

MEDIA DAN KONSTRUKSI IDENTITAS KEPEMIMPINAN
(Studi Konstruksi Identitas Kepemimpinan Ahok oleh Media Online)

Nanang Mizwar Hasyim

Prodi KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
E-mail: nazwar.hasyim@gmail.com

Abstact

This research is motivated by the authors' interest in repeated and ongoing news with certain strategies in the context of the relationship between the fight for public opinion, conducted by Detik.com and Kompas.Com related to Ahok's leadership identity as a phenomenal Jakarta Governor and is also a candidate in the DKI Jakarta Gubernatorial Election 2017. Population taken is news for four years during Ahok served as Governor to replace Joko Widodo until the implementation of Jakarta Gubernatorial election 2017. While the sample is news that tell about Ahok's leadership. This research uses social semiotics method of M.A.K. Halliday with the aim to describe how the construction of Ahok leadership identity in the news Online media. This study concludes that the news construction conducted by Detik.com on Ahok's leadership identity emphasizes the negative side, where the negative side of Ahok's leadership is emphasized on the arrogant and unethical character. While on Kompas.com's report, Ahok's leadership identity is constructed as a professional, credible, creative and innovative leader in performing his duties as the Governor of DKI Jakarta with emphasis on the competence and credibility. On the consistency side of the media in preaching a reality, the researcher found there is inconsistency in news of Detik.com than Kompas.com, where in the decade ahead of DKI Jakarta Gubernatorial Election 2017, Ahok's leadership identity construction become changed from a negative leadership identity become a positive identity of leadership.

Keywords: Media, Leadership Identity, Reality Construction by the Mass Media

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan penulis terhadap pemberitaan yang berkelanjutan dan terus menerus dengan strategi tertentu dalam konteks hubungan antara pertarungan merebutkan opini public yang dilakukan oleh Detik.com dan Kompas.Com terkait identitas kepemimpinan Ahok yang merupakan figur fenomenal seorang Gubernur DKI dan juga merupakan kandidat calon Gubernur pada Pilgub DKI Jakarta 2017. Populasi yang diambil adalah pemberitaan selama kurun empat tahun selama Ahok menjabat sebagai Gubernur menggantikan Joko Widodo hingga pada pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017. Sementara sampelnya adalah berita yang memberitakan tentang kepemimpinan Ahok. Penelitian ini menggunakan metode semiotic sosial milik M.K. Halliday dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana konstruksi identitas kepemimpinan Ahok dalam pemberitaan media Online. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konstruksi pemberitaan yang dilakukan oleh Detik.com terhadap identitas kepemimpinan Ahok lebih menekankan pada sisi negative dari identitas kepemimpinan Ahok, dimana sisi negative dari kepemimpinan Ahok dititik beratkan pada Karater kepemimpinan Ahok yang arogan dan tidak beretika. Sedangkan pada pemberitaan Kompas.com identitas kepemimpinan Ahok di konstruksikan sebagai

sosok pemimpin yang professional, kredibel, kreatif dan inovatif dalam menjalankan tugasnya sebagai Gubernur DKI dengan menekankan pada sisi kompetensi dan kredibilitas kepemimpinan Ahok. Sementara pada sisi konsistensi media dalam memberitakan sebuah realitas, peneliti menemukan ada ketidakkonsistenan pada pemberitaan Detik.com dibanding Kompas.com, dimana pada dekade menjelang pemilihan Pilgub DKI 2017 konstruksi identitas kepemimpinan Ahok menjadi berubah yaitu dari identitas kepemimpinan Ahok yang bernuansa negative menjadi identitas kepemimpinan Ahok yang positif.

Kata Kunci: Media, Identitas Kepemimpinan, Konstruksi Realitas Oleh Media Massa

A. Pendahuluan

Selama ini pemberitaan media masa telah banyak menumbuhkan kegairahan sosiologis dan interaksi sosial di antara anggota masyarakat, sebagaimana beberapa contoh berbagai perilaku, penyikapan baik verbal ataupun non verbal yang terlihat dan terdengar di masyarakat. Hal ini bisa kita jumpai bagaimana pro dan kontrak atas penyikapan terhadap berita yang disodorkan oleh media masa kepada masyarakat baik di dunia nyata maupun di dunia maya.

Kenyataan ini sepiantas hanyalah respon musiman yang tumbuh berkembang di masyarakat lalu hilang beberapa masa kemudian dan muncul lagi, sungguh pun demikian, kenyataan semacam ini menyadarkan kita tentang sebuah realitas baru di masyarakat, bahwa ada realitas baru yang merefleksikan perilaku-perilaku tersebut karena seseorang membaca dan menyaksikan pemberitaan di media massa. Bahkan realitas sosial tersebut dapat atau sedang dikonstruksikan oleh sebuah pemberitaan di media massa, seperti media on line yang mengutamakan kecepatan dalam menyajikan informasi. Lebih jauh lagi, perilaku masyarakat diatas hanyalah salah satu contoh dari realitas kekuatan media massa mengkonstruksikan realitas sosial, dimana melalui kekuatan tersebut media memindahkan realitas sosial kedalam pesan media dengan atau setelah dirubah esensi atau citranya, kemudian media massa memindahkannya melalui repliksi citra ke dalam realitas sosial yang baru di masyarakat, seakan realitas tersebut hidup di masyarakat.

Contohnya, pemberitaan tentang Basuki Cahaya Purnama (Ahok) yang menarik perhatian para khalayak media. Pada awalnya figure Ahok ketika menjadi Bupati di Belitung kurang menjadi perhatian khalayak dan masyarakat belum begitu mengenal lebih dalam tentang figure Ahok. Setelah awal keterlibatannya sebagai wakil dari calon Gubernur DKI yaitu Joko Widodo, sosok Ahok mulai dikenal oleh masyarakat luas.

Tidak sampai disitu, setelah terpilih menjadi wakil Gubernur yang syah, media tidak henti-hentinya memberitakan bagaimana profile dan karakter dari figure Ahok yang berdampak pada pelembagaan konsep diri maupun identitas kepemimpinan Ahok pada persepsi Masyarakat.

Atas dasar kenyataan tersebut diatas akhirnya mengiring kepada pertanyaan, bagaimana suatu realitas sosial dapat di konstruksikan oleh berita di media masa. Dengan kata lain, adakah proses pembuatan berita tertentu yang dapat mengkonstruksikan realitas sosial. Begitupun pula seharusnya, apakah ada ciri-ciri tertentu dari realitas sosial yang dibentuk dan dipelihara serta dipertahankan oleh media masa dalam menampilkan realitas sosial buatan media masa. Mengingat bahwa media masa mempunyai kekuatan yang besar dalam mengkonstruksikan realitas. Dimana realitas media masa difahami hanya ada dalam media masa, baru kemudian terjadi proses decoding atau rekoding oleh khalayak saat dan sesudah membaca isi berita di media masa yang merupakan sebuah bentuk dari *kesadaran semu* (Burhan Bungin, 2008, 43).

Secara teoritis pertanyaan itu sementara bisa dijawab bahwa konstruksi sosial berita media masa adalah bagaimana realitas baru itu dapat di konstruksikan oleh media melalui interaksi simbolis dan padanan budaya dalam dunia intersubjektif serta proses pelembagaan realitas baru (Burhan Bungin, 2008, 03). Dalam konteks ini, pemahaman identitas kepemimpinan sosok Basuki Cahaya Purnama (Ahok) oleh masyarakat bisa dimungkinkan adalah bagian dari realitas sosial bentukan media masa yang sudah di konstruksikan oleh media masa.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luchman tentang konsep identitas dalam bukunya sebagai berikut

“Identitas...adalah sebuah elemen kunci dari realitas subyektif dan berada dalam hubungan dialektik dengan masyarakat. Identitas terbentuk melalui proses-proses sosial....Bilamana sudah terkritisasi, identitas dipelihara, diubah, atau bahkan dibentuk ulang (diubah bentuknya) dengan relasi-relasi sosial. Proses-proses sosial yang terlibat baik pembentukan ataupun pemeliharaan identitas ditentukan oleh struktur sosial yang ada” (Berger, dkk. 1966, 194).

Bisa ditafsirkan bahwa identitas bisa muncul dari relasi dialektik antara individu dengan masyarakat. Dalam konteks ini identitas dipahami sebagai fenomena sosial yang lahir atas konstruksi individu atas realitas sosial disekelilingnya. Oleh karenanya identitas bisa dipahami sebagai realitas yang tumbuh dan menyebar, maka sebagai implikasinya, seperti yang dikatakan oleh Dwi Purbaningrum bahwa identitas

bisa difahami sebagai integrasi perilaku individu dengan kontrol dan berjangka panjang (Dwi Purbaningrum, 2011, 16).

Sungguh pun demikian, bahwa pembentukan identitas tidak serta merta difahami hanya dari sudut pandang antara individu dengan realitas sosial lingkungannya, tetapi dalam konteks konstruksi sosial oleh media masa bahwa identitas individu bisa dibentuk dan diteguhkan oleh media mssa. Dengan membenaran bahwa keberadaan identitas seseorang lahir dari hubungan antara individu dan masyarakat, dimana dalam konteks ini masyarakat mengenal identitas seseorang lewat interaksi simbolis yang berasal dari informasi yang diperoleh oleh masyarakat.

