

**PRODUKSI MAKNA *HEADLINE* BERITA (STUDI
HERMENEUTIKA GADAMER PADA *HEADLINE* BERITA
TENTANG JOKOWI-MA'RUF DALAM PILPRES 2019 DI
SURAT KABAR *ONLINE* MEDIA INDONESIA EDISI 21
NOVEMBER-21 DESEMBER 2018)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Bayujati Prakoso

NIM : 1506015030

Peminatan : Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

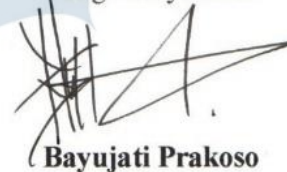
Nama : Bayujati Prakoso
NIM : 1506015030
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul Proposal : PRODUKSI MAKNA *HEADLINE* BERITA (STUDI HERMENEUTIKA GADAMER PADA *HEADLINE* BERITA TENTANG JOKOWI-MA'RUF DALAM PILPRES 2019 DI SURAT KABAR *ONLINE* MEDIA INDONESIA EDISI 21 NOVEMBER-21 DESEMBER 2018)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 November 2018

Yang Menyatakan



Bayujati Prakoso

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PRODUKSI MAKNA *HEADLINE* BERITA (STUDI HERMENEUTIKA GADAMER PADA *HEADLINE* BERITA TENTANG JOKOWI-MA'RUF DALAM PILPRES 2019 DI SURAT KABAR *ONLINE* MEDIA INDONESIA EDISI 21 NOVEMBER-21 DESEMBER 2018)

Nama : Bayujati Prakoso

NIM : 1506015030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

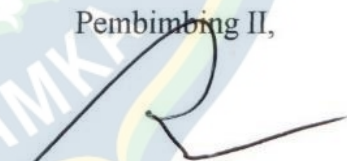
Pembimbing I,



Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

Tanggal : 6/02/2019

Pembimbing II,



Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.

Tanggal : 12/02/2019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PRODUKSI MAKNA *HEADLINE* BERITA (STUDI HERMENEUTIKA GADAMER PADA *HEADLINE* BERITA TENTANG JOKOWI-MA'RUF DALAM PILPRES 2019 DI SURAT KABAR *ONLINE* MEDIA INDONESIA EDISI 21 NOVEMBER-21 DESEMBER 2018)

Nama : Bayujati Prakoso

NIM : 1506015030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, 14 Februari 2019, dan dinyatakan LULUS.

Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.
Penguji I

Tanggal: 5/3/2019

Dini Wahdyati, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji II

Tanggal: 14/03/2019

Said Romadlan, S.Sos., M.Si.
Pembimbing I

Tanggal: 14/3/19

Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.
Pembimbing II

Tanggal: 6/03/2019

Mengetahui,
Dekan

Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul Skripsi : PRODUKSI MAKNA *HEADLINE* BERITA (STUDI HERMENEUTIKA GADAMER PADA *HEADLINE* BERITA TENTANG JOKOWI-MA'RUF DALAM PILPRES 2019 DI SURAT KABAR *ONLINE* MEDIA INDONESIA EDISI 21 NOVEMBER-21 DESEMBER 2018)

Nama : Bayujati Prakoso

NIM : 1506015030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 226 + xv halaman + 17 tabel + 9 gambar + 4 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk memahami produksi makna pada *headline* berita melalui hermeneutika Gadamer tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan teori hermeneutika Gadamer. peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, paradigma interpretif, serta metode hermeneutika Gadamer. Perspektif hermeneutika digunakan untuk menafsirkan dan memproduksi teks *headline* berita Jokowi-Ma'ruf di surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produksi makna *headline* Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018 yaitu; *Pertama*, *headline* *mediaindonesia.com* bersifar temporer, dan berupaya menerangkan kondisi ekonomi mengenai mahalnnya harga-harga pangan di pasar tradisional. Dilain pihak, *headline* tersebut tidak memberikan informasi secara utuh mengenai subjek; *Ada Orang Superkaya?*. *Kedua*, *headline* ini sebagai bentuk apresiasi terhadap Jokowi dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. *Ketiga*, *headline* berdampak secara elektoral dapat menguntungkan bagi Jokowi dalam Pilpres 2019, seperti pemilihan narasumber JK (Dewan Penasehat 01). *Keempat*, *headline* dimaknai sebagai hasil survei dan mengklaim isu pemilih perempuan memiliki kepribadian Jokowi dan rekam jejak baik. *Kelima*, adanya kecenderungan secara spesifik dalam rangka konstruksi realitas hasil survei yang memihak pada kubu 01. Makna ini dapat memiliki kecenderungan untuk menjadi sumber referensi positif ke kubu 01. Selain itu, terdapat dampak yang ditimbulkan dari produksi makna *headline* tersebut, yaitu *headline* dijadikan sebagai alat konsolidasi politik, dan sarana publikasi citra, serta sarana finansial perusahaan.

Kata Kunci: Produksi Makna, *Headline* Berita, Hermeneutika Gadamer, Jokowi-Ma'ruf, Pilpres 2019, Media Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas berkat rahmat yang dengan kebesaran-Nya dan Keagungan-Nya telah begitu banyak memberikan segalanya, mulai dari bernafas, anugerah ilmu, rezeki yang berlimpah, kasih dan sayang-Nya kepada seluruh alam, sehingga tidak ada satupun makhluk yang tidak di anugerahi oleh-Nya.

Skripsi dengan judul “PRODUKSI MAKNA PADA *HEADLINE* BERITA (STUDI HERMENEUTIKA GADAMER PADA *HEADLINE* BERITA TENTANG JOKOWI-MA'RUF DALAM PILPRES 2019 DI SURAT KABAR *ONLINE* MEDIA INDONESIA EDISI 21 NOVEMBER-21 DESEMBER 2018)” disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Demikian, tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa bantuan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis bermaksud mengucapkan terima kasih kepada:

1. Said Romadlan, S.Sos., M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, sekaligus sebagai dosen pembimbing I yang dengan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
2. Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si., Dosen pembimbing II yang dengan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
3. Dr. Sri Mustika, M.Si., Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Budi Waluyo dan Eni Suciati, Ayah dan Ibu tercinta dengan kasih sayang dan cinta yang tiada habisnya kepada peneliti.

6. Rahayu Prasetya Utami, kakak tercinta yang dengan kasih sayang, perhatian, dan dukungan, serta motivasinya dari kecil hingga sekarang untuk lebih baik kepada peneliti.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. IMMawan dan IMMawati PK IMM FISIP UHAMKA, yang selalu memberikan dukungan, dan keakrabannya kepada peneliti.
9. IMMawan dan IMMawati seperjuangan Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Jakarta Selatan, yang selalu memberikan semangat, keakraban, waktu, membangun ruang dialektika, dan sekelumit ruang diskusi yang terpantul jernih, serta dukungannya kepada peneliti.
10. Teman-teman kuliah dan lintas kampus; Kakanda Sholeh, Faiqah, Robiah, Egar, Ilham, Putri, Fiah, Syamsul, Idris, Firda, Ika, Annisya, terimakasih atas dukungan, dan kekeluarganya kepada peneliti.
11. Teman-teman Angkatan 2015 *Public Relations* FISIP UHAMKA, yang membangun hubungan dialektis tentang akademik, pertemanan dan dukungannya kepada peneliti.

