

**ANALISIS WACANA BERITA KEBOHONGAN RATNA SARUMPAET
PADA BERITA REPUBLIKA.CO.ID DAN KOMPAS.COM EDISI 23
OKTOBER DAN 24 OKTOBER 2018**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

Widya Resti Oktaviana
NIM 15210022

Pembimbing:

Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.
NIP 19710919 199603 2 001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-603/Un.02/DD/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS WACANA BERITA KEBOHONGAN RATNA SARUMPAET
PADA BERITA REPUBLIKA.CO.ID DAN KOMFAS.COM EDISI
23 OKTOBER DAN 24 OKTOBER 2018

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WIDYA RESTI OKTAVIANA
Nomor Induk Mahasiswa : 15210022
Telah diujikan pada : Senin, 12 Agustus 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Ali natul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.
NIP. 19710919 199603 2 001

Penguji I

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 19680103 199503 1 001

Penguji II

Saptoni, S.Ag., M.A
NIP. 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 12 Agustus 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan



Dr. H. Nugroho, M.Si.
NIP. 19600110 198703 2 001



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Widya Resti Oktaviana

NIM : 15210022

Judul Skripsi : Analisis Wacana Berita Kebohongan Ratna Sarumpaet Pada Berita Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan /Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengaharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

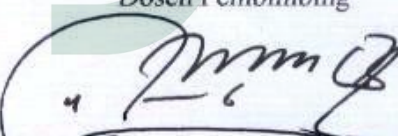
Yogyakarta, 11 Juli 2019

Mengetahui,

Ketua Prodi KPI

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 19680103 199503 1 001

Dosen Pembimbing


Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.
NIP 19710919 199603 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Resti Oktaviana
NIM : 15210022
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: *Analisis Wacana Berita Kebohongan Ratna Sarumpaet Pada Berita Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018* adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Juli 2019

Yang menyatakan,



Widya Resti Oktaviana

15210022

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua yang sangat saya cintai, mama dan papa yang tidak pernah putus memanjatkan doa untuk saya. Adik-adikku tercinta, Viorel Joan Fernando sang pejuang tangguh dan Nazwa Frezya Cleodora si kecil yang penuh semangat.

Dan saya persembahkan untuk almamater tercinta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta



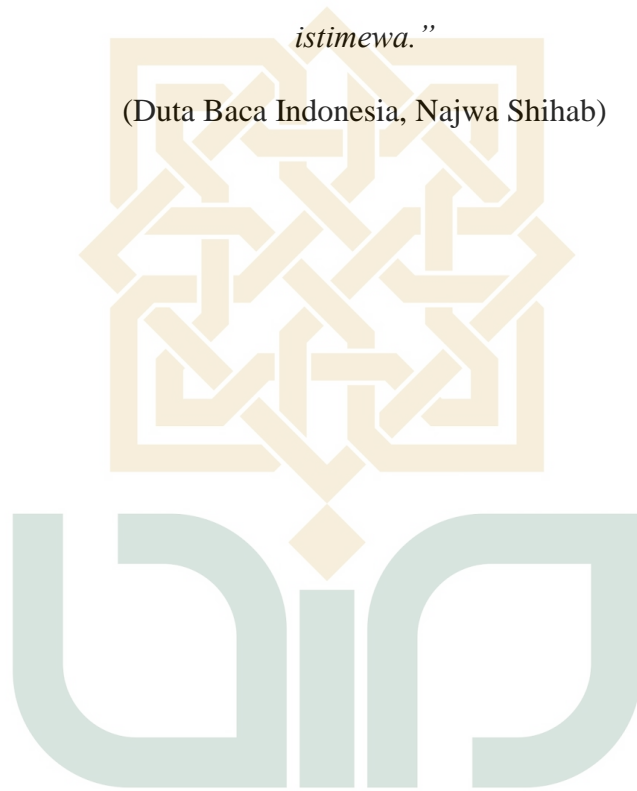
MOTTO

“Selalu ada kebaikan di setiap jalan kalau saja kita mau membuka mata hati.”

(Najwa Shihab)

“Jika melek aksara telah menjadi hal biasa, minat baca adalah hal yang istimewa.”

(Duta Baca Indonesia, Najwa Shihab)



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesempatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Analisis Wacana Berita Kebohongan Ratna Sarumaet Pada Berita Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018”. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan *syafa’at*-nya kelak di *yaumul qiyamah*. Amin.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam kelancaran proses penyelesaian skripsi dan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Drs. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.

4. Ibu Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis.
5. Bapak Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan selama menjalani perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen serta Karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
7. Kedua orang tuaku, mama dan papa yang tidak henti-hentinya memberi semangat dan memanjatkan doa untuk kelancaran penyelesaian skripsi ini.
8. Kedua adik-adikku, Viorel Joan Fernando yang memberiku semangat walaupun dari jauh dan Nazwa Frezya Cleodora yang selalu membuat tersenyum.
9. Kepada mas Yoga Sukmana selaku wartawan Kompas.com dan mas Ronggo Astunggoro selaku wartawan Republika.co.id yang baik hati menjadi responden saya di tengah kesibukan liputan sebelum dan sesudah Pemilu 2019 walaupun melalui *chatting Whatsapp*.
10. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Teh Nining Kinasih, Kak Rosnani Alimuddin, Nike Nurjannah, dan Nurul Wahida yang selalu menjadi pendengar terbaik dan dengan sabar mengangkat telepon setiap saat untuk bertanya dan curhat. Kalian luar biasa memberikan semangat.
11. Sahabat-sahabatku dan keluargaku di Kos Kurnia, Mbak Dewi Setyowati, Citra Fardilla Safitri, Wiwit Agus Tini yang selalu membuat tertawa dan selalu memberikan solusi saat aku menghadapi masalah.

12. Kepada temanku Ika Nur Khasanah yang selalu sabar dan meluangkan waktunya menjelaskan setiap pertanyaanku ketika aku menemui kesulitan dalam pengerjaan skripsi.
13. Kepada Tim KKN ku di Klumpit, Saptosari, Gunungkidul. Dilla, Septi, Arina, Rina, Indra, Arif, Wowo, Momon, dan Agus yang menjadi keluarga baruku dan teman bercerita saat menjalani KKN dan memberi semangat menyelesaikan skripsi.
14. Terima kasih kepada *Young Interfaith Peacemaker Community (YIPC)*, Kak Sontiar, Bang Riston, Kak Rahmat, Kak Kunny, Kak Jenny, Kak Metta, Kak Dika, Bang Ahmad, Kak Ghina, Koko Zozo, Gilang, Uus, dan semua *peacemaker* di YIPC yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Kalian teman, kakak *plus* keluargaku ketika di luar kampus yang memberikan semangat besar.
15. Terima kasih kepada keluarga besar Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga khususnya angkatan 2015.
16. Terima kasih untuk seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung, hingga proses studi dan skripsi ini selesai.

Yogyakarta, 12 Juli 2019

Yang menyatakan,

Widya Resti Oktaviana

NIM 15210022

ABSTRAK

Terbentuknya citra elite politik tidak lepas oleh kehadiran media massa. Media massa *online* Republika.co.id dan Kompas.com merupakan media-media nasional yang turut berpartisipasi dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Media massa juga menjadi pen jembatan bagi terbentuknya suatu citra melalui realitas politik. Oleh karena itu, konstruksi citra yang dibentuk media memiliki peran penting bagi perpolitikan untuk mendongkrak karir para politisi. Citra politik mampu merepresentasikan diri calon pemimpin masyarakat. Melalui kasus hoaks Ratna Sarumpaet yang merupakan salah satu tim sukses tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno telah memberikan dampak pada pasangan nomor urut 02. Oleh karena itu penting untuk diteliti mengenai perbedaan dimensi teks, kognisi, dan konteks dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Analisis yang digunakan adalah analisis wacana dengan menggunakan model Teun A. Van Dijk dengan dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Subjek dalam penelitian ini adalah berita penganiayaan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com edisi 23 dan 24 Oktober 2018. Sedangkan objek penelitian ini adalah citra politik tim Prabowo-Sandiaga Uno pasca kebohongan Ratna Sarumpaet. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi berupa berita Republika.co.id dan Kompas.com dan wawancara dengan wartawan Republika.co.id dan Kompas.com.

Setelah melakukan penelitian, peneliti mengambil kesimpulan bahwa Republika.co.id tidak bersikap tegas dalam berita dan di akhir berita menunjukkan bahwa wartawan menggiring pembaca untuk mengetahui sisi positif Prabowo Subianto sebagai sosok yang humanis, jarang berburuk sangka, dan suka menolong. Sedangkan Kompas.com menggiring pembaca kepada citra negatif tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai penyebar hoaks dan sebagai elite politik yang lalai melakukan cek dan ricek terhadap informasi yang diterimanya.

Kata kunci: citra politik, analisis wacana Teun A. Van Dijk, Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, Ratna Sarumpaet.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	14
F. Metode Penelitian	26
G. Sistematika Pembahasan.....	28
BAB II: BERITA KEBOHONGAN RATNA SARUMPAET OLEH REPubLIKA.CO.ID DAN KOMPAS.COM	
A. Profil Media.....	32
1. Sejarah dan Perkembangan Republika.co.id	32
2. Sejarah dan Perkembangan Kompas.com	33
B. Kronologi Kasus Kebohongan Ratna Sarumpaet	34
C. Perbedaan Berita Republika.co.id dan Kompas.com	

Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018 Mengenai Kebohongan Ratna Sarumpaet	36
BAB III: ANALISIS WACANA TEUN A. VAN DIJK DI REPubLIKA.CO.ID DAN KOMPAS.COM EDISI 23 OKTOBER DAN 24 OKTOBER 2018	
A. Analisis Teks Berita Mengenai Kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com	42
B. Kognisi Sosial Berita Kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 dan 24 Oktober 2018	76
C. Konteks Sosial Berita Kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 dan 24 Oktober 2018	84
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Persentase Elektabilitas Capres dan Cawapres.....	5
Tabel 2	Struktur Teks Menurut Teun A. Van Dijk.....	23
Tabel 3	Perbedaan Berita Republika.co.id Edisi 23 Oktober 2018 dan Kompas.com Edisi 24 Oktober 2018.....	36
Tabel 4	Elektabilitas Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden	46
Tabel 5	Aspek Kognisi Sosial Wartawan Pada Tingkatan Struktur Mikro Media <i>Online</i> Republika.co.id Edisi 23 Oktober 2018	57
Tabel 6	Persentase Dukungan Capres Jokowi dan Prabowo Subianto....	62
Tabel 7	Elektabilitas Paslon Sebelum dan Sesudah Kasus Hoaks	62
Tabel 8	Data Elemen Grafis Kompas.com	74
Tabel 9	Aspek Kognisi Sosial Wartawan Pada Tingkatan Struktur Mikro Media <i>Online</i> Kompas.com Edisi 24 Oktober 2018.....	76
Tabel 10	Aspek Kognisi Sosial Wartawan Republika.co.id Edisi 23 Oktober 2018	80
Tabel 11	Aspek Kognisi Sosial Wartawan Kompas.com Edisi 24 Oktober 2018	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model Analisis Teun A. Van Dijk	22
Gambar 2	Tersangka Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet.....	56
Gambar 3	Kronologi Hoaks Ratna Sarumpaet.....	57
Gambar 4	Konferensi Pers Subianto Mengenai Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet”	74



DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Kerangka Berpikir	25
---------	-------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia telah mengalami serangkaian sejarah politik yang pada akhirnya mengantarkan Indonesia pada masa reformasi dimana masyarakat memiliki kebebasan untuk bersuara. Masa reformasi menjadi titik balik bagi Indonesia untuk membenahi kembali wajah perpolitikan Indonesia dan tentunya di setiap masa memiliki sisi positif dan negatif masing-masing. Pergolakan di masa-masa lalu jelas dirasakan. Bagaimana para pejuang Indonesia sangat akrab dengan senjata demi membela bangsanya bahkan mempertaruhkan nyawa. Berbeda dengan saat ini, dimana aktivitas politik yang identik dengan kekuasaan, saling bersaing memperoleh hati masyarakat.