Pemberitaan yang berkelanjutan dan terus menerus dengan strategi tertentu dalam kontek hubungan antara pertarungan merebutkan opini public dan fungsi media masa bisa berakibat pada terciptanya image seseorang dalam kontestasi tersebut. Disini seperti yang dijelaskan oleh Fimansyah bahwa image adalah sebuah identitas. Dimana image merupakan visualisasi dari atribut yang diberikan dan dipresepsikan oleh pihak luar tentang seseorang (Firmanzah, 2008, 253). Dengan kata lain image ini bisa berupa citra, reputasi, dan kredibilitas public figure yang dipresepsikan oleh masyarakat luas. Atas dasar inilah, maka masalah-masalah dominan yang ingin dikaji lebih dalam oleh peneliti adalah persoalan bagaimana media masa khususnya media online kompas.com dan detik.com mengkontruksikan realitas sosial, dengan kata lain bagaimana konstruksi pemberitaan media online tersebut atas identitas kepemimpinan Basuki cahaya Purnama (Ahok). Mengingat dari beberapa pengamatan penulis, media online yang sering memberitakan keberadaan Ahok baik selama menjadi wakil Gubernur dan keterlibatannya pada kontestasi politik Pilgub DKI 2017 di internet adalah kedua media online tersebut.

B. Kerangka Teori

1. Konsep Kepemimpinan

Secara bahasa, kepemimpinan dalam bahasa inggris “Leadership” secara umum diartik sebagai hubungan yang erat antara seorang dan kelompok manusia karena mempunyai kepentingan yang sama (Engkoswara dan Aan Komariah, 2010, 177). Kepemimpinan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menyangkut perihal pemimpin atau cara seseorang memimpin. Kepemimpinan merupakan aspek yang sangat urgen dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi, hal ini karena kepemimpinan menyangkut perilaku seorang pemimpin dalam rangka

memengaruhi para pegawai, karyawan atau masyarakat yang dipimpinya, sehingga mereka mau bekerjasama dalam rangka mewujudkan tujuan bersama (Anonim, 2015, 87).

Selanjutnya Soepardi dalam Mulyasa mendefinisikan kepemimpinan sebagai kemampuan untuk menggerakkan, mempengaruhi, memotivasi, mengajak, mengarahkan, menasehati, membimbing, menyuruh, memerintah, melarang, dan bahkan menghukum (bila perlu), serta membina dengan maksud agar manusia sebagai media manajemen mau bekerja dalam rangka mencapai tujuan administrasi secara efektif dan efisien (E. Mulyasa, 2002, 90). Untuk memperdalam pemahaman tentang konsep kepemimpinan seperti yang sudah diuraikan diatas terdapat tiga teori kepemimpinan klasik yang dipaparkan pada bagian ini yaitu teori manusia besar (*the greatman theory*), teori sifat (*trait theory*), dan teori kharisma (*charismatic theory*).

a. Teori Manusia Besar (*The Great man Theory*)

Teori manusia besar mengandaikan bahwa perubahan masyarakat ditentukan oleh individu. Kemauan dan tindakan mereka telah menimbulkan perubahan dan dampak besar pada masyarakat. Hal inilah yang biasa disebut dengan asas *voluntarisme* dan *individualisme*. Dalam bahasa Carlyle disebut dengan *heroic determinism*. Teori heroic determinism digambarkan dengan pernyataannya: “sejarah alam, sejarah apa yang telah dilakukan manusia di dunia ini, pada dasarnya adalah sejarah manusia besar yang telah bekerja di sini.” Lantas, yang menjadi sebab seseorang menjadi manusia besar. Terdapat dua hal penting, yaitu: kekuatan intelektual untuk memahami realitas dan kemampuan bertindak yang tepat. Seseorang yang mengubah sejarah bukan hanya seorang intelektual yang bergulat dengan konsep dan gagasan besar. Dia harus dapat menangkap realitas. Harus mengerti apa yang terjadi pada zamannya. Di samping itu, perubahan yang terjadi bukan semata-mata karena kemampuan intelektualnya, melainkan karena kemampuan bertindaknya. Manusia besar adalah “*man of action*” dan bukan sekedar “*man of thoughts*” (Jalaludin, 2005, 174). Barangkali dalam hasanah filsafat klasik kita dapat menyandingkannya dengan teori keutamaan ala Aristoteles. Menurutnya, seseorang dapat dikatakan memiliki kepribadian utama atau memiliki keutamaan (dan biasanya menjadi pemimpin dalam masyarakat) adalah orang yang mampu memaksimalkan dua kekuatan dalam dirinya, yaitu *theoria* dan

praxis. Theoria adalah kemampuan untuk memaksimalkan kualitas intelektual, sedangkan *praxis* adalah aktualisasi atau tindakan (Muhammad In'am Esha, 2004, 12).

b. Teori Sifat (*Trait Theory*)

Teori sifat merupakan teori kepemimpinan yang didasarkan pada asumsi bahwa terdapat sejumlah ciri-ciri tertentu yang dimiliki individu sebagai pemimpin. Seperti yang dikemukakan oleh Crevani, dkk dalam Esha menyebutkan bahwasannya *trait theory* merupakan salah satu pendekatan dalam melihat kepemimpinan yang difokuskan pada ciri-ciri yang dimiliki seseorang. Apakah seseorang itu memiliki "karakter" sebagai pemimpin ataukah sebaliknya berkarakter sebagai pengikut (Muhammad In'am Esha, 2004, 06). Pendekatan semacam ini mulai dikaji pada sejak tahun 1930an atau dalam beberapa literatur tahun 1940an. Para peneliti mencoba mengkaji karakteristik-karakteristik individu yang membedakan pemimpin yang berhasil dan pemimpin yang gagal. Peneliti mencoba mengaitkannya dengan karakteristik-karakteristik seperti kepribadian, emosional, fisik, intelektual (Indriyo Gitosudarmo, I Nyoman Sudita, 2000, 129).

c. Teori Kharisma (*Charismatic Theory*)

Seperti yang dijelaskan Yuk bahwa istilah teori kharisma dalam konteks kepemimpinan tidak dapat dilepaskan dari suhu dalam ilmu-ilmu sosial, Max Weber. Istilah kharisma merupakan adopsi dari bahasa Yunani yang berarti berkat yang terinspirasi secara agung. Tidak heran jika kharisma ini pada awalnya selalu dikaitkan dengan hal-hal yang bersifat "*transendental*". Seseorang dikatakan memiliki kharisma ketika seseorang itu mampu melakukan keajaiban atau memprediksikan peristiwa yang akan terjadi di masa depan. Menurut Weber, kharisma terjadi saat terjadi sebuah krisis sosial dan seseorang muncul dengan sebuah visi radikal yang menawarkan sebuah solusi untuk krisis itu. Pemimpin menarik pengikut yang percaya pada visi itu, mereka mengalami keberhasilan yang membuat visi itu terlihat dapat dicapai. Dan, akhirnya para pengikut itu percaya bahwa pemimpin itu orang yang luar biasa. Pada beberapa dekade yang lalu, beberapa ilmuwan sosial telah memformulasikan versi yang lebih baru yang dikenal dengan *teori atribusi* (berhubungan). Untuk menjelaskan kepemimpinan kharismatik dalam konteks organisasi, menurut teori atribusi, atribusi pengikut terhadap kualitas kharisma pemimpin secara bersama-

sama ditentukan oleh perilaku, keterampilan kepemimpinannya, dan aspek situasi (Garry Yuk, 2007, 290).

2. Identitas Kepemimpinan

Identitas senantiasa dimiliki oleh semua orang. Umumnya, konsep identitas dianggap relevan bila menyangkut seseorang yang punya pengaruh dalam ruang public. Hal ini lantaran relasi antara dirinya dan lingkungannya bersifat saling terkait, dimana identitas diri seseorang bisa terbentuk karena tuntutan public atas peran yang diberikan dan juga terkadang relasi sosial seseorang dapat berdampak pada perubahan identitas anggota-anggota dan bahkan komunitas dimana seseorang berada bergantung pada seberapa kuat pengaruh seseorang tersebut dalam lingkungan sosialnya.

Dikutip oleh Dwi Purbaningrum, Thomas Luchman menegaskan bahwa identitas personal ditentukan oleh “pertumbuhan kesadaran individu dan pertumbuhan masyarakat” (*the evolusion of individual consciousness and the evolusion of social organization*) (Dwi Purbaningrum, 2011, 19). Penegasan tersebut berarti bahwa identitas amat sangat mungkin berkembang dan juga bisa berubah dalam proses pembentukannya, mengingat bahwa setiap person mempunyai keistimewaan intra-personal dalam menafsirkan setiap simbol disekelilingnya serta perubahan pola hidup dan perilaku masyarakat yang sebagiannya ditentukan oleh pengaruh dari perkembangan teknologi lebih khusus lagi adalah media komunikasi yang bersifat kompleks.

