

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

Oleh

**Dede Suprayitno**

Universitas Paramadina, Jl. Gatot Subroto No. Kav. 97, RT. 4/ RW. 4, Kec  
Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12790  
habibi.ds@gmail.com

### ABSTRACT

*President Joko Widodo's leadership figure was increasingly tested during the corona virus disease 2019 pandemic (Covid-19). In fact, the corona virus has caused a multidimensional crisis. Not only did it hit the health sector, this crisis also put pressure on the economy and society. Therefore, strong leadership is needed to mobilize the forces to survive in difficult times. The steps taken by President Joko Widodo determine the fate of 270 million Indonesians. No wonder that every step taken is recorded in both print and electronic media. One of them is the construction of the president's image recorded through graphic information (infographics). Through infographic platforms, data becomes easier to digest. With the combination of written text and images, information becomes more interesting. Infographics are also able to give meaning through a series of signs formed in the design. This research aims to explore the construction of President Joko Widodo's leadership image in handling the Covid-19 pandemic, which is framed in infographics. This study uses a qualitative approach and research methods Norman Fairclough's critical discourse analysis is descriptive. Namely by taking an example of the practice of infographic production in the media of CNBC Indonesia. The infographic data is taken from the period March to June 2020. The results of this study describe the form of discourse construction of President Joko Widodo's image in the CNBC infographic text of Indonesia. The president is described as being responsive in handling the Covid-19 pandemic.*

Key Words: Leadership, Joko Widodo, Covid-19, Infographics, CNBC Indonesia

# KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

## PENDAHULUAN

Awal 2020 dunia digegerkan oleh kemunculan virus corona. Kehadiran penyakit ini, memicu kekhawatiran banyak negara. Kepala negara berdiskusi mencari jalan keluar untuk keluar dari krisis yang kian parah. Ancaman ekonomi resesi, hingga krisis multidimensi membayangi banyak negara. Langkah pemimpin negara sangat menentukan keberhasilan suatu negara bertahan dari serangan pandemi Covid-19. Termasuk diantaranya adalah Indonesia.

Di Indonesia, penyebaran virus corona pertama kali dilaporkan pada 2 Maret 2020. Virus itu menulari 2 warga negara Indonesia (WNI). Pemerintah yang sebelumnya menyangkal adanya penularan virus, kini terpatahkan. Penyebaran virus corona kian masif. Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mencegah penyebaran virus.

Presiden Joko Widodo pun banyak mengambil langkah-langkah strategis dalam menangani pandemi Covid-19. Bersama menteri yang tergabung dalam Kabinet Indonesia Maju, Joko Widodo mengurai permasalahan yang timbul akibat Covid-19. Baik itu dengan kebijakan stimulus pelonggaran ekonomi, maupun perang langsung melawan Covid-19. Meski demikian, tak jarang pula kritik dan saran membanjiri langkah Joko Widodo. Berbagai langkah yang diambil saat masa pandemi itu, terekam dengan baik melalui media cetak maupun elektronik.

Berbagai bentuk pemberitaan pun membanjiri masyarakat. Baik itu yang berbentuk cetak, elektronik, audio, maupun audio visual. Di era

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

digital saat ini, arus informasi menjadi kian banyak. Jurnalisme online pun berkembang dengan sangat pesat, seiring dengan penetrasi internet dan kian majunya *device* sebagai alat penunjang komunikasi. Hal ini kian mendorong produksi konten berita, dapat dilakukan dengan lebih kreatif, cepat, dan multiplatform.

Pada era jurnalisme online saat ini, konten infografis (informasi grafis) kian berkembang dan menjadi salah satu elemen penting dalam proses produksi berita. Infografis dalam jurnalisme online memiliki ruang khusus yang diproduksi secara teratur. Seiring dengan isu yang sedang berkembang hangat.

Misalnya saja yang dilakukan CNBC Indonesia, media yang berada di bawah naungan Grup Transmedia ini, secara teratur memproduksi infografis dalam portal berita digital.

Infografis juga memiliki ruang khusus, untuk menggantikan pesan-pesan padat informasi, melalui gambaran visual yang lebih mudah dipahami.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah penelitian ini antara lain: seperti apa gambaran produksi pesan infografis yang dilakukan CNBC Indonesia? Khususnya mengenai sosok Presiden Joko Widodo dalam penanganan Covid-19. Lalu konstruksi wacana apa saja yang tersaji dalam teks infografis CNBC Indonesia terkait kebijakan pemerintah menangani pandemi?