Komunikasi politik menjadi instrumen penting khususnya bagi para politikus untuk dapat terjun dalam panggung perpolitikan. Namun dalam komunikasi politik tidak terlepas dari adanya peran media massa sebagai pendukung dalam proses politik. Aktor politik dapat memanfaatkan media massa untuk mendongkrak popularitasnya. Sedangkan publik dapat menggunakan media massa berupa media sosial untuk berkomentar atau mengutarakan pendapatnya secara terbuka.

Mendekati pemilu, para wartawan baik media cetak maupun media elektronik berbondong-bondong memburu informasi mengenai pasangan calon (paslon) presiden dan wakil presiden. Berbagai pengambilan sudut pandang media

guna memberitakan paslon dapat mempengaruhi opini publik akan paslon tersebut. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena media selain memberikan informasi juga dapat mengkonstruksi khalayak dan pada akhirnya berbagai bentuk opini yang disampaikan publik dapat memberikan gambaran atau citra pada pasangan calon. Citra yang terbentuk pada tubuh paslon dapat memberikan keyakinan pada masyarakat bahwa dirinya memiliki komitmen yang tinggi terhadap tugas yang akan diembannya. Sebagaimana menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations Techniques* dalam buku *Dasar-Dasar Public Relations* karya Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.¹

Hadirnya media mempengaruhi politik melalui kebijakan redaksional. Interpretasi publik atas pemberitaan media bergantung pada bagaimana media merepresentasikan pemberitaan tersebut. Masyarakat pun memiliki peran dalam menerima informasi yang didapat dari media. Mereka dapat ikut secara aktif menyampaikan opini-opininya pada tempat beropini yang sudah disediakan.²

Oktober 2018, waktu dimana setiap paslon presiden dan wakil presiden sedang giat mengkampanyekan program dan tentunya mengambil hati masyarakat. Namun informasi tidak sedap datang dari tim Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Salah satu anggota tim suksesnya melakukan tindak pidana yang dikhawatirkan berdampak buruk pada tim Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Kasus penyebaran *hoax* yang menjerat seorang aktivis sekaligus tim sukses paslon

¹Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 114.

²Helena Ollie dan Novi Erlita, *Opini Publik* (Jakarta: Indeks, 2011), hlm. 144.

Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, telah menyeret Ratna Sarumpaet dalam ranah hukum. Sebagaimana dikutip dalam *romeltea.com*, *hoax* (baca: hoks) adalah informasi palsu, berita bohong, atau fakta yang diplintir atau direkayasa untuk tujuan lelucon hingga serius (politis). Sedangkan pelaku penyebar *hoax* dapat diancam dengan pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang dikenal dengan Undang-Undang ITE. Di dalam pasal 28 ayat 1 disebutkan, “Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, dapat terancam pidana maksimal enam tahun dan denda maksimal Rp 1 miliar”.³

Pengakuan mengenai peristiwa penganiayaan yang dialami Ratna Sarumpaet di Bandung, Jawa Barat setelah diklarifikasi, ternyata hal tersebut bukan hanya mencemarkan nama baiknya seorang, namun juga tim sukses Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno turut terseret dalam kasus yang melibatkan Ratna Sarumpaet. Bentuk pembelaan yang dilakukan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno terhadap kasus penganiayaan Ratna Sarumpaet telah memunculkan opini-opini publik pasca Ratna Sarumpaet memberikan pengakuan atas kebohongannya.

Terdapat dua opini yang terbentuk di tengah masyarakat, dimana pihak Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno secara kuat membela dengan alasan bahwa pihak Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno sudah meminta maaf atas kesalahan yang telah diperbuat. Sedangkan di sisi lain, keberpihakan yang tidak berada pada

³Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, <https://www.anri.go.id/assets/download/97UU-Nomor-11-Tahun-2008-Tentang-Informasi-dan-Transaksi-Elektronik.pdf>, diakses tanggal 27 Oktober 2018.

pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, maka mereka akan menolak. Masyarakat yang berpikiran bahwa seorang dengan jabatan tinggi masih dapat dibohongi oleh berita hoaks. Hal ini citra yang terbentuk pada tim Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno pun dipertanyakan.

Sejak informasi mengenai penganiayaan pada 21 September 2018 dan klarifikasi kebohongan terhadap kasus Ratna Sarumpaet pada 3 Oktober 2018, serta munculnya efek atau dampak dari kasus Ratna Sarumpaet pada pasangan capres-cawapres, media dengan gencar memburu informasi terkait kasus tersebut. Media *online* Republika.co.id dan Kompas.com turut andil dalam memberitakan kasus kebohongan Ratna Sarumpaet. Republika.co.id melalui pemberitaan 23 Oktober 2018 yang berjudul, “Efek Elektoral Kasus Ratna Sarumpaet terhadap Pasangan Capres-Cawapres”. Persepsi negatif muncul dikarenakan tim Prabowo dan Sandiaga telah mempercayai berita penganiayaan Ratna Sarumpaet. Melalui sikap Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno itulah yang dikhawatirkan dapat menggerus citra bakal calon presiden. Persepsi positif lantaran pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dianggap berjiwa besar dengan meminta maaf dan menyatakan bertanggung jawab atas perbuatannya. Sedangkan mengenai efek elektoral yang ditimbulkan dengan berdasar pada data hasil survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI). Melalui survei tersebut menunjukkan bahwa para pemilih yang sebelumnya belum menentukan pilihannya, setelah diadakan survei kembali diketahui bahwa banyak yang mendukung ke arah pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin. Sedangkan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dalam kondisi stagnan.

Tabel 1
Persentase Elektabilitas Capres dan Cawapres

No.	Paslon	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018	Kenaikan
01	Jokowi-Ma'ruf Amin	52.2 %	53.2 %	57.7 %	4.5 %
02	Prabowo-Sandiaga Uno	29.5 %	29.2 %	28.2 %	-

Sumber: *Republika.co.id Edisi 23 Oktober 2018*⁴

Media online Kompas.com pada pemberitaan 24 Oktober 2018 dengan judul “Kerugian Prabowo-Sandiaga Akibat Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet”, turut menampilkan data hasil survei LSI terkait kedua paslon sebelum dan sesudah kasus Ratna Sarumpaet muncul. Judul yang diusung oleh Kompas.com mengenai kerugian Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sesuai dengan konten yang disajikan. Jurnalis memaparkan mengenai elektabilitas Prabowo-Sandiaga Uno yang tergerus akibat kasus Ratna Sarumpaet, ditinggalnya oleh kaum terpelajar, dan ketidaksepakatan Sandiaga Uno terkait hasil survei LSI yang menyatakan bahwa terjadi penurunan elektabilitas paslon nomor urut 2 akibat kasus Ratna Sarumpaet.

Sebagaimana salah satu fungsi media menurut De Vito adalah membius, yang berarti massa menerima apa saja yang disajikan oleh media.⁵ Media menjadi salah satu faktor yang memiliki dampak dan mampu menjadi manuver politik sehinggadapat membentuk opini publik dan memunculkan citra yang ditujukan dalam hal ini adalah paslon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan

⁴Ronggo Astungkoro, “Efek Elektoral Kasus Ratna Terhadap Pasangan Capres-Cawapres”, <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/10/23/ph1n6s409-efek-elektoral-kasus-ratna-terhadap-pasangan-caprescawapres>, diakses tanggal 16 Februari 2019.

⁵Romeltea, “Media Massa: Pengertian, Karakter, Jenis, dan Fungsi”, <http://romeltea.com/media-massa-makna-karakter-jenis-dan-fungsi/>, diakses tanggal 31 Oktober 2018.

Sandiaga Uno. Citra politik merupakan citra atas reputasi yang berkenaan dengan partai politik atau seorang yang berkarir dibidang politik yang dipersepsikan oleh masyarakat luas. Setiap partai yang didirikan memiliki citranya sendiri dan citra tersebut dapat dijadikan strategi dalam memenangi kontestasi pemilihan suara.⁶

Republika.co.id dan Kompas.com merupakan media nasional yang turut berpartisipasi dalam memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat Indonesia. Republika.co.id dengan *tagline Beyond News* yang mulanya adalah berupa harian Republika merupakan koran nasional yang dilahirkan oleh komunitas muslim di Indonesia. Sedangkan Kompas.com melalui *tagline* Jernih Melihat Dunia di bawah bendera PT *Kompas Cyber Media* (KCM), memosisikan diri sebagai media yang selalu menyajikan informasi yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan. Melalui konten-konten yang disajikan Republika.co.id dan Kompas.com, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Republika.co.id dan Kompas.com membangun wacana melalui dimensi teks, kognisi, dan konteks dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet dengan melakukan analisis pada teks berita tersebut pada edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018. Melalui penjelasan di atas, maka penelitian ini berjudul **“Analisis Wacana Berita Kebohongan Ratna Sarumpaet pada Berita Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018”**.

⁶Betari Chintya Ariviyanti dan Sylvie Nurfebiaraning, “Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoeouedibjo”, *Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*, vol. 5:1 (April, 2017) <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/6353>, diakses tanggal 24 Desember 2018, hlm. 53.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana dimensi teks, kognisi, dan konteks dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penulisan sebagai berikut:

Untuk mengetahui dimensi teks, kognisi, dan konteks dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com.

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadilandakan pembelajaran dan penambah ilmu pengetahuan khususnya dalam analisis wacana dengan menggunakan model Teun A. Van Dijk. Dimana di dalamnya terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu teks, kognisi sosial dan konteks sosial yang ketiganya merupakan bagian yang integral ataupun menjadi satu kesatuan.

2. Kegunaan Praktis

a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan penambah pengetahuan di lingkungan mahasiswa mengenai analisis wacana dengan menggunakan model Teun A. Van Dijk.

- b. Bagi pembaca media *online* agar dapat memfilter atau menyaring media-media khususnya media *online* yang menjadi sumber informasinya. Sehingga khalayak atau pembaca tidak terjebak pada konstruksi citra yang dibentuk media.
- c. Bagi pemilik media khususnya media *online* agar menyajikan informasi atau berita yang betul-betul realita dan bersifat transparan. Sehingga media tersebut dapat mengedukasi dan menjadi sumber informasi yang layak di konsumsi khalayak atau pembaca.

D. Kajian Pustaka

Melalui penelitian-penelitian yang ditelaah, terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan dan dapat memposisikan penelitian ini diantara penelitian-penelitian lain yang terkait.

Penelitian pertama merupakan skripsi berjudul Citra Politik Lokal dalam Iklan Politik (Analisis Wacana Citra Mardjoko–Husein (Marhein) dalam Iklan Politik di Banyumas Televisi (BMSTV) pada Pilkada Banyumas Tahun 2008). Penelitian dilaksanakan oleh Resti Fauriana, mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, pada tahun 2009. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wacana citra politik ditampilkan dalam teks-teks iklan kampanye pasangan Mardjoko-Husein sehingga dapat memenangkan pilkada 2008, untuk mengetahui kognisi sosial pembuat iklan mempengaruhi penyampaian pesan dalam iklan kampanye pasangan Mardjoko-Husein, untuk mengetahui interpretasi pengamat sosial, ekonomi, politik dan

budaya terhadap pemaknaan tiap citra yang ditampilkan kepada masyarakat dalam teks iklan serta kondisi masyarakat itu sendiri sehingga mempengaruhi kemenangan pasangan tersebut, dan untuk mengetahui pemaknaan iklan politik dalam konteks ruang sosial ditengah masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kritis yang dikerjakan secara kualitatif dengan subjek penelitian adalah tayangan iklan dari bupati terpilih Banyumas, Mardjoko yang ditayangkan selama masa kampanye dalam BMSTV. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik dokumentasi, wawancara dan sumber-sumber lain berupa buku, artikel dan literatur kepustakaan lainnya. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis wacana yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk.

