

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media awalnya muncul sebagai sarana untuk menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada khalayak ramai. Seiring berjalannya waktu, muncul istilah media massa yang berfungsi untuk menyampaikan pesan dari komunikator menggunakan sarana atau alat komunikasi. Menurut Cangara dalam (Habibie, 2018), media massa merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak melalui alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Bersamaan dengan perkembangan zaman, media ialah salah satu bagian berarti yang tidak bisa dipisahkan dengan keadaan sosial warga. Alasannya, media merupakan suatu acuan ataupun tolak ukur berkembangnya suatu negara itu sendiri. Kedudukan media massa tergantung pada tujuan serta publik yang digarapnya. Sobur menjelaskan bahwa sebagai sesuatu perlengkapan untuk mengantarkan kabar, evaluasi, ataupun cerminan universal tentang banyak perihal, media memiliki fungsi selaku institusi yang bisa membentuk opini publik, antara lain sebab media pula bisa tumbuh jadi kelompok penekan atas sesuatu gagasan apalagi sesuatu kepentingan ataupun citra yang dia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris (Sobur, 2001).

Media massa atau pers memiliki fungsi kontrol sosial seperti di atur dalam Undang-Undang nomor 40 tahun 1999 pasal 3, yaitu untuk memberikan informasi, edukatif, menghibur, melaksanakan pengawasan sosial (*social control*) serta lembaga ekonomi. Artinya media massa seharusnya menjadi pengawas dan menyampaikan sebuah informasi yang berimbang dan aktual. Media juga merupakan lembaga ekonomi dan memiliki industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma penghubungan antara institusi dengan masyarakat serta institusi lainnya.

Di Indonesia sendiri fungsi pengawasan sosial (*social control*) masih sering bias terhadap norma institut media itu sendiri. Norma yang dibuat oleh institut media juga dipengaruhi dari kepemilikan media yang juga merupakan politikus. Contohnya, ketua partai Perindo, Hary Tanoesoedibjo yang juga pemilik media *online* Sindonews dan Okezone.com.

Kondisi pers pada masa Orde Baru (Orba) yang berlangsung pada tahun 1968-1998, media maupun pers tidak memiliki kebebasan dalam menyampaikan pemberitaan dan harus sesuai agenda pemerintah saat itu. Presiden Suharto yang berlatar militer memperlakukan pers secara represif di bawah Kementerian Penerangan. Orde baru memainkan kekuasaan politik hegemoninya terhadap pers dengan melakukan pembinaan-pembinaan kepada pelaku pers. Setidaknya ada dua arah pembinaan yang terjadi. Pertama, pemerintah melarang pers untuk memberitakan peristiwa atau isu tertentu dengan segala alasan yang menunjukkan kesalahan yang dilakukan pemerintah. Kedua, munculnya SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) yang mengikat media dan pers.

Ketika media melakukan pemberitaan yang menyimpang dari keinginan pemerintah, maka SIUPP dari media tersebut langsung dicabut. Contohnya adalah majalah Tempo, Detik, dan Editor pada tahun 1994 yang mengeluarkan laporan investigasi masalah penyelewengan para pejabat negara (Efendi, 2010). Pengawasan zaman orde baru sangat ketat kepada pers, karena mereka tidak ingin pemerintahan terganggu akibat pemberitaan media. Sebagai penerima pesan, masyarakat menjadi tidak ada pilihan selain menerima informasi yang selalu mendukung pemerintah. Hal itu juga menjadikan opini masyarakat bahwa tidak ada kesalahan yang terjadi pada pemerintahan.

Beranjak ke zaman reformasi kondisi media massa ataupun pers di Indonesia kini sudah lebih leluasa. Banyak media baru bermunculan dari cetak hingga elektronik dengan berbagai kemasan dan segmen. Masyarakat juga sebagai penerima pesan menjadi punya kebebasan dalam memilih media, tidak terkukuh pada satu pemberitaan. Saat ini media juga sering kali dijadikan tempat untuk menyampaikan pendapat baik saran maupun kritik terhadap perorangan ataupun sebuah instansi.

Seperti belum lama ini, Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dari Universitas Indonesia memberikan kritik kepada Presiden Jokowi di media sosial mereka. Pada 26 Juni 2021, BEM UI mengunggah sebuah konten kritik pada media sosial Instagram yang menyebutkan bahwa Jokowi adalah “*King of Lip Service*”. Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Indonesia memiliki alasan memberikan sebutan itu kepada Jokowi, sebab ucapan atau janji dari Jokowi tidak sesuai fakta yang ada saat ini.

