

MERETAS KEPENTINGAN POLITISI

Analisis Wacana Kritis pada Program Televisi Mewujudkan Mimpi Indonesia

Hepi Kurnia Ekawati

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya
hepy.kurnia@gmail.com

M. Jacky

Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya
jackyflinders@gmail.com

Abstrak

Keruntuhan rezim orde baru, memboyong implikasi pada proses demokrasi yang berjalan di Indonesia. Seolah terjadi semacam euforia akan transisi demokrasi, atau lebih tepat dikatakan “ledakan demokrasi”, proses demokrasi dalam kebebasan berpendapat di Indonesia menjadi perihai yang digembar-gemborkan. Tulisan ini bertujuan untuk membedah kepentingan dan ideologi yang dikandung dalam wacana yang dikembangkan dalam program “Mewujudkan Mimpi Indonesia”. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Fairclough yang memadukan kombinasi tradisi analisis tekstual bahasa dalam ruang tertutup, dengan konteks masyarakat yang lebih luas, dan dibantu dengan proposisi teori Althusser guna membedah ideologi yang terkandung dalam wacana yang dikembangkan. Hasilnya, unsur-unsur bahasa yang dikandung dalam teks memberikan gambaran persuasif pada masyarakat, yang didukung pula dengan opini yang menguatkan dari pihak masyarakat yang terlibat. Situasi penyelenggaraan pemilu dan pemilihan presiden memunculkan kebutuhan akan sosok pemimpin ideal seolah ingin dihadirkan dari subjek yang terlibat dalam program yang ditayangkan. Hal inilah yang kemudian menguatkan wacana dalam teks berita. Secara institusional, kolaborasi persejawatan yang dibangun oleh pihak korporasi media RCTI dengan partai Hanura memberikan profit yang sangat signifikan dalam rangka pembentukan citra Wiranto dan Hari Tanoe sebagai pemimpin yang dibutuhkan masyarakat.

Kata Kunci : Analisis Wacana Kritis, Media, Televisi, Politisi, Mewujudkan Mimpi Indonesia

Abstract

The fall of New Order's regime, brought implication to Indonesian democratization process. Euphoria from transition of democracy, or eruption to democracy is happening in Indonesia, that cause democratization process in freedom of speech become mainstream in political area. Complexity of city development also bring significant implication to environment. The purpose of this research is to breakdown interest and ideology in discourse that contained and developed in “Mewujudkan Mimpi Indonesia” program. This research use Fairclough's critical discourse analysis that combine language textual analysis tradition, with further society context, and also this research helped by theoretical proposition of Althusser Theory to breakdown the ideology that content in that discourse. The result, language unsure of the text contain in the text give persuasive effect to public, that also supported by statement from society that helped by the program. Election that will held in Indonesia bring a needs of ideal leader that try to present from the subject in the program. Then, this thing that reinforce the discourse in the text. Institutionally, partner kolaborasi that built from RCTI and Hanura party give a significant profit in case of Wiranto and Hari Tanoe image building as a good leader.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Media, Television, Politician, Mewujudkan Mimpi Indonesia

PENDAHULUAN

Munculnya era reformasi di Indonesia dimulai pada pertengahan tahun 1998, ditandai dari berakhirnya masa Orde baru kepemimpinan presiden Soeharto. Krisis finansial Asia yang menyebabkan ekonomi Indonesia melemah dan semakin besarnya ketidakpuasan masyarakat Indonesia terhadap pemerintahan pimpinan Soeharto, saat itu menyebabkan terjadinya demonstrasi besar-besaran yang dilakukan berbagai kalangan

mahasiswa di berbagai wilayah Indonesia. Akhirnya pemerintahan yang otoriter digantikan dengan politik demokrasi.

Demokrasi merupakan sebuah pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat. Sedangkan esensi dari istilah demokrasi sendiri merupakan suatu sistem politik dimana dukungan masyarakat disatu pihak dengan kehendak-kehendak atau kepentingan-kepentingannya di pihak lain saling bertemu. Suasana demokratis akan tercapai atau terpenuhi bilamana ada dukungan

masyarakat, sedangkan dukungan tersebut akan datang bilamana anggota-anggota masyarakat merasa kehendak-kehendak dan kepentingan-kepentingan mereka mendapat saluran yang wajar, walaupun tidak semua kehendak dan kepentingan tersebut bisa terjawab secara memuaskan. (Alfian, 1981 : 67).

Berjalannya proses demokrasi sering diasosiasikan dengan penyelenggaraan pemilihan umum dan pemilihan presiden secara langsung. Guna mengukur secara kuantitatif berdenyutnya proses demokrasi di sebuah Negara, kedua proses pemilihan tersebut dapat dijadikan tolok ukur yang mujarab (Budiardjo, 2008 : 461). Hal ini juga erat kaitannya dengan partisipasi politik yang dilakukan oleh warga negara, hingga menciptakan nuansa demokrasi (Surbakti, 1999 : 145).

Perkembangan politik di Indonesia ditandai dengan kemunculan sistem multi partai dalam proses pemilu presiden, terlebih dalam perkembangan politik demokrasi di Indonesia. Pada dasarnya pembentukan partai merupakan bagian dari hak asasi, hak untuk berserikat, hal yang dijamin oleh perundang-undangan bahkan konstitusi. Sistem multi partai bukan hal baru dalam percaturan politik di Indonesia. Pada era Orde Lama dalam kepemimpinan presiden Soekarno, bermunculan berbagai golongan partai yang merepresentasi ideologi golongan mereka. Situasi ini berkembang hingga era Orde Baru kepemimpinan Soeharto. Kemudian oleh rezim Soeharto sistem ini dihapus karena sistem itu lebih menciptakan instabilitas ketimbang stabilitas politik. Dalam perkembangannya presiden Soeharto berhasil memaksa para pemimpin partai untuk melakukan fusi (Batubara, 2009).

Berakhirnya rezim Soeharto kembali memunculkan gelombang politik multi partai. Menjelang pemilu Reformasi Juni 1999, Komisi Pemilihan Umum menerima pendaftaran lebih dari 100 partai politik. Setelah melalui saringan partai yang memenuhi persyaratan menjadi peserta pemilu lebih dari 30 partai. Terjadi sebuah lonjakan jumlah partai yang signifikan. Multi partai kembali terjadi dalam kalender politik Indonesia (Batubara, 2009: 72). Dalam kurun waktu satu dekade terjadi tiga kali proses pemilu presiden yakni pada tahun: 1999, 2004, dan 2009 serta di tahun 2014 dengan sistem multi partai.