Hasil dari penelitian ini diketahui *Pertama*, dalam level teks, iklan kampanye milik pasangan Mardjoko-Husein berhasil mengangkat isu krisis yang melanda masyarakat Banyumas mengenai lapangan pekerjaan dengan investasi. *Kedua*, mengkoalisiikan pendukung PKB dengan simpatisan PDIP yang notabene terbesar di Banyumas melalui pencitraan Achmad Husein sebagai anak tokoh PDIP. *Ketiga*, iklan tersebut berhasil mencitrakan Mardjoko sebagai orang yang baik dan bersih. Pada level kognisi sosial diketahui latar belakang pembuat iklan secara implisit mempengaruhi wacana yang berkembang dalam setiap ide pembuatan iklannya. Konteks sosial yang berada dalam masyarakat Indonesia

menganggap bahwa iklan kampanye politik menjadi sebuah paradigma budaya populer.⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada media yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan media elektronik berupa televisi daerah dengan *channel* BMSTV. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan media *online*, yakni Republika.co.id dan Kompas.com. Penelitian ini meneliti pada iklan politik di televisi, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan pemberitaan di media *online* Republika.co.id dan Kompas.com.

Penelitian kedua merupakan skripsi yang berjudul *Citra Partai Keadilan Sejahtera di Pemilu 2014 (Analisis Wacana Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera pada Media Online Detikcom)*. Penelitian dilaksanakan oleh Siti Nurhayati, mahasiswi konsentrasi Jurnalistik, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Detikcom mewacanakan pemberitaan citra Partai Keadilan Sejahtera terkait dengan pelaksanaan Pemilu 2014.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan teknik analisis data adalah analisis wacana model Norman Fairclough. Subjek dari penelitian ini adalah media *online* Detikcom dan objek

⁷Resti Fauriana, *Citra Politisi Lokal Dalam Iklan Politik (Analisis Wacana Citra Mardjoko-Husein (MARHEIN) Dalam Iklan Politik di Banyumas Televisi (BMSTV) Pada Pilkada Banyumas Tahun 2008*, Skripsi (Surakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, 2009), <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/5254/Citra-politisi-lokal-dalam-iklan-politik-analisis-wacana-citra-Mardjoko-Husein-Marhein-dalam-iklan-politik-di-Banyumas-Televisi-BMTV-pada-pilkada-Banyumas-tahun-2008>, diakses tanggal 22 Desember 2018.

penelitian ini adalah pemberitaan mengenai citra Partai Keadilan Sejahtera terkait perubahan slogan partai. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik observasi teks, dokumentasi dan wawancara.

Hasil dari penelitian ini adalah pemberitaan yang berkenaan dengan perubahan slogan Partai Keadilan Sejahtera dilatarbelakangi oleh kasus korupsi import daging sapi yang menyeret Luthfi Hasan Ishaq. Perubahan slogan dan rutinitas yang dilakukan oleh PKS membentuk kader loyalis yang solid. Usaha-usaha tersebut dirasa sebagai pembentukan citra positif di mata publik. Pada tahap sosiokultur, berita ini dikategorikan pada level situasional. Detikcom membuat berita tersebut berdasarkan keadaan situasi menjelang pemilu 2014.⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada sumber media *online* yang digunakan. Penelitian ini menggunakan media online Detikcom, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan media *online* Republika.co.id dan Kompas.com. Pada penelitian ini menggunakan analisis wacana model Norman Fairclough, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk.

Penelitian ketiga merupakan skripsi yang berjudul “Representasi Citra Politik dalam Iklan Hanura WIN-HT Bersih Peduli Tegas di RCTI”. Penelitian dilaksanakan oleh Alvina Malvi, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

⁸Siti Nurhayati, *Citra Partai Keadilan Sejahtera di Pemilu 2014 (Analisis Wacana Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera Pada Media Online Detikcom)*, Skripsi (Jakarta: Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), repository.uinjkt.ac.id, diakses tanggal 22 Desember 2018.

Representamen, *Object*, dan Interpretan yang ada didalam iklan WIN-HT dan mengetahui ada atau tidak unsur yang dominan yang dimunculkan dalam representasi citra politik iklan WIN-HT.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika yang bersifat kualitatif deskriptif. Metode semiotika yang dilakukan dengan menggunakan model Marcel Danesi. Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Charles Sanders Peirce dan *Wish Image* (citra keinginan).

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa adanya representasi citra politik yang sengaja dibuat oleh pihak yang sangat penting didalam partai politik ini. Kekuatan frekuensi yang dimiliki HT menjadikan partai yang mengusung dirinya bebas mempromosikan. Menampilkan kembali sosok HT yang lebih dominan dalam iklan ini juga terlihat dari frekuensi detik yang mempresentasikan sosok HT dibandingkan Wiranto. Secara tidak langsung pihak HT memberikan tanda-tanda yang lebih mengartikan bahwa pemimpin yang baik itu ada didalam iklan tersebut. Citra ini dipilih karena ingin memperkenalkan pasangan ke masyarakat supaya keinginan masyarakat mendapatkan pemimpin yang bersih dari korupsi, peduli kepada masyarakat, dan tegas memilih tindakan terwujud.⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan media televisi dengan menganalisis iklan, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan

⁹ Alvina Malvi, *Representasi Citra Politik dalam Iklan Hanura WIN-HT Bersih Peduli Tegas di RCTI*, Skripsi (Jakarta: jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2014), <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26272/1/ALVINA%20MALVI-FDK.pdf>, diakses tanggal 29 Januari 2019.

media *online* yakni Republika.co.id dan Kompas.com. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik untuk mengetahui citra politik melalui iklan, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan analisis wacana untuk mengetahui dimensi teks, kognisi, dan konteks dalam berita yang dibangun oleh wartawan. Penelitian ini meneliti representasi citra politik dalam iklan Hanura WIN-HT bersih, peduli, tegas di RCTI. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan meneliti mengenai analisis wacana kedua berita yang diwacanakan oleh wartawan melalui dimensi teks, kognisi, dan konteks.

Melalui skripsi berjudul *Citra Politik Lokal dalam Iklan Politik (Analisis Wacana Citra Mrdjoko-Husein (Marhein) dalam Iklan Politik di Banyumas Televisi (BMSTV) pada Pilkada Banyumas Tahun 2008*, penelitian yang akan dilaksanakan memposisikan diri untuk mengembangkan penelitian milik Resti Fauriana tersebut. Penelitian Resti Fauriana menggunakan media televisi untuk menganalisis iklan. Di mana menurut survei Nielsen, penetrasi televisi masih memimpin sebesar 96% pada tahun 2017. Sedangkan penelitian ini menggunakan media *online* berupa Republika.co.id dan Kompas.com, yang menurut survei Nielsen, media internet adalah media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi sebesar 44%, dan menurut survei Nielsen Cross –Platform 2017 terjadi peningkatan akses internet oleh netizen di hampir semua tempat.¹⁰

Penelitian yang akan dilaksanakan dengan judul *Analisis Wacana Berita Kebohongan Ratna Sarumpaet Pada Berita Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018*”, memposisikan diri untuk

¹⁰Mila Lubis, “Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia”, <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html>, diakses tanggal 6 Februari 2019.

mengembangkan penelitian Siti Nurhayati berjudul Citra Partai Keadilan Sejahtera di Pemilu 2014 (Analisis Wacana Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera pada Media *Online* Detikcom). Penelitian Siti Nurhayati menggunakan analisis wacana model Norman Fairclough, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan model Teun A. Van Dijk.

Melalui skripsi berjudul Representasi Citra Politik dalam Iklan Hanura WIN-HT Bersih Peduli Tegas di RCTI, penelitian yang akan dilaksanakan memposisikan diri untuk mengembangkan penelitian milik Alvina Malvi tersebut. Penelitian Alvina Malvi menggunakan media televisi untuk menganalisis iklan menggunakan analisis semiotika untuk mengetahui citra politik yang dibangun di dalam iklan. Sedangkan penelitian ini menggunakan media *online* berupa Republika.co.id dan Kompas.com melalui analisis wacana untuk mengetahui bagaimana wartawan membangun wacana di dalam berita melalui dimensi teks, kognisi, dan konteks.

E. Kerangka Teori

1. Citra

Dalam buku Psikologi Komunikasi karya Jalaluddin Rahmat, citra merupakan sebuah persepsi tentang suatu realitas dan tidak harus selalu sesuai dengan realitas yang ada. Adanya citra terbentuk dari media informasi-informasi yang diberikan oleh media massa. Media massa menyampaikan informasi yang

didapatkan kepada khalayak, di mana informasi tersebut membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra.¹¹

Menurut Ruslan, citra adalah abstrak atau *intangibile*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran, dan pengertian seperti tanda respek dan tanda hormat, dari publik atau masyarakat luas kepada perusahaan ataupun personelnnya yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik.¹²

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel mengatakan bahwa citra adalah *“image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company, a consciously created impression of an object, person or organization”*. (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.)¹³

Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra adalah gambaran atau persepsi tentang tokoh, perusahaan, maupun orang yang diandalkan yang terbentuk melalui media massa dalam menyajikan informasi atau berita dan memunculkan penilaian sehingga mampu membentuk identitas.

¹¹ Lilis Suryaningsih, *Representasi Citra Wartawan Dalam Film All The President's Men*, Skripsi (Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37887/1/LILIS%20SURYANINGSIH-FDK.pdf>, diakses tanggal 19 Agustus 2019, hlm. 13.

¹² Abdullah, *Membangun Citra Partai Politik Masa Depan (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman DIY dalam Membangun Citra)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2011), hlm. 11.

¹³ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 112.

a. Faktor Pembentuk Citra

Menurut Saleh terdapat empat faktor pembentuk citra sebagai berikut:

- 1) Identitas fisik, dapat dilihat dalam bentuk-bentuk berikut:
 - Visual, berupa: nama, *by line*, *tag line*, logo, teks (akronim), *font*, warna, sosok gedung, lobi kantor.
 - Audio, berupa: *jingle*, yaitu pengenalan produk/perusahaan melalui lagu maupun instrumen yang dapat mengingatkan pada karakteristik produk.
 - Media Komunikasi, berupa: *company profile*, brosur, *leaflet*, iklan, laporan tahunan, pemberitaan media, dan *media partner*.
- 2) Identitas nonfisik
 Identitas nonfisik berupa sejarah, filosofi, kepercayaan, nilai-nilai, budaya/kultur.
- 3) Manajemen organisasi
 Manajemen organisasi sebagai salah satu faktor pembentuk citra yang terdiri dari visi, misi, sistem, kebijakan, aturan, alur-prosedur, teknologi, SDM, strategi organisasi, *job design*, *reward system*, sistem pelayanan, *positioningproduct*.
- 4) Kualitas hasil
 Kualitas hasil dapat dilihat dari segi mutu produk dan pelayanan.
- 5) Aktivitas dan pola hubungan
 Aktivitas dan pola hubungan terdiri dari hubungan organisasi dengan publik, respon tanggung jawab sosial dan mentalitas/perilaku individu SDM

organisasi, kualitas komunikasi, pengalaman pelanggan (testimoni), jaringan komunikasi/bisnis/organisasi.¹⁴

b. Bentuk-Bentuk Citra

Menurut Jean Baudrillard, citra memiliki empat bentuk sebagai berikut:

- 1) *It is the reflection of basic reality* (Citra adalah cermin dasar realitas)

Citra merupakan representasi dari realitas dan representasi merupakan bentuk konkrit yang diambil oleh konsep abstrak. Representasi bergantung pada tanda dan citra yang ada dan dipahami secara budaya pada pertukaran bahasa dan berbagai sistem tanda atau tekstual.