Mahasiswa merupakan sebutan untuk orang yang sedang belajar di perguruan tinggi baik itu universitas, institut atau akademi yang memiliki fungsi *social control* baik dalam pemerintahan maupun masyarakat dengan memberikan kritik serta solusi permasalahan. Artinya mahasiswa masih dalam lingkup akademisi yang turut memberikan kritik pemerintah untuk terus membangun kinerja terbaik. Mahasiswa memiliki peran penting dalam pemerintahan di sejarah Indonesia. Seperti yang terjadi pada tahun 1998, Presiden Soeharto berhasil didesak oleh aliansi mahasiswa Indonesia untuk mundur dari kursi presiden saat itu.

BEM UI menyampaikan kritiknya melalui unggahan pada akun resmi Instagramnya yang mengatakan bahwa perkataan Jokowi berbeda dengan kenyataannya. BEM UI menjalankan fungsinya sebagai *social control* yang bertujuan untuk kabinet Jokowi memperbaiki kinerjanya sesuai kampanye pada awal masa pemilihan. Ada 4 konteks yang menjadi perhatian BEM UI, (1) Soal mahasiswa yang melakukan demo tetapi ditangkap, (2) Soal revisi UU ITE yang dianggap justru melarang kebebasan berpendapat, (3) Soal dugaan memperlemah KPK, (4) Soal UU cipta kerja yang kontroversial. Pada *caption* unggahan tertulis BEM UI menginginkan Jokowi agar berhenti mengatakan janji manis di depan media

Hal yang menjadikan unggahan tersebut viral dan dimuat banyak oleh media massa dan media *online* adalah sebutan “*The King of Lip Service*” kepada Jokowi. Sebutan tersebut menjelaskan bahwa Jokowi hanya memberikan janji di bibir saja tetapi perlakuannya berbeda. Pada gambar awalan postingan tersebut juga terlihat Jokowi menggunakan mahkota dengan gambar latar bibir yang tak sedikit memantik para politikus untuk ikut serta memberi komentar perihal kritikan dari BEM UI.

Buntut dari kritik yang dilemparkan kepada Jokowi, BEM UI dipanggil oleh Rektorat UI. Dilansir dari detik.com pada berita “BEM Dipanggil Buntut 'Jokowi The King of Lip Service', UI: Proses Pembinaan” (27/6/21), Rektorat UI melakukan pemanggilan BEM UI pada Minggu sore (27/6/21), karena Rektorat UI telah menilai hal ini sudah menjadi urgensi dan bagian dari proses pembinaan. Rektorat UI sangat menghargai kritik BEM UI, tetapi sebaiknya kritik disampaikan sesuai dengan koridor hukum yang berlaku. Kritik menggunakan *meme* dianggap cara yang tidak benar dan melanggar aturan.

BEM UI mengunggah kritikan tersebut pada Instagram yang termasuk dalam media *online* yang artinya informasi tersebut lebih mudah dan cepat untuk didapatkan dengan genggam layar gadget. Media *online* merupakan media gabungan antara media cetak yang tulis lewat media fasilitas elektronik. Media *online* mempunyai ciri kabar yang berbentuk *breaking news* ialah kabar pendek yang ditulis nyaris berbarengan dengan kejadian yang sedang berlangsung (*real time*).

Banyak media massa dan media online yang menuliskan pemberitaan atas pro dan kontra terhadap kritik BEM UI terhadap Jokowi, setelah unggahan tersebut tersebar di media sosial. Hingga 20 Oktober 2021, unggahan tersebut mendapat 395.831 suka dan 35.179 komentar. Masyarakat menilai BEM UI sebagai mahasiswa telah baik dalam melakukan kritik kepada Jokowi. Ada juga masyarakat yang menyayangkan sebab cara yang dilakukan oleh BEM UI dinilai tidak baik karena dinilai menjatuhkan Jokowi dengan menambahkan latar bibir dan mahkota. Kolom komentar unggahan tersebut berisi dukungan dan menyayangkan bahwa kritik tersebut tidak diikuti dengan solusi.

Pesan yang dituliskan lalu diunggah pada media sangat mempengaruhi terhadap opini masyarakat dan media diuntut agar dapat membagikan informasi yang baik dan menguasai betul isi pesan apa yang ingin disampaikan. Sebab berbagai kepentingan, termasuk politik bisa saja diletakkan dalam sebuah pemberitaan di media *online*. Seperti yang dijelaskan oleh Sudiby dalam (Satria & Adek, 2018), fakta yang ada pada sebuah berita bukan fakta objektif, melainkan fakta yang sudah dikonstruksi oleh media atau penulis dengan suatu tujuan tertentu.

Media yang baik sepatutnya melaksanakan fungsinya yang sama dengan media yang lainnya. Fungsi pers sudah dijelaskan dalam Undang-undang Nomor. 40 Tahun 1999 pasal 3 tentang pers, bahwa fungsi pers untuk memberikan informasi, edukatif, menghibur, serta melaksanakan pengawasan sosial (*social control*) baik pada sikap masyarakat ataupun pemerintah. Selain itu, media juga digunakan untuk memberikan informasi seputar politik serta tokoh-tokoh di dalamnya, namun bukan sekedar menyampaikan peristiwa tentang politik tetapi juga ada unsur penyebaran ideologi dari media tersebut di dalamnya.