Penelitian ini bertujuan, mengetahui gambaran produksi pesan infografis yang dilakukan CNBC Indonesia. Khususnya mengenai sosok Presiden Joko Widodo. Selain itu juga untuk mengupas konstruksi wacana apa saja yang diproduksi

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

dalam infografis, terkait kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Yakni metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna —oleh sejumlah individu atau sekelompok orang— dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan atau prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus, ke tema-tema umum dan menafsirkan makna data (Creswell, 2010). Penelitian kualitatif didasarkan konteks lokal tempat fenomena berlangsung, generalisasi hasil penelitian terhadap populasi yang lebih besar/ situasi lain menjadi problematik (Lee dalam Mulyana,

2013).

Sedangkan jenis penelitian ini merupakan deskriptif. Yakni bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2014). Tujuan dari penelitian deskriptif yakni mengembangkan konsep dan menghimpun fakta-fakta, bukan menguji hipotesis. Penelitian deskriptif berusaha menemukan pola sederhana yang didasarkan pada konsep tertentu (Bajari, 2015).

Penelitian ini mengupas konstruksi teks yang terjadi dalam produksi konten infografis CNBC Indonesia. Topik yang dianalisis mengenai peran Presiden Joko Widodo dalam menangani pandemi Covid-19. Pasalnya, besarnya peristiwa pandemi yang dihadapi, membuat pemerintah melakukan langkah-langkah extraordinary (luar

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

biasa) (CNBC Indonesia, 2020). Dalam kondisi ini pemerintah melakukan berbagai upaya luar biasa, untuk menuntaskan penyebaran virus corona. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan pisau analisis wacana kritis milik Norman Fairclough. Diantaranya terbagi dalam tiga tahap analisis, yakni deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi.

Penelitian ini mengambil rentang waktu produksi infografis pada periode Maret hingga Juni 2020. Periode ini dipilih karena pada 2 Maret 2020 merupakan waktu pertama kali Indonesia melaporkan kasus corona. Sehingga pemerintah Indonesia semakin fokus untuk menuntaskan persoalan akibat pandemi Covid-19. Sementara penelitian dibatasi selama satu caturwulan, yakni hingga Juni 2020. Pada periode ini, pemerintah mulai

merelaksasi kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Pada rentang waktu tersebut, pemerintah banyak melakukan berbagai jurus kebijakan untuk meminimalkan dampak negatif pandemi Covid-19. Hal ini juga turut terekam dengan baik dalam konten produksi media. Oleh karena itu, sumber primer dalam penelitian ini yakni teks infografis yang diproduksi CNBC Indonesia. Selain itu, sumber sekunder dalam penelitian ini yakni hasil wawancara dengan Edward Ricardo, ilustrator CNBC Indonesia. Wawancara dilakukan di kantor CNBC Indonesia di gedung Transmedia Lt. 3A Jl. Kapten P. Tendean, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan.

Pemilihan narasumber yang dilakukan penulis, menggunakan prosedur purposif. Bungin (2011) menyebut prosedur purposif

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

dilakukan dengan menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu. Pemilihan narasumber dilakukan dengan pertimbangan: (1) memproduksi konten infografis secara langsung; (2) mengetahui alur produksi konten infografis; (3) memiliki pengalaman yang baik mengenai produksi konten infografis.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1. Komunikasi Massa

Bentuk komunikasi massa saat ini telah berkembang dengan sangat pesat. Perubahan yang sangat dinamis ini ditunjang oleh berkembangnya teknologi yang ada di masyarakat. Media massa dapat menjangkau objek komunikasi secara lebih luas. Hal didukung oleh berkembangnya teknologi, sehingga informasi bisa disampaikan dengan tujuan jarak

yang jauh, selain itu juga mampu menyampaikan informasi dengan informasi yang detail.

*“This dynamism can be readily seen in the transformation of our understanding of the process of mass communication itself. New communication technologies have changed traditional notions of the mass audience, the mass communicator, and the relationships between the two.”*  
(Barran & Dennis, 1995).

Sementara itu, terkait dengan komunikasi massa, Halik (2013) menjelaskan komunikasi massa dengan dua cara pandang. Diantaranya yakni bagaimana orang memproduksi pesan dan menyebarkannya melalui media. Disisi lain, juga bagaimana orang mencari serta menggunakan pesan-pesan tersebut pada pihak lainnya. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khlayak. Pesan yang dipahami dalam

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

proses komunikasi massa, memerlukan keterampilan khusus. Diantaranya seperti kemampuan melek huruf, penggunaan teknologi, serta memahami secara kontekstual.