- 2) *It masks and preverts a basic reality* (Citra menyembunyikan dan menyimpangkan realitas)

Pada bentuk ini dapat terjadi distorsi pada realitas yang dilakukan oleh citra. Realitas sengaja disembunyikan dengan teknik-teknik yang diciptakan oleh industri televisi.

- 3) *It moks the absence of a basic reality* (Citra menutup ketidakadaan (menghapus) dasar realitas)

Realitas tidak muncul dalam pilihan-pilihan representasi dan disembunyikan atau ditutup-tutupi, tetapi benar-benar dihapus. Meskipun realitas dihapus, tetapi dibuat seolah-olah memiliki kesamaan dengan realitas.

¹⁴Frenda Yentin Madiana, *Media Sosial dan Hiperealitas Hary Tanoesoedibjo Sebagai Politikus Religius Islam*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, 2017), http://digilib.uin-suka.ac.id/24738/1/13730105_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf, diakses tanggal 21 Januari 2019.

- 4) *It bears no relation to any reality whatever, it is its own pure simulacrum*
 (Citra melahirkan tidak adanya hubungan pada berbagai realitas apapun, citra adalah kemurnian simulakrum itu sendiri)
 Pencitraan sudah tidak lagi ditentukan oleh sesuai atau tidaknya dengan realitas yang dicitrakan. Pencitraan terlepas dan berjalan membangun realitasnya sendiri.¹⁵

c. Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins terdapat beberapa jenis citra sebagai berikut:

1) Citra Bayangan (*The Mirror Image*)

Citra bayangan adalah citra atau pandangan orang dalam perusahaan mengenai pandangan masyarakat terhadap organisasinya. Citra bayangan terkadang tidak tepat dan bahkan hanya ilusi dikarenakan tidak memadainya informasi, pengetahuan, atau pemahaman yang dimiliki organisasi ini tentang pendapat atau pandangan pihak luar.

2) Citra yang Berlaku (*The Current Image*)

Citra yang berlaku adalah citra atau pandangan orang luar mengenai suatu organisasi. Pada citra yang berlaku pun belum tentu sesuai dengan kenyataan. Biasanya pada citra ini cenderung negatif.

3) Citra yang Diharapkan (*The Wish Image*)

Citra harapan adalah citra yang diinginkan oleh perusahaan. Pada citra yang diharapkan biasanya lebih baik daripada citra sesungguhnya.

¹⁵*Ibid.*

4) Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Tidak hanya terbangun dari produk dan pelayanannya. Namun terbentuk dari sejarah, kinerja perusahaan, stabilitas keuangan, kualitas produk, dan lain-lain.

5) Citra Majemuk (*The Multiple Image*)

Banyaknya jumlah pegawai, cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan dapat dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimiliki.

6) Citra yang Baik dan Buruk (*Good and Bad Image*)

Citra yang ideal adalah kesan yang benar yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Sehingga citra tidak dapat “dipoles agar lebih indah dari warna aslinya”, karena hal tersebut dapat mengacaukannya. Citra yang lebih baik dapat dimunculkan kapan saja, termasuk di tengah terjadinya musibah atau sesuatu yang buruk.¹⁶

¹⁶Rama Kertamukti, “Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)”, *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga*, vol. 8:1 (April, 2015), https://www.researchgate.net/publication/313850732_INSTAGRAM_DAN_PEMBENTUKAN_CITRA_Studi_Kualitatif_Komunikasi_Visual_dalam_Pembentukan_Personal_Karakter_Account_Instagram_basukibtp, diakses tanggal 16 Januari 2019, hlm. 59.

2. Komunikasi Politik

Komunikasi dalam bahasa Inggris adalah *communication* yang berasal dari kata Latin *communicatio* dan berumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama yang dimaksud adalah memiliki sama makna. Menurut Harold Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*, bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Melalui paradigma Lasswell, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹⁷

Menurut Dan Nimmo, politik adalah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana pembagian nilai-nilai oleh yang berwenang, kekuasaan dan pemegang kekuasaan, pengaruh, tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan dan atau memperluas tindakan lainnya. Melalui pandangan tersebut terdapat persesuaian umum, bahwa politik mencakup sesuatu yang dilakukan orang dan politik adalah kegiatan.¹⁸

Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (aktual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik.¹⁹ Menurut pakar komunikasi politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Gun Gun Heryanto, komunikasi politik bisa dipahami sebagai upaya

¹⁷Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 10.

¹⁸Dan Nimmo, *Komunikasi Politik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 8.

¹⁹*Ibid*, hlm. 9.

sengaja memengaruhi lingkungan politik dengan jalan mengubah atau mempertahankan sesuatu. Dengan demikian aktivitas politik banyak terkait dengan upaya mempersuasi khalayak.²⁰

Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik adalah kegiatan menyampaikan pesan melalui media yang berhubungan dengan aktivitas pemerintahan baik kekuasaan dan pemegang kekuasaan sehingga menimbulkan efek mempersuasi khalayak.

3. Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk

Menurut Eriyanto, analisis wacana berfungsi untuk melihat bagaimana pesan atau teks komunikasi. Tidak hanya untuk mengetahui bagaimana isi teks berita, tetapi juga bagaimana pesan tersebut disampaikan. Melalui kata, frase, kalimat, dan metafora macam apa suatu berita disampaikan. Dengan melihat bagaimana struktur kebahasaan tersebut, analisis wacana dapat lebih bisa melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks.²¹

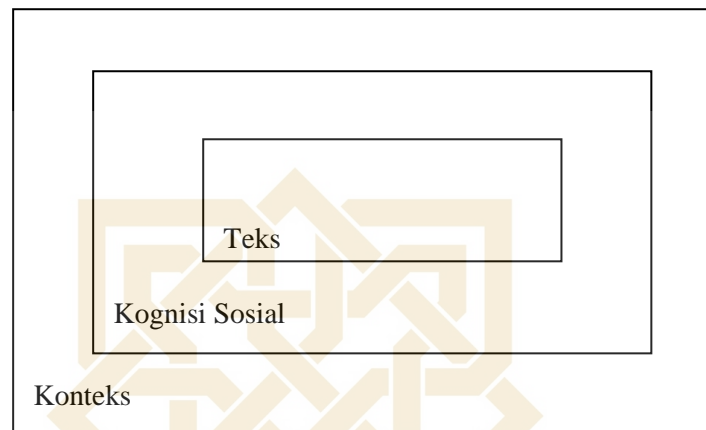
Menurut Teun A. Van Dijk penelitian atas wacana tidak cukup hanya berdasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanyalah hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Model analisis Teun A. Van Dijk dalam Margaret Watherell ingin menjawab mengenai hubungan antara wacana, kekuasaan, dominasi, dan struktur sosial. Secara khusus, model Van Dijk

²⁰Gun Gun Heryanto, "Komunikasi Politik di Era Industri Citra", <http://www.gungunheryanto.com/2014/05/komunikasi-politik-di-era-industri-citra.html>, diakses tanggal 29 Januari 2019.

²¹Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 68.

mengkaji struktur, strategi atau properti teks, interaksi verbal atau peristiwa komunikasi berperan model reproduksi.²²

Gambar 1
Model Analisis Teun A. Van Dijk



Sumber: *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*²³

Analisis wacana model Teun A. Van Dijk terbagi dalam tiga dimensi sebagai berikut:

a. Teks

Dimensi teks terbagi dalam beberapa tingkatan yang kesemuanya saling mendukung. Tingkatan dalam dimensi teks terbagi dalam tiga tingkatan yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Menurut Littlejohn dalam buku *Analisis Wacana* karya Eriyanto, antara bagian teks dalam model Van Dijk dilihat saling mendukung, mengandung arti yang koheren satu sama lain. Melalui dimensi teks, tidak hanya diketahui mengenai teks berita tersebut namun juga

²²Gazali, "Penerapan Strategi Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk Untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Menganalisis Prosa Fiksi dan Drama", *Jurnal Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tadulako*, <https://media.neliti.com/media/publications/123471-ID-penerapan-strategi-analisis-wacana-kriti.pdf>, diakses tanggal 25 Desember 2018, hlm. 86.

²³Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2009), hlm. 225.

elemen-elemen yang membangun teks berita, kata, kalimat, paragraf, dan preposisi. Hal ini juga tidak hanya untuk mengetahui apa yang diberitakan oleh media, tetapi turut mengetahui bagaimana media memberitakan suatu peristiwa menggunakan pilihan kata maupun bahasa dan kemudian diungkapkan dengan retorika tertentu. Sehingga struktur yang terbangun di dalam teks dapat digambar sebagai berikut:²⁴

Tabel 2
Struktur Teks Menurut Teun A. Van Dijk

Struktur Makro
Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks.
Superstruktur
Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
Struktur Mikro
Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

*Sumber: Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*²⁵

b. Kognisi Sosial

Dimensi kognisi sosial menjadi cara untuk mengetahui kesadaran mental wartawan ketika memproduksi teks tersebut. Melalui kognisi sosial lah makna tersembunyi dari teks beserta pendapat dan ideologi dapat dibongkar. Sehingga diperlukan adanya penelitian mengenai representasi kognisi dan strategi dari wartawan dalam memproduksi teks berita. Karena pada dasarnya setiap teks

²⁴*Ibid.*, hlm. 227.

²⁵*Ibid.*

dihasilkan melalui kesadaran, pengetahuan, prasangka, atau pengetahuan tertentu atas suatu peristiwa. Menurut Van Dijk, analisis wacana harus menyertakan bagaimana reproduksi kepercayaan yang menjadi landasan bagi wartawan dalam memproduksi teks berita.²⁶

Terdapat lima macam skema atau model sebagai berikut:

1) Skema Person (*Person Schemas*)

Skema ini menggambarkan bagaimana wartawan memandang orang lain yang kemungkinan besar akan berpengaruh terhadap berita yang ditulis.

2) Skema Diri (*Self Schemas*)

Skema ini berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami, dan digambarkan oleh seseorang.

3) Skema Peran (*Role Schemas*)

Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat.

4) Skema Peristiwa (*Event Schemas*)

Skema ini berhubungan dengan bagaimana setiap peristiwa ditafsirkan dan dimaknai.²⁷

c. Konteks Sosial

Dimensi konteks sosial adalah dimensi untuk mengetahui bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Menurut

²⁶*Ibid.*, hlm. 259.

²⁷*Ibid.*, hlm. 262.

Van Dijk, dalam analisis mengenai masyarakat ini terdapat dua poin penting, yakni kekuasaan (*power*) dan akses (*access*).²⁸

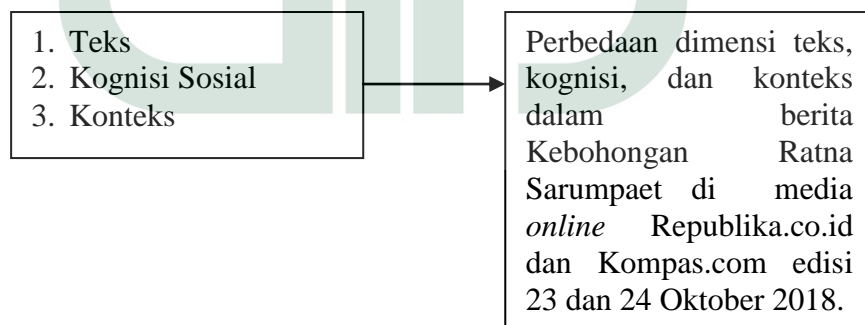
1) Kekuasaan (*power*)

Kekuasaan didefinisikan sebagai kepemilikan suatu kelompok (atau anggotanya), satu kelompok untuk mengontrol kelompok (atau anggota) dari kelompok lain. Kekuasaan didasarkan pada kepemilikan atas sumber-sumber yang bernilai, seperti uang, status, dan pengetahuan.

