

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan Umum (Pemilu) dilihat dari sudut pandang Schumpeterian dalam Liando (2016), adalah suatu bidang yang menampung persaingan para pelaku politik dalam upaya mendapatkan kekuasaan. Keikutsertaan rakyat pada ranah politik untuk menetapkan pilihan, dan peliberalan hak-hak politik warga negara. Pada umumnya, pemilu diimplementasikan dengan menentukan pilihan calon pemimpin atau suatu partai yang mempunyai program maupun visi misi yang diyakini selaras dengan keperluan dan harapan warga negara (Fahrudin & Billah, 2023). Pemilu 2024 dilakukan dengan tahapan yang selaras dengan UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, yaitu tahapan Pemilu dimulai 20 bulan sebelum hari pemungutan suara. Pelaksanaan pemungutan suara pada pemilu presiden dilaksanakan pada 14 Februari 2024 (KPU, 2024).

Sebelumnya, berdasarkan hasil Sidang Pleno Terbuka yang diadakan Komisi Pemilihan Umum pada 14 November 2023, telah ditetapkan nomor urut pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden dalam Pemilihan Umum Tahun 2024. Pada nomor urut 01, Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden terdiri dari H. Anies Rasyid Baswedan, Ph.D. dan Dr. (H.C.) H. A. Muhaimin Iskandar. Selanjutnya H. Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka menjadi Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden yang mendapatkan nomor urut 02. Terakhir, yaitu Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil

Presiden berikutnya dengan 03 sebagai nomor urutnya adalah H. Ganjar Pranowo, S.H., M.I.P. dan Prof. Dr. Moh. Mahfud MD (KPU, 2023).

Penyelenggaraan pemilihan langsung menghadirkan persoalan di mana rakyat sebagai konstituen memiliki otoritas untuk menentukan pilihan mereka. Dalam konteks ini, penyampaian rancangan berbentuk visi dan misi calon presiden dan wakil presiden sebelum pemilihan menjadi suatu kewajiban (Silalahi, 2020). Akibatnya, menjelang periode kampanye pemilu 2024, calon presiden dan calon wakil presiden memenuhi ruang publik dengan beragam janji politik yang disampaikan melalui visi dan misi mereka. Visi dan misi yang diusung oleh pasangan calon presiden nomor urut 01, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, mengusung tema perubahan (Reliubun & Amirullah, 2023).

Selanjutnya, pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, menyajikan dokumen yang berjudul "Visi dan 8 Misi Asta Cita Prabowo-Gibran". Visi bertajuk "Bersama Indonesia Maju, Menuju Indonesia Emas 2045" dan 8 Misi Asta Cita (Alfarizi & Silaban, 2023). Selanjutnya, pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 03, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, merilis dokumen visi dan misi untuk kontestasi Pemilihan Presiden 2024. Dokumen tersebut berjudul "Menuju Indonesia (Dwi & Widyastuti, 2023).

Di tengah atmosfer demokrasi yang berkobar, peran media massa dan opini publik menjadi elemen kunci yang tidak bisa diabaikan, mengingat peran strategisnya dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap calon pemimpin negara. Selama beberapa bulan terakhir, kampanye calon legislatif dan presiden telah menjadi sorotan utama dalam media perpolitikan Indonesia, baik melalui

platform online maupun konvensional. Saat ini, topik yang mendominasi percakapan dan perdebatan masyarakat adalah calon presiden dan wakil presiden yang akan berlaga dalam pemilu presiden 2024. Pasangan calon seperti (1) Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar, (2) Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming, dan (3) Ganjar Pranowo – Mahfud MD, terus berusaha membangun citra positif mereka melalui partisipasi aktif dalam berbagai acara (Mukhroman dkk., 2024).

Melalui konteks pemberitaan seperti pada berita pemilu presiden di berbagai media, sangat jelas bagi pembaca bahwa berita buruk dapat dikemas dengan bahasa yang apik sehingga terlihat abu-abu dan menarik, begitupun sebaliknya. Singkatnya, konteks berita adalah sumber penting. Pengerjaan media pada dasarnya berfungsi untuk mengkonstruksikan kenyataan. Konten media merupakan hasil konstruksi para pekerja media terhadap berbagai realitas yang mereka pilih, termasuk di dalamnya realitas politik. Mengingat bahwa pekerjaan media massa berfokus pada penyampaian fenomena atau kejadian, hingga semua media dianggap berisi realitas yang sudah dikonstruksi (*constructed reality*). Penggarapan berita di media sejatinya merupakan proses penyusunan berbagai realitas untuk membentuk sebuah “cerita”. Isi media menjadikan bahasa sebagai alat utama yang merupakan produk konstruksi realitas. Fungsi bahasa tidak sekadar menjadi cara untuk menunjukkan apa yang sebenarnya terjadi, tetapi juga berperan dalam menentukan bagaimana realitas tersebut akan disajikan dan diinterpretasikan. Dengan demikian, media massa mempunyai kekuatan yang signifikan dalam memengaruhi maksud penulis dan pandangan berasal dari kenyataan yang dikonstruksi (Sobur, 2001).