### 2. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Analisis wacana kritis menurut Fairclough memandang bahwa bahasa adalah bagian yang tidak dapat direduksi dalam kehidupan sosial, secara dialektik saling berhubungan dengan unsur-unsur lain kehidupan sosial, sehingga analisis sosial dan penelitian selalu harus mempertimbangkan bahasa (Fairclough dalam Gasa, 2019).

Fairclough berupaya mengungkap pola ideologis dan kekuatan dalam teks dalam metode analisis penelitiannya (Rahimi & Riasati, dalam Gasa, 2019). Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga bentuk dimensi, yaitu:

teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Fairclough melibatkan faktor koherensi dan kohesivitas, guna menjelaskan bagaimana antarkata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. Ketiga elemen tersebut, dapat digunakan untuk menganalisis dan melihat ideasional, relasi, dan identitas.

Fairclough berpendapat bahwa teks dapat dilihat sebagai sebuah tingkatan. Teks yang bertebaran, bukan hanya menampilkan bagaimana suatu objek digambarkan, namun juga dapat menjelaskan hubungan antara objek yang dijelaskan. Fairclough mengurai bahwa setiap teks pada dasarnya dapat diuraikan dan dianalisis dengan tiga unsur, yakni representasi, relasi dan identitas. (Eriyanto, 2012).

Pendekatan Fairclough dalam menganalisa teks dianggap lengkap karena berusaha menyatukan tiga

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

tradisi yaitu (Annas, 2018). Diantaranya, pertama dimensi Tekstual (Mikrostruktural), meliputi: representasi, relasi, dan identitas. Kedua, dimensi Praktik Produksi Teks (Meso-struktural), meliputi: produksi teks, penyebaran teks dan konsumsi teks. Ketiga, dimensi Praktik Sosial Budaya (Makrostruktural), meliputi: situasional, institusional dan sosial.

### 3. Infografis

Infografis berasal dari kata *infographics* dalam bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *information* dan *graphics* adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat. (Saptodewo, 2014). Infografis mencakup presentasi visual yang dapat menjelaskan rangkaian cerita atau proses dari serangkaian data

dengan menggunakan berbagai elemen seperti gambar, ilustrasi, tipografi, peta dan visualisasi (Dur, 2014). Tujuan dari infografis terbagi menjadi tiga kategori, yakni untuk menginformasikan, menghibur dan mempersuasi audiens sehingga audiens memberikan perhatian, menyempatkan untuk membaca, menyimpulkan dan melakukan aksi sesuai apa yang ada di dalam infografis (Krum, 2013).

Infografis sering disebut pula sebagai ilustrasi informasi (Glasgow, dalam Wicandra, 2006). Infografis yang awalnya dikenal lewat media cetak, kini telah merambah dunia digital. Bahkan bentuknya kini menjadi lebih dinamis dan mudah dibagikan lewat berbagai platform media digital. Sebelumnya, Wicandra (2006) menggambarkan infografis umum ditampilkan dalam ruang tertentu di surat kabar. Infografis



## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

digambarkan menjadi jembatan, untuk memberikan informasi naratif yang cenderung padat dan berat.

Pada media cetak, infografis juga umum ditayangkan dalam bentuk grafik batang, garis, maupun lingkaran. Di era digital saat ini pun, penampilan grafik tersebut juga masih umum ditemui. Pada dasarnya, infografis terbagi menjadi dua jenis, yakni infografis informatif dan grafis visual. Wicandra (2006) menjelaskan grafis informatif adalah grafis yang memaparkan kejadian, proses, hasil penelitian maupun fakta secara artistik. Sementara grafis visual adalah grafis ilustrasi dari seluruh isi berita maupun opini yang digambarkan secara analogi, simbol dan metafora dengan artistik.

Kurniasih (2016) menyebut setidaknya ada tiga elemen infografis, yakni: Pertama, material berupa data, informasi atau pengetahuan yang

akan menjadi materi atau isi dalam infografis. Tanpa materi berupa data, informasi atau pengetahuan, infografis tidak akan bisa dibuat. Kedua, kreator berupa perangkat lunak (*software*) yang akan mendukung pembuatan sebuah infografis. Ketiga, elemen visual berupa koding warna, grafis dan ikon yang akan dipergunakan dalam infografis. Elemen visual ini harus sesuai dengan isi, tujuan dan target audien dari dibuatnya infografis ini.

Secara garis besar, ada empat jenis infografis. (Ramírez, dkk dalam Kurniasih, 2016). Diantaranya yakni infografis yang berdasarkan pada statistik (*statistical based*), infografis yang berdasarkan pada jadwal (*timeline based*), infografis yang berdasarkan pada proses (*process based*), dan infografis yang berdasarkan pada lokasi atau geografis.