2) Akses (*access*)

Mereka yang menduduki sebagai kelompok elite memiliki kekuasaan lebih besar dibandingkan dengan kelompok yang tidak berkuasa. Sehingga mereka yang memiliki kekuasaan juga memiliki akses mudah pada media untuk mempengaruhi khalayak.

Bagan 1
Kerangka Berpikir



Sumber: Hasil olahan peneliti berdasarkan teori analisis wacana Teun A. Van Dijk

²⁸*Ibid.*, hlm. 271.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian kualitatif dipilih dalam penelitian dikarenakan penelitian ini berupaya mengetahui konstruksi wacana dengan menggunakan model Teun A. Van Dijk melalui teks berita, kognisi sosial, dan konteks sosial yang terbentuk pada tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dapat lebih mempermudah pembaca untuk memahami citra yang terbentuk melaluipendeskripsian. Sehingga citra atau gambaran tersebut menjadi tampak jelas ketika digambarkan dalam bentuk rangkaian kalimat. Disamping itu penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif yang sarat dalam penggunaan rangkaian kalimat.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah teks atau berita penganiayaan terhadap Ratna Sarumpaet di media *online* Republika.co.id edisi 23 Oktober 2018 dan Kompas.com edisi 24 Oktober 2018.

➤ Republika.co.id edisi 23 Oktober 2018 berjudul:

“Efek Elektoral Kasus Ratna Terhadap Pasangan Capres-Cawapres”

➤ Kompas.com edisi 24 Oktober 2018 berjudul:

“Kerugian Prabowo-Sandiaga Akibat Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet”

Objek penelitian ini adalah perbedaan dimensi teks, kognisi, konteks dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet. Di mana ketiga dimensi tersebut merupakan bagian dari model analisis wacana dari Teun A. Van Dijk.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa:

a. Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan dokumentasi primer dan sekunder. Dokumentasi primer berupa analisis terhadap teks berita yang bersumber dari media *online* Republika.co.id pada edisi 23 Oktober 2018 dan Kompas.com edisi 24 Oktober 2018. Sedangkan dokumentasi sekunder berupa studi pustaka, yakni buku-buku yang mendukung topik penelitian dalam upaya memperoleh data-data terkait keperluan penelitian.

b. Wawancara

Pada penelitian ini dilakukan wawancara pada wartawan selaku penulis berita media *online* Republika.co.id dan Kompas.com terkait pemberitaan kasus Ratna Sarumpaet, yakni Ronggo Astungkoro dan Yoga Sukmana. Wawancara akan dilaksanakan pada Maret 2019.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian yang dilaksanakan menggunakan teknik analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Analisis ini digunakan untuk mengetahui gambaran atau citra politik yang terbentuk pada tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno pasca kebohongan Ratna Sarumpaet. Analisis wacana model Teun A. Van Dijk terbagi dalam tiga dimensi, yakni teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Melalui teks, peneliti akan mengetahui konstruksi wacana yang dibangun oleh pihak media Republika.co.id dan Kompas.com mengenai pemberitaan edisi 23 Oktober dan 24

Oktober 2018. Melalui kognisi sosial, peneliti akan mengetahui kognisi yang dibangun pembuat berita ketika menulis berita tersebut. Peneliti akan melakukan wawancara pada Ronggo Astungkoro dan Yoga Sukmana selaku wartawan dan penulis berita Republika.co.id dan Kompas.com terkait kasus kebohongan Ratna Sarumpaet. Melalui konteks sosial, peneliti akan melakukan studi pustaka untuk memeriksa atau mengecek terkait makna yang terkandung dalam teks berita yang akan diteliti.

Selain menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk, penelitian ini turut menggunakan analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Melalui reduksi data, teknik pengumpulan data berupa wawancara melalui *chatting* dikarenakan jarak yang jauh, hasil wawancara akan dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dalam penelitian, dan memfokuskan pada topik penelitian. Melalui penyajian data, untuk mempermudah dalam memahami maka penyajian data akan dilakukan dengan bentuk uraian singkat dan didukung dengan menggunakan bagan. Melalui tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi, peneliti akan menyimpulkan hasil penelitian dalam bentuk deskripsi mengenai topik yang telah diteliti.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan terarah maka sistematika penulisan terdiri dari empat bab dan masing-masing bab terdiri dari sub-sub dengan penyusunan sebagai berikut:

Pada bab satu membahas mengenai latar belakang masalah dimana peneliti memaparkan mengenai kondisi politik di Indonesia, peran media massa sebagai pendukung kegiatan politik, media sebagai alat konstruksi, menjelaskan kasus kebohongan Ratna Sarumpaet, opini masyarakat yang muncul terhadap pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno sebagai dampak kasus Ratna Sarumpaet, hasil survei terhadap pasangan calon dengan nomor urut satu dan dua, serta mengenai media *online* Republika.co.id dan Kompas.com. Rumusan masalah merupakan pertanyaan terkait perbedaan dimensi teks, kognisi, dan konteks dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet dengan menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Tujuan penelitian merupakan jawaban relevan dari rumusan masalah. Kegunaan penelitian terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kajian pustaka merupakan tinjauan dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang digunakan untuk menjelaskan posisi penelitian yang akan dilaksanakan. Dalam penelitian ini menggunakan tiga kajian pustaka berupa skripsi. Kerangka teori merupakan kerangka konseptual untuk mengkaji permasalahan penelitian yang akan dilaksanakan. Pada kerangka teori, peneliti menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian yang akan dilaksanakan. Metode penelitian merupakan cara teratur yang akan digunakan peneliti dalam mengerjakan penelitian. Peneliti menjelaskan mengenai jenis penelitian yang dalam hal ini adalah deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan data penelitian, menjelaskan mengenai subjek dan objek penelitian, teknik analisis data menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk dan analisis data model Miles dan Huberman. Sistematika pembahasan, peneliti menjabarkan

mengenai hal-hal yang akan dipaparkan di setiap babnya dalam penelitian yang akan dilaksanakan.

Pada bab dua membahas mengenai berita kebohongan Ratna Sarumpaet oleh Republika.co.id dan Kompas.com yang disajikan dalam deskripsi kronologi kasus tersebut. Pada bab dua, peneliti membaginya menjadi dua bagian, *Pertama*, kronologi kasus kebohongan Ratna Sarumpaet. *Kedua*, dampak berita pada pasangan calon presiden Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, yang di dalamnya menjelaskan mengenai berita Republika.co.id edisi 23 Oktober 2018 dan berita Kompas.com edisi 24 Oktober 2018.

Pada bab tiga menjelaskan atau membahas mengenai analisis wacana Teun A. Van Dijk di Republika.co.id dan Kompas.com yang terdiri dari dimensi teks, kognisi, dan konteks. Peneliti menggunakan dua edisi berita dari dua media untuk diteliti, diantaranya Republika.co.id edisi 23 Oktober dan Kompas.com edisi 24 Oktober 2018. Pada bab III, peneliti membaginya menjadi tiga bagian untuk dibahas dalam penelitian ini. *Pertama*, analisis teks berita mengenai berita kebohongan Ratna Sarumpaet di Republika.co.id dan Kompas.com. Pada bagian pertama, peneliti akan membahas mengenai teks berita dari kedua media yang digunakan, yang terdiri dari struktur makro, super struktur, dan struktur mikro. Pada struktur makro akan dijelaskan mengenai tematik yang berupa tema atau topik yang dikedepankan dalam suatu teks. Pada struktur makro akan dijelaskan mengenai skematik yang merupakan bagaimana bagian dan urutan berita dikemas dalam teks berita. Pada struktur mikro akan dijelaskan mengenai semantik berupa arti yang ingin ditampilkan sang wartawan, yang terdiri dari latar, detil, maksud,

koherensi kondisional, pengingkaran, leksikon, dan grafis. Pada struktur mikro turut dijelaskan mengenai sintaksis yang berupa bentuk atau susunan kalimat yang dipilih oleh wartawan, yang didalamnya akan dibahas mengenai bentuk kalimat. Terakhir adalah retorik yang berupa penekanan dalam kalimat, yang didalamnya akan dibahas mengenai pengingkaran.

. Kedua, kognisi sosial dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet di media *online* Republika.co.id dan Kompas.com edisi 23 dan 24 Oktober 2018. Pada bagian ini akan dibahas mengenai kognisi yang dibangun di dalam teks berita. Peneliti ingin mengetahui bagaimana wartawan atau pembuat berita memproduksi berita yang digunakan dalam penelitian ini. Ketiga, konteks sosial dalam berita kebohongan Ratna Sarumpaet di media *online* Republika.co.id dan Kompas.com edisi 23 dan 24 Oktober 2018. Pada bagian kedua ini akan dibahas mengenai kognisi yang dibangun di dalam berita. Pada bagian ini peneliti akan melakukan studi pustaka, baik berupa kamus dan referensi-referensi yang mendukung mengenai penelitian ini.

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan yang merupakan hasil yang dapat ditarik dari serangkaian proses penelitian, yakni mengenai perbedaan dimensi teks, kognisi, dan konteks dari berita kebohongan Ratna Sarumpaet di media *online* Republika.co.id dan Kompas.com edisi 23 dan 24 Oktober 2018 dan saran yang dapat diberikan untuk memberikan perbaikan akan penelitian ini.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab ini peneliti akan memaparkan mengenai hasil analisis wacana berita kebohongan Ratna Sarumpaet pada berita Republika.co.id dan Kompas.com edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Berikut peneliti memberikan kesimpulan dari hasil analisis kedua berita tersebut:

Dalam dimensi teks media *online* Republika.co.id, wartawan berusaha menunjukkan untuk tidak merendahkan salah satu pasangan calon presiden dan calon wakil presiden. Hal tersebut terlihat dari wartawan yang berhati-hati dalam menggunakan diksi pada berita tersebut. Namun pada akhir berita, wartawan mulai menampakkan keberpihakannya kepada tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dengan menampilkan wawancara dengan koalisi pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno yang menyatakan bahwa kasus Ratna Sarumpaet tidak berefek, serta menampilkan sisi-sisi positif dari Prabowo Subianto. Sedangkan dalam Kompas.com, wartawan menunjukkan dampak-dampak negatif yang dialami tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno pasca kasus hoaks Ratna Sarumpaet. Wartawan juga memberikan penegasan pada hasil-hasil survei pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno bahwa pasangan nomor urut 02 mengalami penurunan pasca hoaks Ratna Sarumpaet. Wartawan menunjukkan bahwa dari kasus hoaks

Ratna Sarumpaet mampu merusak elektabilitas tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.

Dalam kognisi sosial Republika.co.id, wartawan menunjukkan bahwa tidak ada keberpihakan kepada salah satu pasangan capres dan cawapres. Namun di akhir berita, wartawan memunculkan karakter-karakter positif yang dimiliki oleh Prabowo Subianto. Sehingga setelah wartawan menampilkan perbandingan survei masing-masing pasangan di awal berita, wartawan menggiring pembaca atau masyarakat untuk mengetahui sisi positif dari Prabowo Subianto dibalik kasus hoaks Ratna Sarumpaet yang melibatkan Prabowo Subianto. Wartawan berusaha menampilkan citra positif Prabowo Subianto di mata publik. Sedangkan Kompas.com, wartawan menunjukkan keberpihakannya pada pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin. Wartawan turut menggiring pembaca atau masyarakat untuk mengetahui dampak-dampak negatif bagi pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno akibat kasus hoaks Ratna Sarumpaet. Wartawan dengan tegas mengatakan “naik” jika persentase mengalami kenaikan, dan mengatakan “turun” jika persentase mengalami penurunan. Sehingga membentuk citra negatif di mata publik pada tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.