Menurut Trianton dalam Utama dkk., (2021), berita merupakan laporan terkait fakta atau opini yang mengandung perhatian dan relevansi penting bagi khalayak umum, disampaikan pada waktu yang sesuai. Dengan demikian, tidak semua informasi yang bersifat faktual dapat dianggap sebagai berita. Sebab, berita harus mengandung unsur penting dan didasarkan pada fakta atau realitas kejadian di masyarakat, serta harus memiliki penempatan yang spesifik agar dapat memenuhi kriteria sebagai berita yang valid. Lebih lanjut lagi, Apriliani dalam Farrell dkk., (2021) menjelaskan hasil laporan penelitian “Global Digital Reports 2020”, HootSuite dan agensi pemasaran sosial *We Are Social* menemukan jika nyaris 64% orang Indonesia sudah memiliki akses internet. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia naik sekitar 17% atau sekitar 25 juta pengguna dibandingkan tahun 2019. Saat penelitian dilakukan, dari 272,1 juta penduduk Indonesia, 175,4 juta di antaranya menggunakan internet. Perkembangan internet yang pesat dari tahun ke tahun telah mengantar kita ke era New Media.

Tempo Media Group mempunyai perspektif yang berbeda untuk menghadapi perkembangan teknologi dan internet. Sikap Tempo dalam menyikapi dinamika masyarakat modern merupakan topik yang menarik untuk diteliti, sebagai cerminan eksistensi media ini di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang (Maulina, 2019).

Sementara itu, media yang juga menarik untuk diteliti adalah Narasi. Narasi adalah ruang bersama untuk bertukar ide dan beradu gagasan. Berkiblat pada idealisme serta nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran, serta mendorong setiap anak bangsa agar sukarela menggagas peran. Sebab setiap zaman menorehkan

ceritanya sendiri. Narasi.tv terbentuk dengan tujuan menghadirkan konten berkualitas yang relevan dengan kebutuhan audiens muda Indonesia. Keunikan Narasi.tv terletak pada komitmennya terhadap inovasi, seperti memperkaya format konten dengan artikel, ilustrasi, dan liputan mendalam. Pendekatan ini mendapat pengakuan melalui pendanaan inovasi dari Google News Initiative, yang digunakan untuk mendorong lahirnya lebih banyak konten berkualitas di Indonesia.

Fokus Narasi.tv adalah pada relevansi konten dengan kebutuhan audiens digital muda, model bisnis yang sejalan dengan visi, serta idealisme jurnalistiknya, membuat media ini menjadi salah satu platform alternatif yang mampu mengamplifikasi isu-isu penting melalui pendekatan yang lebih menarik dan berdampak luas. Di sisi lain, peran media dalam membentuk persepsi publik dianggap sangat penting. Namun, apabila pemberitaan terus mengikuti rating, lama-kelamaan isu-isu yang populer lebih diutamakan daripada isu-isu yang penting. Akibatnya, berita yang disampaikan cenderung penuh dengan konflik dan sensasi, sehingga daya berpikir kritis dan kreatif masyarakat Indonesia tidak dapat terbangun secara optimal (Media, 2020).

Agar mudah memahami perbedaan kekhasan suatu situs berita, pembaca bisa memperhatikan teks berita yang tertera. Teks berita harus disampaikan secara faktual dan berisi informasi. Dalam penulisan berita, penulis harus bersikap profesional, yang berarti menghindari keberpihakan terhadap peristiwa yang dilaporkan. Hal ini terkait erat dengan filosofi yang dipegang oleh pembuat berita pada saat itu. Dengan demikian, jika tidak bisa memberikan respons tajam pada suatu kejadian secara langsung, penulis perlu menggunakan lambang atau tanda

untuk melakukannya, dan pembaca harus paham dalam menguraikan isi berita (Hidayah dkk., 2022).

Oleh karena itu, untuk mengerti tentang diskusi berita yang berkembang di masyarakat, diperlukan pikiran yang tajam. Dengan demikian, pembaca dapat menemukan ideologi yang tersembunyi di balik kritik yang disampaikan saat itu. Terkadang di antara dua situs berita dengan berita yang sama ditemukan kesan yang berbeda jika dibandingkan. Hal ini akan membuat pembaca ragu terhadap isi berita tersebut. Apakah informasi yang diberitakan akurat. Namun dengan menganalisis wacana tersebut, pembaca akan mengetahui motif yang implisit pada teks berita tersebut. Teknik membaca yang lebih mendalam dan kritis disebut sebagai Analisis Wacana Kritis (Mukhlis dkk., 2020).