Seringkali dalam pertarungan mendapatkan pengaruh terhadap persepsi masyarakat di ruang public, identitas seseorang akan dibentuk dan dipertahankan lewat symbol-simbol yang di sosialisasikan lewat media. Pada dasarnya dalam konteks pembentukan identitas, seseorang akan mengasosiasikan dirinya berdasarkan pemahaman individu atas makna symbol-simbol yang ada dalam masyarakat dan kemudian melembagakan pada setiap perilakunya. Atas dasar motif untuk mendapatkan pengaruh tersebut oleh individu lain dalam konteks pertarungan pengaruh yang melibatkan kepentingan atas porsi kekuasaan dipahami sebagai bentuk image yang terlembagakan sebagai sebuah identitas kepemimpinan oleh individu yang berkepentingan. Sungguhpun demikian, pendefinisian identitas kepemimpinan tidak didefinisikan sebagai usaha untuk berebut kekuasaan, akan tetapi identitas kepemimpinan adalah sebuah proses pembentukan identitas untuk

mendapat pengaruh masyarakat lewat proses yang panjang dalam mendapatkan simpati yang berujung pada pengakuan public.

Menurut Manuel Castells, ada tiga jenis identitas, yakni (i) Identitas yang melegitimasi, (ii) identitas ketahanan, dan (iii) identitas proyek (Dwi Purbaningrum, 2011, 19). Dalam konteks penelitian ini adalah lebih menarik perkembangan identitas yang melegitimasi. Selaras dengan hal ini Dwi Purbaningrum mengatakan bahwa perkembangan identitas diri menjadi identitas yang melegitimasi berlangsung melalui proses komunikasi baik secara primer maupun skunder (Dwi Purbaningrum, 2011, 11). Melalui sosialisasi yang terus menerus baik bersifat dua arah maupun satu arah, proses legitimasi yang memberi penjelasan dan pembenaran atas terjadinya kristalisasi identitas sosial akan terwujud. Adanya legitimasi dari lingkungan ini memberikan arti bahwa komunikasi telah menstransformasikan identitas diri menjadi identitas sosial.

Jika kepemimpinan difahami sebagai sebuah proses individu mempengaruhi individu lain dalam mencapai tujuan bersama, maka dalam konsep identitas ini untuk mencapai tujuan bersama visi individual telah memiliki makna sosial dan bahkan telah menjadi nilai bersama. Dengan kata lain, bila dalam identitas diri komunikasi berlangsung melalui “negosiasi makna” di dalam situasi komunikasi, maka dalam identitas sosial komunikasi menjadi suatu media penerahan penerimaan pengaruh, yakni dalam bentuk retorika yang mengandalkan kepercayaan yang bersumber dari ertos-etos kecendekiaan, integritas, kewibawaan dan kearifan (Lawson-Tancred, H.C., 1991).

3. Konstruksi Realitas oleh Media

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociological of Knowledge*. Menurut Berger dan Luckmann realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi: Eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik (Peter L. Berger & Thomas Luckmann, 1990, 62). Proses ini merupakan bentuk ekspresi diri untuk menguatkan ekstensi individu dalam masyarakat. Pada tahap ini, masyarakat dilihat sebagai produk buatan manusia. Obyektivitas, yaitu hasil yang dicapai dari poses internalisasi. Hasil itu menghasilkan realitas obyektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil sendiri sebagai suatu obyektifitas yang berada di luar dan

berlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses obyektivitas tersebut, masyarakat menjadi realitas *sui generis*. Setelah dihasilkan menjadi realitas obyektif, realitas obyektif itu berbeda dengan kenyataan subyektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang. Internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia obyektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subyektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Melalui internalisasi, manusia menjadi hasil dari masyarakat.

Realitas sosial merupakan pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup seperti konsep, kesadaran umum dan wacana publik sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik di dalam maupun di luar realita tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna ketika realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Realitas sosial yang dimaksud terdiri dari realitas obyektif, realitas simbolik dan realitas subyektif. Realitas obyektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia obyektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas obyektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subyektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas obyektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi.

Media pada hakekatnya adalah mengkonstruksi realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, di antaranya realitas politik. Isi media pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya. Bagi media bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi atau opini. Bahasa juga bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik. Manakala konstruk realitas media berbeda dengan realitas yang ada di masyarakat, maka hakekatnya telah terjadi kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik bisa mewujudkan melalui penggunaan bahasa penghalusan, pengaburan, atau bahkan pengasaran fakta. Kekerasan simbolik tak hanya beroperasi lewat bahasa, namun

juga terjadi pada isi bahasa (language content) itu sendiri, yakni pada apa yang diucapkan, disampaikan atau diekspresikan.

C. Metodologi Penelitian

Kajian ini dikembangkan dengan cara, yaitu: (1) mengumpulkan berita-berita tentang Ahok yang dimuat di media online Detik.com dan Kompas.com, terutama yang membahas tentang kepemimpinan Ahok; (2) berita-berita tersebut di pilih berdasarkan kesamaan dalam pemberitaan kemudian di kategorikan berdasarkan tema yang dibahas dalam berita.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini, menggunakan paradigma konstruktivisme/interpretative dalam melihat realitas di media masa. Karena menurut hemat peneliti pendekatan ini lebih bersifat interpretative yang tidak memposisikan ideologi media sebagai bagian yang terpenting, karena sebenarnya peran media adalah sebagai pembentuk kesadaran. Sesuai dengan prespektif di atas, dalam bagian ini peneliti akan menganalisis sampel-sampel berita yang sudah ditentukan dengan menggunakan analisis semiotic MK. Haliday. Dimana tujuan dipakainya analisis semiotic dalam analisis ini adalah untuk menjelaskan secara mendalam bagaimana identitas kepemimpinan Ahok di gambarkan melalui tanda-tanda dalam pemberitaan. Adapun struktur semiotic yang akan di pakai untuk menganalisis pemberitaan-pemberitaan yang sudah di pilih adalah, medan wacana (*field of discourse*), Pelibat wacana (*tenor of discourse*), sarana wacana (*mode of discourse*).

Teks yang diteliti adalah teks yang terkait dengan pemberitaan Ahok yang muncul di media online yaitu Kompas.com dan detik.com. Lebih khusus lagi penelitian ini mengkaji teks-teks berita yang terkait dengan identitas kepemimpinan Ahok dalam jenjang waktu sejak ia menjadi Gubernur menggantikan Jokowi dan sampai sekarang yaitu pelaksanaan PILKADA DKI 2017.

D. Diskusi/Pembahasan

1. Kiprah Politik Ahok

Bermodal keyakinan bahwa orang miskin jangan lawan orang kaya dan orang kaya jangan lawan pejabat (paham Kong Hu Cu), dan keinginan untuk membantu rakyat kecil di kampungnya, serta rasa frustrasi yang mendalam terhadap kesemena-menaan pejabat yang ia alami sendiri, Ahok memutuskan untuk masuk ke politik di tahun 2003. Pertama-tama ia bergabung dengan Partai Perhimpunan Indonesia Baru (PPIB) yang saat itu dipimpin oleh Dr. Sjahrir. Pada pemilu 2004 ia mencalonkan

diri sebagai anggota legislatif. Dengan keuangan yang sangat terbatas dan model kampanye yang lain dari yang lain, yaitu menolak memberikan uang kepada rakyat, dia terpilih menjadi anggota DPRD Kabupaten Belitung Timur periode 2004-2009.

Selama di DPRD ia berhasil menunjukkan integritasnya dengan menolak ikut dalam praktik KKN, menolak mengambil uang SPPD fiktif, dan dikenal masyarakat karena ia satusatunya anggota DPRD yang berani dan sering bertemu dengan masyarakat untuk mendengar keluhan mereka sementara anggota DPRD lain lebih sering “mangkir”. Setelah 7 bulan menjadi DPRD, muncul dukungan dari rakyat yang mendorong Ahok menjadi bupati. Tahun 2005 Maju sebagai calon Bupati Belitung Timur dengan tetap mempertahankan cara kampanyenya, yaitu dengan mengajar dan melayani rakyat secara langsung. Melalui kampanye seperti itulah Ahok terpilih menjadi Bupati Belitung Timur periode 2005-2010. Kesuksesan ini terdengar ke seluruh Bangka Belitung dan mulailah muncul suarasuara untuk mendorong Ahok maju sebagai Gubernur di tahun 2007. Kesuksesannya di Belitung Timur tercermin dalam pemilihan Gubernur Babel ketika 63 persen pemilih di Belitung Timur memilih Ahok. Namun sayang, karena banyaknya manipulasi dalam proses pemungutan dan penghitungan suara, dia gagal menjadi Gubernur Babel.

Dalam pemilu legislative 2009 dia maju sebagai caleg dari Golkar. Meski awalnya ditempatkan pada nomor urut keempat dalam daftar caleg (padahal di Babel hanya tersedia 3 kursi), ia berhasil mendapatkan suara terbanyak dan memperoleh kursi DPR berkat perubahan sistem pembagian kursi dari nomor urut menjadi suara terbanyak. Di tahun 2006, Ahok dinobatkan oleh Majalah TEMPO sebagai salah satu dari 10 tokoh yang mengubah Indonesia. Di tahun 2007 ia dinobatkan sebagai Tokoh Anti Korupsi dari penyelenggara negara oleh Gerakan Tiga Pilar Kemitraan yang terdiri dari KADIN, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara, dan Masyarakat Transparansi Indonesia. Melihat kiprahnya, kita bisa mengatakan bahwa berpolitik ala Ahok adalah berpolitik atas dasar nilai pelayanan, ketulusan, kejujuran, dan pengorbanan; bukan politik instan yang sarat pencitraan.