Sebanyak lima belas partai politik berhak mengikuti Pemilu presiden 2014. Sebanyak dua belas partai politik adalah peserta pemilu nasional dan tiga lainnya adalah partai politik lokal di Daerah Istimewa Nangroe Aceh Darussalam. Berbagai Partai politik aliran mengusung ideologi partainya masing-masing, melalui proses pendikotomian politik berdasarkan ideologi masing-masing kelompok atau partai. Latar belakang masyarakat Indonesia yang multi ras dan multi etnis, menciptakan

partai politik lokal yang mengusung ideologi kelompok mereka. Partai politik ini cenderung minoritas dibanding partai politik lainnya, namun kesamaan etnis, ras dan asal daerah mampu menciptakan integrasi dan elektabilitas suara seperti : Partai Damai Aceh (PDA), Partai Nasional Aceh (PNA), Partai Aceh (PA).

Partai politik aliran lain merupakan partai politik agama yakni dengan mengusung ideologi Islam. Masyarakat Indonesia mayoritas memeluk agama Islam sejatinya mampu dijadikan sumber perolehan suara oleh partai politik beraliran Islam seperti : Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Bulan Bintang (PBB). Namun dalam perkembangannya, beberapa partai yang lahir dari ideologi Islam mulai meninggalkan politik aliran ini dan mulai bergabung dengan partai politik nasional karena elektabilitas suara yang diperoleh selalu menurun, seperti : Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Terakhir adalah partai politik nasional. Partai politik ini lebih berjaya di era reformasi, mereka tidak tersegmentasi terhadap aliran-aliran tertentu sehingga memungkinkan masyarakat dalam golongan apapun untuk memilih partai tersebut.

Dalam mendongkrak suara pada pemilu presiden setiap parpol harus memiliki strategi dalam memenangkan pertarungan politik. Termasuk menjual ideologi partai mereka dan selektif dalam memilih capres maupun cawapres yang dianggap mampu menyita perhatian masyarakat. Strategi yang digunakan dengan mencalonkan capres maupun cawapres dari golongan pengusaha yang notabene memiliki sumber daya dan golongan eks militer yang dianggap masih memiliki wibawa. Strategi ini dipilih oleh partai HANURA. Mencalonkan Wiranto selaku purnawirawan, merupakan panglima angkatan bersenjata yang ditunjuk langsung presiden Soeharto di era Orde Baru, dan calon wakil presiden Hari Tanoesoedibjo yang merupakan borjuasi, pemilik salah satu media korporasi terbesar di Indonesia MNC group.

Demi mencapai keinginan dan kesuksesan, seseorang akan melakukan semua cara untuk meraihnya. Seperti halnya politisi yang bermaksud maju sebagai Capres dan Cawapres PEMILU 2014 yaitu Wiranto dan Hari Tanoesoedibjo, mereka adalah ketua dan wakil ketua Partai Hanura. Prinsip dari ketua Umum Partai tersebut bukan semata-mata untuk jabatan, tetapi didirikannya Partai Hanura sendiri karena berdasarkan ingin mendapatkan peluang dan kesempatan untuk bisa langsung memberikan yang terbaik bagi rakyat sesuai hati nurani.

Berbagai macam pendekatan-pendekatan dilakukan untuk memperoleh dukungan. Taktik dan perang dalam perjuangan politik adalah strategi yang pasti dilakukan

MERETAS KEPENTINGAN POLITISI

oleh setiap aktor politik. Strategi tersebut merupakan tindakan yang dilakukan dalam dunia politik dalam jangka waktu tertentu dengan melakukan sebuah perjuangan. Ideologi tersebut tidak bisa ditentukan mengenai keterlaksanaannya, sebab meliputi jangka waktu tertentu. Ideologi yang dimaksud merupakan ide yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang yang sifatnya kaku. Sedangkan taktik merupakan bagian dari strategi yang harus tunduk dan mengabdikan pada strategi. Strategi yang dimaksudkan haruslah perjuangan yang bersifat menyeluruh baik dalam hubungan nasional, internasional, daerah/lokal, kemudian juga meliputi segi kehidupan masyarakat/Negara, ekonomi, pendidikan, agama, dan lain sebagainya. Strategi dan taktik harus berjalan dengan seimbang kemudian disusun dalam organisasi.

Pendekatan-pendekatan kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan telah dilakukan. Seperti halnya kampanye yang dilakukan oleh Caleg Partai Hanura ini, dimana Wiranto dan Hari Tanoe melakukan kampanye dengan memasang iklan-iklan besar yang berisi visi dan misi serta foto mereka di tepian jalan. Strategi lainnya yang dilakukan adalah dengan mendatangi kota-kota, mereka kampanye dengan berpindah-pindah antara satu kota ke kota yang lainnya.

Bukan hanya strategi-strategi lama saja yang dilakukan olehnya. Adanya zaman yang modern strategi yang dilakukan modern pula. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai cara berkomunikasi untuk kepentingan-kepentingan pribadi maupun kelompok. Faktanya Wiranto dan Hary Tanoe telah memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi tersebut dalam berkampanye yaitu melalui media pertelevisian. Tentunya aktor politik ini mempunyai *power* dan memiliki modal materi serta budaya, sebab pada dasarnya stasiun yang digunakan adalah RCTI. Pemilik stasiun televisi tersebut tak lain adalah Hary Tanoe sendiri, dengan bermodalkan *power* yang dimiliki dia berkuasa dalam melakukan semua tindakan untuk kepentingan berkampanye.

Aksi yang dilakukan oleh Capres dan Cawapres ini adalah dengan menayangkan dan mengadakan kuis kebangsaan RCTI “WIN-HT”. Penamaan kuis tersebut adalah kependekan dari nama Wiranto dan Hari Tanoesoedibjo. Kuis tersebut berbagi-bagi hadiah kepada masyarakat yang beruntung. Langkah awal untuk mendapatkan hadiah dengan mendaftar secara online tanpa dipungut biaya dan menjawab dengan benar pertanyaan yang tersedia di layar televisi. Setiap kali penayangan selalu ada penelpon yang masuk, sehingga masyarakat antusias dengan strategi tersebut.. Hal ini berarti representasi yang ditampilkan telah berhasil menciptakan makna kepada masyarakat.

