

**ANALISIS ISI KECENDERUNGAN AGENDA MEDIA PEMBERITAAN  
JOKOWI SEBAGAI CALON PEMIMPIN AUTENTIK DI HARIAN UMUM  
SOLOPOS EDISI 10 MEI-8 JULI 2014**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi

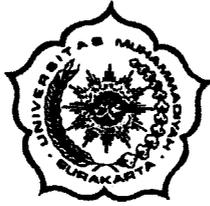


Diajukan Oleh:

**TRI RAHAYU**

**L100100005**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2014**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura, Surakarta 57102  
Telp. (0271) 717417 – Fax. (0271) 715448

---

**Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah**

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/ tugas akhir:

Nama : 1. Nur Latifah Umi Satiti, M.A  
2. Rinasari Kusuma, M.I.Kom

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/ tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Tri Rahayu  
NIM : L100100005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Isi Kecenderungan Agenda Media Pemberitaan Jokowi sebagai Calon Pemimpin Autentik di Harian Umum *Solopos* Edisi 10 Mei-8 Juli 2014

Naskah artikel tersebut layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat digunakan sepenuhnya.

Pembimbing I

(Nur Latifah Umi Satiti, M.A)

Pembimbing II

(Rinasari Kusuma, M.I.Kom)

**Analisis Isi Kecenderungan Agenda Media Pemberitaan Jokowi sebagai Calon Pemimpin Autentik di Harian Umum *Solopos* Edisi 10 Mei-8 Juli 2014**

**Tri Rahayu**

( [triirahayuu@gmail.com](mailto:triirahayuu@gmail.com) )

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta.

**ABSTRAK**

Media massa memiliki kemampuan untuk menyeleksi peristiwa-peristiwa yang dianggap penting dan kemudian akan ditonjolkan dengan cara memberitakannya secara terus-menerus sehingga dapat mengarahkan pemikiran atau pendapat publik. Hal inilah yang disebut dengan agenda media yang merupakan bagian dari agenda setting. Salah satunya adalah pemberitaan tentang Jokowi yang mencalonkan diri sebagai presiden di pemilu 2014. Untuk menganalisisnya digunakan metode analisis isi dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, karena ingin mempelajari gambaran isi dan karakter pesan dari media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kecenderungan agenda media terhadap pemberitaan Jokowi sebagai calon pemimpin autentik di harian umum *Solopos* edisi 10 Mei–8 Juli 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator “kesadaran diri pemimpin” paling banyak muncul dengan jumlah 119 kalimat (42,81%), terutama dari aspek kognisi (76 kalimat). Kemudian disusul indikator “kinerja” dengan jumlah 55 kalimat (19,77%), “kesadaran diri pengikut” dengan jumlah 49 kalimat (17,63%), “proses perilaku kepemimpinan” dengan jumlah 24 kalimat (8,63%), “perspektif moral positif” dengan jumlah 14 kalimat (5,04%), “kapital psikologi positif” dengan jumlah 11 kalimat (3,96%), “perkembangan pengikut” berjumlah 4 kalimat (1,44%), dan yang terakhir “pengaturan diri sendiri pemimpin” dengan jumlah 2 kalimat (0,72%).

**Kata kunci:** *analisis isi, agenda media, kepemimpinan autentik*

## A. PENDAHULUAN

Media massa bukanlah entitas pasif yang hanya mendistribusikan pesan, tetapi media massa itu aktif, selektif, dan kritis. Suatu peristiwa yang telah terseleksi dan dianggap penting oleh media, akan ditonjolkan oleh media tersebut dengan cara memberitakannya secara terus-menerus sehingga dapat mengarahkan pemikiran atau pendapat publik. Hal inilah yang disebut dengan agenda media. Agenda media merupakan bagian dari agenda setting, dimana konsep agenda setting adalah apa yang dianggap penting oleh media penting juga bagi khalayak. Penonjolan isu tersebut dapat dilihat dari frekuensi kemunculannya di media massa.

Salah satu peristiwa yang memiliki nilai berita adalah peristiwa politik. Tamburaka (2012) menyatakan bahwa media massa digunakan oleh para wartawan untuk memproduksi berbagai pesan politik karena peristiwa-peristiwa politik selalu memiliki nilai berita yang tinggi.

Saat ini politik berada dalam era mediasi (*politics in the age of meditation*) yakni media massa, sehingga tidak mungkin kehidupan politik dipisahkan dengan media massa. Para politikus senantiasa berusaha menarik perhatian media massa dan sebaliknya para politikus merupakan sumber berita yang layak bagi media massa (Tamburaka, 2012).