Penulis,

Bayujati Prakoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	13
1.3. Pembatasan Masalah	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Kontribusi Penelitian.....	13
1.5.1. Kontribusi Akademis	14
1.5.2. Kontribusi Metodologis	14
1.5.3. Kontribusi Praktis	15

1.5.4. Kontribusi Sosial.....	15
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	15
1.7. Sistematika Penulisan.....	16

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

2.1. Paradigma Interpretif.....	18
2.2. Hakekat Komunikasi	26
2.2.1. Definisi Komunikasi.....	26
2.2.2. Model Komunikasi	29
2.2.3. Elemen Komunikasi.....	34
2.2.4. Fungsi Komunikasi.....	39
2.2.5. Konteks Komunikasi.....	42
2.3. Hubungan Masyarakat	44
2.3.1. Definisi Hubungan Masyarakat	44
2.3.2. Tujuan Hubungan Masyarakat.....	45
2.3.3. Fungsi Hubungan Masyarakat	46
2.3.4. Tugas Hubungan Masyarakat	50
2.4. Komunikasi Massa	52
2.4.1. Definisi Komunikasi Massa.....	52
2.4.2. Elemen Komunikasi Massa	53
2.4.3. Karakteristik Komunikasi Massa	57

2.4.4. Fungsi Komunikasi Massa	63
2.4.5. Jenis Komunikasi Massa	68
2.5. Jurnalisme <i>Online</i>	71
2.6. Media <i>Online</i>	74
2.6.1. Definisi Media <i>Online</i>	74
2.6.2. Karakteristik Media <i>Online</i>	77
2.7. <i>Headline</i>	79
2.7.1. Definisi <i>Headline</i>	79
2.7.2. Jenis-Jenis <i>Headline</i>	80
2.8. Teori Hermeneutika	82
2.8.1. Teori Hermeneutika Gadamer	87
2.8.1.1. Biografi Hans-Georg Gadamer	87
2.8.1.2. Karya-Karya Gadamer	89
2.8.1.3. Konsep dan Pemikiran Hermeneutika Gadamer	94
2.9. Komunikasi Politik	105
2.9.1. Konsep Konstruksi Citra Pemimpin	105
2.9.2. Konsep Konstruksi Citra Kebijakan	107

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian.....	111
3.1.1. Pendekatan Kualitatif.....	111

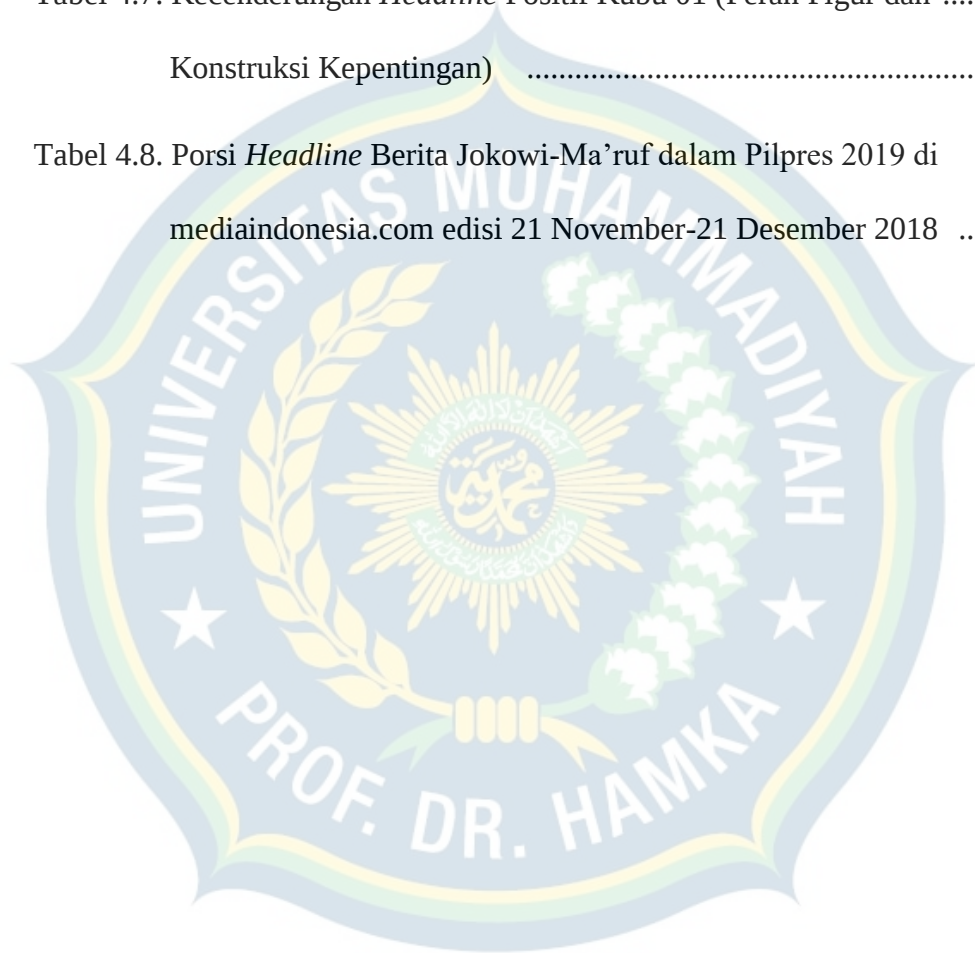
3.1.2. Metode Hermeneutika Gadamer	112
3.1.3. Jenis Penelitian Deskriptif	119
3.2. Pemilihan Media	119
3.3. Unit Analisis dan Unit Pengamatan	121
3.4. Teknik Pengumpulan Data	122
3.4.1. Dokumentasi	122
3.4.2. Observasi	123
3.4.3. Wawancara Mendalam (<i>Indepth Interview</i>)	124
3.4.4. Studi Pustaka.....	126
3.5. Penentuan Narasumber	126
3.6. Teknik Analisis Hermeneutika Gadamerian	128
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian	132
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Subyek Penelitian.....	133
4.1.1. Sejarah Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia.....	133
4.1.2. Logo Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia	136
4.1.3. Visi dan Misi Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia.....	137
4.1.4. Struktur Organisasi Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia	139
4.1.5. Segmentasi Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia	139
4.1.6. Rubrikasi Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia	140