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

Infografis tidak mempunyai nilai ekonomis maupun pengaruh yang terlalu menonjol dibandingkan bidang lain dalam desain komunikasi visual. Namun infografis begitu penting dalam membantu masyarakat mengerti, mereproduksi dan merekonstruksi berita yang dikonsumsinya. (Saptodewo, 2014).

Dalam studinya, Haan dkk (2018) menyebutkan bahwa visualisasi digunakan dalam berita, namun tidak dilihat sebagai perangkat penyampai informasi yang independen. Penggunaannya pun disesuaikan dengan minat konsumen terhadap topik berita tertentu dan pertimbangan estetika. Teks dan visualisasi harus saling berhubungan, jika tidak akan membingungkan pembaca. Yu dan L. Shi (2018) menyebut representasi visual dari informasi berita harus terstruktur, dengan kata lain, dapat menggunakan

data untuk menceritakan sebuah cerita daripada menggunakan cerita yang justru merusak menenuhi presentasi visual.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan kata kunci Joko Widodo dan Covid-19. Kata kunci tersebut dicari dalam infografis CNBC Indonesia yang terbit pada Maret hingga Juni 2020. Pada pencarian tersebut, peneliti menemukan 8 infografis yang membahas langkah dan sikap Presiden Joko Widodo dalam menangani pandemi Covid-19, antara lain sebagai berikut:

Judul	Waktu Terbit
Tak Cuma Sekali, Tapi Berkali-Kali Jokowi Jengkel Ke Menteri	6 Maret 2020
Rupiah Tembus Di Atas 16.000	21 Maret 2020
Ini 6 Paket Bantuan Jokowi	31 Maret 2020

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

Gegara Covid-19, Bahan Pangan Indonesia Alami Defisit	29 April 2020
Jokowi Ogah Impor Vaksin	21 Mei 2020
Lima Arahan Jokowi Adaptasi “New Normal”	11 Juni 2020
Jokowi Murka Ke Para Menteri	30 Juni 2020
Arahan Presiden RI Mengenai Percepatan Penanganan Dampak Pandemi Covid-19	30 Juni 2020

Tabel 2. Materi Infografis  
Pemberitaan Joko Widodo di Tengah  
Pandemi Covid-19

### 1. Analisis Mikrostruktur (teks) Representasi Anak Kalimat & Gabungan Anak Kalimat

Peneliti menemukan penggunaan anak kalimat dalam judul infografis, cenderung bersifat lugas dan bermakna denotatif. Dimana keseluruhan judul tidak menggunakan gaya bahasa yang membutuhkan waktu untuk menginterpretasinya. Dengan basis media online, CNBC Indonesia menggunakan judul-judul

bersifat langsung. Selain itu, judul dibuat semenarik mungkin, guna menarik perhatian pembaca.

Misalnya saja pada infografis berjudul “Tak Cuma Sekali, Tapi Berkali-Kali Jokowi Jengkel Ke Menteri”. Judul ini ingin memberi makna penekanan kejengkelan Presiden Joko Widodo terhadap kinerja para menteri. Kemarahan presiden yang lebih dari sekali itu, juga sekaligus menjadi konsumsi publik. Ada dua pemaknaan yang bisa jadi pemaknaan alternatif. Pertama, marahnya ini bisa menjadi simbol kekecewaan yang berat sehingga publik juga perlu tahu dan menjadi hakim atas kinerja menteri. Asumsi yang kedua, Presiden Joko Widodo juga ingin mendapatkan perhatian rakyat, bahwa memimpin negara bukan pekerjaan mudah maka dia berulang kali mempublikasikan kejengkelannya.

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

Hal yang sama juga terjadi pada judul “Jokowi Murka Ke Para Menteri”. Kata “murka” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisa memiliki makna sangat marah. Makna ini turut dipertegas lewat desain karikatur Joko Widodo yang menunjukkan raut muka mengencang, sembari mengangkat kedua tangan ingin meremas, sebagai tanda kemarahan. Bila dikulik lebih dalam, kemarahan Joko Widodo ditunjukkan dalam pilihan bahasa menyindir para menteri. Kalimat marahnya pun cenderung panjang-panjang. Dalam penyampaiannya secara visual, Joko Widodo menunjukkan kemarahan dengan membaca teks, di atas podium, dan tidak meledak-ledak. Kemarahan Joko Widodo mirip seperti yang dilakukan Soeharto. Meski marah, tapi tetap tenang di atas podium. Meskipun dalam penyampaiannya,

Joko Widodo bisa memutuskan *reshuffle* pada menteri yang tidak dapat melaksanakan tugas dengan baik, bahkan sampai melakukan pembubaran lembaga.