Dalam konteks sosial pada kedua media *online* Republika.co.id dan Kompas.com menunjukkan bahwa masyarakat khawatir akan kemunculan berita hoaks. Bahkan melalui survei yang dilakukan menunjukkan bahwa lebih banyak masyarakat yang tidak suka dengan hoaks Ratna Sarumpaet. Selain itu masyarakat dapat menilai citra dari tim Prabowo Subianto-Sandiaga Uno melalui media yang mereka konsumsi. Bagi pendukung Prabowo Subianto-Sandiaga Uno akan

menilai bahwa Prabowo Subianto-Sandiaga Uno telah bersikap berjiwa besar karena sudah meminta maaf atas kesalahannya melalui siaran pers. Sedangkan bagi masyarakat yang tidak mendukung Prabowo Subianto-Sandiaga Uno akan menilai bahwa Prabowo Subianto-Sandiaga Uno turut menyebarkan hoaks dan sebagai elite politik tidak melakukan cek dan ricek terhadap informasi yang diterima untuk disampaikan kepada masyarakat. Sehingga Prabowo Subianto dianggap telah lalai terhadap informasi hoaks yang melibatkan salah satu tim suksesnya yakni Ratna Sarumpaet.

B. Saran

Berikut merupakan beberapa saran penulis, sebagai pertimbangan setelah melakukan analisis dan menemukan hasil penelitian mengenai Citra Politik Tim Prabowo-Sandiaga Uno Pasca Kebohongan Ratna Sarumpaet, diantaranya yaitu:

1. Kepada masyarakat diharapkan untuk tidak mudah mempercayai dan terjebak pada setiap informasi yang diterima. Perlu adanya untuk tidak mengonsumsi atau membaca satu berita, sehingga dapat membandingkan dan mencerna secara perlahan berita tersebut agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.
2. Kepada lembaga-lembaga survei diharapkan untuk selalu bersikap netral dalam melakukan survei kepada setiap lembaga maupun partai politik tanpa menyudutkan salah satu. Sehingga hasil survei tersebut dapat menjadi panduan bagi masyarakat untuk bisa memilih dukungannya.
3. Kepada elite politik yang menjadi panutan masyarakat, diharapkan agar selalu melakukan cek dan ricek terhadap setiap informasi yang diperoleh.

4. Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Membangun Citra Partai Politik Masa Depan (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman DIY dalam Membangun Citra)*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2011.
- Adji, Bayu, “Dahnil: Kasus Ratna Justru Dongkrak Elektabilitas Prabowo”, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/18/10/06/pg5i3t430-dahnil-kasus-ratna-justru-dongkrak-elektabilitas-prabowo>, diakses tanggal 20 April 2019.
- Ariviyanti, Betari Chintya dan Sylvie Nurfabiaraning, “Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesudibjo”, *Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*, vol. 5:1, <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/6353>, 2017, diakses tanggal 24 Desember 2018.
- Astungkoro, Ronggo, “Efek Elektoral Kasus Ratna Terhadap Pasangan Capres-Cawapres”, <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/newsanalysis/18/10/23/ph1n6s409-efek-elektoral-kasus-ratna-terhadap-pasangan-caprescawapres>, diakses tanggal 16 Februari 2019.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Effendy, Onong Uchjana, *Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Fauriana, Resti, *Citra Politisi Lokal Dalam Iklan Politik (Analisis Wacana Citra Mardjoko-Husein (MARHEIN) Dalam Iklan Politik di Banyumas Televisi (BMSTV) Pada Pilkada Banyumas Tahun 2008*, Skripsi, Surakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/5254/Citra-politisi-lokal-dalam-iklan-politik-analisis-wacana-citra-Mardjoko-Husein-Marhein-dalam-iklan-politik-di-Banyumas-Televisi-BMTV-pada-pilkada-Banyumas-tahun-2008>, diakses tanggal 22 Desember 2018.
- Galih, Bayu, “Jakob Oetama, PK Ojong, dan Sejarah di Balik Lahirnya “Kompas””, <https://nasional.kompas.com/read/2016/09/29/06200031/jakob.oetama.pk.ojong.dan.sejarah.di.balik.lahirnya.kompas>, diakses tanggal 16 Februari 2019.

- Heryanto, Gun Gun, “Komunikasi Politik di Era Industri Citra”, <http://www.gungunheryanto.com/2014/05/komunikasi-politik-di-era-industri-citra.html>, diakses tanggal 29 Januari 2019.
- Heryanto, Gun Gun, *Media Komunikasi Politik Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*, Yogyakarta: IRCiSoD, 2018.
- Kertamukti, Rama, “Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp)”, *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga*, vol. 8:1, https://www.researchgate.net/publication/313850732_INSTAGRAM_DAN_PEMBENTUKAN_CITRA_Studi_Kualitatif_Komunikasi_Visual_dalam_Pembentukan_Personal_Karakter_Account_Instagram_basukibtp, 2015, diakses tanggal 16 Januari 2019.
- Lilis Suryaningsih, Representasi Citra Wartawan Dalam Film All The President’s Men, Skripsi, Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37887/1/LILIS%20SURYANINGSIH-FDK.pdf>, diakses tanggal 19 Agustus 2019.
- Lubis, Mila, “Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia”, <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.html>, diakses tanggal 6 Februari 2019.
- Mabruroh, “Koalisi Prabowo Berharap Kasus Hoaks Ratna Segera Berakhir”, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/pgn2y7409/tradisi-ramadhan>, diakses tanggal 20 April 2019.
- Madiana, Frenda Yentin, *Media Sosial dan Hiperealitas Hary Tanoesoedibjo Sebagai Politikus Religius Islam*, Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, 2017, http://digilib.uin-suka.ac.id/24738/1/13730105_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf, diakses tanggal 21 Januari 2019.
- Malvi, Alvina, *Representasi Citra Politik dalam Iklan Hanura WIN-HT Bersih Peduli Tegas di RCTI*, Skripsi, Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26272/1/ALVINA%20MALVI-FDK.pdf>, diakses tanggal 29 Januari 2019.
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.

Nurhayati, Siti, *Citra Partai Keadilan Sejahtera di Pemilu 2014 (Analisis Wacana Pemberitaan Partai Keadilan Sejahtera Pada Media Online Detikcom)*, Skripsi, Jakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26596/1/SITI%20NU RHAYATI-FDK.pdf, diakses tanggal 22 Desember 2018.

Olii, Helena dan Novi Erlita, *Opini Publik*, Jakarta: Indeks, 2011.

Profil Republika.co.id, <https://www.republika.co.id/page/about>, diakses tanggal 16 Februari 2018.

Rahmatika, Arina, *Analisis Wacana Citra Wahabi Dalam Majalah Aula Edisi Februari 2016*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017.

Romeltea, “Media Massa: Pengertian, Karakter, Jenis, dan Fungsi”, <http://romeltea.com/media-massa-makna-karakter-jenis-dan-fungsi/>, diakses tanggal 31 Oktober 2018.

“Sejarah dan Kiprah Republika Berjaya di Indonesia”, https://pusatpemasanganiklan.com/blog/detail/69-sejarah_kiprah_republika_berjaya_di_indonesia#.XGYEandR3IV, diakses tanggal 16 Februari 2019.

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Sukmana, Yoga, “Kasus Ratna Sarumpaet Harus Jadi Pelajaran, Terutama Bagi Politisi”, <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/03/18331191/kasus-ratna-sarumpaet-harus-jadi-pelajaran-terutama-bagi-politisi>, diakses tanggal 20 April 2019.

Sukmana, Yoga, “Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet Dinilai Tak Otomatis Untungkan Jokowi”, <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/07/18000381/kasus-hoaks-ratna-sarumpaet-dinilai-tak-otomatis-untungkan-jokowi>, diakses tanggal 20 April 2019.

Sukmana, Yoga, “Survei LSI: Mayoritas Publik Jengkel Terhadap Hoaks Ratna Sarumpaet”, <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/23/18054271/survei-lsi-mayoritas-publik-jengkel-terhadap-hoaks-ratna-sarumpaet>, diakses tanggal 20 April 2019.

Sukmana, Yoga, “Kerugian Prabowo-Sandiaga Akibat Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet”, <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/24/08434211/kerugian-prabowo-sandiaga-akibat-kasus-hoaks-ratna-sarumpaet?page=all>, diakses tanggal 16 Februari 2019.

Ucu, Karta Raharja, “Drama Hoaks Ratna Sarumpaet Diakhiri Sikap Gentleman Prabowo”, <https://www.republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/10/04/pg2ncc282-drama-hoaks-ratna-sarumpaet-diakhiri-sikap-gentleman-prabowo>, diakses tanggal 20 April 2019.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, <https://www.anri.go.id/assets/download/97UU-Nomor-11-Tahun-2008-Tentang-Informasi-dan-Transaksi-Elektronik.pdf>, diakses tanggal 27 Oktober 2018.

Wijayanto, Doni Tri, *Konstruksi Media Cetak Terhadap Citra Polri (Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Briptu Norman Kamaru Pada Surat Kabar Harian Radar Jogja dan Kedaulan Rakyat Periode Bulan April 2011)*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2011.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Berita Republika.co.id Edisi 23 Oktober 2018

Efek Elektoral Kasus Ratna Terhadap Pasangan Capres-Cawapres

Selasa 23 Oct 2018 15:49 WIB

Rep: Ronggo Astungoro/ Red: Andri Saubani



Tersangka penyebaran berita bohong atau hoax Ratna Sarumpaet (kiri) dikawal petugas saat menjalani pemeriksaan di Dirkrimum Polda Metro Jaya, Jakarta, Senin (22/10/2018).

Foto: Antara/Reno Esnir

Kasus hoaks Ratna Sarumpaet dinilai mempengaruhi undecided voters.

REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA -- Hasil survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA terbaru menunjukkan kasus *hoaks* Ratna Sarumpaet memiliki efek elektoral terhadap masing-masing pasangan calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres). Suara pemilih yang belum menentukan pilihannya pada survei sebelumnya, kini lebih banyak yang mendukung ke arah pasangan Joko Widodo (Jokowi)-Ma'ruf Amin.

"Kasus *hoaks* penganiayaan Ratna Sarumpaet punya efek elektoral terhadap para capres," ujar peneliti senior LSI Denny JA, Ikram Masloman, dalam pemaparannya di kantor LSI Denny JA, Jakarta Timur, Selasa (23/10).

Survei tersebut menemukan, kasus *hoaks* Ratna menyebabkan adanya kenaikan sentimen positif terhadap pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin. Sedangkan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno terdampak sentimen negatif dari kasus *hoaks* yang sama.

Ikram menjelaskan, sebanyak 25 persen responden menyatakan, kasus *hoaks* itu membuat mereka lebih mendukung Jokowi-Ma'ruf Amin.

Sementara sebesar 17,9 responden menyatakan kasus ini membuat mereka lebih tidak mendukung Prabowo-Sandi.

Menurutnya, efek negatif yang lebih besar terjadi pada dukungan Prabowo disebabkan karena Ratna adalah salah satu tim kampanye nasional Prabowo. Diperkuat lagi dengan adanya konferensi pers Prabowo-Sandi dalam merespons berita *hoaks* Ratna.

"Kasus *hoaks* Ratna Sarumpaet merugikan Prabowo. Ada 17,9 persen publik yang menjadi lebih tidak mendukung," jelasnya.

Masih dalam survei yang sama, elektabilitas pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin juga masih unggul dari Prabowo-Sandi. Di mana pasangan nomor urut 01 mendapatkan 57,7 persen suara dan pasangan nomor urut 02 mendapatkan 28,6 persen suara. Sementara responden yang belum menentukan atau tidak menjawab sebesar 13,7 persen.

Secara umum, kata Ikram, survei LSI Denny JA menemukan, kasus *hoaks* penganiayaan Ratna tidak mengurangi dukungan atau elektabilitas terhadap pasangan Prabowo-Sandi. Naiknya sentimen negatif terhadap Prabowo-Sandi adalah yang menyebabkan pemilih yang belum menentukan pilihan cenderung memilih pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin.