Peristiwa politik yang layak diberitakan salah satunya adalah mengenai kandidat presiden dari suatu partai politik. Hal ini karena masyarakat ingin dan perlu tahu segala sesuatu tentang kandidat tersebut sebagai pertimbangan akan memilih dia atau tidak. Salah satu calon presiden dalam pemilu presiden 2014 adalah Jokowi yang diusung partai pemenang pemilu legislatif, PDIP.

Menurut beberapa pengamat politik, saat ini Indonesia membutuhkan pemimpin yang autentik dan itu dapat ditemukan dalam sosok Jokowi. Seperti yang dikatakan pengamat politik dari PolMark Indonesia Inc, Eep Saefulloh Fatah, menurutnya pemilu presiden 2014 ini terjadi ditengah momentum politik kebutuhan akan pemimpin berani dan

otentik. Menurutnya, sejauh ini dalam kerja kepemimpinan yang sudah dan sedang diembannya, Jokowi berhasil membangun identitas, integritas, dan citra sebagai pemimpin yang berani dan autentik. (Dikutip dari <http://nasional.kompas.com/read/2014/03/17/0656417/Momentum.Politik.Jokowi>).

Dalam penelitian ini dipilih salah satu media cetak lokal di Surakarta yaitu Harian Umum *Solopos*. Hal ini akan menjadi menarik, karena *Solopos* memiliki kedekatan geografis dengan Jokowi yang mana berasal dari Surakarta.

Periode 10 Mei – 8 Juli 2014 dipilih karena mendekati dengan diumumkannya hasil rekapitulasi suara nasional oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) yaitu pada tanggal 9 Mei 2014, serta mendekati dengan waktu pencoblosan presiden dan wakil presiden pada 9 Juli 2014.

Penelitian ini dilakukan dengan menghitung frekuensi kemunculan kalimat-kalimat yang mengandung indikator-

indikator kepemimpinan autentik dalam berita tentang Jokowi.

## **A. LANDASAN TEORI**

### **1. Komunikasi**

Menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, komunikasi adalah transisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya (Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam Mulyana, 2009).

Komunikasi memiliki unsur-unsur yang saling bergantung satu sama lain. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya *Komunikasi Politik* (2011) unsur-unsur tersebut adalah sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik, dan lingkungan. Unsur-unsur ini juga sering disebut sebagai komponen atau elemen komunikasi.

Selain itu komunikasi juga diklasifikasikan berdasarkan konteksnya. Istilah konteks juga sering disebut dengan istilah level, bentuk, kategori, dan lain-lain. Menurut Deddy Mulyana (2009) level komunikasi tersebut adalah komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi

publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.

## 2. Surat Kabar Sebagai Media Komunikasi Massa

### a. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang terjadi melalui media massa baik media cetak maupun media elektronik. Media dalam komunikasi massa disebut sebagai media massa. Media massa tersebut antara lain: televisi, radio, majalah, surat kabar, buku, tabloid, dan film.

Tamburaka (2012) mengatakan bahwa media massa pada umumnya terlibat dalam pembuatan wacana politik dengan mengkonstruksi dan mendekonstruksi peristiwa-peristiwa politik. Media massa juga bertindak sebagai “agen politik” yang bersatu dengan kekuatan politik selain sebagai “mediasi politik” dalam komunikasi politik.

Melalui media massa dapat diketahui aktivitas dan pemikiran para politisi, bagaimana strategi lawan, banyaknya dana yang

dihabiskan selama kampanye, kemampuan debatnya dan sebagainya.

Intinya media massa berisi banyak informasi dan pendapat tentang politik (Cangara, 2011)

### b. Surat Kabar

Menurut Onong Uchjana Effendy (2009) surat kabar memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) *Publisitas*. Surat kabar diperuntukkan umum, karenanya berita, tajuk rencana, dan lain-lain harus menyangkut kepentingan umum.
- 2) *Universalitas*. Surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian diseluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.
- 3) *Aktualitas*. Yang dimaksud dengan aktualitas adalah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak.

## 3. Komunikasi Politik

Istilah politik sudah tidak asing lagi dalam kehidupan kita sehari-hari, karena segala sesuatu yang dilakukan atas dasar kepentingan kelompok atau

kekuasaan seringkali diatas namakan politik.

Komunikasi politik adalah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik (Dahlan dalam Cangara, 2011).

Komunikasi politik dapat diartikan sebagai suatu proses pengoperan simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok untuk membuka cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak yang menjadi target politik (Cangara, 2011).