Propaganda lain yang dilakukan adalah dengan adanya program “Mewujudkan Mimpi Indonesia”, dimana aktornya adalah Wiranto dan Hary Tanoe. Acara ini ditayangkan di RCTI pada hari Jumat pukul 16.00 WIB. Program tersebut menayangkan acara dengan motif supaya masyarakat atau penonton merasa empati dengan yang dilakukannya. Saat itu pada acaranya Hari Tanoe telah menyamar sebagai seorang tukang becak, pedagang asongan dan lain sebagainya. Dimana tindakan yang dilakukan seakan-akan diciptakan representasi yang sempurna dalam setiap tayangan yang ditampilkan. Dalam program tersebut telah berhasil menciptakan kemiripan dengan dunia “nyata” melalui kata, narasi, suara, dan gambar. Dengan representasi yang ditayangkan, media dapat memunculkan representasi makna pada diri kita sendiri. Hal ini merupakan munculnya latar belakang penelitian mengenai “Meretas Kepentingan Calon Presiden 2014”.

Propaganda melalui tayangan televisi bisa saja dilakukan sesuka hati oleh ketua umum dan wakil ketua Partai Hanura, hal ini didukung atas adanya *power* yang dimiliki oleh Hary Tanoe. Dia adalah direktur utama stasiun televisi RCTI. Stasiun RCTI (Rajawali Citra Televisi) merupakan televisi swasta pertama di Indonesia yang mulai mengudara di tahun 1988 dan diresmikan pada 24 Agustus 1989. Sejak Maret 2004 RCTI dimiliki oleh PT. Media Nusantara Citra, adalah kelompok media yang juga memiliki Global TV dan TPI. Stasiun tersebut menayangkan berbagai macam program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik. Tayangan awal yang mengudara saat itu adalah program berita, melalui rumah produksi *PT Seputar Indonesia* dan menyiarkan program *Seputar Jakarta* secara langsung (Halim: 2013, 1). Saat ini selain menayangkan berita RCTI juga menayangkan acara hiburan, termasuk sinetron, program kuis dan berbagai macam acara lainnya. Salah satu program yang ditayangkan adalah kuis kebangsaan WIN-HT yang merupakan kuis kebangsaan RCTI dan dimanfaatkan oleh pemiliknya.

Terhamparnya transformasi teknologi, terutama pada bidang visual (televisi), rupanya memboyong sengkabut implikasi bagi kehidupan masyarakat secara luas. Dalam kasus kampanye misalnya, pembentukan wacana pada media televisi mampu menggiring bahkan membentuk opini khalayak. Lazarfeld (Sardar dan Van Loon, 2008 : 24) menyatakan, media massa memiliki fungsi untuk melanggengkan *status quo* yang mapan dan melegitimasi apa yang disebut normal. Selain itu, media juga telah melakukan seleksi terhadap isu-isu yang akan ditonjolkan. Televisi telah diatur sedemikian rupa oleh estetika citra dan cerita yang membangun kenyataan dan berusaha memproduksi efek realitas (Kellner, 2010 : 321).

Penelitian ini menggunakan kajian teori ideologi dan kajian media. Dimana dalam tiap entitas, terdapat ideologi-ideologi yang menggerakkannya. Althusser (Takwin, 2009: 84) menyatakan, ideologi adalah suatu bentuk ketidaksadaran dan berpraktek dalam diri manusia secara tidak disadari dan begitu mendalam. Ideologi bekerja pada level yang lebih kecil, bisa terjadi dalam hubungan sehari-hari antar individu.

Analisis ini berpaling dari analisis Marxisme Ortodoks, yang lebih menekankan basis material ekonomi yang membentuk tiap elemen kehidupan masyarakat (suprastruktur). Determinasi ekonomi yang terlihat jelas pada analisis Marx, pada akhirnya menimbulkan gagasan bahwa perkembangan masyarakat kapitalis akan berjalan sedemikian rupa sehingga sistem ini akan menuju penghancuran diri oleh dirinya sendiri (Hardiman, 2009: 40). Pembengkakan kelas proletar yang diakibatkan konsentrasi modal kaum kapitalis, merupakan tonggak awal runtuhnya kuasa kapitalisme dan digantikan oleh sistem baru, yakni sosialisme. Pada perjalanannya, ambruknya sistem kapitalisme dan konflik kelas yang diidam-idamkan oleh Marx, nyata-nyata tidak pernah terjadi.

Gramsci dan Lukacs, yang kemudian merevisi pandangan Marx yang memiliki tendensi dan terlalu deterministik. Lukacs (Hardiman, 2009: 43) menekankan proses kesadaran manusia dalam masyarakat dan sejarah dan mengarahkan diri pada unsur suprastruktur, yakni sistem pengetahuan dan ideologi. Lebih jauh lagi, Gramsci merumuskan adanya penindasan dan represi dari entitas negara, yang tidak semata-mata bersifat fisik, koersif, dan penguasaan ekonomi. Penguasaan negara terhadap seluruh bidang dalam masyarakat ini kemudian disebut hegemoni, yang merujuk pada suatu ideologi yang demikian dominan dan menyebar melalui dukungan intelektual dalam struktur pemerintah (Takwin, 2009 : 72). Lebih lanjut :

... perbedaan antara orang-orang biasa dan lainnya, yang lebih spesifik lagi para legislator, diberikan oleh fakta bahwa kelompok kedua ini tidak hanya memformulasikan perintah-perintah yang akan menjadi norma tingkah laku bagi yang lainnya ... kekuasaan legislatif terbesar adalah milik personel negara (yang dipilih serta para pejabat karier), yang dalam pengaturannya mereka mempunyai berbagai kekuasaan untuk menggunakan pemaksaan legal atas nama negara (Gramsci, 2001 : 226).

Perjalanan ideologi ini kemudian dikembangkan oleh Althusser (2008 : 20) yang menjelaskan pelbagai entitas-entitas institusi negara yang berfungsi secara ideologis dan sistematis. Aparatus ini memiliki semacam pluralitas sebuah badan yang tidak akan serta-merta tertampakkan,

dan bersifat privat. Artinya ideologi yang ada bersifat sembunyi dan tindakan yang dilakukan oleh aktor adalah berdasarkan kepentingan tertentu.