Gambar 1 & 2. Infografis CNBC Indonesia

Berikutnya judul infografis juga menunjukkan situasi berat yang tengah dihadapi Indonesia. Hal ini nampak dari infografis berjudul: “Rupiah Tembus Di Atas 16.000”. Infografis ini dirilis pada bulan yang sama, dimana Indonesia pertama kali melaporkan kasus infeksi virus corona pada 2 Maret 2020. Kurang dari 3 pekan sejak pengumuman tersebut, mata uang rupiah terus melemah terhadap dolar Amerika

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

Serikat. Bukan hanya itu, bursa saham dan komoditas juga turut jatuh. (CNBC Indonesia, 2020).

Melemahnya mata uang rupiah dengan waktu yang singkat, bisa menjadi preseden buruk bagi dunia industri. Perubahan kurs yang mendadak ini, akan berpengaruh bagi kinerja keuangan industri. Ada beberapa penyebab, yang membuat rupiah kian melemah terhadap dolar AS. Antara lain terjadinya *capital outflow* di pasar saham Rp 9,66 triliun. Lalu penularan virus yang cepat sehingga pemerintah mengambil kebijakan pembatasan sosial. Penurunan aktivitas publik tersebut juga turut berimbas pada kelesuan ekonomi. Hal ini tersaji dalam narasi teks yang terdapat dalam infografis. Presiden Joko Widodo pun mengambil perintah kepada Bank Indonesia untuk turut menjaga stabilitas rupiah.

Bukan hanya soal mata uang rupiah, pemerintah juga dihadapi tantangan ketatnya bahan pangan di Indonesia. Hal ini tersaji dalam infografis berjudul: “Gegara Covid-19, Bahan Pangan Indonesia Alami Defisit”. Pandemi Covid-19 membuat persediaan bahan pangan di Indonesia defisit. Dalam narasi teks infografis disebutkan bahwa hal tersebut diungkapkan Presiden Joko Widodo dalam rapat terbatas bersama dengan para menteri. Ada defisit terhadap sejumlah komoditas di Indonesia. Diantaranya seperti beras (7 provinsi), jagung (11 provinsi), cabai besar (23 provinsi), cabai rawit (19 provinsi), bawang merah (1 provinsi), bawang putih (31 provinsi), minyak goreng (34 provinsi), telur ayam (22 provinsi), dan gula pasir (30 provinsi).

# KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA



Gambar 3&4. Infografis CNBC  
Indonesia

Atas defisitnya bahan komoditas pangan, Joko Widodo meminta dilakukan perhitungan cepat di setiap provinsi. Agar dapat diketahui, provinsi mana yang surplus dan provinsi yang defisit. Pemerataan produksi pangan ini menjadi salah satu instrumen penting ketahanan pangan di Indonesia. Di tengah situasi pandemi Covid-19 ini, Joko Widodo menginginkan adanya langkah cepat.

Presiden Joko Widodo juga digambarkan sebagai sosok yang memegang kendali penuh atas penanganan pandemi Covid-19 di Indonesia. Hal ini nampak pada

infografis berjudul: “Lima Arahan Jokowi Adaptasi ‘New Normal’” dan “Arahan Presiden RI Mengenai Percepatan Penanganan Dampak Pandemi Covid-19”. Infografis ini dikeluarkan pada Juni 2020, dimana pada masa ini Indonesia mulai melakukan relaksasi pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Relaksasi dilakukan dengan tetap mematuhi aturan protokol kesehatan yang sering disebut sebagai era *new normal*.



Gambar 5&6. Infografis CNBC  
Indonesia

Pada infografis “Lima Arahan Jokowi Adaptasi ‘New Normal’”, kalimat ini memiliki representasi poin komando yang diberikan untuk masyarakat pada era *new normal*. Hal

# KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

ini penting mengingat protokol kesehatan menjadi panduan utama untuk menjaga diri dari penularan Covid-19. Masyarakat harus mulai terbiasa beraktivitas sehari-hari dengan protokol kesehatan. Meskipun aktivitas masyarakat tak luput dari ancaman penularan Covid-19.