2. Pemberitaan Detik.Com dan Kompas.com terhadap Kepemimpinan Ahok

Secara garis besarnya kemunculan sosok Basuki Cahaya Purnama (Ahok) tidak mendapatkan perhatian yang lebih oleh media online Detik.com dan Kompas.com. Hal ini bisa dilihat judul dan tema pemberitaan semenjak pilihan Gubernur hingga

dia dilantik menjadi wakil Gubernur DKI mendampingi Joko Widodo kebanyakan memberitakan tentang aktifitas serta kinerja Gubernur Joko Widodo. Sosok Ahok mulai mengemuka semenjak dia dilantik menjadi Gubernur menggantikan Joko Widodo yang terpilih menjadi Presiden pada tahun 2014. Dengan karakteristik dan gayanya yang berbeda dengan Gubernur kebanyakan telah melahirkan pro dan kontra atas opini masyarakat terkait karakteristik dan kebijakan yang di buatnya. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk diberitakan oleh media massa khususnya media massa online Detik.com.

Saat menjadi Gubernur menggantikan Joko Widodo, sejumlah tindakan dan ucapan Basuki Cahaya Purnama (Ahok) sempat menjadi kontroversi dan perhatian media massa baik yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan yang telah dibuatnya dan juga berupa kritikan terhadap budaya masyarakat khususnya warga Jakarta serta respon atas permasalahan atau isu yang membelit dirinya baik secara politis maupun bersifat umum. Adapun gambaran umum jumlah pemberitaan terkait dengan kepemimpinan Basuki Cahaya Purnama oleh media online Detik.com dan Kompas.com bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

No	Tahun Pemberitaan	Detik.Com			Kompas.Com		
		Kategori 1	Kategori 2	Kategori 3	Kategori 1	Kategori 2	Kategori 3
1	2014	32	-	-	35	-	-
2	2015	68	5	-	75	5	-
3	2016	20	15	10	25	20	10
4	2017	5	9	20	5	10	15
Jumlah		125	29	30	140	35	25

NB: kategori 1 : Aktifitas Ahok sebagai Gubernur, Kategori 2 : Polemik yang Menjerat Ahok, kategori 3 : Ahok dalam Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017

Kemudian Secara subyektif, dari jumlah berita di masing-masing media online seperti yang dipaparkan pada tabel diatas dipilih sebagai sample untuk mewakili populasi yang dikaitkan dengan isu penelitian yaitu Identitas kepemimpinan Ahok. Keputusan ini diambil karena menurut peneliti, ternyata ada konsistensi pola pemberitaan suatu media sehingga sampel yang diambil cukup memadai untuk memberi gambaran keseluruhan kebijakan redaksional pada media bersangkutan. Sampel-sampel yang dipilih akan dikategorikan sesuai dengan tema yang di bahas dalam pemberitaan. Dari analisis terhadap keseluruhan isi pemberitaan, peneliti menemukan ada beberapa kategori yang ditentukan berdasarkan pada tema yang dibahas dalam setiap pemberitan dan juga pada fase atau dekade yang berhubungan dengan momen-momen tertentu pada masa kepemimpinan Ahok selama menjadi

Gubernur. Adapun gambaran umum tentang jumlah sampel yang disesuaikan dengan kategori pemberitaan bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

No	Kategori Pemberitaan	Detik.com	Kompas.com
1	Aktifitas Ahok sebagai Gubernur	25	25
2	Polemik yang Menjerat Ahok	15	15
3	Ahok dalam Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017	15	15

Dalam kategori Aktivitas Ahok sebagai Gubernur memaparkan berbagai aktifitas Ahok terkait rutinitasnya sebagai Gubernur. Dalam pemaparan kedua media online tersebut kebanyakan pembahasannya adalah mengenai program-program yang dilakukan Ahok terkait program reformasi birokrasi dan pelaksanaan kebijakan-kebijakan yang diambil selaku sebagai Gubernur. Sedangkan dalam kategori polemik yang menjerat Ahok kedua media online juga kebanyakan memaparkan beberapa kasus yang menjerat Ahok misalnya perbedaan tajam dengan DPRD, kasus UPS, kasus penggusuran, kasus Sumber Waras dan kasus Reklamasi yang menjadi sorotan publik, serta kasus yang sangat menguras energi dan mengundang perhatian publik yakni Penistaan Alqur'an. Pada kategori berikutnya yaitu Ahok dalam Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017 kebanyakan kedua media online tersebut memaparkan popularitas Ahok serta kompetensi Ahok sebagai Calon Gubernur baik berupa dukungan dari pihak lain maupun pemaparan hasil survey dari berbagai lembaga survey.

3. Analisis Pemberitaan Detik.com dan Kompas.com Tentang Identitas Kepemimpinan Ahok

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pokok penelitian disini paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme/ interpretatif yang menekankan pada sudut pandang media masa dan kekuasaan. Dimana dalam konteks seperti yang diuraikan oleh Stuard Hall bahwa seharusnya media masa dilihat tidak sekedar sebagai alat kelompok dominan untuk menguasai kelompok yang tidak dominan selain itu juga media masa juga bukanlah sebuah kekuatan jahat yang memang didesain untuk menjelekkan kelompok lain. Akan tetapi pada dasarnya bahwa media menjalankan peranannya dengan melakukan representasi kelompok lain melalui proses yang kompleks dengan melakukan pendefinisian dan penandaan, sehingga ada kelompok yang baik dan buruk dalam pemberitaan itu di angap wajar.

4. Medan Wacana

Dalam sisi ini akan dipaparkan bagaimana wacana yang dibangun oleh media online Detik.com dan Kompas.com dalam setiap pemberitaan. Pada pemberitaan dengan tema “**Aktifitas Ahok sebagai Gubernur**” wacana kepemimpinan yang sering diangkat oleh Detik.com dalam pemberitaannya adalah mengangkat tentang karakter atau kepribadian Ahok sebagai Gubernur yang dianggap sebagai pemimpin yang tidak komunikatif, bimbang dan kurang tegas, tidak sederhana, pemimpin yang arogan, pemimpin yang banyak omong, dan pemimpin yang kurang beretika. Selain itu wacana lain yang diangkat adalah terkait tentang kredibilitas dan kompetensi Ahok sebagai seorang pemimpin. Dimana dalam beberapa pemberitaan narasi yang dibangun seolah-olah mewacanakan bahwa Ahok adalah seorang pemimpin yang kredibilitasnya dan kompetensinya buruk. Salah satu contohnya dalam pemberitaan berjudul “*Lantik 649 PNS DKI, Ahok: Pejabat adalah Pelayan, Harus Bekerja Lebih Cepat*” digambarkan Ahok dalam mengambil keputusannya terkait permasalahan yang diberitakan terlalu dini dalam mengambil keputusan dan terkesan emosional. Dimana dijelaskan dasar yang dipakai dalam mengambil keputusan berupa laporan dan jawaban atas pertanyaan dari bawahannya tanpa ada perencanaan dan evaluasi yang matang sehingga terkesan subyektif.

Berbeda dengan Detik.com, pada kategori pemberitaan ini Kompas.com lebih mewacanakan tentang kompetensi dan kredibilitas Ahok. Wacana-wacana tersebut di intepretasikan dalam bentuk kepandaian dengan argumentasi-argumentasi yang logis terkait dengan program kerja, kebijakan ataupun rasionalisasi program yang hendak atau sudah dilaksanakan. Selain kompetensi, beberapa wacana lain yang coba dibangun oleh Kompas.com adalah mengenai karakter diri Ahok yang tegas dan berani serta komitmen Ahok terhadap misi atau tujuannya, dimana selalu di paparkan bahwa apa yang dia lakukan selalu di orientasikan pada terciptanya birokrasi yang bersih dengan pekerjaan yang berorientasi pada hasil yang baik.

Selanjutnya pada pemberitaan dengan kategori pemberitaan terkait beberapa **Polemic yang Menjerat Ahok** misalnya beberapa kasus yang menjerat Ahok seperti perbedaan tajam dengan DPRD, kasus UPS, kasus pengusuran, kasus Sumber Waras dan kasus Reklamasi yang menjadi sorotan publik, serta kasus yang sangat menguras energi dan mengundang perhatian publik yakni Penistaan Alqur’an. Dari pemberitaan Detik.com mengenai kasus-kasus tersebut ada beberapa wacana yang diangkat. Dalam kasus terkait konflik Ahok dengan DPRD, wacana

yang diangkat selalu merujuk pada karakter Ahok yang dianggap sosok pemimpin yang arogan dan tidak bisa berkomunikasi baik dan juga merujuk pada kompetensi yang dimiliki Ahok yang di gambarkan sebagai seorang pemimpin yang kurang memahami peraturan yang sesuai dengan juklis undang-undang. Hampir sama dengan beberapa kasus lain, wacana yang coba diangkat lebih menekankan pada karakter Ahok yang arogan dan semaunya dan juga pada kompetensi sebagai pemimpin yang kurang peka terhadap permasalahan yang dihadapi warganya serta terkesan sangat subyektif atau tidak professional dalam mengambil keputusan. Sungguhpun demikian, dalam kasus terkait penistaan Alqur'an wacana yang diangkat oleh Detik.com lebih menekankan pada karakter Ahok yang tegas dan juga sosok yang professional serta komitmen terhadap misi atau tujuan Nasional.