Meskipun kita mengalami lebih sedikit pembatasan dibandingkan masa lalu, kita juga mengalami kekurangan sumber daya untuk penemuan diri sendiri (Prillestensky, 2005: 69). Pada saat alat kontrol dan pengaruh tumbuh, kehidupan semakin terorganisir dan rumit, tetapi kita kehilangan kemampuan untuk menyusun prioritas dan menentukan batas-batas yang diperlukan, timbul pula sebuah gaya hidup yang penuh tekanan dan berlebihan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara umum melalui pemaknaan terhadap wacana pada teks media massa. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough, dimana terdapat kombinasi tradisi analisis tekstual bahasa dalam ruang tertutup, dengan konteks masyarakat yang lebih luas. Fairclough (Eriyanto, 2011: 285) melihat bahasa sebagai praktek kekuasaan dan membawa nilai ideologis tertentu, sehingga analisis dipusatkan pada bagaimana bahasa dibentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu.

Objek penelitian kali ini adalah program “Mewujudkan Mimpi Indonesia” yang ditayangkan oleh Stasiun Televisi RCTI. Alasan pemilihan program yang terkait adalah, karena RCTI merupakan stasiun televisi yang tergabung dalam MNC Group yang dimiliki Oleh Harry Tanoesodibjo, yang notabene juga berprofesi sebagai politisi partai Hanura. Program yang difokuskan adalah Mewujudkan Mimpi Indonesia yang ditayangkan pada tanggal 07 Maret 2014.

Fairclough membagi analisis wacana menjadi tiga dimensi yakni : teks, praktik wacana, dan praktek sosio-kultural (Eriyanto, 2011 : 286). Teks dianalisis secara linguistik, dan menitikberatkan pada kosakata, semantik, tata kalimat, koherensi dan kohesivitas dalam kalimat. Pada analisis teks, Fairclough membagi menjadi 3 elemen, yaitu : representasi, relasi, dan identitas. Selanjutnya juga akan dilakukan penggalian lebih dalam dengan cara intertekstualitas. Sedangkan dimensi yang kedua adalah praktik wacana, yang mana memusatkan perhatian pada bagaimana produksi teks (media) dan konsumsi teks (khalayak). Dimensi terakhir adalah praktik sosio-kultural, yang didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luaran media mampu memengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media. Secara jelas akan digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 1 : Dimensi Analisis Wacana Fairclough

DIMENSI	ELEMEN	METODE
Teks	- Representasi - Relasi - Identitas - Intertekstualitas	<i>Critical Linguistic</i>
Praktik Wacana	- Produksi Teks - Konsumsi Teks	Observasi
Praktik Sosio-Kultural	- Situasional - Institusional - Sosial	Studi Pustaka, penelusuran arsip

Dari tabel di atas, Fairclough (Eriyanto, 2011 : 327) kemudian menjelaskan terdapat 3 tahapan yang digunakan dalam menganalisis. Pertama, adalah deskripsi teks tunggal tanpa dihubungkan dengan aspek lain. Kedua adalah interpretasi, yaitu menghubungkan teks dengan praktik wacana yang dilakukan. Ketiga adalah eksplanasi, yaitu menghubungkan produksi teks dalam praktik wacana dengan praktik sosio-kultural media yang bersangkutan. Lebih jauh lagi, data yang diperoleh akan dianalisis dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Teks dan Linguistik

a. Representasi

Program reality show “mewujudkan mimpi Indonesia” yang tayang setiap hari Jumat di RCTI menampilkan beberapa representasi dalam hal kosakata bahasa yang dipilih. *Tagline* dari partai Hanura (hati nurani) yang di prakarsai oleh mantan panglima TNI, Wiranto itu “bersih, peduli, tegas”. Dari *tagline* tersebut menampilkan dan menggambarkan bahwa bakal Capres dan Cwapres Wiranto-Hary Tanoesudibjo merupakan calon pemimpin yang bersih (jujur bebas KKN) dalam kepemimpinannya, memperdulikan masyarakatnya, dan tegas dalam kepemimpinan politiknya.

Sementara itu pada tingkat tata bahasa, dari beberapa tata bahasa, banyak sekali yang ditampilkan dalam bentuk proses tindakan. Dalam program “Indonesia Mewujudkan Mimpi” kalimat tindakan terdapat dalam kalimat yang diutarakan Wiranto “Saya ikut dalam reality show dengan menyamar menjadi kernet bus agar tahu bagaimana nasib rakyat. Dengan begitu, kita bisa bantu mereka dan menggunakan hati nurani dalam membangun bangsa ini”.

Pada aspek representasi dalam kombinasi anak kalimat, terdapat beberapa representasi dalam keterkaitan antar anak kalimat. Pertama, penjelas, biasanya bentuknya dihubungkan dengan kata sambung “yang,” ini direpresentasikan dalam kalmiat ini. Wiranto berkata:

“Ja sedih melihat masyarakat sekarang ini, yang kaya makin kaya, yang miskin makin miskin. Inilah kondisi bangsa Indonesia saat ini. (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Kedua adalah perpanjangan tambahan. Kedua, Penyebab yang biasanya diwakili kata hubung “diakibatkan” dan “karena”, yang terdapat pada kalimat seperti berikut:

“Sampai kapan bangsa kita seperti itu, sebab jika bukan kita siapa lagi. Mari kita lakukan perubahan agar rakyat kita makin sejahtera”. (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Representasi lainnya yang ditampilkan dalam teks adalah tentang kondisi sosial ekonomi masyarakat di satu wilayah di Indonesia. Berita ini menampilkannya dalam kosakata “*keprihatinan*” lebih lengkapnya berupa kalimat yang dikatakan kader Hanura. Wiranto berkata:

“Prihatin dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat indonesia menengah kebawah. Bagaimana tidak, dengan penghasilan 15.000 satu hari mampu bertahan hidup dengan dua orang anak” (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Kosakata *keprihatinan* ini seakan-akan mengatakan bahwa yang membuat rasa prihatin itu adalah akibat dari kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia, sehingga membuat satu individu beralih profesi seadanya, sesuai dengan kemampuan dan modal yang dimilikinya

Program reality show “mewujudkan mimpi Indonesia” yang ditayangkan di RCTI sekitar bulan maret lalu, dapat direpresentasikan melalui kajian teks Fairclough yang mana dalam program tersebut memuat dialog atau naskah dari seorang wanita penjual kopi. Ida berkata:

“Namanya Ida, berjualan kopi diwarung yang sederhana bersama suaminya Fauzi, mereka saling berbagi dan membantu melayani pembeli. Kehidupannya baik-baik saja, sampai pada akhirnya peristiwa buruk menimpa suaminya....” (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Dari naskah teks tersebut dapat direpresentasikan dalam kombinasi anak kalimat, antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain dapat digabung sehingga membentuk suatu pengertian yang dapat dimaknai. Pada dasarnya, realitas terbentuk lewat bahasa dengan gabungan antara satu anak kalimat dengan anak kalimat lain. Contoh teks lain yang merepresentasikan dalam kombinasi anak kalimat dikatakan pada awal program sebagai pembuka. Pengisi acara berkata:

“237 juta lebih penduduk indonesia mereka mempunyai impian untuk hidup sejahtera.