Untuk hasil survei ini, LSI Denny JA melakukan pengumpulan data pada 10-19 Oktober 2018 dengan menggunakan metode *multistage random sampling* terhadap 1.200 responden. Mereka diwawancarai secara langsung menggunakan kuisioner. *Margin of error* hasil survei ini sebesar kurang lebih 2,8 persen.

Tren Dukungan

Hasil survei LSI Denny JA terbaru juga menunjukkan adanya peningkatan tren dukungan terhadap pasangan Jokowi-Ma'ruf. Di sisi lain, elektabilitas pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno cenderung stagnan jika dibandingkan hasil survei sebelumnya.

"Tren (dukungan) Jokowi-Ma'ruf Amin meningkat, sementara Prabowo-Sandi stagnan," ungkap peneliti senior LSI Denny JA, Ikram Masloman, dalam pemaparannya di kantor LSI Denny JA, Jakarta Timur, Selasa (23/10).

Berdasarkan hasil survei tersebut, elektabilitas Jokowi-Ma'ruf Amin pada Oktober 2018 ini sebesar 57,7 persen. Angka tersebut meningkat 4,5 persen dari bulan September 2018, yakni 53,2 persen. Pada Agustus 2018, elektabilitas mereka sebesar 52,2 persen. Setiap bulannya elektabilitas pasangan nomor urut 01 ini mengalami peningkatan.

Untuk pasangan nomor urut 02, Prabowo-Sandi, elektabilitas mereka dalam tiga bulan terakhir cenderung stagnan atau tidak bergerak begitu jauh. Pada Agustus 2018, elektabilitas mereka sebesar 29,5 persen. Pada September 2018, elektabilitas mereka menjadi 29,2 persen. Hasil survei terbaru, Oktober 2018, elektabilitas mereka menjadi 28,2 persen.

"Efek elektoral *hoaks* Ratna Sarumpaet bukan mengurangi dukungan ke Prabowo, tapi yang belum memutuskan pilihan cenderung ke Jokowi," kata Ikram.

Pada survei kali ini, kata Ikram, ada dua segmen yang begitu terasa efek elektoralnya dari kasus *hoaks* Ratna, yakni segmen pendidikan dan pendapatan. Ia menjelaskan, ada dua alasan mengapa hal tersebut terjadi.

Pertama, kalangan terpelajar dan segmen menengah ke atas lebih banyak mengakses informasi, terutama media sosial. Kedua, kalangan terpelajar dan segmen menengah ke atas kurang menyukai pemimpin yang mudah terkecoh dan reaksioner.

"Jokowi yang tadinya kalah tipis di kalangan terpelajar kini unggul jauh akibat *hoaks* Ratna Sarumpaet. Di segmen pendapatan menengah ke atas, Jokowi yang tadinya unggul tipis, kini unggul lebih signifikan akibat *hoaks* Ratna Sarumpaet," kata Ikram saat membacakan simpulan survei.

Koalisi Prabowo-Sandi klaim tak terdampak

Terungkapnya kebohongan Ratna Sarumpaet memang berbuntut panjang bagi koalisi Prabowo Subianto - Sandiaga Uno. Tim pemenangan calon presiden nomor urut 02 ini pun harus terus mendapatkan panggilan dari kepolisian untuk dimintai keterangan sebagai saksi.

Namun, menurut penasihat hukum DPP PKS **Zainuddin Paru**, banyaknya panggilan yang diarahkan kepada para tokoh koalisi tidak mengganggu strategi kampanye. Justru menurutnya, berdampak positif bagi koalisi serta agar kasus segera selesai

"Insya Allah tidak terganggu, malah positif untuk segera selesai kasus ini," kata Zainuddin kepada *Republika* dalam pesan tertulis pada Senin (15/10).

Karena lanjut Zainuddin, koalisinya juga menjadi korban atas kebohongan besar aktivis Ratna Sarumpaet (RS). Sehingga tentu saja pihaknya akan dengan senang hati memberikan keterangan dan berharap kasus segera menjadi terang.

"Agar semua menjadi terang dan karena kami, koalisi Adil Makmur pendukung Prabowo-Sandi adalah korban dari kebohongan RS ini," ungkap dia.

Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo-Sandi meyakini, sikap ksatria yang ditunjukkan Prabowo dalam menyikapi kebohongan Ratna akan dinilai masyarakat luas. Koordinator Juru Bicara BPN Dahnil Anzar Simanjuntak mengatakan, kasus ini sama sekali tidak mengganggu elektabilitas Prabowo-Sandiaga.

"Justru kemudian kami punya keyakinan ini akan meningkatkan elektabilitas," kata dia di Hotel Santika, Depok, Jawa Barat, Jumat (5/10).

Ia menjelaskan, dengan kasus ini masyarakat mengetahui bahwa Prabowo adalah sosok yang humanis. Hal itu ditunjukkan dengan sikap empati dan simpati ketika mendengar kabar Ratna mengalami penganiayaan.

Menurut dia, Prabowo adalah sosok yang jarang berburuk sangka kepada siapapun dan suka menolong siapapun. "Walaupun akhirnya beliau dibohongi," kata dia.



Kronologi Hoaks Ratna Sarumpaet

Lampiran 2: Berita Kompas.com Edisi 24 Oktober 2018

Kerugian Prabowo-Sandiaga Akibat Kasus Hoaks Ratna Sarumpaet

Oleh: Yoga Sukmana

JAKARTA, KOMPAS.com- Kasus berita bohong atau hoaks penganiayaan aktivis Ratna Sarumpaet dinilai berdampak negatif kepada pasangan capres-cawapres nomor urut 2 Prabowo-Sandiaga Uno.

Seperti diketahui, saat kasus itu mencuat, Ratna Sarumpaet adalah salah satu juru bicara kampanye Prabowo-Sandiaga Uno. Ratna pula yang mengaku dianiaya ke kubu Prabowo-Sandiaga.

Atas informasi Ratna, Prabowo dan sejumlah elite politisi bahkan menggelar konferensi pers khusus terkait penganiayaan Ratna Sarumpaet.

Namun sehari setelah itu, Ratna musti mengaku ke publik bahwa penganiayaan dirinya hanya kebohongan. Lebam di mukanya bukan karena dianiaya, tetapi lantaran operasi plastik.

Publikpun menyorot tajam kubu Prabowo-Sandiaga yang dinilai ikut menyebarkan hoaks.

Lingkar Survei Indonesia (LSI) Denny JA merilis hasil survei persepsi publik terhadap kasus hoaks Ratna Sarumpaet pada Selasa (23/10/2018).

Dari survei yang dilakukan pada 10-19 Oktober 2018, sebanyak 57.2 persen responden menyatakan bahwa mereka mengetahui atau mendengar kasus hoaks penganiayaan Ratna Sarumpaet.

“Dari mereka yang mengetahui, 89.5 persen responden tidak suka hoaks Ratna Sarumpaet,” ujar Peneliti Lingkar Survei Indonesia (LSI) Denny JA, Ikrama Masloman, di Jakarta.

Survei LSI Denny JA dilakukan pada 10-19 Oktober 2018 dengan jumlah 1.200 responden di seluruh Indonesia.

Metode yang digunakan yakni *multistage random sampling* dan pengambilan data dilakukan dengan wawancara tatap muka menggunakan kuesioner.

Adapun *margin of error plus minus 2.8* persen. Survei juga dilengkapi dengan FGD, analisis media dan *indepth interview*.

Gerus Elektabilitas

Survei LSI Denny JA juga menunjukkan bahwa kasus hoaks Ratna Sarumpaet berdampak negatif kepada pasangan calon nomor urut 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno.

Saat ditanya apakah kasus hoaks Ratna Sarumpaet membuat responden mendukung, sama saja atau lebih tidak mendukung capres, jawaban yang diberikan beragam.

Sebanyak 25 persen menyatakan lebih mendukung Jokowi, 48.8 persen sama saja, 6.6 persen lebih tidak mendukung, dan 19.6 persen tidak menjawab.

Sementara untuk Prabowo, 11.6 persen responden menyatakan lebih mendukung, 49.8 persen sama saja, 17.9 persen lebih tidak mendukung dan 20.7 persen tidak menjawab.

“Jadi ada 17.9 persen publik yang menjadi lebih tidak mendukung Prabowo,” kata Ikrama.

Dari sisi elektabilitas pada September 2018, sebelum ada kasus hoaks Ratna Sarumpaet, Jokowi, Ma’ruf Amin 53.2 persen, Prabowo-Sandiaga Uno 29.2 persen dan 17.6 persen belum memutuskan.

Sementara pascakasus hoaks Ratna Sarumpaet, elektabilitas Jokowi-Ma’ruf Amin naik jadi 57.7 persen pada Oktober 2018. Adapun Prabowo-Sandiaga Uno turun menjadi 28.6 persen.

Sementara itu, persentase yang belum memutuskan menyusut tinggal 13.7 persen.

Dari data itu LSI Denny JA menarik kesimpulan bahwa aksi hoaks Ratna Sarumpaet membuat pemilih yang masih mengambang lebih terdorong memilih Jokowi.

Ditinggal Kaum Terpelajar

Bila ditelaah lebih dalam lagi, survei LSI Denny JA juga mengungkapkan adanya penurunan dukungan pemilih kalangan terpelajar terhadap pasangan calon Prabowo-Sandiaga Uno pascakasus hoaks penganiayaan Ratna Sarumpaet.

Sebanyak 6.6 persen responden survei ini berpendidikan di atas SMA. Sisanya, atau 93.4 persen berpendidikan akhir SD, SMP, dan SMA.

Dan total jumlah responden yang berpendidikan tinggi, hanya 37.4 persen yang memilih Prabowo-Sandiaga Uno pada Oktober 2018.

Di sisi lain, dukungan kalangan berpendidikan tinggi kepada Jokowi-Ma'ruf Amin justru naik. Pada September 2018, angkanya 40.5 persen, sedangkan pada Oktober 2018 menjadi 44 persen.

Selain kalangan terpelajar, elektabilitas Prabowo-Sandiaga Uno juga turun di segmen responden penghasilan menengah ke atas. September 2018 angkanya 43.8 persen, namun menjadi 34.5 persen saja pada Oktober 2018.

Menurut kesimpulan LSI Denny JA, kedua kalangan responden itu merupakan kalangan yang lebih banyak mengakses informasi sehingga tahu persis kasus hoaks Ratna Sarumpaet.

Sandiaga Tak Sepakat

Calon wakil presiden nomor urut 02 Sandiaga Uno tak sepakat dengan hasil survei LSI Denny JA. Ia mengatakan, hasil survei internet menunjukkan hasil sebaliknya.

Elektabilitas Prabowo-Sandiaga justru dinilai semakin mengejar pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin. Masyarakat pun disebut semakin simpatik terhadap Prabowo-Sandiaga pasca terungkapnya hoaks Ratna Sarumpaet.

Sebab, menurut dia, masyarakat melihat dirinya dan Prabowo sebagai pihak yang terkecoh oleh kabar hoaks tersebut.

Selain itu, sebelum kabar hoaks terungkap, masyarakat bersimpati dengan sikap Prabowo yang menunjukkan kepedulian terhadap perempuan.

Sementara itu, juru kampanye nasional Badan Pemenangan Nasional (BPN) pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, Sudirman Said, enggan menanggapi serius hasil survei LSI Denny JA.

Sudirman justru mengungkapkan pengalamannya saat disurvei oleh LSI Denny JA.

“Saya Cuma kasih catatan pada LSI, saya pernah disurvei, bulan November (elektabilitas) saya 10.6 persen, bulan Mei 10.6 juga. Jadi kadang-kadang kalau saya baca surveinya LSI cuma ketawa saja,” ujar Sudirman saat ditemui di media center Prabowo-Sandiaga.