Pandemi Covid-19 bukan hanya menyerang sisi kesehatan masyarakat, namun virus ini juga menyerang ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, infografis berjudul “Arahan Presiden RI Mengenai Percepatan Penanganan Dampak Pandemi Covid-19” bukan hanya untuk menuntaskan krisis kesehatan semata namun juga krisis ekonomi. Dampak ini yang ditimbulkan dari penularan Covid-19, sehingga presiden juga perlu mengambil langkah untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat.

Langkah untuk menghadapi dampak Covid-19 diantaranya dilakukan dengan pemberian stimulus pada masyarakat. Hal ini terlihat pada infografis berjudul: “Ini 6 Paket Bantuan Jokowi”. Paket bantuan Jokowi memberikan makna seolah-olah bantuan itu berasal dari Jokowi. Meski pada kenyataannya, bantuan tersebut bersumber dari negara. Penyematan bantuan Jokowi secara langsung memberikan kesan positif bagi Joko Widodo. Seolah-olah bantuan itu dimaknai berasal dari Joko Widodo.



Gambar 7&8. Infografis CNBC Indonesia

Selain itu, pemerintah juga semakin memperketat langkah

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

kebijakan ekonominya. Diantaranya dengan keengganan pemerintah melakukan impor vaksin. Hal ini tertuang dalam infografis “Jokowi Ogah Impor Vaksin”. Sikap Joko Widodo tersebut turut menjadi sikap pemerintah secara menyeluruh. Bahwa impor vaksin bukan menjadi pilihan bagi pemerintah

### Relasi

Unsur relasi yang ingin ditunjukkan dalam delapan infografis tersebut, yakni ilustrator ingin merekam dengan baik sikap pemerintah dan memberikan ilustrasi yang mudah dipahami. Joko Widodo digambarkan sebagai tokoh penting pengambil kebijakan yang akan menentukan nasib 270 juta penduduk Indonesia. Joko Widodo juga digambarkan seperti halnya manusia biasa yang juga merasakan kecewa. Apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan. Dalam hal ini posisi

ilustrator netral, dan tidak memihak kepada siapa pun.

### Identitas

Aspek identitas melihat bagaimana identitas pembuat teks ditampilkan dan dikonstruksi dalam teks produksi. Norman Fairclough juga melihat bagaimana pembuat teks tersebut menempatkan dan mengidentifikasi masalah atau kelompok sosial yang terlibat. Identitas ilustrator, tidak terkait langsung dengan objek berita. Peralpnya, informasi dasar yang dijadikan bahan infografis berasal dari berita yang ditulis dalam website CNBCIndonesia.com. Ilustrator memilih isu-isu yang sedang ramai dibicarakan dan menarik untuk dibuatkan grafisnya.

### 2. Intertekstualitas

Pemilihan kata dalam judul infografis dipengaruhi oleh judul utama yang terdapat dalam website



## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

www.cnbcindonesia.com. Dimana ada kesamaan pemilihan kata, yang terdapat pada judul infografis. Selain untuk mempertahankan konsistensi, kesamaan pilihan kata tersebut untuk menunjukkan penonjolan utama editorial redaksi terhadap suatu isu. Selain itu, pemilihan judul juga dilakukan dengan memilih diksi yang menarik.

*“Infografis di CNBC Indonesia mengutamakan data. Belum tentu berita bagus, tapi gak didukung sama data, itu belum bisa dibuat infografis. Biasanya sumber data kami bisa dari berita di CNBC Indonesia dan website resmi institusi. Tugas infografer menyederhanakan data-data yang rumit, jadi lebih mudah dipahami. Di sini kita harus pikirkan konsepnya. Termasuk sosok presiden Joko Widodo, kami juga gambarkan secara lebih netral. Dalam satu hari, CNBC Indonesia bisa produksi minimal 3 infografis dari 3 infografer yang ada.”* (Arie Pratama, Infografer CNBC Indonesia)

Proses produksi dan pemilihan judul dipengaruhi oleh editor berita website. Ada bentuk upaya-upaya konvergensi media yang dilakukan

oleh CNBC Indonesia. Sehingga produksi berita dapat linear terhadap isu yang sedang digarap. Selain itu, kesamaan judul juga dilakukan untuk menghindari adanya kesalahan persepsi berita.

Dalam konteks isu pemberitaan yang berkembang dalam infografis, disebutkan bahwa pemerintah tengah menghadapi kondisi yang berat dalam menghadapi pandemi Covid-19. Sehingga berbagai kebijakan-kebijakan luar biasa pun dijalani. Hal ini pun turut menuntut kerja ekstra bagi presiden dan jajarannya. Bila kerja yang dilakukan tidak sesuai dengan harapan, presiden pun akhirnya mengkritik para menteri. Hal ini tersaji dalam judul infografis *Tak Cuma Sekali, Tapi Berkali-Kali Jokowi Jengkel Ke Menteri* dan *Jokowi Murka Ke Para Menteri*.