4.2. Hasil Penelitian.....	142
4.2.1. Deskripsi Data	142
4.2.2. Analisis Produksi Makna <i>Headline</i> Berita Tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018	148
4.3. Pembahasan	176
4.3.1. <i>Headline</i> sebagai Alat Konsolidasi Politik	176
4.3.2. <i>Headline</i> sebagai Sarana Publikasi Citra	199
4.3.3. <i>Headline</i> sebagai Sarana Finansial Perusahaan	218
BAB V PENUTUP	
5.1. Simpulan.....	223
5.1. Saran	224
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Dimensi Ontologis	20
Tabel 2.2. Dimensi Epistemologis.....	20
Tabel 2.3. Dimensi Aksiologis	21
Tabel 2.4. Dimensi Retoris.....	21
Tabel 2.5. Dimensi Metodologis	22
Tabel 2.6. Aspek-Aspek Paradigma Penelitian.....	22
Tabel 2.7. Karakteristik Riset dalam Paradima Interpretif.....	24
Tabel 2.8. Fungsi Komunikasi Massa	63
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	132
Tabel 4.1. <i>Headline</i> tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar <i>online</i> Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018 ..	142
Tabel 4.2. Analisis <i>Headline</i> Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar <i>online</i> Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018 ..	151
Tabel 4.3. Cakrawala Penafsir dan Ragam Makna <i>Headline</i> Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar <i>online</i> Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018	153
Tabel 4.4. Identifikasi Temuan dan Produksi Makna <i>Headline</i> Jokowi- Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar <i>online</i> Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018	155

Tabel 4.5. Hasil Produksi Makna <i>Headline</i> Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar <i>online</i> Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018	160
Tabel 4.6. Proses Konstruksi Citra Pemimpin Kubu 01 Jokowi-Ma'ruf	178
Tabel 4.7. Kecenderungan <i>Headline</i> Positif Kubu 01 (Peran Figur dan Konstruksi Kepentingan)	180
Tabel 4.8. Porsi <i>Headline</i> Berita Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di mediaindonesia.com edisi 21 November-21 Desember 2018	187



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Maletzke	30
Gambar 2.2. <i>Fusion of Horizons</i> Hermeneutika Gadamer	99
Gambar 3.1. Hermeneutik Dialogis Gadamer	113
Gambar 3.2. Produksi Makna <i>Headline</i> Berita Jokowi Ma'ruf dengan Kerangka Metode Hermeneutika Gadamer.....	114
Gambar 3.3. Hubungan Dialektis Hermeunetik	118
Gambar 4.1. Logo Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia.....	136
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia	139
Gambar 4.3. Segmentasi Surat Kabar <i>Online</i> Media Indonesia.....	140
Gambar 4.4. Alur/Proses Produksi Makna <i>Headline</i> Berita Jokowi-Ma'ruf	
★ dalam Pilpres 2019 di surat kabar online Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018.....	151

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi menurut Tubbs & Moss adalah proses makna di antara dua orang atau lebih. R.Wayne Pace dan Don F. Faules berpendapat, terdapat dua bentuk umum tindakan yang dilakukan orang yang terlibat dalam komunikasi, yaitu penciptaan pesan dan penafsiran pesan. Lebih lanjut Proses komunikasi menurut Tubbs & Moss, R.Wayne Pace dan Don F. Faules, menjelaskan proses penciptaan & penafsiran pesan. Dengan kata lain, komunikasi dapat disebut sebagai poses pemaknaan. (Nurudin, 2016: 37-40)

Komunikasi memiliki sifat yang kreatif, dan merupakan suatu proses yang terus berkembang. Maksudnya, sisi dan karakter komunikasi serta realitas-realitas sosial yang diciptakannya senantiasa berkembang dan mengalami perubahan sepanjang masa. Komunikasi merupakan proses perubahan yang terus-menerus, senantiasa mengubah diri dan dunia sosial. (Bulaeng, 2004: 7)

Fenomena komunikasi manusia merupakan realitas sosial. Di samping itu, melalui proses kreatif ini komunikasi memainkan peran yang lebih luas dalam membangun realitas-realitas sosial. Sehingga, para ilmuwan komunikasi dewasa ini, meyakini bahwa proses komunikasi merupakan suatu proses yang kompleks, yaitu suatu sistem tindakan dan makna yang saling berhubungan satu dengan yang lain.

Dalam konteks politik, berbagai peristiwa politik tidak dapat dilepaskan dari komunikasi, seperti penggunaan komunikasi untuk tujuan-tujuan kemenangan. Demikian halnya dengan berbagai pemberitaan di media yang sering dimaknai untuk tujuan politik tertentu.

Peranan media sangat strategis dalam konteks politik. Sejak dulu, pers sudah dijadikan sebagai sarana perjuangan dalam menuangkan ide-ide politiknya tentang negara merdeka, seperti yang dilakukan para pejuang kemerdekaan Indonesia. Ir. Soekarno melalui Koran *Fikiran Ra'jat* menuangkan ide-ide nya tentang kemerdekaan Indonesia. (Hamid & Budianto, 2011: 90-91)

Media sebagai industri informasi (pesan) bekerja berdasarkan peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Kemudian peristiwa itu diliput dan diolah oleh pekerja redaksi (wartawan dan redaktur), lalu diproduksi dan didistribusikan kepada khalayak (pembaca). Tidak sedikit peristiwa dapat diliput, diolah, diproduksi, dan didistribusi. Selain karena keterbatasan ruang dan waktu, juga terutama karena urgensi dan aktualitasnya.

Lebih lanjut, terdapat banyak peristiwa politik seperti pemilu presiden, pemilu legislatif, pilkada, maupun peristiwa politik pemerintahan yang informasinya sangat dinamis dan terbuka serta dapat dinikmati oleh banyak pihak dengan cepat karena disampaikan oleh media massa dengan beragam cara. Artinya, media massa mengalami perubahan yang signifikan dan menciptakan metode dan genre baru bagi masyarakat. Bagi Hamid &

Budianto (2011: 221) media massa telah menciptakan transformasi informasi dengan begitu efektif, sehingga seakan tidak ada lagi jarak antara ruang dan waktu bagi masyarakat dalam memperoleh informasi yang dikehendaki.

Di sisi lain, setiap peristiwa yang terjadi dalam masyarakat menyangkut bagaimana pesan tersebut diolah agar sesuai dengan tujuan. Sebagaimana proses penyampaian pesan (komunikasi) tergantung target dan sasaran nya, seperti ada yang disebut komunikasi persuasi dan negosiasi, komunikasi organisasi, komunikasi politik, dan lain-lain.

Hal ini mensyaratkan media sebagai saluran untuk menyampaikan ide/gagasan, strategi, taktik, visi dan misi, penyampaian sikap/pernyataan, dan berbagi komentar, maupun rekayasa-rekayasa pembangunan dan merespons isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan demikian, media sebagai alat menyalurkan berbagai pesan bagi aktor politik kepada masyarakat. Arifin (2003: 94) menyebut media sebagai proses penyaluran pesan bagi manusia dalam bermasyarakat. Media, menurut Arifin (2003: 100) bukanlah institusi yang pasif seperti robot, melainkan sebuah institusi yang aktif.