Selanjutnya pada tema pemberitaan yang sama, di banding dengan Detik.com media online Kompas.com lebih konsisten dalam mengangkat wacana identitas kepemimpinan yang dimiliki oleh Ahok. Hampir dari keseluruhan pemberitaa Kompas.com wacana yang diangkat lebih menekankan pada kredibilitas serta kompetensi Ahok yang digambarkan sebagai pemimpin yang professional yang kritis, kreatif dan inovatif. Selain hal tersebut ada beberapa berita yang mengangkat tentang karakter kepemimpinan Ahok yang di gambarkan sebagai sosok pemimpin yang tegas dan berani dalam menyuarakan kebenaran. Dalam kasus ini, wacana yang diangkat tersebut kebanyakan di dapatkan pada pemberitaan mengenai kasus pengusuran dan kasus penistaan Al-Qur'an.

Agak berbeda dengan tema pemberitaan yang lainnya, dalam tema pemberitaan yang berkaitan dengan **Eksistensi Ahok pada Pilgub DKI 2017** ada kecenderungan yang sama dalam wacana yang di angkat oleh detik.com maupun kompas.com. Dengan narasi peristiwa berupa pemaparan tentang sosialisasi hasil survey dari berbagai lembaga survey dan pemaparan kegiatan baik yang dilakukan oleh Ahok sendiri maupun pihak lain seperti partai politik, tokoh-tokoh nasional, kedua media tersebut mengangkat wacana pemberitaan terkait pada kredibilitas dan kompetensi sosok Ahok yang professional dalam melaksanakan tugas-tugasnya sebagai Gubernur. Selain itu nampaknya karakter kepemimpinan Ahok juga mendapat wadah tersendiri dalam wacana pemberitaan terkait tema ini. Akan tetapi perbedaanya adalah pada bagaimana pendekatan yang digunakan dalam membangun narasi tersebut. Detik.com lebih menekankan pada sisi karakteristik kepemimpinan Ahok dengan menggambarkan citra dan image Ahok lewat

penjelasan dari narasumber lain yang bersifat subyektif dengan pendukung data yang minim. Akan tetapi Kompas.com mewacanakan karakteristik Ahok dengan pendekatan yang logis disertai dengan data-data yang terukur dan akurat sehingga terkesan bersifat obyektif.

5. Pelibat Wacana (*Tenor of Discourse*)

Dari sisi unsur semiotic ini, dalam pemberitaan mengenai identitas kepemimpinan Ahok mengungkapkan siapa saja orang yang dipakai sebagai sumber berita. Keberadaan mereka tentunya punya peran yang signifikan terhadap wacana yang ingin di angkat dalam setiap pemberitaanya. Sungguhpun demikian keberadaan narasumber lain selain Ahok mempunyai peran yang berbeda-beda terhadap pembangun makna dari pesan yang ingin dibangun oleh kedua media online tersebut terhadap identitas kepemimpinan Ahok.

Dalam konteks pelibat wacana dari kebanyakan berita yang mewacanakan tentang identitas kepemimpinan Ahok, walaupun itu di lihat dari kompetensi diri Ahok, karakter diri Ahok dan juga pada komitmen Ahok terhadap visi kepemimpinan yang baik untuk Jakarta. Detik.com lebih cenderung menempatkan dan memposisikan Ahok sebagai sumber utama tunggal dalam pemberitaanya. Sungguhpun demikian, kehadiran sumber berita selain Ahok, kecenderungan Detik.com memposisikanya sebagai tokoh antagonis yang berperan memberi kesan negative terhadap identitas kepemimpinan Ahok. Misalnya dalam pemberitaan berjudul "*Jadi Gubernur, Keluarga Ahok Tak Adakan Perayaan Khusus di Kampung Halaman*", keberadaan Tan Veronika yang merupakan istri Ahok menambah kesan mendalam tentang wacana yang di angkat oleh Detik. Com yaitu Ahok merupakan sosok orang yang kurang komunikatif dengan keluarga.

Dari sisi narasi berita yang dibangun, dari beberapa sumber berita ada yang diposisikan sebagai *good gay* yaitu sebagai pihak yang mendukung Ahok dan sebagian besar lagi diposisikan sebagai *bad gay* yaitu pihak yang tidak sepakat dengan sikap Ahok. Akan tetapi ditemukan dari setiap pemaparan sumber berita terselip kata-kata yang merupakan bentuk masukan atau kritikan terhadap sikap arogan yang dimiliki Ahok. Sehingga bisa ditafsirkan bahwa pemilihan sumber berita yang ada merupakan salah satu upaya untuk menegaskan tentang wacana yang diangkat oleh Detik.com dalam pemberitaan ini yaitu Ahok merupakan tipe pemimpin yang Arogan.

Pada sisi yang berbeda, yaitu pada pemberitaan Detik.com pada dekade menjelang dan pada saat kampanye Pilgub DKI Jakarta 2017, hampir dari keseluruhan berita Detik.com selalu menghadirkan sumber berita selain Ahok yang seolah-olah diposisikan berbeda dengan berita-berita pada dekade sebelumnya. Hampir semua sumber berita diposisikan oleh Detik.com sebagai Good Gay yang memberikan persepsi positif terhadap image kepemimpinan Ahok walaupun ada beberapa sumber berita yang merupakan lawan politik Ahok pada Pilgub DKI 2017 seperti Anis Baswedan dan Agus Harimukti Yudoyono yang dipakai sebagai pembanding untuk memaparkan sisi keunggulan kompetensi yang dimiliki Ahok dan keberhasilannya dalam memimpin Jakarta.

Salah satu contoh sebagai bukti penempatan sumber lain yang diposisikan sebagai Good Gay dalam pemberitaan adalah pemberitaan dengan judul "*Panasnya Pilgub DKI Nusron: Gusur Bukit Duri, Ahok Tak Peduli Elektabilitas*". Dalam berita ini Nusron merupakan sumber berita tunggal, dimana dalam narasi pemberitaan perkataan-perkataan Nusron tentang sisi baik Ahok selalu dipaparkan dan memenuhi semua isi berita. Dalam konteks ini kita bisa tafsirkan bahwa Detik.com tidak berimbang dalam memberitakan data yang ada, mengingat positioning Nusron dalam konteks ini adalah bagian penting dari Tim sukses kemenangan pasangan Ahok-Djarot pada Pilgub DKI Jakarta. Selain itu penempatan Nusron sebagai sumber berita tunggal berdampak pada penegasan wacana yang diangkat oleh Detik.com dalam pemberitaan ini, dimana dari semua isi berita mengisyaratkan wacana bahwa Ahok adalah sosok pemimpin yang kredibel dan suka bekerja.

Serupa tapi tak sama dengan Detik.com, dalam beberapa pemberitaan terkait tema "Kerja Ahok sebagai Gubernur", hampir keseluruhan yang dijadikan nara sumber pada pemberitaan tersebut oleh Kompas.com adalah tokoh Ahok sendiri. Dimana dalam konteks ini positioning Ahok adalah sebagai Gubernur dan menjadi obyek dalam pemberitaan. Dalam pemberitaannya Kompas.com sering sekali memperlihatkan bahwa kejadian atau peristiwa pada saat pemberitaan menjadi tidak penting dan hanya sebagai tambahan isi berita yang biasanya ditempatkan pada pengantar ketika tokoh utama di wawancarai.

Ada beberapa hal yang terpenting dari sisi pemilihan sumber berita jika dikaitkan dengan judul berita. Dimana ditemukan dalam setiap pemberitaan apa yang diomongkan oleh nara sumber seakan menjadi penegas dari judul berita.

Selain itu keterhubungan judul dengan isi berita yang rata-rata merupakan ucapan dari narasumber telah mengisyaratkan bahwa opini yang hendak dibangun oleh Kompas.com seakan-akan merupakan sebuah upaya untuk pencitraan karakter dan kepemimpinan seorang Ahok dan perbaikan citra atas isu negative yang berhubungan. Dengan kata lain yang lebih sederhana bisa ditafsirkan bahwa dari kebanyakan wacana yang ingin dibangun merupakan sebuah upaya klarifikasi atas isu negative yang diterima oleh Ahok. Oleh karena monopoli sumber berita yang hanya melibatkan satu orang yang merupakan obyek dari pemberitaan sangat dianggap penting dalam usaha pencitraan seorang AHok

Pada bagian lain, akan tetapi masih dalam konteks Pelibat Wacana, selain Ahok ada beberapa Narasumber yang dipakai oleh compas.com dalam pemberitaannya. Kebanyakan Nara sumber lain yang dipakai adalah bawahan dari Ahok yang digunakan sebagai penegas dan membenaran atas apa yang dilakukan oleh Ahok. Selain itu dalam pemberitaannya ditemukan beberapa pelibat wacana lain, akan tetapi kebanyakan disebutkan jabatan tidak nama asli, seperti Lurah, Camat dan lainnya yang keberadaanya digunakan sebagai penegas dan figure antagonis sebagai membenaran atas apa yang sudah dilakukan oleh Ahok terkait keputusan yang telah diambil. Dari sisi ini, terlihat bahwa Kompas.com kurang seimbang dalam penyajian data dan pendapat narasumber, sumber yang dikutip kebanyakan adalah dari sumber berita yang apa yang dilakukan oleh narasumber merupakan obyek dari pemberitaan itu sendiri.