Pada infografis *Tak Cuma Sekali, Tapi Berkali-Kali Jokowi*

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

*Jengkel Ke Menteri* juga disebutkan alasan-alasan mengapa Joko Widodo meluapkan amarahnya. Diantaranya seperti tersaji pada poin keterangan: permintaan pada menteri untuk lebih peka terhadap kondisi ekonomi karena diterpa Covid-19. Amarah Joko Widodo juga timbul setelah dia menerima laporan adanya sejumlah industri yang mengeluh karena kekurangan bahan baku, mulai dari komoditas gula dan garam. Permasalahan lain yang membuat Joko Widodo kecewa antara lain persoalan defisit transaksi berjalan dan defisit neraca dagang yang tidak pernah usai. Selain itu juga masalah program tol laut yang melenceng dari tujuan awal.

Di penghujung bulan Juni 2020, Joko Widodo juga kembali marah. CNBC Indonesia kembali merilis infografis yang menunjukkan raut wajah kemarahan Joko Widodo. Kali

ini marahnya presiden lantaran para menteri yang masih kerja biasa-biasa saja. Padahal kondisi ekonomi dan kesehatan akibat pandemi Covid-19 sudah cukup memprihatinkan. Kutipan-kutipan marah yang ditunjukkan Joko Widodo ditampilkan dalam grafis. Pesan yang tersirat sangat jelas, untuk menunjukkan kemarahan presiden atas kinerja para menterinya. Bahkan kali ini, Joko Widodo sampai mengeluarkan ancaman *reshuffle*.

Kemarahan Joko Widodo juga turut diperkuat oleh gambaran kondisi ekonomi dan kesehatan warga Indonesia. Hal ini tersaji dalam infografis seperti Rupiah Tembus Di Atas 16.000, Gegara Covid-19, dan Bahan Pangan Indonesia Alami Defisit. Untuk menjawab kondisi tersebut, Joko Widodo juga mengambil langkah-langkah strategis. Diantaranya tersaji dalam infografis

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

berjudul Ini 6 Paket Bantuan Jokowi, Jokowi Ogah Impor Vaksin, Lima Arahan Jokowi Adaptasi “New Normal”, dan Arahan Presiden RI Mengenai Percepatan Penanganan Dampak Pandemi Covid-19.

### 3. Discourse Practice

Infografis diproduksi oleh media CNBC Indonesia. Dimana saat ini, CNBC Indonesia memiliki jumlah *follower* instagram 340 ribu dan *follower* di YouTube mencapai 933 ribu. Sementara dalam situs pengukur rating, Alexa, menempatkan CNBC Indonesia pada urutan ke-29 (per 17 Juli 2020). Pembaca maupun pemirsa CNBC Indonesia menjadi modal dasar untuk mengembangkan kualitas konten berita.

CNBC Indonesia berfokus pada produksi konten-konten ekonomi. Hal ini juga turut tersaji dalam konten berita dalam infografis. Dimana isu-isu ekonomi, yang juga terkait dengan

isu lain menjadi saling bersinggungan. Produksi konten infografis dalam sehari kurang lebih sebanyak 4 infografis.

Dalam beberapa konten infografis, respons publik cenderung beragam. Mulai yang positif hingga yang bernada negatif. Memang pemerintah memiliki keterbatasan untuk menyenangkan banyak pihak. Sehingga muncul pula beberapa kritik terhadap kebijakannya. Misalnya yang terdapat dalam infografis berjudul *Lima Arahan Jokowi Adaptasi “New Normal”*. Dalam artikel tersebut, melalui komentar di instagram, publik justru menilai pemerintah tidak mampu mengatasi pandemi lewat penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Sehingga pemerintah mengambil jalan “new normal”. Kritikan yang sama juga tertuang dalam infografis berjudul *Lima Arahan Jokowi*

# KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

*Adaptasi "New Normal".*

## 4. Sociocultural Practice

Analisis *sociocultural practice* didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media mempengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media. Pada beberapa infografis, sosok Presiden Joko Widodo menjadi sentral dalam pemberitaan. Jabatan dan status yang diemban oleh Joko Widodo membuatnya menjadi orang nomor satu di Indonesia. Tak heran, setiap pernyataan maupun sikap Joko Widodo menjadi menarik untuk dicermati.