Dewasa ini, Indonesia dihadapkan pada agenda besar yaitu perhelatan demokrasi yang disebut Pemilihan Presiden 2019 (Pilpres 2019). Dalam arena pemilu serentak, dalam hal ini Pilpres 2019 menjadi sebuah agenda perhelatan besar negara. Dimana ada kontestasi pasangan calon

(paslon) Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia (RI) untuk memenangkan pilpres dan mewujudkan Indonesia sesuai visinya..

Pada tanggal 20 September 2018, KPU mengeluarkan Keputusan Nomor 1131/PL.02.2-Kpt/06/KPU/IX/2018 tentang Penetapan Pasangan Calon Peserta Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019¹, yang terdiri dari 2 Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden yaitu pasangan Ir. H. Joko Widodo dan Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin; serta pasangan H. Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno.

Selanjutnya, berdasarkan rapat pleno terbuka pengundian dan penetapan nomor urut Capres-Cawapres dalam Pilpres 2019, menghasilkan pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin mendapat nomor urut 01 dan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno mendapat nomor urut 02 sebagai peserta Pemilu Presiden 2019. Hal itu berdasarkan hasil pengundian nomor urut calon presiden-calon wakil presiden yang dilakukan di Kantor KPU RI, Jakarta, Jumat (21/9/2018) malam.² Hal ini sesuai dengan Keputusan KPU RI Nomor 1142/PL.02.2-Kpt/06/KPU/IX/2018 tentang Penetapan Nomor Urut Pasangan Calon Peserta Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019, tanggal 21 September 2018.³

¹ Lihat pada http://kpu.go.id/koleksigambar/1131_Baru.pdf diakses pada 22 Desember 2018, pukul 18.00 WIB.

² Jokowi-Ma'ruf Amin Nomor Urut Satu, Prabowo-Sandiaga Nomor Urut Dua. <https://nasional.kompas.com/read/2018/09/21/20433751/jokowi-maruf-amin-nomor-urut-satu-prabowo-sandiaga-nomor-urut-dua> diakses pada 22 Desember 2018, pukul 17.12 WIB.

³ Lihat pada http://kpu.go.id/koleksigambar/1142_No_urut_capres.pdf diakses pada 22 Desember 2018, pukul 18.02 WIB.

Selanjutnya, proses kampanye dimulai pada 23 September 2018 - 13 April 2019. Arief Budiman, Ketua KPU menjelaskan bahwa tahap selanjutnya setelah penetapan no.urut paslon Capres-Cawapres yaitu kampanye damai. Arief berharap kampanye dapat berjalan dengan damai. Selain itu, pasangan calon diminta tidak saling menghujat, tapi menampilkan program dan visi-misi.⁴

Dalam kampanye pemilu di Indonesia, beragam wacana dan isu dihadirkan. Isu terkait Pilpres 2019 menjadi perhatian serius, dan *trending* topik informasi pada semua elemen masyarakat, mulai dari elit politik, ulama, pengusaha, media, sampai pada masyarakat menengah bawah. Dalam proses Pilpres 2018 terdapat arus dan dinamika informasi yang beragam. Mulai dari komentar-komentar, *hoaxs*, tudingan, saling sindir, kadang sindiran pelan, tetapi terkadang juga muncul sindiran keras, pelaporan untuk kemudian saling menjatuhkan antarpaslon.

Kellner (2010: 9) menggambarkan situasi politik dalam dekade terakhir, yakni media telah memainkan peran yang kian penting dalam proses pemilihan-pemilihan umum, dalam pertarungan politik, dan dalam mengabsahkan sistem politik. Penggambaran Kellner tersebut terlihat paling tidak dalam tiga bulan terakhir proses demokrasi pilpres 2019, dimana media massa menampilkan isu Hoax Ratna Sarumpaet, Perang Tagar

⁴ KPU: 23 September Hari Pertama Kampanye Pilpres 2019. <https://news.detik.com/berita/d-4223676/kpu-23-september-hari-pertama-kampanye-pilpres-2019> diakses pada 22 Desember 2018, pukul 17.17 WIB.

"#2019GantiPresiden", Politik Sontoloyo, Politisi Genderuwo, Tampang Boyolali, Isu PKI, Reuni 212, Kotak Suara Kardus, dan lain sebagainya.

Media massa menurut Hamad (2004: 11) merupakan agen konstruksi yang berpengaruh di masyarakat. Media mempunyai kekuatan yang besar untuk membentuk persepsi dan opini publik. Pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka kesibukan utama media masa adalah mengkontruksikan berbagai realitas-realitas yang akan disiarkan. Arus ini dinamakan realitas bersifat subjektif.

Dengan kata lain, realitas diciptakan dari hasil konstruksi atau bisa disebut sebagai realitas tangan kedua (*second hand reality*). Senada dengan Arifin (2003: 101) yang menyatakan:

“Dalam sajian media sehari-hari, realitas tangan kedua terlihat jelas, seperti suatu peristiwa diberi bobot yang berbeda oleh setiap media, sesuai dengan kepribadian media dan perspektif masing-masing. Demikian juga media massa, dapat mengabaikan berita yang satu (misalnya pelantikan seorang pejabat), dan lebih menonjolkan peristiwa yang lain (misalnya demonstrasi kaum buruh terhadap pengesahan undang-undang ketenagakerjaan).” (Arifin, 2003: 101)

Hal ini yang menjadikan media memiliki bingkai konstruksi yang beragam. Dengan kata lain, media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna.

Headline dalam media sebagai suatu sistem tindakan dan makna. Hal ini juga mengarah pada proses pemilihan *headline*. Pemilihan *headline*

sangat berpengaruh pada khalayak pembaca, terutama masyarakat yang daya kritis dan analitiknya rendah. Setiap media dalam memandang suatu peristiwa mempunyai peluang berbeda dalam mengkonstruksikannya, sehingga boleh jadi satu peristiwa yang sama bisa berbeda dalam penyajiannya, tergantung sudut pandang siapa yang memandangnya. Peristiwa satu bisa dianggap penting oleh media yang satu, tapi tidak bagi media yang lain. Disinilah peran media (wartawan, dan proses redaksional) dalam produksi makna & opini publik.

Pada contoh *headline* berita di Media Indonesia, 24 November 2018 dengan judul *Jokowi: Ada Orang Superkaya, Masuk Pasar Bilang Harga-harga Mahal*⁵,

"Jangan masuk pasar enggak beli apa-apa. Orang enggak pernah ke pasar, malah keluar bilang mahal. Mungkin orang super kaya, datang tau-tau ke pasar, enggak beli apa-apa tau-tau bilang mahal mahal mahal. Yang kasian pedagang pasar, nanti ibu-ibu enggak mau ke pasar, malah ke supermarket semua. Justru harus dipromosikan pasar tradisional," kata Jokowi.

