

INTISARI

Permasalahan suksesi di Yogyakarta menjadi menarik karena Raja yang berkuasa di Keraton Yogyakarta sekaligus adalah Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Perbincangan dan perdebatan terkait suksesi kepemimpinan di Yogyakarta mulai menarik perhatian media dan publik ketika Sultan Hamengku Buwono X menyampaikan Sabdatama, yang kemudian disusul dengan Sabda Raja atau Dhawuh Raja pertama dan kedua. Hal ini memicu munculnya pihak yang pro dan kontra dengan kebijakan Sultan dan menjurus pada terjadinya konflik. Wacana tentang konflik internal terkait pergantian tampuk kepemimpinan di Yogyakarta semakin meluas dan mendapatkan perhatian media dan masyarakat. Media memproduksi teks dan wacana suksesi kepemimpinan Yogyakarta, termasuk harian *Kompas*, *Republika*, dan *Kedaulatan Rakyat* yang dipilih sebagai objek dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough, dan bertujuan untuk mengungkap bagaimana surat kabar harian *Kompas*, *Republika*, dan *Kedaulatan Rakyat* memproduksi teks dan wacana terkait isu suksesi kepemimpinan di Yogyakarta dari perspektif bahasa dan kekuasaan. Peneliti juga berusaha membongkar bagaimana hubungan antara kepentingan ekonomi dan ideologi ketiga media, dengan aspek kebahasaan yang dihasilkan, serta bagaimana situasi sosial, politik, dan budaya yang menjadi latar belakang produksi teks dan wacana media.

Peneliti menemukan bahwa masing-masing media memproduksi wacana terkait suksesi kepemimpinan di Yogyakarta sesuai dengan kepentingan ideologi dan ekonominya. Wacana utama yang diproduksi Harian *Kompas* adalah wacana pemimpin perempuan, sedangkan wacana perubahan gelar Sultan menjadi wacana utama dari Harian *Republika*, dan Harian *Kedaulatan Rakyat* memproduksi wacana konflik internal keraton Yogyakarta sebagai wacana dominan. Penulis menemukan hegemoni media dalam produksi wacana suksesi kepemimpinan di Yogyakarta. Ketiga media menggunakan bahasa dan wacana untuk membangun relasi kuasa dengan aktor-aktor sosial dan kelompok masyarakat yang terlibat dalam masalah suksesi kepemimpinan Yogyakarta. Hegemoni dan pertarungan wacana media atas isu suksesi kepemimpinan Yogyakarta terjadi akibat proses produksi teks dan wacana yang tak dapat dilepaskan dari kepentingan ekonomi, ideologi, dan idealisme masing-masing media.

Kata Kunci: *wacana, media massa, suksesi kepemimpinan, keraton Yogyakarta, analisis wacana kritis Fairclough*

ABSTRACT

The problem of succession in Yogyakarta becomes interesting because the King who is in power in the Yogyakarta Palace is also the Governor of the Special Region of Yogyakarta. Discussions and debates regarding the succession of leadership in Yogyakarta began to attract media and public attention when Sultan Hamengku Buwono X delivered the Sabdatama, which was then followed by the first and second Sabda Raja or Dhawuh Raja. Discourse about internal conflict related to the change of leadership in Yogyakarta is getting wider and getting media and public attention. The media produce texts and discourses on the succession of the leadership of Yogyakarta, including the newspapers *Kompas*, *Republika*, and *Kedaualatan Rakyat* which were selected as objects in this research.

This study uses a qualitative research method with a critical discourse analysis approach to the Norman Fairclough model and aims to reveal how the daily newspapers *Kompas*, *Republika*, and *Kedaualatan Rakyat* produce texts and discourses related to the issue of leadership succession in Yogyakarta from the perspective of language and power. The researcher also tries to uncover the relationship between the economic interests and ideology of the three media, with the resulting linguistic aspects, as well as how the social, political, and cultural situations are the background for the production of texts and media discourse.

The researcher finds that each media produces discourses related to leadership succession in Yogyakarta according to its ideological and economic interests. The main discourse produced by *Kompas* Daily was the discourse of women leaders, while the discourse on changing the title of Sultan became the main discourse of the *Republika* Daily, and the *Kedaualatan Rakyat* Daily produced the discourse on the internal conflict of the Yogyakarta palace as the dominant discourse. The three media use language and discourse to build power relations with social actors and community groups involved in the Yogyakarta leadership succession issue. The hegemony and struggle of media discourse over the issue of succession to the leadership of Yogyakarta occur as a result of the process of producing texts and discourses that cannot be separated from the economic, ideological, and idealistic interests of each media.

Keywords: *discourse, mass media, leadership succession, Yogyakarta Palace, critical discourse analysis Fairclough*