

ABSTRACT

During the 2014 Indonesian presidential election, the issue of different quick count results became a heated debate among Indonesians. In fact, the issue had divided the country into two opposing camps, the Prabowo and Jokowi camps. This research paper is aimed at exposing how a single reality, the issue of different quick count results, is represented and viewed in two news websites, Okezone and Tempo. Further, it also attempts to investigate the role of the news websites in shaping public opinions and attitudes towards the issue. To achieve these aims, van Dijk's (2009) sociocognitive approach to Critical Discourse Analysis (CDA) is used to analyze two news articles from each side. Relying on the analyses of context, macrostructures, local meanings, and formal structures, the study shows that Okezone seems to identify itself as a member of the Prabowo camp and judge the actions of the Jokowi camp negatively. On the contrary, Tempo seems to classify itself as a member of the Jokowi camp and evaluates the actions of the Prabowo camp negatively and those of the Jokowi camp positively. The general strategy used by Okezone to manipulate the readers' opinions and views towards the issue is negative-other presentation, emphasizing the bad properties of the Jokowi camp. Meanwhile, Tempo employs a combined strategy of negative-other presentation, emphasizing the bad properties of the Prabowo camp, and positive-self presentation, emphasizing the good properties of Jokowi's camp.

Keywords: Quick count, Prabowo, Jokowi, Okezone, Tempo, critical discourse analysis, sociocognitive approach, underlying ideologies

ABSTRAK

Selama pemilihan umum presiden 2014, isuperbedaan hasil hitung cepat menjadi perdebatan panas di Indonesia. Bahkan, isutersebut telah membagi rakyat Indonesia kedalam dua kubu yang berlawanan, yakni kubu Prabowo dan kubu Jokowi. Skripsi ini bertujuan untuk menyingkap bagaimana realitas yang sama, isuperbedaan hasil hitung cepat, direpresentasikan dan dilihat dalam dua situs berita, Okezone dan Tempo. Skripsi ini pun bertujuan untuk mengusut peran kedua situs berita tersebut dalam membentuk opini dan sikap publik terhadap isutersebut. Untuk itu, pendekatan sosiokognitif van Dijk (2009) terhadap *Critical Discourse Analysis* (CDA) digunakan untuk menganalisis dua artikel berita dari tiap situs. Berdasarkan hasil analisis *context, macrostructures, local meanings, dan formal structures* ditemukan bahwa Okezone memihak kepada kubu Prabowo dan menilai tindakan yang dilakukan oleh kubu Jokowi secara negative. Sebaliknya, Tempo memihak kepada kubu Jokowi dan menilai tindakan yang dilakukan oleh kubu Prabowo secara negatif dan tindakan kubu Jokowi secara positif. Strategi umum yang digunakan oleh Okezone untuk memanipulasi pendapat dan pandangan pembaca terhadap isu perbedaan hasil hitung cepat adalah *negative-other presentation*, menonjolkan keburukan dari kubu Jokowi. Sementara itu, Tempo menggunakan strategi gabungan *negative-other presentation*, menonjolkan keburukan kubu Prabowo, dan *positive-self presentation*, menonjolkan kebaikan kubu Jokowi.

Kata kunci: Quick count, Prabowo, Jokowi, Okezone, Tempo, critical discourse analysis, sociocognitive approach, underlying ideologies