Mereka mendambakan pemimpin-pemimpin yang dapat mewujudkan mimpi mereka. Pemimpin yang bersih, pemimpin yang peduli, pemimpin yang tegas. Inilah waktunya impian rakyat indonesia diwujudkan”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Aspek lain yang mendukung representasi adalah representasi dalam rangkaian antar kalimat. Aspek ini berhubungan dengan bagaimana dua kalimat atau lebih disusun dan dirangkai. Representasi ini berhubungan dengan bagian mana dalam kalimat yang lebih menonjol dibandingkan dengan bagian yang lain. Naskah yang terkandung dalam program tersebut, Wiranto berkata:

“Kami akan mewujudkan mimpi bapak-bapak. Kami telah mengumpulkan mimpi-mimpi baik melalui sms, surat mimpi, maupun kotak surat. Melalui Website yang diiklankan yaitu www.mimpiindonesia.com. Dari mimpi tersebut tim mewujudkan mimpi indonesia akan memilih impian yang akan diwujudkan. Begitu banyak mimpi-mimpi dari masyarakat indonesia yang masuk ke kami. Dengan melihat begitu banyak keinginan mereka, harapan mereka, cita-cita mereka yang belum terkabul, kami berdua tentu sekuat tenaga melalui program mewujudkan mimpi indonesia akan mewujudkan mimpi masyarakat indonesia yang mayoritas datangnya dari masyarakat yang kurang mampu. Tim mewujudkan mimpi indonesia menjelajahi seluruh nusantara untuk mewujudkan impian masyarakat indonesia”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Dari naskah diatas, kalimat di awal sudah menunjukkan bahwa kalimat tersebut lebih menonjol dibandingkan kalimat-kalimat lain. Kalimat lain hanyalah sebagai penjelas dari kalimat awal.

b. Relasi

Aspek selanjutnya mengenai Relasi. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, aspek ini melihat bagaimana hubungan antara wartawan (tim redaksi) dan khalayak. Teks berita yang ditampilkan ini lebih menonjolkan hubungan isu – isu sosial tentang kemiskinan dan problematikanya. Kedua, persoalan kemiskinan dilihat dalam hubungannya dengan Tim Redaksi (Tim Mewujudkan Mimpi). Ketiga, relasi antara Tim Mewujudkan Mimpi melalui kemunculan WIN-HT sebagai politisi dengan masyarakat Indonesia. Hubungan isu-isu sosial tentang kemiskinan tercermin dalam dialog yang di narasikan dalam tayangan berikut, menggambarkan keadaan salah satu masyarakat yang akan diwujudkan mimpinya. Ida berkata:

“.... Mereka saling membantu dan melayani pembeli. Kehidupannya baik-baik saja, hingga peristiwa buruk menimpa suaminya tahun 2006 ... Terpaksa dia titipkan anaknya di kampung. Di surabaya, mereka jatuh bangun membuka warung. Ia dan suaminya berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Di usir kesana kemari ... Ia berharap bisa mengembangkan usaha warung kopi sederhana mereka”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)

Persoalan kemiskinan dilihat dalam hubungannya dengan Tim Redaksi (Tim Mewujudkan Mimpi) sebagai agen yang menampung dan mewujudkan persoalan permasalahan masyarakat Indonesia, seperti dalam dialog berikut: Redaksi berkata:

“ ... Dari impian-impian tersebut, tim mewujudkan mimpi indonesia akan memilih impian yang akan diwujudkan...”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)
Dilanjutkan dengan dialog tim mewujudkan mimpi indonesia yang berkata:
“Menjelajah seluruh nusantara untuk mewujudkan impian-impian masyarakat indonesia”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)

Selain dialog tersebut, dijelaskan pula dalam dialog berikut oleh WIN-HT. WIN berkata:

“... Nah.. kami berdua, tentu akan berusaha sekuat tenaga untuk mewujudkan mimpi itu. Bagaimana pak hari?”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)

Dilanjutkan oleh dialog berikut: HT berkata:

“Setuju sekali pak. Apalagi kalau kita lihat dari permohonan mewujudkan mimpi ini, mayoritas yang datang ini dari masyarakat”(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Relasi antara Tim Mewujudkan Mimpi melalui kemunculan WIN-HT sebagai politisi dengan masyarakat Indonesia untuk menarik simpati dalam usaha kampanyenya. Digambarkan dalam dialog berikut ketika Wiranto menyamar menjadi kernet di sebuah bus transportasi umum. Wiranto berkata:

“Ibu ini kernet siapa?, kenal enggak? enggak kenal ya? Iya, ini pak wiranto buk nggeh. Pak Wiranto lagi mencoba menjadi kernet bis. Bukan mencari uang, tetapi pak Wiranto ingin supaya bisa tau apa yang mereka rasakan. Wiranto berbicara dengan para penumpang. Tau harapan mereka apa?, itu tadi ada yang ndak dapat pekerjaan disana. Masih klontang-klantung, ada lagi yang mau mencopet, ada lagi tadi yang harusnya bayar tiga ribu cuma bayar seribu, ndak punya uang memang. Tapi Wiranto

terenyuh, seorang ibu bawa anak kecil dua, jualan koran, satu hari cuma dapat lima belas ribu. Kan kita terenyuh ya bu. Nah itu semua, pak Wiranto ndak hanya dengar cerita, tapi bisa menyaksikan, bisa melihat, bisa merasakan, bisa tau ya. Apa yang mereka hadapi. Jadi sekarang pak Wiranto merasa lega, sudah langsung mendapat keadaan yang nyata di lapangan. Mudah-mudahan ibu mendapat rejeki banyak” (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)

c. Identitas

Selanjutnya mengenai aspek identitas. Dalam aspek ini Fairclough melihat bagaimana identitas wartawan ditampilkan dan dikonstruksi dalam sebuah pemberitaan (Eriyanto, 2011: 303). Wartawan tersebut bebas memilih menempatkan konstruksinya, misalnya saja mendukung khalayak pemerintahan (actor yaitu capres dan cawapres WIN-HT) ataupun bersifat netral dan mandiri. Pemberitaan tersebut telah terlihat jelas bahwa wartawan memposisikan atau meletakkan dirinya ke tempat yang netral yaitu bersifat mandiri. Artinya wartawan tersebut telah menyuguhkan informasi sesuai dengan pengetahuan berdasarkan realitas yang ada dan yang pernah dilihatnya. Wartawan berkata:

