

## Abstract

The 2020 Surakarta City Regional Head Election was in the spotlight of the news by Solopos and Radar Solo. The attraction of the 2020 Surakarta City Election is the presence of a candidate from the individual path of Bagyo Wahyono-FX Suparjo who is a competitor to the Gibran Rakabuming Raka-Teguh Prakosa pair who was promoted to become a political party. With the difference in political caste between the two candidates, this study aims to dissect the practice of messages presented by two local media in Solo towards candidates from the individual path.

This study uses Norman Fairclough's critical analysis method with critical approaches and paradigms using Vincent Mosco's political economy media theory. The results of the study concluded that in terms of choices and sentences presented to the audience, Radar Solo tended to favor Gibran Rakabuming Raka. Meanwhile, Solopos chose a more neutral stance.

As for the practice of compiling messages presented by Solopos and Radar Solo, it does not provide a balanced space for the Bagyo Wahyono-FX Suparjo couple. This imbalance is influenced by various factors, such as the lack of optimal use of the Bagyo Wahyono-FX Suparjo pair of media as a means of campaigning and the lack of an individual campaign agenda. Another unattractive finding is that there is a design and a greater political interest behind one's appearance which makes the dynamics of the Surakarta City Pilkada run in vain.

*Keywords: Media Political Economy, Political News Discourse and Pilkada*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## Abstrak

Ajang Pemilihan Kepala Daerah Kota Surakarta 2020 menjadi sorotan pemberitaan oleh Solopos dan Radar Solo. Daya tarik dari Pilkada Kota Surakarta 2020 adalah hadirnya kandidat dari jalur perseorangan Bagyo Wahyono-FX Suparjo yang menjadi pesaing pasangan Gibran Rakabuming Raka-Teguh Prakosa yang diusung koalisi partai politik. Dengan perbedaan kasta politik antara dua kandidat, penelitian ini bertujuan membedah praktik pesan yang disajikan oleh dua media lokal di Solo terhadap kandidat dari jalur perseorangan itu.

Penelitian ini memakai metode analisis wacana kritis Norman Fairclough dengan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis menggunakan teori ekonomi politik media Vincent Mosco. Hasil penelitian menyimpulkan dari sisi pemilihan judul dan kalimat yang disajikan kepada khalayak, Radar Solo cenderung mengunggulkan Gibran Rakabuming Raka. Sementara itu, Solopos memilih sikap yang lebih netral.

Adapun dalam praktik penyusunan pesan yang disajikan Solopos dan Radar Solo, tidak memberi ruang berimbang kepada pasangan Bagyo Wahyono-FX Suparjo. Ketidakberimbangan itu dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kurang optimalnya pasangan Bagyo Wahyono-FX Suparjo memakai media massa sebagai sarana kampanye dan minimnya agenda kampanye yang digelar pasangan dari jalur perseorangan itu. Temuan lain yang tidak kalah menarik yakni adanya desain dan kepentingan politik yang lebih besar di balik kemunculan kandidat perseorangan yang membuat dinamika Pilkada Kota Surakarta berjalan semu.

*Kata kunci: Ekonomi Politik Media, Wacana Pemberitaan Politik dan Pilkada*