Lalu *headline* Media Indonesia, 10 Desember 2018, *Perbaikan Ekonomi Terus Diupayakan Agar Jokowi Terpilih Lagi*⁶. Dimana peristiwa di atas adalah bingkai media bagaimana mengkonstruksi pemberitaannya, dan dalam memandang suatu peristiwa mempunyai peluang berbeda dalam menafsirkannya. Hal ini memungkinkan kecenderungan untuk

⁵ Lihat pada *Headline* Media Indonesia. *Jokowi: Ada Orang Superkaya, Masuk Pasar Bilang Harga-harga Mahal*. <http://mediaindonesia.com/read/detail/199978-jokowi-ada-orang-superkaya-masuk-pasar-bilang-harga-harga-mahal> diakses pada 22 Desember 2018, pukul 20.37 WIB

⁶ Lihat pada *Headline* Media Indonesia. *Perbaikan Ekonomi Terus Diupayakan Agar Jokowi Terpilih Lagi*. <http://mediaindonesia.com/read/detail/203286-perbaikan-ekonomi-terus-diupayakan-agar-jokowi-terpilih-lagi> diakses pada 22 Desember 2018, pukul 20.49 WIB.

mengkonstruksi peristiwa yang sama, namun dapat berbeda dalam penyajiannya, tergantung bagaimana sudut pandangnya, atau sangat mungkin tersemat ideologi dan kepentingan tertentu. Oleh sebab itu dibutuhkan media dan interpretasi sosiologis yang efektif agar makna dalam *headline* tersebut diterima di setiap lapisan dan golongan masyarakat.

Kemudian, peneliti menggunakan pendekatan hermeneutika sebagai alat analisisnya. Perspektif hermeneutika pada dasarnya merupakan suatu metode untuk menafsirkan simbol berupa teks atau sesuatu yang diperlakukan sebagai teks untuk dicari arti dan maknanya. (Faiz, 2002: 9) Pendekatan hermeneutika umumnya membahas pola hubungan segitiga antara teks, pembuat teks, dan pembaca atau penafsir teks. Seorang penafsir dalam memahami sebuah teks dituntut untuk tidak sekadar melihat apa yang ada pada teks, tetapi lebih pada apa yang ada di balik teks.

Melalui analisis hermeneutika Gadamer pada *headline* tersebut, peneliti ingin menunjukkan bahwa *headline* senantiasa diinterpretasikan, diinternalisasikan, dan disosialisasikan melalui nilai pemahaman yang bersifat baru, produktif, dan sesuai konteks situasionalnya.

Menarik untuk diteliti karena berbeda dengan penelitian sebelumnya yakni, dalam penelitian Eristia Mulyawan yaitu analisis pembacaan makna maaf dalam hadis melalui kajian hermeneutika Gadamer. Dimana terdapat makna teks terhadap sumber ajaran agama, sedangkan penelitian ini terdapat

makna teks terhadap *headline* *mediaindonesia.com* melalui analisis hermeneutika Gadamer.

Dalam konteks ini, peneliti akan fokus pada *headline* *Mediaindonesia.com* yang terkait dengan paslon tertentu, yaitu Jokowi-Ma'ruf. Pembacaan terhadap *headline* media atas paslon tertentu penting dilakukan untuk mengetahui produksi makna apa yang ingin dicapai media dengan menggunakan pendekatan hermeneutika Gadamer.

Hal ini secara holistik akan menciptakan produksi makna *headline* berita berupa apakah terdapat makna lain dari dampak yang ditimbulkan atas *headline* tersebut atau bahkan ada ketertarikan lain/makna baru dibalik *headline* surat kabar *online* *Mediaindonesia.com*.

Dari penjelasan dan paparan diatas, peneliti tertarik untuk memahami bagaimana produksi makna *headline* berita tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 pada surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018.

Dalam penelitian ini peneliti mengacu pada penelitian sebelumnya, yang kurang lebih memiliki tema yang sama, yaitu:

Pertama, Hendro Muhaimin (UGM) dalam tesisnya yang berjudul “MAKNA DI BALIK *HEADLINE* BERITA (Studi Hermeneutika pada *Headline* Berita tentang Presiden Yudhoyono di Surat Kabar *online* Media Indonesia Edisi Juli 2011)” tahun 2011. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana makna dari kehadiran *headline* pada surat kabar *online* Media

Indonesia edisi Juli 2011. Objek penelitian ini adalah *headline* berita tentang Presiden SBY pada surat kabar *online* Media Indonesia edisi Juli 2011. Hasil penelitian Hendro, yaitu hasil analisis dengan aspek proposisi dari hermeneutika Gadamer yakni historiskalitas, aspek dialogis dialektis, aspek linguitikalitas, dan juga aspek makna kebenaran, diketahui bahwa kondisi yang terkandung di media *headline* Indonesia *online* pada bulan Juli 2011, menggambarkan Presiden sebagai sosok presiden dengan persentase yang tinggi untuk judul yakni negatif. Judul adalah rata-rata yang ditemukan dalam melaporkan kinerja ekonomi, politik, hingga kinerja kabinetnya, yang merupakan salah satu bidang yang mendominasi berita adalah memberitakan negatif. Ada pihak ketiga, yaitu ideologi media *online* Indonesia itu mengatur proses dialektika dialogis pada penerjemah dan teks judul yang kemudian dengan sengaja mengatur makna dan bahasa dengan baik. Itu adalah pesan komunikasi disampaikan melalui *headline* di surat kabar *online* Media Indonesia adalah bentuk pesan yang tidak utuh. Perbedaannya yakni peneliti menggunakan *headline* berita Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019, sedangkan Muhaimin menggunakan *headline* berita tentang Presiden SBY. Persamaan dengan peneliti adalah fokus pada *headline* pemberitaan. Selain itu, jenis penelitian kualitatif, penggunaan Media Indonesia *online*, serta menggunakan metode Hermeneutika Gadamerian sebagai pisau analisisnya.