*“Kemunculan ketua umum partai HANURA, Wiranto, di acara **mewujudkan mimpi indonesia** yang ditayangkan RCTI, jumat (7/2/2014) sore, menjadi viral di twitter. Timeline twitter sepanjang acara berlangsung dipenuhi kicauan seputar aksi Wiranto ini. Namun banyak komentar bernada negatif yang muncul di twitter. Calon presiden (capres) partai HANURA dalam pilpres 2014 ini disebut-sebut keterlaluhan dalam melakukan pencitraan. beberapa pengguna bahkan mempertanyakan peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam melakukan kontrol terhadap siaran berbau politik”* (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Terlihat jelas melalui ungkapan kata yang tertera dalam berita tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya wartawan yang mengimplementasikan keberpihakannya terhadap pemerintahan ini. Apa yang disampaikan tidak sama sekali mengunggulkan bahkan menjatuhkan capres dan cawapres tersebut, dengan hal demikian berarti tidak terdapat unsur mempengaruhi yang dilakukan oleh para wartawan terhadap WIN-HT kepada masyarakat luas.

d. Intertekstualitas

Aspek yang terakhir adalah intertekstualitas. Merupakan salah satu aspek gagasan terpenting dari Fairclough yang dikembangkan dari pemikiran Julia Kristeva dan Michael Bakhtin. Intertekstualitas sendiri

merupakan sebuah istilah dimana teks dan ungkapan dibentuk oleh teks yang datang sebelumnya, saling menanggapi dan salah satu bagian dari teks tersebut bersifat mengantisipasi lainnya (Eriyanto, 2011: 305). Artinya antara teks yang satu dengan yang lainnya saling berkesinambungan arti dan saling berhubungan. Misalnya saja seperti yang telah tertera dalam lirik lagu “Indonesia Jaya” dengan beberapa dialog yang disampaikan oleh prolog ataupun TIM MMI serta actornya yaitu WIN-HT dalam program kebangsaannya yaitu “Mewujudkan Mimpi Indonesia”. Keduanya merupakan suatu hal yang saling berkesinambungan atau saling menanggapi dan bersifat mengantisipasi. Inilah lirik dari lagu “Indonesia Jaya”:

“ DISINI KU BERDIRI IKRARKAN JANJI.
OLEH MU NEGERIKU SUCI NAN ABADI.
NEGERIKU JAYALAH BANGSAKU SLALU.
ENGKAULAH YANG KU CINTA.
SEGENGGAH HARAPAN SEJUTA MIMPI.
INGIN KU ABDIKAN PADAMU NEGERIKU.
ADIL MAKMUR . UNTUK MU INDONESIA.
JAYALAH NEGERIKU BANGKITLAH
BANGSAKU. ANGKATLAH PANJIMU
SATUKAN MIMPIMU....”
(http://www.youtube.com/watch?v=O_47v67bs7w).

Melalui lirik lagu tersebut berarti program “Mewujudkan Mimpi Indonesia” secara tidak langsung telah mewujudkan apa yang tertera dalam tulisan lirik lagu tersebut. Pernyataan melalui syair lagu tersebut telah terjawab melalui program kebangsaan WIN-HT. Seperti TIM MMI berkata:

“Dari impian-impian tersebut, tim mmi akan mewujudkan mimpi indonesia dan memilih siapa yang beruntung”
(<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>).

Dimana dalam tayangannya para wapres dan cawapres tersebut telah melakukan beberapa program yang terimplementasi dalam mewujudkan mimpi-mimpi rakyatnya. Program tersebut berawal dari rakyat-rakyat kecil yang membutuhkan dan menginginkan suatu hal untuk merubah hidupnya, surat mimpi ataupun kotak surat dikirimkan ke alamat website www.MIMPIINDONESIA.com, kemudian mimpi-mimpi tersebut akan diwujudkan oleh WIN-HT.

Intertekstualitas yang kedua terlihat jelas melalui dialog yang dilontarkan oleh ibu Ida dan Fauzi yaitu pasangan suami istri yang membutuhkan bantuan atau uluran tangan dari WIN-HT melalui program Mewujudkan Mimpi Indonesia. Ida berkata:

“ Namanya Ida. Dia berjualan kopi di warungnya yang sederhana, bersama suaminya Fauzi. Mereka saling membantu dan melayani

pembeli. Kehidupannya baik-baik saja hingga peristiwa buruk menimpa suaminya. Tahun 2006 ia mengalami kecelakaan kerja...mereka pergi merantau. Terpaksa ia titipkan anaknya bersama neneknya di kampung. Di Surabaya mereka jatuh bangun membuka warung... Dia berharap bisa mengembangkan warung kopi sederhana ini dan kelak aku bisa mengajak Samsul anak pertamaku untuk tinggal bersama kami” (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)

Dari dialog tersebut kemudian ditanggapi oleh Wiranto yang mewujudkan mimpi keluarga tersebut untuk mempunyai warung besar. Inilah ujar tim MMI dan Wiranto:

“Sekarang bapak dan ibu tidak boleh sedih lagi. Sekarang bapak dan ibu akan diajak belajar memasak. Warung ibu dan bapak nanti akan lebih ramai lagi. Banyak menu makanan dan minuman. Dagangan ini tolong dijaga supaya menciptakan penghasilan. Pesen Wiranto jangan lupa anak-anak ini supaya tetap disekolahkan supaya bisa nyambung kehidupan rumah tangga lebih baik lagi. Kalau bukan kita sendiri yang merubahnya, tentunya dari yang maha kuasa, tetapi melalui uluran bantuan kita. Disamping renovasi tempat ini, buat usaha supaya maju. Saya dengar ada tunggakan hutang?, paling tidak kami mau ngasih bantuan tambahan untuk meringankannya” (<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>)

Jawaban dialog yang kedua tersebut merupakan tanggapan yang berisi pesan untuk mengantisipasi kehidupan keluarga selanjutnya tersebut.