Analisis wacana kritis adalah salah satu ilmu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang maksud dan ideologi dari suatu wacana. Tujuan daripada ilmu ini, yaitu untuk mengeksplorasi faktor-faktor historis serta pengaruh kekuatan sosial, budaya, ekonomi, dan situasi politik yang memengaruhi pembentukan suatu wacana (Hidayah dkk., 2022). Adanya produksi wacana berkaitan erat dengan latar belakang si penulis (Mukhlis dkk., 2020). Wacana yang dituangkan dalam beberapa situs berita terkadang mengalami ketimpangan. Serupa dengan pernyataan tersebut, Bungin dalam Hasan dan Iskandar (2023) menjelaskan jika pihak redaksi memiliki otoritas untuk mengambil langkah dalam merespons suatu permasalahan dan mengangkatnya menjadi isu yang signifikan saat diterima oleh publik. Pada pokoknya, apa yang disajikan media massa lewat laporan berita merupakan suatu proses konstruksi yang meliputi pemilihan isu dan usaha untuk menciptakan gambaran dalam bingkai-bingkai tertentu, dengan

maksud untuk mempengaruhi cara pandang publik terhadap isu tersebut (Hasan & Iskandar, 2023).

Pemberitaan mengenai visi-misi capres-cawapres pemilu 2024 yang disajikan oleh Tempo.co dan Narasi.tv menarik untuk dianalisis karena kedua media tersebut memiliki cara penyajian informasi yang berpotensi berbeda, baik dalam pemilihan topik, kerangka pemberitaan, maupun gaya bahasa yang digunakan. Sebagai media yang memiliki karakteristik dan audiens masing-masing, wacana yang disampaikan oleh Tempo.co dan Narasi.tv sangat dipengaruhi oleh perspektif, pandangan, dan agenda media itu sendiri. Hal ini memungkinkan pemberitaan yang terlihat netral di permukaan sebenarnya mengandung pengaruh tertentu yang membentuk opini pembaca. Dalam konteks pemberitaan visi-misi capres-cawapres, perbedaan bingkai yang digunakan kedua media dapat dilihat dari pilihan topik yang diangkat, cara membingkai pasangan calon nomor urut 01, 02, dan 03, serta bagaimana narasi yang dibangun terkait visi-misi tersebut disampaikan kepada publik. Untuk memahami dinamika tersebut secara mendalam, analisis wacana kritis model van Dijk menjadi pendekatan yang relevan karena mampu membongkar bagaimana teks berita memengaruhi cara realitas politik dikonstruksi oleh kedua media.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, analisis wacana kritis model van Dijk memiliki tiga dimensi analisis, yakni teks, kognisi sosial, dan analisis/konteks sosial. Dalam buku Eriyanto (2001), van Dijk menjelaskan bahwa; 1) dimensi teks, yaitu menganalisis bagaimana strategi wacana yang digunakan untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu. Bagaimana strategi tekstual yang dipakai untuk memarjinalkan suatu kelompok, gagasan atau

peristiwa tertentu. Dalam dimensi teks, van Dijk membaginya ke dalam tiga tingkatan, yaitu struktur makro (makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks), superstruktur (kerangka suatu teks: bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan), dan struktur mikro (makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat, dan gaya yang dipakai oleh suatu teks). 2) dimensi kognisi sosial, yaitu menganalisis bagaimana kognisi penulis dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu yang akan ditulis. 3) dimensi konteks sosial, yaitu menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat, proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa digambarkan.

Van Dijk dalam Eriyanto (2001), menjelaskan terkait pembaca tidak hanya mengetahui apa yang diliput oleh media, tetapi juga bagaimana media mengungkapkan peristiwa ke dalam pilihan bahasa tertentu dan bagaimana itu diungkapkan lewat retorika tertentu. Pemakaian kata, kalimat, proposisi, dan retorika tertentu oleh Tempo.co dan Narasi.tv dalam memberitakan visi-misi capres-cawapres pemilu 2024 dapat dipahami sebagai bagian dari strategi wartawan. Pemakaian kata-kata, kalimat, dan gaya tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, tetapi dipandang sebagai politik berkomunikasi-suatu cara untuk memengaruhi pendapat umum, menciptakan dukungan, memperkuat legitimasi, dan menyingkirkan lawan atau penentang. Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seseorang menyampaikan pesan. Kata-kata

tertentu mungkin dipilih untuk mempertegas pilihan dan sikap, membantu kesadaran politik, dan sebagainya.