Kedua, Eristia Mulyawan (UIN Jakarta) dalam skripsinya berjudul “PEMBACAAN MAKNA MAAF DALAM HADIS MENGHALALKAN TINJAUAN HERMENEUTIKA GADAMER” tahun 2017. Penelitian ini

membahas tentang kajian terhadap hadis yang mengacu pada persoalan matan dan perawinya saja. Sebagaimana kasus redaksi hadis menghalalkan diartikan dengan memaafkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhârî dalam kitab *Ṣâhih al- Bukhârî*, sehingga hasilnya masih pada tataran kualitas serta kedudukan sebuah hadis. Di sisi lain, hadis memiliki dimensi makna yang harus dipahami secara mendasar agar pada penerapannya menjadi kontekstual. Salah satunya Gadamer yang menawarkan konsep cakrawala yang terdiri atas cakrawala teks, penafsir (penulis) dan peleburan cakrawala keduanya. Di sisi lain, setiap cakrawala memiliki elemen seperti kesadaran sejarah, prasangka, dan sejarah efektif. Dengan pendekatan hermeneutika Gadamer, redaksi menghalalkan pada hadis memaafkan terdapat satu makna berupa pembebasan atas perbuatan. Di sisi lain, menghalalkan dan memaafkan memiliki satu makna “pembebasan”. Oleh karena itu, pembacaan makna maaf dalam hadis menghalalkan perspektif hermeneutika Gadamer memiliki kesamaan makna yang artinya menghalalkan berarti memaafkan. Kesamaan dengan penelitian ini yakni, sama-sama menggunakan teori dan perspektif hermeneutika Gadamer. Perbedaan nya yakni pada pembacaan makna maaf dalam hadis, sedangkan penelitian ini menggunakan *headline* berita Jokowi-Ma’ruf dalam Pilpres 2019 sebagai subjek penelitiannya.

Ketiga, Endang Retna Ningsih (UHAMKA) dalam tesis nya berjudul “NILAI-NILAI KARAKTER DALAM ANTOLOGI CERPEN REMAJA “SEKAR BOLEH MENARI” SEBUAH KAJIAN HERMENEUTIKA” tahun 2013. Mahasiswa Pendidikan Bahasa Indonesia,

Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. Subjek yang diambil adalah novel. Endang Retna Ningsih membahas menemukan nilai-nilai karakter yang terkandung dalam buku Antologi Cerpen Remaja “Sekar Boleh Menari”. Penelitian ini menggunakan teori interpretasi teks dengan metode analisis isi, serta menggunakan teknik penelitian berdasarkan teori Hermeneutika. Hasil penelitian nya yaitu buku Antologi ini banyak mengandung nilai-nilai karakter yang luhur yang dapat diteladani pembaca, yakni religius, jujur, kerja keras, kreatif, demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, menghargai prestasi, cinta damai, gemar membaca, peduli sosial, dan tanggung jawab. Lalu, media pengembangan nilai-nilai karakter dalam cerpen adalah melalui latar cerita, alur cerita, pandangan hidup tokoh, jalan pikiran tokoh, dialog tokoh, dan tindakan tokoh. Kesamaan dengan peneliti, adalah penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan menggunakan teori Hermeneutika sebagai alat analisisnya. Data primer yang diambil oleh Endang adalah buku Antologi Cerpen Remaja tahun 2004 dengan judul “Sekar Boleh Menari” yang diterbitkan oleh Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional. Data sekunder diambil dari buku-buku teori mengenai cerpen, nilai-nilai karakter, teori strukturalisme, hermeneutika. Perbedaan dalam subjek penelitian yakni media yang dipilih Endang adalah nilai-nilai karakter di teks dalam Novel, sedangkan peneliti menggunakan surat kabar *online* Media Indonesia.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada laatr belakang masalah, dapat peneliti simpulkan menjadi rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana produksi makna *headline* berita tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari rumusan masalah yang telah di paparkan penulis membuat pembatasan masalah sebagai berikut:

1. *Headline* berita tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019
2. Surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada perumusan masalah, tujuan penelitian ini, yaitu untuk memahami produksi makna pada *headline* berita melalui hermeneutika Gadamer tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar *online* Media Indonesia Edisi 21 November-21 Desember 2018.

1.5. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dari hasil penelitian ini, yaitu:

1.5.1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memperkaya penggunaan teori hermeneutika Gadamer untuk menganalisa pemberitaan di media. Dengan pendekatan ini diharapkan dapat ditemukan realitas yang tersembunyi dibalik sebuah konstruksi teks dan menghubungkan bagian-bagiannya teks secara keseluruhan sebagai cara untuk mengungkapkan produksi makna *headline* yang di dalamnya syarat akan bermacam kepentingan/motif idealisme, ideologis (politis), ekonomis (pasar), maupun politik praktis.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengayaan dari metodologi komunikasi, untuk dapat mengungkapkan realitas di balik teks melalui paradigma interpretif. Dimana tujuannya untuk mengadakan pemahaman, pemaknaan dan rekonstruksi tindakan sosial, terutama sebagai langkah menyusun deskripsi dan pemahaman terhadap kelompok masyarakat yang hendak diteliti, seperti media dan hubungan masyarakat, demokrasi, sosial, politik, budaya, komunikasi kelompok, maupun organisasi/institusi, serta mampu berkontribusi terhadap perkembangan perspektif

hermeneutika Gadamer sebagai salah satu referensi di penelitian berikutnya.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk menambah wawasan bagi praktisi hubungan masyarakat/ humas perusahaan, maupun orang yang berminat dalam dunia jurnalistik, terutama praktisi media *online* dalam membingkai suatu realitas sosial sebagai *headline* sesuai fungsi pers dan prinsip etika pers yang berlaku. Selain itu, sebagai bahan kajian referensi untuk penelitian karya ilmiah realisasi penugasan dan kewajiban dari mahasiswa/i, terlebih untuk semua kalangan akademisi, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi, serta dilembaga ilmu pengetahuan atau akademik mengenai kajian pemaknaan media baru dan ideologi.

1.5.4. Kontribusi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam menjawab berbagai fenomena yang terjadi dalam masyarakat terhadap suatu pemberitaan, sehingga mampu menelaah dan memaknai informasi-informasi pemberitaan di media *online* dengan bijaksana.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti mendapatkan hambatan dalam penelitian, yaitu dari respons pihak narasumber yang lambat. Alasan lain adalah dengan segala aktivitas dan

jelang Pilpres 2019 menjadi salahsatu faktor untuk terhambatnya kelengkapan data dari narasumber.