Tabel 2. : Analisis Linguistik Teks

UNSUR TEKS	IDENTIFIKASI	PEMAKNAAN
Fakta dalam Narasi	Kompilasi antara asumsi dan fakta memiliki keseimbangan. Peristiwa juga digambarkan lebih menonjol, terutama mengenai kepedulian subjek politisi dalam memandang masyarakat.	Memperlihatkan bagaimana program “Mewujudkan Mimpi Indonesia” telah berhasil memecahkan permasalahan masyarakat, dan sosok politisi yang ditampilkan adalah sosok ideal seorang pemimpin.
Representasi dalam Narasi	Kosakata yang ditampilkan bersifat hiperbola, dengan melebihkan. Tata bahasa yang ditampilkan berupa <i>tindakan</i> , <i>peristiwa</i> , <i>proses mental</i> , <i>keadaan</i> . Kombinasi anak kalimat perpanjangan, dan rangkaian tiap kalimat saling mendukung.	Memperlihatkan bagaimana program <i>reality show</i> ingin menciptakan citra tentang pimpinan yang mampu bersikap <i>down to earth</i> , <i>low profile</i> , dan mampu melakukan banyak hal
Relasi dalam Narasi	Tim Redaksi (Tim Mewujudkan Mimpi)	Memperlihatkan relasi pihak Tim

	bersama WIN-HT dan masyarakat Indonesia.	Redaksi dan kedua politis dalam mengentaskan masalah kemiskinan dan reaksi positif dari masyarakat Indonesia.
Identitas dalam Narasi	Objektivitas Wartawan dalam Penulisan Teks.	Memperlihatkan tidak adanya keberpihakan wartawan yang menjadi penulis dari teks yang termuat, seolah menciptakan kesan tidak adanya kesan yang dibuat-buat.
Intertekstualitas dalam Narasi	Pemunculan teks dari lagu “Indonesia Jaya” yang digunakan dan dialog yang menyatakan ironi yang terjadi.	Menciptakan kesan dengan program ini segala macam mimpi-mimpi rakyat Indonesia dapat diwujudkan melalui kepemimpinan WIN-HT.

Praktik Wacana dan Sosiokultural (Kuasa Media dan Ideologi yang Dikandungnya)

Pada tataran praktik wacana, proses produksi sebuah teks berita sangat mempengaruhi praktik wacana yang akan dijalankan. Artinya, bagaimana sebuah wacana yang dikembangkan dan diejawantahkan dalam teks berita tentu berhubungan dengan proses sebuah teks program *reality show* diciptakan oleh produsen teks. Hal lain yang menjadi fokus dalam praktik wacana adalah proses konsumsi yang terhadap teks berita tersebut. Bagaimana relasi yang terbentuk dari teks berita antara produsen dengan khalayak publik secara luas, menjadi faktor penentu bagaimana praktik wacana dapat terjadi. Dari hasil analisis tekstual bahasa yang telah dikategorisasikan, terdapat unsur-unsur ideologis yang memang secara sengaja dicantumkan dalam teks program.

Pada kajian mengenai praktik wacana, Fairclough (Eriyanto 2011: 317) menyatakan bahwa pengarang teks sangat menentukan bagaimana produksi sebuah teks yang tercipta. Faktor rutinitas korporasi media menjadi poin penting dalam penciptaan teks. Artinya, pertimbangan-pertimbangan yang digunakan dalam menciptakan teks program *reality show* “Mewujudkan Mimpi Indonesia”, tentunya akan berdampak juga pada relasi antara pencipta teks dengan kepentingan dari korporasi. Dalam penerapan bahasa yang diproduksi, teks media kerap kali menggunakan metafora-metafora yang dijadikan *tagline* pada program *reality show* “Mewujudkan Mimpi Indonesia”. Bahasa seperti “*Bersih, peduli, tegas*” memberikan efek persuasif bagi konsumen teks. Sama dengan bahwa ahasa-bahasa yang sering dipergunakan oleh media kemudian memberikan efek memikat atau

menarik dan juga didukung oleh gambar-gambar tertentu yang konkret.

Meloncat lebih jauh, permainan bahasa yang terjadi dalam era kontemporer menjadi semakin kompleks dibandingkan dengan perihal otoritas, prinsip yang digunakan bukan lagi homologi para ahli, melainkan paralogi para pencipta (Lyotard, 2009: 39). Penggunaan bahasa sama dengan pertarungan dan perjuangan. Terdapat semacam ketegangan yang terjadi ketika interaksi permainan bahasa bersifat saling menaklukkan. (Sugiharto 1996: 59). Eufimisme bahasa merupakan cara yang paling ampuh guna melakukan pembetotan makna yang sebetulnya kasar didevasi, diselubungkan, dan diperlembut, sehingga terjadi penerapan kontrol sosial. Semacam terjadi pencerabutan makna dari asosiasi awalnya, bahasa seolah telah menjadi alat *Persuasive Social Control* yang mampu melaksanakan keseimbangan atau mengubah struktur-struktur nilai dan tatanan politik, kebudayaan, agama, opini umum, dan adat istiadat (Borgias, 2013: 23-25).

Bagaimana kepentingan dan ideologi yang terkandung dalam sebuah teks berita ini dapat disalurkan? Hal ini kemudian dapat dianalisis melalui praktik sosiokultural yang dijelaskan Fairclough (Eriyanto, 2011), yang membaginya dalam tiga level, yakni : Situasional, Institusional, dan Sosial. Ketiga level ini pun nantinya akan membawa masing-masing implikasi secara ideologis terhadap masyarakat sebagai konsumen teks media. Hall (Storey, 2010: 12) menjelaskan struktur produksi televisi mengangkat topik, reportase, agenda, peristiwa-peristiwa, person-person, citra khalayak, 'definisi situasi' dari sumber-sumber lain dan formasi-formasi diskursif lainnya dalam struktur politik dan sosio-kultural yang lebih luas. Dalam konteks yang lebih jauh lagi, momen *decoding* yang dilakukan khalayak, serangkaian ideologi dalam melihat dunia bisa dengan bebas dilakukan, dengan terjemahan diskursif dari suatu peristiwa. *Decoding* yang dilakukan ini pun berdampak pada praktik sosial tersendiri.