6. Sarana Wacana (*Mode of Discourse*)

Pada bagian sarana wacana atau penggunaan gaya bahasa akan diuraikan secara mendalam seperti apa bahasa-bahasa yang digunakan oleh Detik.com dan Kompas.com dalam memberitakan identitas kepemimpinan Ahok dalam beritanya. Selain itu juga peneliti akan membahas lebih mendalam tentang tujuan serta makna yang bisa didapatkan atas pengaruh penggunaan kata-kata tersebut terhadap makna berita. Walaupun pada dasarnya bahwa penggunaan gaya bahasa tertentu pada pemberitaan akan berfungsi sebagai penegasan, membenaran atau penonjolan atas isi dan wacana yang dikembangkan dalam pemberitaan.

Dari beberapa judul berita yang ada, Detik.com menggunakan kata-kata lugas sebagai untuk penegasan atas materi pokok, substansi atau sebagai petanda wacana yang akan menjadi pembahasan khusus dalam pemberitaan. Pada judul berita "*Usai Dilantik, Ahok Langsung Kerja di Meja dan Kursi Bekas Jokowi*", ada beberapa kata

yang ambigu dan mengandung makna yang multi tafsir dalam penerjemahannya. Penggunaan kata “*Kerja dimeja*” dan Kata “*kursi Bekas Jokowi*” bisa di tafsirkan sebagai upaya untuk menggambarkan karakter diri dan kredibilitas Ahok setelah mendapatkan mandate sebagai seorang Gubernur. “Kerja di meja” di ibaratkan sebagai pekerjaan yang mentereng seperti bos besar di perusahaan yang pekerjaannya hanya mengkoreksi laporan dan memberikan tanda tangan. Sedangkan “kursi bekas Jokowi merujuk pada jabatan yang lebih tinggi yang menjadi harapan. Tafsiran tersebut di dasarkan pada bagaimana narasi berita yang ada yang kecenderungannya memberi penjelasan atas makna kata-kata tersebut tersebut.

Selain dari pemberitaan ini, pada banyak pemberitaan lain yang memberitakan Identitas kepemimpinan Ahok pada dekade dia menjadi Gubernur Detik.com juga sering menggunakan kata ganti Ahok dengan menggunakan kata “Suami Veronika Tan”. Kalau ditelisik mendalam kata ganti tersebut punya maksud tertentu karena sering di Pakai dalam setiap pemberitaan. Dari analisis yang mendalam dengan di dasarkan pada opini yang berkembang di masyarakat, bisa ditafsirkan penggunaan kata “suami Veronica Tan” agak sedikit mengandung bias Sara. Sudah diketahui bersama Veronika Tan merupakan sebutan nama yang identic dengan warga negara keturunan Cina. Kelihatanya dalam prespektif ini Detik.com ingin mengiring pemberitaanya kepada hal yang lebih sensitive yaitu pada perbedaan sara.

Contoh lain penggunaan bahasa pada judul berita yang lebih halus tapi menimbulkan makna yang berbeda adalah pada berita berjudul “*Rombak Eselon Pemprov DKI, Ahok: Kayak Main Bola*”. Pemakaian kata “*Kayak main Bola*” seolah-olah Detik.com ingin menekankan pada perbandingan dua hal yang tidak setara. Dimana mengatur birokrasi pemerintahan dalam prespektif masyarakat adalah merupakan tugas yang serius yang membutuhkan profesionalisme dan kompetensi yang baik dari diri seorang pemimpin. Akan tetapi apa yang dilakukan oleh Ahok malah berlainan dengan pendapat umum. Dia menganggap menata birokrasi pemerintahan ibarat sebuah permainan. Hal ini terkesan bahwa dalam menata dan mengelola birokrasi pemerintahan Ahok kurang professional, tidak serius dan kurang kompeten.

Berbeda dengan beberapa judul diatas, pada judul berikut ini detik.com hanya memberikan tanda seru terhadap kata-kata yang merupakan penyikapan atau respon Ahok terhadap tukang becak yang demonstrasi. Pada berita berjudul “*Didemo Tukang Becak, Ahok: Becak Enggak Bisa Lagi di Jakarta!*” penggunaan tanda seru

merupakan sebuah penegasan yang bisa ditafsirkan seolah-olah memberikan arti dia tegas tapi bermakna negative yaitu tidak ada toleransi dan kurang berempati terhadap permasalahan warganya yang berasal dari golongan ekonomi bawah. Walaupun sebenarnya apa yang dilakukan oleh Ahok sesuai dengan undang-undang yang ada, akan tetapi dengan gaya bahasa yang digunakan oleh Detik.com menimbulkan tafsiran yang berbeda. Selain itu pemaparan data dari sumber berita yaitu tukang becak di letakan pada beberapa paragraf akhir sesudah pemaparan dari Ahok yang berisi keluhan terhadap perlakuan yang buruk para pamong praja terhadap tukang becak seakan mementahkan kebenaran yang di ungkapan oleh Ahok sebelumnya. Hal ini juga seolah menjadi penegas dan membenaran atas bias makna akibat dari penggunaan kata seru yang merupakan penegasan pada respon Ahok yang tidak toleran.

Dari sisi **Sarana Wacana** atau penggunaan bahasa, pada pemberitaan bertemakan “kerja Ahok sebagai Gubernur” ini menggunakan kata-kata yang mempertegas atau memberi membenaran atas keberanian Ahok. Misalnya pada bagian judul berita, Kompas.com sering menulis ulang kata-kata yang menjadi karakter khas gaya komunikasi Ahok seperti sebagian kecil dari judul berita yang ada seperti berikut: Ahok: “SKPD Enggak Bisa Kerja, Kita “*Copot copotin*” Saja. “*Ahok: Kurang Ajar, Ada Pejabat Top Telepon Saya Minta PNS DKI Dapat Posisi*”. “*Ahok Sebut Ingin Punya Lebih Banyak Musuh*”. “*Ahok Ancam Copot Camat dan Lurah yang Tak “Blusukan*”.

Dari beberapa judul berita yang telah disebutkan diatas, penggunaan gaya bahasa yang fulgar seperti “*copot-copotin aja*”, “*kurang Ajar*”, “*ingin punya banyak musuh*”, “*Ancam*” dan “*blusukan*”, kalau dilihat lebih dalam dari isi berita merupakan titik poin dari pembahasan berita yang akan berdampak pada penegasan dan membenaran terhadap apa yang telah dilakukan oleh Ahok sebagai Gubernur. Selain hal tersebut, gaya bahasa yang dilakukan baik itu dalam Judul pemberitaan ataupun dalam isi berita merupakan sebuah upaya untuk memberi penegasan dan pembuktian terhadap sisi-sisi positif dari identitas diri Ahok yang berkaitan dengan wacana yang ingin dibangun oleh Kompas.com.

Selain itu pada bagian lain, dalam pemberitaan Kompas.com mengenai kerja Ahok sebagai Gubernur, penggunaan kata vulgar dengan mencetak miring kata tersebut sering dilakukan, missal seperti cuplikan berita berjudul “*Ahok Akan Potong Honor Rapat PNS DKI*” dibawah ini:

Menurut Ahok, rencananya, kebijakan pemotongan honor tersebut baru akan dilakukan pada tahun depan. Dia memprediksi dengan adanya pemotongan honor rapat, Pemprov DKI Jakarta bisa melakukan penghematan hingga Rp 2,3 triliun". "DKI motong honor-honor itu tahun depan, bisa hemat Rp 2,3 triliun," ucap dia.

Kata “motong” bisa diinterpretasikan sebagai penegas akan ketegasan Ahok dalam menjalankan instruksi presiden tentang langkah-langkah penghematan anggaran negara. Dimana intepretasi tersebut di ambil dari bagaimana narasi dan keterhubungan antara isi paragraf awal dan akhir. Hal yang sama dengan narasi yang sama juga bisa kita lihat dalam cuplikan paragraf berita berjudul “Ahok: Kurang Ajar, Ada Pejabat Top Telepon Saya Minta PNS DKI Dapat Posisi”, dibawah ini:

*"Kurang ajar, ada pejabat top yang menelepon saya, minta PNS yang temannya dia agar dapat posisi. Saya langsung panggil Sekda dan **distafkan** saja, jangan dicarikan posisi," kata Basuki geram, saat menyampaikan pengarahan kepada pejabat eselon, di Balai Agung, Balai Kota, Rabu (31/12/2014).*

Setelah di cermati berdasarkan keterhubungan antara judul dan keseluruhan isi berita, penggunaan kata “distafkan” yang dicetak miring dalam isi berita yang merupakan bagian dari cuplikan wawancara dengan nara sumber utama yaitu Ahok, bisa dimaknai bahwa kata tersebut bisa memberikan penegasan atas ketegasan dan keberanian Ahok dalam menjalankan keputusannya walaupun dia mendapatkan intervensi dari pejabat Top. Bisa juga penggunaan kata “pejabat Top” dimaknai sebagai kedudukan seseorang yang posisinya berada diatas Gubernur atau bisa juga di tafsirkan orang tersebut adalah atasan Gubernur atau Pejabat di Ring RI pusat.