Pada penelitian ini yang dibahas fokus pada dimensi teks. Hal ini karena objek yang diteliti adalah teks berita. Dimensi teks berhubungan karena secara langsung menelaah struktur bahasa yang digunakan dalam berita, seperti pilihan kata (leksikon), sintaksis (susunan kalimat), semantik (makna), hingga pada elemen retorika yang membangun narasi. Elemen dimensi teks van Dijk tidak hanya mengupas isi berita, tetapi juga bagaimana struktur bahasa mencerminkan dan membentuk cara pandang terhadap realitas. Dengan analisis pada tingkat struktur makro (tema/topik berita), superstruktur (kerangka teks), dan struktur mikro (semantik, sintaksis, stilistik/leksikon, retoris), penelitian ini diharapkan mampu membuka pemahaman terkait pandangan situs berita dalam memberitakan suatu hal.

Setelah melakukan peninjauan secara mendalam, terdapat beberapa penelitian serupa yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Laporan penelitian tersebut dijadikan sebagai salah satu referensi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Beberapa penelitian serupa tersebut berjudul “Analisis Wacana Kritis Dimensi Teks Model Teun A. Van Dijk pada Teks Berita Siswa Kelas VIII SMPN 28 Kota Tangerang” tahun 2021 oleh Rismala Muffidah, Nori Anggraini, dan Ira Anisa Purawinangun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur mikro sintaksis dan struktur stilistik dalam dimensi teks model Teun A. van Dijk pada teks berita siswa kelas VIII SMPN 28 Kota Tangerang. Penelitian ini tidak menggunakan media atau situs berita sebagai

sumber penelitian, melainkan teks berita yang ditulis oleh siswa dalam memenuhi tugas pembelajaran bahasa Indonesia tingkat SMP.

Penelitian relevan berikutnya berjudul “Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk pada Surat Kabar Online dengan Tajuk Kilas Balik Pembelajaran Jarak Jauh Akibat Pandemi Covid-19” tahun 2020 oleh Muhammad Mukhlis, Akbar Al Masjid, Heny Kusuma Widyaningrum, Kokom Komariah, dan Sumarlam. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dimensi teks model Teun A. van Dijk pada wacana teks berita online pada Surat Kabar Kompas.com dengan tajuk “Kilas Balik Pembelajaran Jarak Jauh akibat Covid-19” tanggal 3 September 2020. Kompas.com merupakan media yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Data penelitian ini adalah tuturan dan dialog pada media online Kompas.com.

Penelitian serupa terakhir, yaitu “Analisis Wacana Kritis model Teun Van Dijk pada Pemberitaan Kasus Pencabulan Santri oleh Anak Kiai Jombang dalam Media Online” tahun 2022 oleh Fendi Setiawan, Ady Dwi Achmad Prasetya, dan Rian Surya Putra. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial pada portal Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com terkait kasus pencabulan santri oleh anak Kiai Jombang Jawa Timur. Sumber data penelitian berasal dari tiga media yang berbeda, yakni Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com.

Dari beberapa penelitian serupa terdahulu, dapat dilihat perbedaan yang menonjol, yaitu seperti pada pemilihan media yang berbeda. Penelitian ini menggunakan situs berita Tempo.co dan Narasi.tv sebagai objek penelitian, sementara penelitian serupa lainnya menggunakan media Tribunnews.com,

Detik.com, dan Kompas.com. Adapun topik mengenai pemberitaan Visi-Misi Capres-Cawapres Pemilu 2024 belum pernah diteliti menggunakan teori ini sebelumnya, terutama pada dimensi teks, yang terdiri atas struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Latar belakang masalah ini menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Dimensi Teks Model Teun A. van Dijk pada Pemberitaan Visi-Misi Capres-Cawapres Pemilu 2024 dalam Situs Berita Tempo.co dan Narasi.tv”.

1.2 Batasan Masalah

Masalah penelitian analisis dimensi teks model Teun A. van Dijk terhadap pemberitaan mengenai visi-misi capres-cawapres pemilu 2024 pada situs berita Tempo.co dibatasi melalui pemberitaan pertanggal 24 Oktober 2023 – 4 Februari 2024 dan pada situs berita Narasi.tv pertanggal 23 Oktober 2023 — 4 Februari 2024.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu bagaimana situs berita Tempo.co dan Narasi.tv memberitakan visi-misi capres-cawapres pemilu 2024 dengan menggunakan model analisis dimensi teks Teun A. van Dijk?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pemberitaan mengenai struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro pada pemberitaan visi-misi capres-cawapres pemilu 2024 dalam situs berita Tempo.co dan Narasi.tv.

1.5 Manfaat Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat manfaat dalam penelitian ini yang diformulasikan ke dalam dua hal, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat pada keterbaruan, acuan, dan pengetahuan pada ilmu linguistik terutama pada bidang Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam memberi manfaat dan referensi penelitian bagi mahasiswa Sastra Indonesia. Adapun di samping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pekerja media, akademisi, dan khalayak ramai.