2. Masih minimnya/keterbatasan literatur yang menjelaskan teori-metodologi secara spesifik mengenai penelitian ini (kajian komunikasi, media dan analisis hermeneutika Gadamer). Peneliti pada akhirnya menelusuri dan menelaah berbagai informasi yang didapat dari buku-buku yang terbatas mengenai hermeneutika Gadamer khususnya di lingkungan civitas akademika UHAMKA, yang dapat dikatakan baru kedua di UHAMKA setelah penelitian tesis Endang Retna Ningsih (2013). Dimana ini adalah penelitian baru dengan kajian komunikasi dikaitkan dengan analisis hermeneutika Gadamer. Hal ini menjadikan penelitian ini harus dijalani dengan waktu yang cukup lama, lalu diuji, dan dikembangkan secara mendalam dan komprehensif.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah yang akan diteliti, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

Bab ini menjelaskan mengenai paradigma yang digunakan peneliti yaitu interpretif, model komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini model Tubbs, teori peminatan Hubungan Masyarakat, teori kontekstual yaitu

Komunikasi Massa, teori yang terkait dengan penelitian, seperti Jurnalisme *Online*, *Media Online*, *Headline*, dan teori utamanya adalah teori Hermeneutika Gadamer.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kualitatif, metode penelitian yaitu Hermeneutika Gadamer, jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Dokumentasi, Observasi, serta Wawancara Mendalam. Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah Analisis Hermeneutika Gadamerian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum Media Indonesia, dan mengurai hasil penelitian; produksi makna *headline* berita tentang Jokowi-Ma'ruf dalam Pilpres 2019 di surat kabar *online* Media Indonesia edisi 21 November-21 Desember 2018. Selanjutnya, dalam bab ini terdapat analisis dan kajian berdasarkan data dan temuan hasil penelitian melalui teori-teori, dan metodologi (tercantum dalam BAB II dan BAB III) yang menunjang untuk menjawab rumusan masalah, dan tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab yang terakhir ini berisi kesimpulan penelitian, dan saran-saran dari peneliti. Saran-saran berupa saran akademis, metodologis, praktis, sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Anggoro, Linggar. 2000. *Teori Dan Profesi Public Relations*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro & Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Alwasilah, A. Chaedar. 2000. *Pokoknya Kualitatif, Rancangan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Cet.1. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Basuki, Wishnu. 1995. *Pers dan Penguasa: Pembocoran Pentagon Papers dan Pengungkapan oleh New York Time*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bleicher, Josef. 2007. *Hermeneutika Kontemporer, Hermeneutika Sebagai Metode, Filsafat, dan Kritik*. Yogyakarta: Fajar Pustaka.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada.
- _____. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2018. *Komunikasi Politik Pencitraan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Burrell, G. dan G. Morgan. 1979. *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*. USA: Ashgate Publishing Company.

- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Ed. 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Caporaso, James A & David P. Levine. 1992. *Theories of Political Economy*. Cambridge: Cambridge University Press. Terj. Suraji. 2008. *Teori-Teori Ekonomi Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chalik, Abdul. 2010. *Hermeneutika Untuk Kitab Suci*. Surabaya: Tanpa Penerbit.
- Denzin, N. K., & Lincoln. Y. S. (Eds). 1998. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. 2012. *Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Cet.III. Yogyakarta: LkiS Group.
- Gadamer, Hans-Georg. 1975. *Truth and Method*. London: Sheed and Ward.
- _____. 2004. *Truth and Method*. Translated By Joel Sheinmer&Donald G. Marshal. London: Continuum.
- Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Ed. 1, Cet. 4. Jakarta: Bumi Aksara.
- Grondin, Jean. 2012. *Sejarah Hermeneutik Dari Plato sampai Gadamer*. Yogyakarta: Ar Ruz Media.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta: Granit.
- Hamid, Farid & Heri Budianto. 2011. *Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Ed. 1, Cet. 1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hadari, Nawawi. 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Halim, Abdul. 2014. *Aswaja Politisi Nahdlatul Ulama Perspektif Hermeneutika Gadamer*. Jakarta: LP3S.
- Jefkinks, Frank, Daniel Yadin. 2003. *Public Relations*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Ed. 1. Cet. 5. Bandung: Kencana Prenadamedia Group.
- Kellner, Douglas. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: JALASUTRA.
- Kusumastuti, Frida. 2002. *Dasar-Dasar HUMAS*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Edisi 1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lorens Bagus. 2002. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Margono. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- McLuhan, Marshal. 1999. *Understanding Media, The Extension Of Man*. London: The MIT Press.
- Muhammad. 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Morissan, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid U. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mufid, Muhamad. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Ed. 1. Cet. 1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif; Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Mulyono, Edi. 2013. *Belajar Hermeneutika*. Cet.II. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Muzir, Inyik Ridwan. 2012. *Hermeneutika Filosofis Hans-Georg Gadamer*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Neuman, W. Lawrence. 2016. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Ed.7. Jakarta: PT Indeks.
- Nimmo, Dan. 2011. *Political Communication and Public Opinion in America*. Goodyear Publishing Co. Terj. Tjun Surjaman. 2011. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Masa*. Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2016. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Ed.1, Cet.1. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*. Ed.1. Jakarta: Rajawali Press.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Rachmadi, F. 1992. *Public Relations dalam Teori dan Praktek, Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Gramedia.
- Rahardjo, Mudjia. 2007. *Hermeneutika Gadamerian: Kuasa Bahasa dalam Wacana Politik Gus Dur*. Malang: Universitas Islam Negeri Malang Press.
- _____. 2016. *Dasar-Dasar Hermeneutika: Antara Intensionalisme & Gadamerian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Ricoeur, Paul. 2009. *Hermeneutika Ilmu Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Riduwan. 2004. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2012. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Untuk Mahasiswa S-1, S-2, dan S-3)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rolnicki, Tom E, et al. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Edisi 11. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rosyidi, M. Ikhwan, Trisna G, et al. 2010. *Analisis Teks Sastra*. Ed. 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2013. *Metode Penelitian: Public Relation & Komunikasi*. Ed.1. Jakarta: Rajawali Press.
- _____. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Saenong, Ilham B. 2002. *Hermeneutika Pembebasan: Metodologi Tafsir Al Quran Menurut Hasan Hanafi*. Jakarta: Teraju.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Ed.1. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Santoso, Edi, Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Ed. 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sayekti Pujosuwarno. 1992. *Penulisan Usulan dan Laporan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Lemlit IKIP Yogyakarta.
- _____. 1986. *Penulisan Usulan dan Laporan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Lemlit IKIP Yogyakarta.
- Severin, Werner J, James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Edisi 5. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soehartono, Irawan. 1999. *Metode Penelitian Sosial; Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cet.3. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suseno. 1992. *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tubbs, Steward L & Sylvia Moss. 2008. *Humas Communication*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Widjaja, H.A.W. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Ed.1. Cet.6. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2000. *Ilmu Komunikasi; Pengantar Studi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Yosef, Jani. 2009. *To Be A Journalist: Menjadi Jurnalis TV, Radio dan Surat Kabar yang Profesional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Zen, Muhammad. 2010. *Jurus Ampuh Mengatasi Oknum Wartawan Nakal (Strategi Jitu untuk Pejabat dan Penguasa)*. ____: Cakrawala Media Publisher.

Jurnal:

- Agus Darmaji. 2013. *Dasar-Dasar Ontologis Pemahaman Hermeneutik Hans-Georg Gadamer*. Refleksi, Volume 13, Nomor 4, April 2013,

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/refleksi/article/download/911/802>
(diakses pada 11 Januari 2018, pukul 00.23 WIB).