#### **4. Kepemimpinan Autentik**

Kepemimpinan merupakan proses pemimpin menciptakan visi dan melakukan interaksi saling mempengaruhi dengan para pengikutnya untuk merealisasikan visi. Sedangkan pemimpin memiliki arti sebagai tokoh atau elit anggota sistem sosial yang dikenal oleh dan

berupaya memengaruhi para pengikutnya secara langsung atau tidak langsung. (Wirawan, 2013)

Bruce J. Avolio dan William L. Gardner (dalam Wirawan, 2013) mengemukakan komponen-komponen pengembangan kepemimpinan autentik sebagai berikut:

- 1) *Kapital psikologi positif*. Yaitu kapasitas psikologikal positif percaya diri, optimisme, harapan, daya kenyal sebagai sumber-sumber dari pemimpin autentik.
- 2) *Perspektif moral positif*. Komponen ini meliputi proses pembuatan keputusan yang transparan, dimana pemimpin autentik mengembangkan dan menarik kapasitas moral, kemampuan, keberanian, dan elastisitas untuk menangani isu dan mencapai tindakan moral autentik.
- 3) *Kesadaran diri pemimpin*. Kesadaran diri merupakan proses yang muncul dimana orang memahami bakat uniknya, kekuatan, perasaan tujuan, nilai-nilai inti, kepercayaan dan keinginan.

- 4) *Regulasi diri sendiri pemimpin.* Merupakan proses melakukan kontrol diri sendiri melalui: menyusun standar internal, menilai ketimpangan antara standar-standar tersebut dan keluaran yang diharapkan, dan mengidentifikasi tindakan-tindakan yang dituju untuk rekonsiliasi ketimpangan tersebut.
- 5) *Proses/ perilaku kepemimpinan.* Proses pemimpin autentik berperilaku untuk memengaruhi para pengikutnya menggunakan berbagai cara, seperti mencontohkan/ mendemonstrasikan dalam pembuatan keputusan yang transparan, penularan emosional, dan pertukaran sosial positif dengan para pengikut.
- 6) *Kesadaran diri/ mengatur sendiri pengikut.* Pemimpin autentik mengembangkan kesadaran diri dan membentuk proses mengatur diri sendiri dari para pengikut, sehingga mereka menerima diri mereka sendiri dan mengatur sendiri perilaku mereka untuk mencapai tujuan yang sama dengan pemimpin.
- 7) *Perkembangan pengikut.* Ketika para pengikut menginternalisasi nilai-nilai dan kepercayaan yang dikemukakan oleh pemimpin, diharapkan dapat berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu.
- 8) *Konteks organisasi.* Iteraksi kepemimpinan terjadi pada konteks dinamik dan yang sedang muncul, karenanya penting untuk memasukkannya dalam prediksi pengembangan dan efektivitas kepemimpinan.
- 9) *Variabel dan kinerja berkelanjutan diluar ekspektasi.* Keunggulan kompetitif yaitu jika menerapkan strategi penciptaan nilai yang sedang tidak diimplementasikan dan tidak mampu diduplikasikan oleh kompetitor. Keunggulan kompetitif disimpulkan dari kinerja diatas rata-rata yang berlanjut dalam kurun waktu tertentu.

## 5. Teori Agenda Setting

Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Media memiliki kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu (Nurudin, 2009).

Dalam agenda setting terdapat tiga macam agenda, yaitu agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Ketiga agenda tersebut memiliki dimensi yang berkaitan seperti yang dikemukakan Mannheim dalam Nurudin (2009) sebagai berikut:

- a. Agenda media terdiri dari dimensi *visibility* (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *audience salience* (relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak), dan valensi (cara pemberitaan suatu peristiwa).
- b. Agenda publik terdiri dari dimensi *familiarity* (keakraban), *personal*

*salience* (penonjolan pribadi), dan *favorability* (kesenangan).

- c. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi *support* (dukungan), *likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), dan *freedom of action* (kebebasan bertindak).

Dalam penelitian ini akan berfokus pada salah satu bentuk agenda yaitu agenda media. Media akan menonjolkan isu-isu yang dianggapnya penting dengan memunculkan secara berulang-ulang dalam berita.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode analisis isi. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah semua berita tentang Jokowi yang berhubungan dengan pemilu presiden di Harian Umum *Solopos* edisi 10 Mei – 8 Juli 2014 dengan populasi 254 berita dan sampel sebesar 51 berita.

Untuk memilih sampel tersebut, maka digunakan teknik *systematic random sampling*, yaitu sampel diambil secara acak dan sistematis. Dalam penelitian ini unit analisis yang dipakai yaitu unit

sintaksis. Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi berupa kata atau kalimat (Eriyanto,2011).