7. Konstruksi Identitas Kepemimpinan Ahok

Pada bagian ini akan di uraikan bagaimana kedua media online yaitu Detik.com dan Kompas.com mengkonstruksikan identitas kepemimpinan Ahok dalam pemberitaanya. Ada beberapa hal yang menjadi perhatian dalam mengetahui proses konstruksi berita yang telah dilakukan oleh kedua media online tersebut. Diantaranya melihat dulu bagaimana gambaran pemberitaan kedua media online tersebut secara umum memberitakan kepemimpinan Ahok seperti yang diulas pada sub bab diatas, selanjutnya dari gambaran umum pemberitaan tersebut kita akan mendapatkan gambaran bagaimana konstruksi identitas kepemimpinan Ahok yang dilakukan oleh kedua media online tersebut dengan mendasarkan pada beberapa aspek dari kepemimpinan sehingga akan bisa dilihat seperti apa identitas kepemimpinan Ahok yang dikonstruksikan. Adapun beberapa aspek kepemimpinan

yang di jadikan dasar dalam menentukan identitas kepemimpinan Ahok adalah: (1) aspek kompetensi atau kemampuan Ahok sebagai pemimpin, (2) aspek Karakter atau kepribadian Ahok sebagai pemimpin (3) aspek komitmen serta konsistensi Ahok terhadap tujuan atau visi kepemimpinan.

Dari pemetaan dengan menggunakan *analisis semiotic* terhadap pemberitaan tentang kepemimpinan Ahok seperti yang sudah di paparkan pada sub Bab sebelumnya, dihasilkan gambaran pemberitaan secara umum tentang kepemimpinan Ahok dari masing-masing media online tersebut bisa dilihat dari tabel pemberitaan di bawah ini:

No	Indikator Kepemimpinan	Detik.com	Kompas.com
1	kompetensi atau kemampuan Ahok sebagai pemimpin,	Ahok merupakan sosok pemimpin yang tidak kredibel yaitu pemimpin yang mendasarkan keputusannya berdasarkan pada intuisi dan pendapat pribadi serta terkesan emosional. Sungguhpun demikian, pada bagian berita lain yang masuk pada dekade pilgub DKI, Ahok di konstruksikan sebagai pemimpin yang kompeten dan kredibel dalam memimpin Jakarta. <i>gambaran negative tentang identitas kepemimpinan Ahok ini ada pada sebagian kecil berita pada tema “aktifitas Ahok sebagai Gubernur” dan “Polemik yang menjerat Ahok”</i>	Pemimpin yang profesional, kredibel, kreatif dan inovatif dalam menjalankan tugasnya sebagai Gubernur DKI. <i>(Ada pada sebagian besar berita pada ketiga tema atau kategori pemberitaan)</i>
2	Aspek Karakter atau kepribadian Ahok sebagai pemimpin	Ahok merupakan sosok pemimpin yang tidak tegas, arogan, kurang beretika, tidak komunikatif dan banyak beretorika minim action. <i>(berada pada hampir semua berita yang ada pada tema pada tema “aktifitas Ahok sebagai Gubernur” dan “Polemik yang menjerat Ahok”)</i> Namun pada sisi lain Ahok juga di konstruksikan sebagai sosok pemimpin yang tegas, pemberani dan banyak kerja dari pada bicara <i>(berada pada semua berita pada tema atau kategori berita Ahok dalam Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017)</i>	Ahok sosok pemimpin yang tegas, pemberani, kritis, jujur, terbuka dan bersih. <i>(Ada pada sebagian kecil berita pada ketiga tema atau kategori pemberitaan)</i>
3	aspek komitmen serta konsistensi Ahok terhadap tujuan atau visi kepemimpinan.	Ahok tidak konsisten terhadap ucapan dan janjinya. <i>(berada pada sebagian kecil pemberitaan pada tema “aktifitas Ahok sebagai Gubernur” dan “Polemik yang menjerat Ahok”)</i> . Selain itu pada sisi pemberitaan yang berbeda Ahok di konstruksikan sebagai pemimpin yang komit dan konsisten dalam menjalankan tugasnya sebagai Gubernur DKI. <i>(berada pada semua berita pada tema atau kategori berita Ahok dalam Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017)</i>	Ahok sosok pemimpin yang konsisten dan komit terhadap misi atau tujuannya, dimana apa yang dia lakukan selalu di orientasikan pada terciptanya birokrasi yang bersih dengan pekerjaan yang berorientasi pada hasil yang baik. <i>(Ada pada sebagian kecil berita pada ketiga tema atau kategori pemberitaan)</i>

Dari tabel gambaran umum tentang konstruksi kedua media online terhadap identitas kepemimpinan Ahok bisa dijelaskan lagi secara lengkap tentang bagaimana proses konstruksi yang dilakukan oleh Detik.com dan Kompas.com penulisan berita yang dipraktikkan, simbol-simbol yang di pakai untuk peristiwa dan aktor dalam berita, serta bagaimana penempatan peristiwa dalam berita-berita Jawa Pos, sebagai indikator yang menunjukkan konstruksi berita yang dilakukan oleh kedua media online tersebut terhadap identitas kepemimpinan Ahok.

8. Penulisan Berita

Penulisan berita dalam berita-berita Detik.com tentang identitas kepemimpinan Ahok kebanyakan di paparkan dengan lugas dan lebih menonjolkan pada pembentukan citra negative terhadap identitas kepemimpinan Ahok. Penonjolan pada sisi negative identitas kepemimpinan Ahok kebanyakan dilakukan dengan halus dengan memaparkan sepenggal statemen Ahok yang menjadi nara sumber tunggal dalam berita. Sehingga masih ditemukan unsur opini dari penulis berita yang menegaskan makna negative yang didapatkan terhadap identitas kepemimpinan Ahok. Sungguhpun demikian, pada bagian pemberitaan lain khususnya pada dekade pemberitaan tentang keterlibatan Ahok dalam Pilgub DKI 2017 (menjelang dan saat kampanye) dan juga berkaitan dengan kinerja Ahok sebagai Gubernur maupun keterkaitan Ahok terhadap kasus-kasus tertentu, Detik .com dalam penulisan beritanya tentang identitas kepemimpinan Ahok lebih menonjolkan pada sisi positif dari identitas kepemimpinan Ahok baik dari aspek kompetensi yang dimiliki Ahok, aspek karakter atau kepribadian Ahok serta aspek komitmen dan konsistensi Ahok terhadap tujuan dan visi kepemimpinan sebagai Gubernur.

Berbeda dengan Detik.com, penulisan berita yang dilakukan oleh Kompas.com pada berita-berita tentang identitas kepemimpinan Ahok bisa dikatakan lebih konsisten. Artinya tidak ada perubahan dalam makna pesan yang ingin disampaikan. Dimana dalam konteks ini Kompas.com lebih konsisten dalam menonjolkan sisi-sisi positif dari identitas kepemimpinan Ahok. Adapun penonjolan yang dilakukan oleh Kompas.com kebanyakan dilakukan dengan lugas dan vulgar dalam memaparkan berita-beritanya. Pada konteks penulisan berita yang lugas dan vulgar ini dilakukan untuk memberi penonjolan dan penekanan terhadap penyikapan Ahok atas isu negative yang berkembang terkait tentang identitas kepemimpinan Ahok. Sehingga terkesan dari kebanyakan pemberitaan

tentang identitas kepemimpinan Ahok oleh Kompas.com merupakan upaya klarifikasi dan pembenaran yang bersifat rasional atas apa saja yang sudah dilakukan oleh Ahok baik sebagai Gubernur maupun calon Gubernur pada Pilgub DKI 2017.

9. Petanda-Petanda yang Digunakan

Dalam berita petanda adalah representasi dari sebuah makna dari apa yang sedang di bicarakan. Petanda digunakan sebagai penjelas dan juga penegasan atas pesan yang di kirimkan oleh media ke pada masyarakat luas Selain itu petanda juga di gunakan untuk mendeskripsikan sebuah peristiwa dan aktor-aktor dalam berita. Dalam hal ini, petanda-petanda yang digunakan oleh media online Detik.com dan Kompas.com dalam memberitakan identitas kepemimpinan Ahok lebih kepada bagaimana keterlibatan sumber berita di perankankan dalam berita dan juga seperti apa kata-kata yang digunakan oleh kedua media Online tersebut untuk mempertegas, menonjolkan dan juga memperjelas makna yang ada dalam berita.

Dalam pemberitaan terkait identitas kepemimpinan Ahok, Detik.com dalam pemberitaanya lebih menggunakan narasi sumber utama sebagai sumber berita yaitu Ahok. Dimana dari kebanyakan narasi setiap pemberitaan, detik.com selalu mencuplik sepenggal komentar dari Ahok yang sebagian besar diletakkan di awal dan akhir paragraf pemberitaan. Adapun penggalan-penggalan yang dipakai merupakan sebuah kalimat yang berdiri sendiri yang kalau keseluruhan perkataan Ahok tidak ditampilkan akan menimbulkan makna sendiri yang kebanyakan berorientasi negative kepada diri Ahok. Selain Ahok sumber berita lain di tempatkan oleh Detik.com sebagai antagonis yang berfungsi sebagai penetrasi, penegas dan pembenaran atas makna negative tentang identitas kepemimpinan Ahok yang dibangun dalam pemberitaan. Sungguhpun demikian dalam sisi pemberitaan lain, sumber berita selain Ahok di posisikan sebagai *Good Gay* oleh Detik.com untuk menonjolkan, menegaskan dan juga menjelaskan tentang sisi positif dari identitas kepemimpinan Ahok.