Hal ini juga tak terlepas dari budaya dan sistem sosial, bahwa pemimpin memiliki pengaruh untuk mengambil keputusan. Pemimpin sekaligus menjadi tokoh sentral yang mewakili populasi masyarakat. Sehingga tindakan presiden akan menentukan arah populasi masyarakat

yang diwakilinya. Dalam sikapnya menghadapi pandemic Covid-19, Joko Widodo mengambil kebijakan-kebijakan yang sifatnya luar biasa (*extraordinary*). Hal inilah yang akhirnya dicermati oleh media.

## KESIMPULAN

Berdasarkan kajian teoretis, penelusuran sumber data dan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan teks berita memiliki konstruksi wacana terhadap suatu isu. Pemilihan kata maupun visualisasi data, memberikan pemaknaan dan wacana yang beragam. Salah satunya citra kepemimpinan Joko Widodo selama menghadapi pandemi Covid-19.

Sosok Joko Widodo menjadi tokoh sentral sebagai sumber pemberitaan media. Diantaranya melalui konten infografis CNBC Indonesia. Produksi pesan infografis, terintegrasi langsung dengan

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

pemberitaan di website pandemi Covid-19. Langkah dan CNBCIndonesia.com. Hal ini menjadi langkah penyesuaian terhadap isu utama yang menjadi perhatian editorial.

Sebagai Presiden, Joko Widodo digambarkan memiliki sikap tegas dan berani mengambil tindakan. Terutama dalam mendorong kinerja para menteri. Joko Widodo juga digambarkan memiliki citra dermawan, dari infografis berjudul “Ini 6 Paket Bantuan Jokowi”. Meski pada kenyataannya, bantuan tersebut bersumber dari negara kepada rakyat. Joko Widodo hanya menjalankan amanah sebagai kepala negara.

Sebagaimana tersaji dalam teori analisis wacana kritis Norman Fairclough, citra kepemimpinan Joko Widodo dalam infografis digambarkan sebagai pemimpin negara yang mengambil tindakan penting sepanjang menghadapi

pandemi Covid-19. Langkah dan sikap Joko Widodo digambarkan melalui pemilihan kata dan visualisasi gambar. Sehingga memperkuat pemaknaan pesan yang ingin disampaikan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Annas, Akhirul dan Rana Akbari Fitriawan. 2018. Media dan Kekerasan: Analisis Norman Fairclough Terhadap Pemberitaan Tarung Gladiator. *Jurnal Sospol* 4(1): 37-54.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. D. 1995. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future 6th edition*. Belmont: Wadsworth Pub. Co.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya (2nd ed.)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- CNBC Indonesia. 2020. Corona Bisa Bikin Resesi, Bursa Saham & Minyak Dunia Crash. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200312114605-17-144310/corona-bisa-bikin-resesi-bursa-saham-minyak-dunia-crash> diakses pada Minggu, 12 Juli 2020 pukul 21.07 WIB.

## KONSTRUKSI WACANA CITRA KEPEMIMPINAN JOKO WIDODO DALAM PENANGANAN COVID-19 PADA INFOGRAFIS CNBC INDONESIA

- CNBC Indonesia. 2020. Sindiran Jokowi: Situasi Extraordinary, Prosedur Kok Berbelit. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200519095705-4-159443/sindiran-jokowi-situasi-extraordinary-prosedur-kok-berbelit> diakses pada Minggu, 12 Juli 2020 pukul 12.20 WIB.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dur, B. I. U. 2014. Data visualization and infographics in visual communication design education at the age of information. *Journal of Arts and Humanities*, 3(5), 39–50.
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS Group.
- Gasa, Frederik Masri. 2019. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Pernyataan Kontroversial Viktor Laiskodat. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 20(1), 8-14.
- Haan, Yael de, dkk. 2017. When Does an Infographic Say More Than a Thousand Words? *Journalism Studies*. Hal. 1-20.
- Halik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: Alauddin University Press.
- Kurniasih, Nuning. 2016. Infografis. *Prosiding Makalah Seminar Nasional: Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global*, Hal 456-465.
- Krum, R. 2013. *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*. Indiana: John Wiley & Sons, Inc.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Saptodewo, Febrianto. 2014. Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain* 1(3), 163-218.
- Wicandra, Obed Bima. (2006). Peran Infografis Pada Media Massa Cetak. *Jurnal Nirmana* 8(1), 44-50.
- Yu, Xinyi dan Lei Shi. 2018. A Comparative Research on Cognitive Effect of Infographic and Animation Presentation in News. *International Joint Conference on Information, Media and Engineering (ICIME)*. Wuhan. P. 73-76.