Lebih jauh lagi, pada level situasional, proses ketika teks berita tersebut diciptakan patut memperhatikan bagaimana kondisi dan suasana yang khas. Teks berita diciptakan merupakan tanggapan atas akan dilaksanakannya pemilihan umum beserta pemilihan presiden, yang notabene subjek dalam program *reality show* yang terkait merupakan ketua dan sekretaris jenderal partai politik Hanura, yang juga akan mencalonkan diri sebagai calon presiden dan calon wakil presiden. Nilai-nilai yang terkandung dalam ideologi adalah sistem representasi relasi-relasi nyata yang dijalani manusia. Namun ini adalah sistem relasi imajiner -yang bukan dipaksakan melalui kesadaran- namun lebih kepada citraan dan konsep-konsep, atau struktur-struktur objek

budaya yang dipersepsikan dan mempengaruhi manusia. Ideologi menggambarkan relasi sosial riil eksistensi dengan cara mengungkap kebenaran dan pengetahuan tertentu tentang relasi tersebut dari subjek (Althusser dalam Lee, 2006: 75-76). Hal ini makin menegaskan pembiakkan wacana dimana pihak produsen ingin menciptakan citra tentang pimpinan yang mampu bersikap *down to earth, low profile*, dan mampu melakukan banyak hal.

Sebagaimana yang diungkapkan Sardar dan Van Loon (2008: 94) di mana sebuah teks berita memerlukan justifikasi guna menciptakan isu-isu sosial, yang faktanya sudah disaring melalui filter politik dan menggunakan keputusan politis pihak tertentu. Hal senada diungkapkan Horkheimer dan Adorno (2002: 144) bahwa untuk dapat mensistematisasikan pemikiran dalam sebuah peradaban, diperlukan sebuah institusi pengetahuan yang mampu bekerja secara teknis, yang nantinya akan bekerja secara menekan di bawah sistem. Inilah fungsi ideologis yang dijelaskan Althusser sebagai institusi privat yang terdapat relasi imajiner bagi khalayak penonton yang mengonsumsi teks dalam televisi.

Pada level institusional, produsen teks berita, dalam hal ini adalah korporasi media RCTI, adalah korporasi yang dimiliki oleh Hari Tanoe yang juga menjabat sebagai sekretaris jenderal partai Hanura. Hal ini semakin diperkuat dengan dukungan dan ikut andilnya Wiranto sebagai pemegang simpul kekuasaan di partai Hanura. Legitimasi dari ahli merupakan teknik yang sangat diperlukan guna mendukung kekuatan yang dihasilkan oleh teks media (Sardar dan Van Loon, 2008: 109).

Secara sosial, nilai-nilai akan sosok pemimpin yang tegas, peduli, dan mampu menjalankan banyak hal telah dibentuk dalam wacana yang terkandung dalam teks program "Mewujudkan Mimpi Indonesia". Hal ini makin didukung pula oleh rezim kebenaran yang mampu menciptakan kontrol secara ideologis dari wacana yang muncul. Praktik sosio-kultural yang dirancang ini kemudian dimanfaatkan oleh korporasi media RCTI, guna melanggengkan citra Wiranto dan Hari Tanoe beserta kepentingan partai Hanura yang diboyongnya, untuk bisa sukses dalam pemilihan umum dan pemilihan presiden.

SIMPULAN

Pada wacana yang dikembangkan oleh perusahaan media RCTI melalui program *reality show*nya, terdapat beberapa unsur kepentingan dan bahasa ideologis yang kemudian akan berkembang pada praktik sosiokultural yang dijalankan oleh khalayak luas sebagai reseptor. Unsur-unsur bahasa yang dikandung dalam teks memberikan gambaran persuasif pada masyarakat,

Secara situasional, penyelenggaraan pemilu dan pemilihan presiden mendapat sorotan penting dalam teks

berita. Dibutuhkannya sosok pemimpin yang ideal seolah ingin dimunculkan dari subjek yang terlibat dalam program yang ditayangkan. Hal inilah yang kemudian menguatkan wacana dalam teks berita. Secara institusional, kolaborasi persejawatan yang dibangun oleh pihak korporasi media RCTI dengan partai Hanura memberikan profit yang sangat signifikan dalam rangka pembentukan citra Wiranto dan Hari Tanoe sebagai pemimpin yang dibutuhkan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 1981. *Beberapa Masalah Pembaharuan Politik di Indonesia*. Jakarta : Rajawali Press
- Althusser, Louis. 2008. *Tentang Ideologi : Marxisme Struktural, Psikoanalisis, Cultural Studies* Cetakan ke-3. Terjemahan oleh Olsy Vinoli Arnof. Yogyakarta : Jalasutra
- Batubara, Palar. 2009. *Bongkar Pasang Konstruksi Politik Indonesia ala 6 Presiden*. Jakarta : Gramata Publishing
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Edisi Revisi Cetakan Pertama. Jakarta : Gramedia
- Eriyanto. 2011. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : LKiS
- Gramsci, Antonio. Hoare, Quintin dan Smith, G.N. (Ed.). 2001. *Catatan-catatan Politik*. Terjemahan oleh Gafna Raiza Wahyudi dkk. Surabaya : Pustaka Prometheus
- Halim, Syaiful. 2013. *Postkomodifikasi Media Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies*. Yogyakarta : Jalasutra
- Hardiman, F.B. 2009. *Kritik Ideologi*. Edisi Ke- 3. Yogyakarta : Kanisius
- Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media : Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Terjemahan oleh Galih Bondan Rambatan. Yogyakarta : Jalasutra
- Lee, Martyn J. 2006. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali : Arah Baru Modernitas dalam Kajian Modal, Konsumsi, dan Kebudayaan*. Terjemahan oleh Nurhadi. Yogyakarta : Kreasi Wacana
- Liotard, Jean-Francois. 2009. *Kondisi Postmodern : Suatu Laporan Mengenai Pengetahuan*. Terjemahan oleh Dian Vita Ellyati. Surabaya : Selasar
- Prilleltensky, Issac. Dennis Fox (Ed.). 2005. *Psikologi Kritis : Metaanalisis Psikologi Modern*. Terjemahan oleh Achmad Chusairi dan Ilham Nur Alfian. Jakarta : Mizan
- Surbakti, Ramlan. 1999. *Memahami Ilmu Politik*. Cetakan Ke-4. Jakarta : Grasindo
- Sardar, Ziauddin. dan Van Loon, Borin. 2008. *Membongkar Kuasa Media*. Terjemahan oleh Dina Septi Utami. Yogyakarta : Resist Book
- Takwin, Bagus. 2009. *Akar-Akar Ideologi Pengantar Kajian Konsep Ideologi dari Plato hingga Bourdieu*. Cetakan Ke-2. Yogyakarta : Jalasutra

Sumber Online :

<http://www.youtube.com/watch?v=il0j4O5oCkE>.
http://www.youtube.com/watch?v=O_47v67bs7w