Untuk menjaga keobyektifan penelitian, maka dilakukan uji reliabilitas dengan dua coder yaitu peneliti sendiri dan Rani Setyawati yang pernah melakukan penelitian analisis isi. Besarnya jumlah sampel unit studi yang digunakan untuk menguji reliabilitas dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Lacy dan Riffe sebagai berikut (Eriyanto, 2011: 300) :

$$n = \frac{(N-1)(SE)^2 + PQ \cdot N}{(N-1)(SE)^2 + PQ}$$

$$= \frac{(254-1)(0,06)^2 + (0,9)(0,1) \cdot 254}{(254-1)(0,06)^2 + (0,9)(0,1)}$$

= 23,75 (dibulatkan menjadi 24)

Dimana:

n = jumlah populasi.

SE = *Standard Error*. Di mana, *standard error* (SE) adalah tingkat kesalahan dibagi dengan nilai Z. Jika tingkat kepercayaan

yang dipakai 90%, nilai Z adalah 1,65.

PQ = variasi tingkat persetujuan yang diharapkan dan dinyatakan dalam bentuk proporsi. Proporsi dibagi dalam dua bagian dengan total 1. Jika nilai P adalah 0,9 maka nilai Q adalah 0,1

Untuk mengetahui tingkat reliabilitasnya digunakan rumus Holsty sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Dimana:

CR = koefisien reliabilitas

M = jumlah pernyataan yang sisetujui antara *coder* 1 dan *coder* 2

N1 = jumlah pernyataan yang dihitung *coder* 1

N2 = jumlah pernyataan yang dihitung *coder* 2

### C. DEFINISI OPERASIONAL

Komponen-komponen kepemimpinan autentik menurut Avolio dan Gardner (dalam Wirawan, 2013) yaitu:

1. *Kapital psikologi positif*. Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan bahwa

- Jokowi percaya diri, optimis dan harapannya mengenai sesuatu.
2. *Perspektif moral positif.*  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menunjukkan kemampuan, keberanian, dan elastisitas Jokowi untuk menangani suatu isu.
  3. *Kesadaran diri pemimpin*
    - a. Nilai-nilai.  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan mutu atau kualitas Jokowi.
    - b. Kognisi.  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan tentang identitas dari Jokowi.
    - c. Emosi.  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menunjukkan respon atau luapan perasaan Jokowi terhadap suatu hal.
  4. *Pengaturan diri sendiri.*  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan bagaimana Jokowi melakukan kontrol diri terhadap masalah yang dihadapi.
  5. *Proses perilaku kepemimpinan.*  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan bagaimana cara-cara yang digunakan Jokowi untuk mempengaruhi para pengikutnya.
  6. *Kesadaran diri pengikut.*  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan para pengikut Jokowi menerima diri sendiri dan mengatur perilaku mereka untuk mencapai tujuan yang sama dengan Jokowi.
  7. *Perkembangan pengikut.*  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan para pengikut Jokowi berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu setelah menginternalisasi nilai-nilai dan kepercayaan yang dikemukakannya.
  8. *Kinerja.*  
Indikatornya adalah kalimat-kalimat yang menyatakan kinerja Jokowi sesuai kenyataan, memiliki keunggulan kompetitif, dan diluar ekspektasi.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah kalimat yang mengandung indikator-indikator kepemimpinan autentik dalam pemberitaan tentang Jokowi di Harian Umum *Solopos* dalam 24 berita (sampel uji reliabilitas) yaitu *coder* 1 ( $N_1$ ) adalah 242 kalimat, *coder* 2 ( $N_2$ ) adalah 225 kalimat. Kemudian mendapatkan kesepakatan sebanyak 230 kalimat sehingga hasil yang didapat adalah 0,985 atau 98,5%. Angka tersebut sudah mencapai tingkat keterandalan atau keterpercayaan, karena ambang penerimaan yang sering dipakai dalam uji reliabilitas adalah sebesar 0,75 (Kriyantono, 2010:240).

### 2. Frekuensi Kalimat yang Mengandung Indikator-Indikator Kepemimpinan Autentik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator “kesadaran diri

pemimpin” paling banyak muncul dengan jumlah 119 kalimat (42,81%), terutama dari aspek kognisi (76 kalimat). Kemudian disusul indikator “kinerja” dengan jumlah 55 kalimat (19,77%), “kesadaran diri pengikut” dengan jumlah 49 kalimat (17,63%), “proses perilaku kepemimpinan” dengan jumlah 24 kalimat (8,63%), “perspektif moral positif” dengan jumlah 14 kalimat (5,04%), “kapital psikologi positif” dengan jumlah 11 kalimat (3,96%), “perkembangan pengikut” berjumlah 4 kalimat (1,44%), dan yang terakhir “pengaturan diri sendiri pemimpin” dengan jumlah 2 kalimat (0,72%).

