada Masa Kampanye	78
Tabel 3.1.5	Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Volume Pada Masa Kampanye.....	81
Tabel 3.1.6	Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Gambar/ilustrasi Berita Pada Masa Kampanye	82
Tabel 3.1.7	Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Narasumber Berita Pada Masa Kampanye	91
Tabel 3.2.1	Perbandingan Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Isi Berita Pada Masa Kampanye	107
Tabel 3.2.2	Frekuensi Yang Diharapkan (fh) Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Isi Berita Pada Masa Kampanye	109
Tabel 3.2.3	Nilai χ^2 Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Isi Berita Pada Masa Kampanye ...	111
Tabel 3.2.4	Perbandingan Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Jenis Berita Pada Masa Kampanye	113
Tabel 3.2.5	Frekuensi Yang Diharapkan (fh) Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Jenis Berita Pada Masa Kampanye	115

commit to user

Tabel 3.2.6	Nilai χ^2 Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Jenis Berita Pada Masa Kampanye	116
Tabel 3.2.7	Perbandingan Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Penempatan Halaman Berita Pada Masa Kampanye	118
Tabel 3.2.8	Frekuensi Yang Diharapkan (fh) Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Penempatan Halaman Berita Pada Masa Kampanye	120
Tabel 3.2.9	Nilai χ^2 Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Penempatan Halaman Berita Pada Masa Kampanye	121
Tabel 3.2.10	Perbandingan Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Volume Berita Pada Masa Kampanye	122
Tabel 3.2.11	Frekuensi Yang Diharapkan (fh) Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Volume Berita Pada Masa Kampanye	125
Tabel 3.2.12	Nilai χ^2 Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Volume Berita Pada Masa Kampanye	126
Tabel 3.2.13	Perbandingan Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Gambar/ilustrasi Berita Pada Masa Kampanye	128
Tabel 3.2.14	Frekuensi Yang Diharapkan (fh) Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Gambar/ilustrasi Berita Pada Masa Kampanye	130
Tabel 3.2.15	Nilai χ^2 Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Gambar Berita Pada Masa Kampanye	131
Tabel 3.2.16	Perbandingan Frekuensi Penyajian Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Narasumber Berita Pada Masa Kampanye	133
Tabel 3.2.17	Frekuensi Yang Diharapkan (fh) Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Narasumber Berita Pada Masa Kampanye	136

commit to user

Tabel 3.2.18 Nilai χ^2 Berita Mengenai Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Berdasar Kategori Narasumber Berita Pada Masa Kampanye	137
Tabel 3.2.19 Hasil Penelitian Berdasar Temuan Mayoritas Semua Kategori Berita Pada Masa Kampanye	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.1	Contoh Berita dengan Gambar Prabowo di Solopos	83
Gambar 3.1.2	Contoh Berita dengan Gambar Prabowo di Suara Merdeka	84
Gambar 3.1.3	Contoh Berita dengan Gambar Prabowo di Kompas	84
Gambar 3.1.4	Contoh Berita dengan Gambar Jokowi di Solopos	85
Gambar 3.1.5	Contoh Berita dengan Gambar Jokowi di Suara Merdeka	86
Gambar 3.1.6	Contoh Berita dengan Gambar Jokowi di Kompas	86
Gambar 3.1.7	Contoh Berita dengan Gambar Netral di Solopos	87
Gambar 3.1.8	Contoh Berita dengan Gambar Netral di Suara Merdeka	88
Gambar 3.1.9	Contoh Berita dengan Gambar Netral di Kompas	88
Gambar 3.1.10	Contoh Berita Tanpa Gambar di Solopos	89
Gambar 3.1.11	Contoh Berita Tanpa Gambar di Suara Merdeka	90
Gambar 3.1.12	Contoh Berita Tanpa Gambar di Kompas	90
Gambar 3.1.13	Contoh Berita Tanpa Narasumber di Solopos	104
Gambar 3.1.14	Contoh Berita Tanpa Narasumber di Suara Merdeka	104
Gambar 3.1.15	Contoh Berita Tanpa Narasumber di Kompas	105

ABSTRAK

MELLY MELATI DEVI, D0210073, PEMBERITAAN CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN DI SURAT KABAR SELAMA MASA KAMPANYE PEMILU 2014 (Studi Mengenai Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden dalam Harian Kompas, Suara Merdeka, dan Solopos Pada Masa Kampanye Pemilu 2014), Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pers di Indonesia tidak sepenuhnya bebas dalam memberitakan berbagai isu yang berkembang di masyarakat, namun harus mematuhi Kode Etik Jurnalistik yang ada. Walaupun harus mematuhi aturan yang sama, kebijakan redaksional tiap surat kabar berbeda satu dengan yang lain. Dimana hal itulah yang membedakan cara penyajian sebuah kejadian atau isu, dan bagaimana sudut pandang dari setiap surat kabar terhadap hal yang diberitakan. Perbedaan tersebut bisa dilihat dari frekuensi berita yang ditampilkan, isi berita, jenis berita, penempatan halaman berita, total volume berita, penggunaan gambar/ilustrasi, dan pengambilan narasumber berita.