Arief Permadi. _____. *Autoetnografi, Dimensi Profetik Dalam Praktik Jurnalistik*.
<https://mfr.osf.io/export?format=pdf&url=https%3A//files.osf.io/v1/resources/9y6gj/providers/osfstorage/5a7eb498e83246000eeb9b4d%3Faction%3Ddownload%26version%3D1%26direct%26format%3Dpdf> (diakses pada 11 April 2018 pukul 21.13 WIB).

Hasyim Hasanah. 2017. *Hermeneutik Ontologis-Dialektis Hans-Georg Gadamer (Produksi Makna Wayang sebagai Metode Dakwah Sunan Kalijogo)*. Jurnal At-Taqaddum, Volume 9, Nomor 1, Juli 2017. Hlm. 19,
<http://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/download/1785/pdf> (diakses pada 6 Mei 2018 pukul 21.43 WIB)

Mochtar Lutfi. *Hermeneutika: Pemahaman Konseptual dan Metodologis*.
<http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/Hermeneutika.pdf> (diakses pada 11 Januari 2018 pukul 17.29 WIB).

Nurudin. *Media Massa dan Dehumanisasi*.
https://www.academia.edu/6301936/Nurudin_Media_Massa_dan_Dehumanisasi (diakses pada 12 April 2018 puku; 00.25 WIB).

Syarifuddin. 2011. *Konstruksi Filsafat Barat Kontemporer*.
<http://substantiajurnal.org/index.php/subs/article/download/71/69> (diakses pada 17 Januari 2018 pukul 00.44 WIB).

Wasman. *Hermenetika Hadis Hukum*. Jurnal Peradaban Islam,
<http://www.e-jurnal.com/2015/08/hermeneutika-hadis-hukum.html> (diakses pada tanggal 10 Januari 2019, pukul 23.54 WIB).

Skripsi/Tesis:

Abdul Aziz Faradi. 2012. *Epistemologi Anarkhis Paul Feyerabend dan Implikasinya Bagi Pemikiran Islam*.
<http://digilib.uin-suka.ac.id/7018/1/BAB%20I%2C%20V.pdf> (diakses pada 17 Januari 2018 pukul 00.42 WIB).

Agus Darmaji. 1999. *Pergeseran Hermeneutik Ontologis Melalui Bahasa dalam Pemikiran Hans Georg Gadamer*. Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia (diakses pada 31 Oktober 2018 pukul 00.09 WIB).

Eristia Mulyawan. 2017. *PEMBACAAN MAKNA MAAF DALAM HADIS MENGHALALKAN TINJAUAN HERMENEUTIKA GADAMER*.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/38143/2/ERISTI%20MULYAWAN-FU.pdf> (diakses pada 11 Januari 2019, pukul 01.19 WIB), hlm. 42-44

Hendro Muhaimin. 2012. *MAKNA DI BALIK HEADLINE BERITA (Studi Hermeneutika pada Headline Berita tentang Presiden Yudhoyono di Surat*

Kabar Online Media Indonesia edisi Juli 2011).
http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=60750&obyek_id=4 (diakses pada 7 Mei 2018 pukul 03.27 WIB).

Media Online:

Agus S. 2008. <https://agussetiawan.wordpress.com/2008/11/14/media-massa-dan-imperialisme-kultural/>, diakses pada 12 April 2018 pukul 00.49 WIB.

_____. 2014. <https://www.dakwatuna.com/2014/04/03/48898/membumikan-kepemimpinan-profetik/#axzz5DPRUulHJ> (diakses pada 22 April 2018 pukul 21.14 WIB).

_____. 2013. <http://ipongnugraha.blogspot.com/2013/05/pengertian-media-online.html> (diakses pada 19 Juli 2018 pukul 10.55 WIB).

Ferdinand. 2018. *Elite Parpol Harus Ubah Citra Negatif*.
<http://mediaindonesia.com/read/detail/197224-elite-parpol-harus-ubah-citra-negatif> (diakses pada 12 November 2018 pukul 10.55 WIB).

Kompas. *Jokowi-Ma'ruf Amin Nomor Urut Satu, Prabowo-Sandiaga Nomor Urut Dua*.
<https://nasional.kompas.com/read/2018/09/21/20433751/jokowi-maruf-amin-nomor-urut-satu-prabowo-sandiaga-nomor-urut-dua> (diakses pada 22 Desember 2018, pukul 17.12 WIB).

KPU. _____. http://kpu.go.id/koleksigambar/1131_Baru.pdf (diakses pada 22 Desember 2018, pukul 18.00 WIB).

KPU. _____. http://kpu.go.id/koleksigambar/1142_No_urut_capres.pdf (diakses pada 22 Desember 2018, pukul 18.02 WIB).

KPU. *KPU: 23 September Hari Pertama Kampanye Pilpres 2019*.
<https://news.detik.com/berita/d-4223676/kpu-23-september-hari-pertama-kampanye-pilpres-2019> (diakses pada 22 Desember 2018, pukul 17.17 WIB).

Media Indonesia. *Jokowi: Ada Orang Superkaya, Masuk Pasar Bilang Harga-harga Mahal*.
<http://mediaindonesia.com/read/detail/199978-jokowi-ada-orang-superkaya-masuk-pasar-bilang-harga-harga-mahal> (diakses pada 22 Desember 2018, pukul 20.37 WIB).

Media Indonesia. *Perbaikan Ekonomi Terus Diupayakan Agar Jokowi Terpilih Lagi*.
<http://mediaindonesia.com/read/detail/203286-perbaikan-ekonomi-terus-diupayakan-agar-jokowi-terpilih-lagi> (diakses pada 22 Desember 2018, pukul 20.49 WIB).

Putra, Ananda. 2018. *Jokowi Ajak Perangi Isu Negatif*.
http://mediaindonesia.com/read/detail/194028-jokowi-ajak-perangi-isu-negatif?utm_source=dable (diakses pada 12 November 2018 pukul 10.43 WIB).

- Remotivi. _____. *Selamat Datang di Era Post-Truth*. <http://www.remotivi.or.id/kabar/345/Selamat-Datang-di-Era-Post-Truth> (diakses pada 14 Maret 2019 pukul 03.04 WIB).
- _____. *Modul Komunikasi Massa*. https://nanopdf.com/download/modul-komunikasi-massa-tm6-5_pdf (diakses pada 14 Maret 2019 pukul 06.32 WIB).
- _____. *Model Komunikasi Tubbs – Konsep – Elemen*. <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-tubbs> (diakses pada 8 November 2018 pukul 14.19 WIB).
- _____. _____. *Model Komunikasi Maletzke*. <https://studylibid.com/doc/8659/6.3.-model-komunikasi-maletzke> (diakses pada 14 Maret 2019 pukul 06.35 WIB).
- _____. *Pengertian Media Online*. <http://arya-neo.blogspot.com/2010/10/pengertian-media-online.html> (diakses pada 19 Juli 2018 pukul 10.59 WIB).