Adapun sajian tabel frekuensi kalimat yang mengandung indikator-indikator kepemimpinan autentik dalam pemberitaan Jokowi di Harian Umum *Solopos* Edisi 10 Mei-8 Juli 2014 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Frekuensi Kemunculan Kalimat**  
**yang Mengandung Indikator-**  
**Indikator Kepemimpinan**  
**Autentik dalam Pemberitaan**  
**Jokowi di Harian Umum *Solopos***  
**Edisi 10 Mei–8 Juli 2014**

No.	Indikator	Frekuensi	Persentase
1.	Kapital Psikologi Positif	11	3,96%
2.	Perspektif Moral Positif	14	5,04%
3.	Kesadaran Diri Pemimpin	119	42,81%
4.	Pengaturan Diri Sendiri Pemimpin	2	0,72%
5.	Proses Perilaku Kepemimpinan	24	8,63%
6.	Kesadaran Diri Pengikut	49	17,63%
7.	Perkembangan Pengikut	4	1,44%
8.	Kinerja	55	19,77%
<b>Jumlah</b>		<b>278</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Pengkoding

Sesuai dengan konsep agenda media bahwa suatu peristiwa yang telah terseleksi dan dianggap penting oleh media, akan ditonjolkan oleh media

tersebut dengan cara memberitakannya secara terus-menerus sehingga dapat mengarahkan pemikiran atau pendapat publik. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kecenderungan agenda media pemberitaan Jokowi sebagai calon pemimpin autentik di Harian Umum *Solopos* periode 10 Mei–8 Juli 2014 cenderung mengarah pada indikator “kesadaran diri pemimpin” dengan frekuensi kemunculan kalimat sebesar 42,81% (119 kalimat), terutama dari aspek “kognisi” atau identitas Jokowi (76 kalimat). Hal ini menunjukkan bahwa redaksi ingin menonjolkan indikator “kesadaran diri pemimpin” yang ada pada Jokowi. Redaksi ingin mengarahkan masyarakat pada pemikiran tentang siapakah sosok Jokowi calon pemimpin negara ini (identitas), bagaimana kualitas yang dimilikinya (nilai-nilai), dan bagaimana responnya ketika menghadapi masalah (emosi).

Hal-hal tersebut penting bagi masyarakat agar mereka mengetahui lebih dalam tentang Jokowi dan dapat menjadi pertimbangan untuk memilih Jokowi ketika pemilu presiden. Seperti yang disampaikan Cangara (2011) melalui media massa dapat

diketahui aktivitas dan pemikiran para politisi, bagaimana strategi lawan, banyaknya dana yang dihabiskan selama kampanye, kemampuan debatnya dan sebagainya. Intinya media massa berisi banyak informasi dan pendapat tentang politik.

#### **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada artikel pemberitaan tentang Jokowi yang berkaitan dengan kepemimpinan autentik di *Harian Umum Solopos* periode 10 Mei – 8 Juli 2014.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kecenderungan agenda media pemberitaan Jokowi sebagai calon pemimpin autentik di *Harian Umum Solopos* periode 10 Mei-8 Juli 2014 cenderung mengarah pada indikator “kesadaran diri pemimpin” dengan frekuensi kemunculan kalimat sebesar 42,81% (119

kalimat), terutama dari aspek “kognisi” atau identitas Jokowi (76 kalimat). Hal ini menunjukkan bahwa redaksi ingin menonjolkan indikator “kesadaran diri pemimpin” yang ada pada Jokowi. Redaksi ingin mengarahkan masyarakat pada pemikiran tentang siapakah sosok Jokowi calon pemimpin negara ini (identitas), bagaimana kualitas yang dimilikinya (nilai-nilai), dan bagaimana responnya ketika menghadapi masalah (emosi).

#### **F. DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku**

- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.

Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Severin, Werner J & Tankard, James W. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.

Wirawan. 2013. *Kepemimpinan: Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

### **Skripsi**

Setyawati, Rani. 2013. *“Perempuan dalam Media (Analisis Isi*

*Kuantitatif Hedonisme & Seksualitas dalam Kasus Korupsi Impor Daging Sapi Oleh Luthfi Hasan Ishaq dan Ahmad Fathanah, DetikCom, Mei 2013)*”. Skripsi pada Program Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta: Tidak Dipublikasikan.

### **Internet**

<http://nasional.kompas.com/read/2014/03/17/0656417/Momentum.Politik.Jokowi>. Diakses pada 8 Oktober 2014 Pukul 05:40 WIB.