Lampiran 3: Surat Izin Penelitian Wartawan Republika.co.id



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

Nomor : B-297 /Un.02/DD.1/PN.01.1/02/2019
Lampiran : 1 (satu) bendel
Hal : **Izin Penelitian**

8 Februari 2019

Kepada
Yth. **Ronggo Astungkoro**
Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan penulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini:

Nama : Widya Resti Oktaviana
NIM/Jurusan : 15210022 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Gunungkidul, 30 Desember 1996
Metode Penelitian : Kualitatif
Waktu Penelitian : Februari-April 2019
Pembimbing : Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D.
Judul : Citra Politik Tim Prabowo-Sandiaga Uno Pasca Kebohongan Ratna Sarumpaet (Analisis Wacana pada Pemberitaan Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018)

Kami mohon agar mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan riset dan pengumpulan data dalam penyusunan skripsi.

Demikian, atas izin dan kerjasama Saudara kami mengucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Pengembangan Lembaga



DR. HM. KHOLILI, MS.I

Lampiran 4: Surat Izin Penelitian Wartawan Kompas.com



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

Nomor : B-297 /Un.02/DD.1/PN.01.1/02/2019
Lampiran : 1 (satu) bendel
Hal : **Izin Penelitian**

8 Februari 2019

Kepada
Yth. **Yoga Sukmana**
Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan penulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berikut ini:

Nama : Widya Resti Oktaviana
NIM/Jurusan/ : 15210022 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester : VIII (Delapan)
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Gunungkidul, 30 Desember 1996
Metode Penelitian : Kualitatif
Waktu Penelitian : Februari-April 2019
Pembimbing : Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, M.A, Ph.D.
Judul : Citra Politik Tim Prabowo-Sandiaga Uno Pasca Kebohongan Ratna Sarumpaet (Analisis Wacana pada Pemberitaan Republika.co.id dan Kompas.com Edisi 23 Oktober dan 24 Oktober 2018)

Kami mohon agar mahasiswa tersebut diberikan ijin untuk melakukan riset dan pengumpulan data guna penyusunan skripsi.

Demikian, atas izin dan kerjasama Saudara kami mengucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Pengembangan Lembaga



DR. HM. KHOLIL, M.S.I



**KEMENTERIAN AGAMA
REPUBLIK INDONESIA**

IJAZAH

**MADRASAH ALIYAH
PROGRAM ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
TAHUN PELAJARAN 2014/2015**

Nomor : MA.223.1/15.02/PP.01.1/080/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Aliyah... Negeri.....
Lab UIN Yogyakarta..... menerangkan bahwa:

nama : **WIDYA RESTI OKTAVIANA**
tempat dan tanggal lahir : Gunung Kidul, 30 Desember 1996
nama orang tua/wali : Ibrahim
nomor induk siswa : 4236
nomor induk siswa nasional : 9961498495
nomor peserta ujian nasional : 02-053-080-9
madrasah asal : MAN Lab UIN Yogyakarta

LULUS

dari satuan pendidikan setelah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bantul, 15 Mei 2015

Kepala Madrasah,



[Signature]
Drs. Wiranto Praretyahadi, M.Pd

NIP. 196612101995031001.....

MA 1500C2147





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-350.3/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.588/10/2018

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Widya Resti Oktaviana
Tempat, dan Tanggal Lahir : Gunung Kidul, 30 Desember 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 15210022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2017/2018 (Angkatan ke-96), di:

Lokasi : Klumpit, Kanigoro
Kecamatan : Saptosari
Kabupaten/Kota : Kab. Gunungkidul
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 04 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 98,41 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 02 Oktober 2018

Ketua



Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.

NIP. 19720512 200112 1 002

شهادة

اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.8.1/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Widya Resti Oktaviana :

تاريخ الميلاد : ٣٠ ديسمبر ١٩٩٦

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٠ يناير ٢٠١٩، وحصلت على درجة :

٤٣	فهم المسموع
٣٧	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٠	فهم المقروء
٣٣٣	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٠ يناير ٢٠١٩
المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨.٩١٥١٩٩٨.٣١٠.٠٥





TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.10.11/2019

This is to certify that:

Name : **Widya Resti Oktaviana**
Date of Birth : **December 30, 1996**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **March 19, 2019** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	40
Structure & Written Expression	36
Reading Comprehension	44
Total Score	400

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, March 19, 2019
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



TRAINING TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : WIDYA RESTI OKTAVIANA
 NIM : 15210022
 Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Jurusan/Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	100	A
2.	Microsoft Excel	25	E
3.	Microsoft Power Point	100	A
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	81.25	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

ERIAN Yogyakarta, 18 Desember 2015



Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





UIN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : WIDYA RESTI OKTAVIANA
NIM : 15210022
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016

Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015

a.n. Rektor



Dr. Sis R. Shaini Dzuhayatin, M.A.

NIP. 19630517 199003 2 002



KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta. Telp: 0274-515856 Email: fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Un.02/DD/PP.01.2/06/2016

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

WIDYA RESTI OKTAVIANA

15210022

LULUS dengan Nilai 90 (A)

Ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 01 Juni 2016
Ketua



Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Alimatul Qibtiyah, S.Ag. MSI., MA., Ph.D
NIP. 19710919 199603 2 001



INTEGRATIF-INTERKONEKTIF



DEDIKATIF-INOVATIF



INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

Diberikan kepada:

WIDYA RESTI OKTAVIANA

Sebagai:

PESERTA

Orientasi Pengenalan Akademik Dan Kemahasiswaan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Pada Tanggal 20-22 Agustus 2015

Mengetahui,

Wakil Rektor

Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama
UIN Sunan Kalijaga



Dr. Siti Rohaini Dzuhayatin, MA

NIP. 19630517 199003 2 002

Yogyakarta, 22 Agustus 2015

Ketua Panitia



M. Muqorrohul Faiz

NIM. 13360019



**BADAN NARKOTIKA NASIONAL PROVINSI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Sertifikat

Diberikan kepada :

Widya Resti Oktaviana

NIM : 15210022

Sebagai Peserta Kegiatan :

**“Praktek Kerja Lapangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di Badan Narkotika Nasional Provinsi DIY Pada tanggal 12 November - 31 Desember 2018”

Yogyakarta, 31 Desember 2018



Brigjen Pol. Drs. Triwarno Atmojo



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
BALAI PENGEMBANGAN MEDIA RADIO
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

Jalan Sorowajan Baru 367, Banguntapan, Yogyakarta 55198

Telepon/Faksimile (0274) 484287, 484872

Laman: radioedukasi.kemdikbud.go.id; Posel: bpmr@kemdikbud.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 1285 /12.5/KP/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Bambang Utoyo, M.Pd.
NIP : 196206161984121001
Jabatan : Kepala Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan dan Kebudayaan

Menerangkan bahwa mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Widya Resti Oktaviana
NIM : 15210022
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah melaksanakan praktikum/magang di Kantor Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dari tanggal 24 September s.d. 2 November 2018.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Dr. Bambang Utoyo, M.Pd.
NIP 196206161984121001

CURRICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Widya Resti Oktaviana
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat,Tanggal Lahir : Gunungkidul, 30 Desember 1996
Alamat : DK. XVIII RT. 121 Mangiran,Trimurti,
Srandakan, Bantul, D. I. Yogyakarta
Email : restioktavianawidya@gmail.com
No.HP : 083867652612



B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	TK Negeri Sleman	2001 – 2002
SD	SDN Ungaran III Yogyakarta	2002 – 2009
SMP	SMP Swasta Pertiwi Medan	2009 – 2012
SMA	MAN Lab UIN Yogyakarta	2012 – 2015
S1	Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2015 – 2019

C. Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris OSIS MAN Lab UIN Yogyakarta tahun 2012-2015
2. Palang Merah Remaja (PMR) MAN Lab UIN Yogyakarta tahun 2012-2015
3. Angkatan Remaja Masjid Azzahrotun (ARMA) Bantul tahun 2012-2014
4. Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) tahun 2015-2017
5. BUKIT Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2015-2017
6. *Young Interfaith Peacemaker Community (YIPC)* tahun 2017-Sekarang

D. Pengalaman Magang

1. Balai Pengembangan Media Radio Pendidikan dan Kebudayaan (BPMRPK)
2. Badan Narkotika Nasional Provinsi (BNNP) DIY

E. Pelatihan/Workshop/Seminar

1. Pelatihan Guru TPQ/TPA di MAN Lab UIN Yogyakarta (2012).
2. Sekolah *Gender Research School On Islam, Gender And Human Rights* di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Diselenggarakan oleh Pusat Pengarusutamaan Gender dan Hak Anak Bekerjasama dengan Kalijaga *Institute for Justice* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan Predikat Progressive (2016).
3. *Peace Camp* dalam *Student Interfaith Peace Camp* di Kaliurang, Yogyakarta. Diselenggarakan oleh *Young Interfaith Peacemaker Community (YIPC)* Regional Yogyakarta (2017).
4. Peserta Workshop dan Kelas Menulis “Ekstremisme dan Psikologi Kekerasan” di New Saphire, Yogyakarta. Diselenggarakan oleh PPIM UIN Jakarta, Institut Demokrasi dan Kesejahteraan Sosial (Indeks), dan Qureta (2017).
5. Festival Media “Mengintip Romansa Kejournalistikan” Bersama Aiman Wicaksono, News Anchor dan Executive Produser Kompas TV di UGM (2015). Diselenggarakan oleh Departemen Media Informasi Teknik BEM KMFT UGM.
6. Seminar Nasional “Reformasi Sistem Komunikasi dan Penyiaran Islam di Indonesia” di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2015). Diselenggarakan oleh Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seminar Nasional dan Kongres Asosiasi Prodi KPI se-Indonesia (FORKOPIS) “Komunikasi Islam di Tengah Pergulatan Agama, Media, dan Politik Indonesia” di Convention Hall UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2016). Diselenggarakan oleh Forum Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

8. Seminar Komunikasi Welcoming Expo “*Building Character for Better Generation*” di Interactive Center FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2016). Diselenggarakan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Diskusi Publik “Menedepankan Politik Santun dalam Rangka Merawat Indonesia Bermartabat” di Republik Cafe Yogyakarta. Diselenggarakan oleh Jaringan Pemuda Nusantara (JPN).

F. Penghargaan

1. Paduan Suara dalam Upacara Hari Amal Bakti (HAB) ke-67 Kementerian Agama Kabupaten Bantul (2013).
2. Pasukan Pengibar Bendera dalam Peringatan Hari Jadi Kabupaten Bantul dan Hari Ulang Tahun Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia Tingkat Kecamatan Banguntapan (2013).
3. Jumbara Daerah X Palang Merah Indonesia (PMI) DIY (2013).
4. Jumbara Palang Merah Remaja (PMR) XIV Palang Merah Indonesia (PMI) Kota Yogyakarta (2014).
5. Juara Harapan I Lomba Pidato Tingkat SMA/MA se-Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Program Wisata Kampus, Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta (2013).
6. Juara I Lomba Karya Tulis Ilmiah Tingkat Madrasah Aliyah (MA) Bidang Ilmu Pengetahuan Sosial dengan Judul Penelitian “*Metamorfosis Kesenian Topeng Ireng dan Kontribusinya Sebagai Media Dakwah Islamiyah*”. Diselenggarakan oleh Kanwil Kementerian Agama DIY (2014).
7. Juara Harapan II Kompetisi Sains Madrasah Tingkat Nasional Lomba Karya Tulis Ilmiah Berbasis Riset Bidang IPS di Kota Makassar. Diselenggarakan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pendidikan Islam (2014).

8. Juara I Tingkat Daerah Istimewa Yogyakarta Lomba Penulisan Kreatif Tentang Kependudukan Kategori Remaja Usia 15-19 Tahun dengan Judul Tulisan “*Menciptakan Angkatan Kerja Kompeten yang Siap Bekerja*” (2015).
9. Nominasi Tingkat Nasional Sayembara Penulisan Kreatif Kependudukan Kategori Remaja Usia 15-19 Tahun di Jakarta (2015). Diselenggarakan oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN).