Penelitian ini mengambil fokus pada analisis isi tentang penyajian Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden dalam Harian Kompas, Suara Merdeka, dan Solopos Pada Masa Kampanye Pemilu 2014, dengan menggunakan uji statistik chisquare sebagai teknik analisa data untuk mengetahui bagaimana ada atau tidaknya perbedaan dalam penyajian berita di tiga surat kabar tersebut.

Hasil dari penelitian dari ketiga surat kabar menunjukkan bahwa frekuensi berita di Solopos paling banyak dibanding surat kabar lain. Berita yang paling banyak muncul yaitu mengenai sisi positif Jokowi, dan yang paling sedikit yaitu berita negatif tentang Jokowi. Berita yang ditampilkan dominan bersifat *hard news*, tanpa gambar/ilustrasi, dan ditempatkan pada halaman dalam. Volume berita terbesar digunakan untuk berita mengenai Jokowi. Narasumber terbanyak untuk Solopos dan Suara Merdeka adalah tim sukses, sedangkan untuk Kompas adalah capres/cawapres. Hasil dari uji chisquare terdapat perbedaan yang signifikan dalam berita yang dihasilkan oleh ketiga surat kabar tersebut, baik dari isi berita, jenis berita, total volume berita, penggunaan gambar/ilustrasi, dan pengambilan narasumber berita. Namun tidak ada perbedaan yang signifikan dalam penempatan halaman berita.

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu semoga jurnalis bisa menjaga fungsinya dengan baik dan menghasilkan berita yang adil serta seimbang; partai politik bisa berkampanye secara sehat; dan penelitian ini bisa jadi referensi untuk penelitian sejenis dengan objek dan metode yang berbeda.

Kata kunci: pemilu presiden 2014, capres cawapres, analisis isi

ABSTRACT

MELLY MELATI DEVI, D0210073, PRESIDENTIAL CANDIDATES AND VICE PRESIDENTIAL CANDIDATES NEWS IN NEWSPAPERS DURING 2014 ELECTION CAMPAIGN (A Study About Presidential Candidates and Vice Presidential Candidates In Daily Newspapers Kompas, Suara Merdeka, and Solopos During 2014 Election Campaign), Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Science, Sebelas Maret University

Press in Indonesia is not entirely free in making news about the growing issues in the society, but have to obey the Journalistic Ethics. Eventhough they have to obey the same rules, editorial policy of every newspaper is different. That's what distinguishes how the presentation of an event or issue, and the point of view of every newspaper. The differences could be seen from the displayed frequency news, news content, types of news, news page placement, the total volume of the news, the usage of images/illustrations, and news resources.

This study focus on the content analysis of news presentation Presidential Candidates and Vice Presidential Candidates In Daily Newspapers Kompas, Suara Merdeka, and Solopos During 2014 Election Campaign. This research is a descriptive study that used content analysis with chisquare statistical as a data analysis technique to determine how is the Presidential Candidates and Vice Presidential Candidates News in Newspapers During 2014 Election Campaign, and whether there is any difference in the presentation of the news in those three newspapers.

The result from the reasearch showed that Solopos has the biggest news frequencies amongst other. News emerged the most is about the positive side of Jokowi, and the least is about negative side of Jokowi. The dominant characters on the displayed news are hard news type, with no images/illustrations, and placed on the inside. The biggest volume used for the news about Jokowi. The most resource persons for Solopos and Suara Merdeka are from the successfull team, while in Kompas are from presidential/vice presidential. The result of the chi-square test: there are significant differences in the news generated by the three newspapers, from the content of the news, types of the news, the total volume of the news, the usage of image/illustrations, and the resources of the news. However, there was no significant difference in the placement of news page.

Advices from this research are in the future journalists can keep their function well, also make balanced and fair news; political parties can campaign healthily; and this research can be a reference for another research with different objects and methods.

Keywords: 2014 presidential election, presidential candidates and vice presidential candidates, content analysis