Selain narasumber petanda lain berupa kata-kata juga sering digunakan oleh Detik.com. Dalam mengkonstruksikan identitas kepemimpinan Ahok. Gaya bahasa yang lugas dan jelas tentunya akan memberikan penekanan yang sangat berarti bagi representasi identitas kepemimpinan yang ingin di deskripsikan oleh wartawan. Ada beberapa poin yang dianggap penting dalam pemberitaan identitas Kepemimpinan Ahok oleh Detik.com. Di antaranya adalah penggunaan kata-kata

dalam pendeskripsian identitas kepemimpinan Ahok cenderung berbeda. antara kata-kata yang mengiringi deskripsi karakter, kompetensi dan Visi Ahok yang dipakai dalam memaparkan data nara sumber utama yaitu Ahok di anggap punya konotasi negative di dibandingkan dengan penggunaan kata-kata pada pemaparan ungkapan nara sumber lain. Selain itu penggunaan tanda baca pada kata-kata baik itu pada judul berita maupun isi berita ditafsirkan mampu memberi penegasan dan penonjolan atas wacana berita yang ingin dikembangkan. Adapun dalam konteks ini wacana yang dikembangkan berupa identitas kepemimpinan Ahok yang di nilai buruk oleh Detik.com.

Hampir sama dengan Detik.com, pemakaian petanda berupa pemilihan dan penempatan nara sumber pada pemberitaan Kompas.com kecenderunganya menempatkan Ahok sebagai nara sumber tunggal dalam pemberitaan. Sungguhpun demikian, keberadaan sumber berita lain juga kadang dipakai sebagai pelengkap dan penegasan serta pembenaran atas pemaparan-pemaparan yang di ucapkan oleh Ahok. Selain itu juga, Kompas.com seringkali mencoba menggunakan narasumber lain untuk mempertegas kredibilitas dan reputasi Ahok dengan cara mengutip secara jelas dan transparan apa yang disampaikan narasumber yang mengandung unsur sanjungan dan pujian terhadap keberhasilan kepemimpinan Ahok. Dalam narasi penyajian setiap berita Kompas.com, identitas kepemimpinannya Ahok yang sering di tonjolkan dan di perjelas adalah mengenai kompetensi dan kredibilitas Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta. Dimana dengan penanda tersebut mampu memberi gambaran bahwa Ahok merupakan pemimpi mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi individu atau sekelompok orang lain dengan ide-ide kreatifnya untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama.

Selain pemilihan dan penempatan narasumber dalam narasi berita, penanda berupa kata-kata yang lugas dan vulgar juga sering digunakan oleh Kompas.com dalam mendeskripsikan identitas kepemimpinan Ahok. Penggunaan kata-kata tersebut merupakan sebuah penghantar yang kemudian dijelaskan dengan pemaparan berupa kutipan yang bersifat sangat jelas, panjang, sistematis dan rasional dari nara sumber utama yaitu Ahok yang mengandung unsur pembenaran bahwa Ahok adalah pemimpin yang bertanggung jawab untuk menanggung efek dari segala keputusan yang timbul akibat tindakan yang telah dilaksanakan. Selain itu juga pembenaran yang bisa didapatkan dari penggunaan petanda-petanda tersebut adalah sebuah gambaran bahwa Ahok adalah pemimpin yang jujur, rela

berkorban, demi kepentingan kelompok dan masyarakat, mampu berfikir luwes dan memiliki ide-ide segar untuk keberlangsungan kepentingan masyarakatnya.

10. Penempatan Peristiwa

Pada penjelasan item ini, ada beberapa hal yang bisa diuraikan terkait bagaimana penempatan peristiwa berita yang di paparkan oleh Detik.com dan Kompas.com dalam berita-berita tentang identitas kepemimpinan Ahok. Pertama, dalam pemberitaan yang masuk pada tema tentang *aktifitas Ahok sebagai Gubernur* dan *polemic yang menjerat Ahok* penempatan peristiwa dalam deskripsi berita di jadikan sebagai pelengkap, penjelas dan juga penegasan akan bangunan karakter identitas kepemimpinan Ahok yang di buat oleh kedua media online tersebut. Selanjutnya pada tema atau kategori pemberitaan tentang *Ahok dalam Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2017*, penempatan peristiwa berita di posisikan setara dengan isi pemberitaan yang mengulas tentang identitas kepemimpinan Ahok, walaupun pada akhirnya penempatan peristiwa tersebut hanya di pakai sebagai penghantar dan penjelas atas wacana berita yang ingin di bangun oleh kedua media online tersebut.

E. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konstruksi pemberitaan yang dilakukan oleh Detik.com terhadap identitas kepemimpinan Ahok lebih menekankan pada sisi negative dari identitas kepemimpinan Ahok, dimana sisi negative dari kepemimpinan Ahok dititik beratkan pada Karakter kepemimpinan Ahok yang arogan dan tidak beretika. Sedangkan pada pemberitaan Kompas.com identitas kepemimpinan Ahok di konstruksikan sebagai sosok pemimpin yang professional, kredibel, kreatif dan inovatif dalam menjalankan tugasnya sebagai Gubernur DKI dengan menekankan pada sisi kompetensi dan kredibilitas kepemimpinan Ahok. Sedangkan pada tahapan konstruksi identitas kepemimpinan Ahok, kedua media online ini punya pendekatan yang sama yaitu pada praktek jurnalistik lebih banyak menggunakan pemilihan dan penempatan nara sumber pada berita dari pada kata-kata sebagai petanda untuk menekankan identitas kepemimpinan Ahok, walaupun pada kenyataanya identitas yang dibentuk berlawanan. Selain itu juga pada sisi penempatan peristiwa dalam berita Detik.com maupun Kompas.com sama-sama menempatkan peristiwa sebagai tema yang terpinggirkan di banding dengan tema yang mendeskripsikan identitas kepemimpinan Ahok. Sementara pada sisi konsistensi idealisme dalam memberitakan sebuah realitas, peneliti menemukan ada ketidakkonsistenan pada pemberitaan Detik.com, dimana pada

dekade menjelang pemilihan Pilgub DKI 2017 konstruksi identitas kepemimpinan Ahok menjadi berubah yaitu dari identitas kepemimpinan Ahok yang bernuansa negative menjadi identitas kepemimpinan Ahok yang positif.

Daftar Pustaka

- Atmadja, Xena Levina. 2014. *Analisis Farming terhadap Sosok Basuki Cahaya Purnama di media online*, Jurnal E-komunikasi. Vol 2.
- Amaliyah, Siti Nur. 2017. *Skripsi Berjudul Bingkai Media terhadap Berita Mengenai Ahok dalam Pilkada DKI Jakarta*. Universitas Sebelas Maret, Solo: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
- Alex Sobur. 2012. *Analisi Teks Media*, Bandung: Rosda Karya.
- Anonim. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Berger, R. Peter dan Thomas Luchmann. 1966. *The Social Construcion of reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Allen Lane.
- Berger, Peter L dan Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*, Penerjemah Hasan Basri, Jakarta, LP3ES.
- Denzin, Guba. 2000. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial* terjemahan Agus Salim (Ed).
- Engkoswara dan Aan Komariah., 2010. *Administrasi Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- E. Mulyasa, 2002, *Manajemen Berbasis Sekolah*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Esha, Muhammad In'am. 2004. *Konsep Pengembangan Diri Aristoteles*, dalam Jurnal Psikoislamika Vol 1 No. 1.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Komunikasi*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gitosudarmo, Indriyo dan I Nyoman Sudita. 2000, *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: BPF.
- Indiwan Seto Wahyu W. 2013. *Semiotika Komunikasi Edisi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lawson-Tancred, H.C. 1991. (trans.and edit), *Aristoteles: the Art of Rhetoric*, London: Penguin Book.
- Manual Castells. 2004. *The Power of Identity*, Malden, MA: Blackwell Publishing CO.
- Purbaningrum, Dwi. 2011. *Komunikasi dan Identitas Kepemimpinan*, Yogyakarta: Lokus.
- Putra, Ignatius Eggie Reza. 2014. *Skripsi Berjudul Konstruksi Pemimpin Nasional dalam Surat Kabar Harian Kompas*, Yogyakarta: Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atmajaya.
- Rahmat, Jalaluddin. 2005. *Rekayasa Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stuard Hall. 2001. *The Rediscovery Of Ideology*, dalam Eriyanto, Analisis Wacana, Pengantar Analisis teks Media, Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Triastika, Septizar. 2016. *Konstruksi Kepemimpinan Tokoh Bangsa dalam Film Ketika Bung di Ende*, Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 19 No.1 Program Studi Pasca sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Yukl, Gary. 2007. *Kepemimpinan dalam Organisasi*, Jakarta: Indeks.