Banyak sekali media *online* yang memberitakan peristiwa kritik BEM UI kepada Jokowi. Sangat disayangkan masih ada media yang menuliskan wacana atau pemberitaan secara subjektif atau hanya melihat dari satu sisi. Ada yang hanya memberitakan tanggapan dari Jokowi saja tanpa membuat pemberitaan mengapa alasan BEM UI melakukan kritik dengan kata lain menghilangkan tanggapan atau pemberitaan dari BEM UI. Ada juga media yang menuliskan dengan judul yang sensasional yang bersifat provokatif hanya demi menaikkan *rating*. Hal ini jelas sekali hanya menguntungkan media dan membuat citra BEM UI rusak di pandangan masyarakat.

Sebuah media memang memiliki kuasa untuk mengonstruksi berita atau informasi sesuai apa yang ingin disampaikan kepada khalayak. Tidak banyak yang menyadari kalau kenyataan sosial yang dinaikkan oleh media, bisa dikonstruksikan untuk membangun anggapan yang sejalan dengan anggapan yang mau ditampilkan media. Perihal ini sebab media massa baik cetak, siber, ataupun elektronik sesungguhnya terletak di tengah kenyataan sosial yang penuh dengan kepentingan, konflik, serta kenyataan yang lingkungan serta bermacam-macam (Sobur, 2009).

Konten atau berita yang diunggah oleh media memiliki faktor ideologi yang bisa mempengaruhi setiap media. Ideologi tersebut dipakai untuk pembatas di kehidupan bermasyarakat dan dijadikan sebagai sebuah simbol. Media dijadikan tempat untuk bisa menuju suatu tujuan tertentu yang dasarnya adalah sebuah kepentingan dari ideologi tersebut.

Bungin menjelaskan bahwa media mengonstruksi sebuah berita menjadi dua model (Bungin, 2008). *Pertama*, media menggunakan model *Good News* atau cenderung mengonstruksikan suatu pemberitaan dengan pemberitaan yang baik, seolah-olah objek dalam berita tersebut memiliki citra baik bahkan lebih baik dari aslinya (melebih-lebihkan). *Kedua*, model *Bad News* atau media mengonstruksi objek dalam pemberitaan menjadi hal yang jelek atau buruk, sehingga memberi citra buruk kepada objek tersebut.

Contohnya, pada kasus lumpur lapindo yang di kelola oleh PT. Lapindo Brantas dari keluarga Bakrie pada tahun 2006. Penelitian dengan judul “Analisis Wacana Kritis Teks Berita Metrotv dan Tvone Mengenai Luapan Lumpur Sidoarjo” yang dilakukan oleh Umar Fauzan pada tahun 2015, memiliki hasil dan kesimpulan bahwa Metrotv dan TVOne saling tidak netral dalam membuat wacana berita mengenai kasus lumpur lapindo untuk kepentingan politik masing-masing pemilik media.

Pada saat itu masing-masing pemilik media mempengaruhi bagaimana kedua media memberitakan kasus ini. Surya Paloh saat itu menjadi bagian partai Nasdem dan pemilik Metrotv, sedangkan Aburizal Bakrie saat itu menjadi bagian dari partai Golkar sekaligus pemilik TVOne. Metrotv berusaha memberikan penilaian yang negatif tentang tanggung jawab PT. Lapindo, sedangkan TVOne berusaha memberikan penilaian yang positif dan menetralkan isu-isu negatif tentang tanggung jawab PT. Lapindo (Fauzan, 2015).

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa media bisa melakukan konstruksi wacana berita baik secara *good news* dan *bad news* dengan tujuan tertentu, terutama politik. Pada penelitian tersebut memperlihatkan bahwa pemilik media juga mempengaruhi berita yang ingin disampaikan.

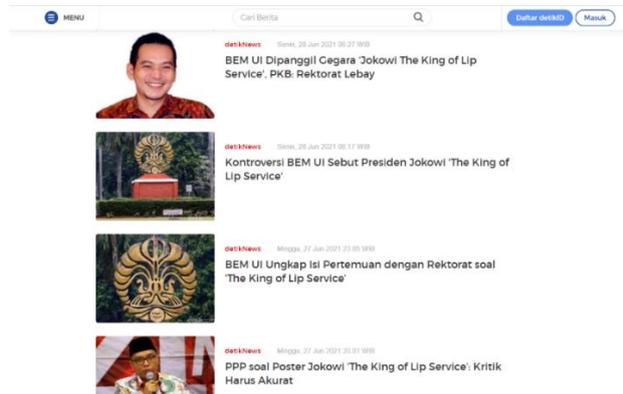
Teks dalam sebuah pemberitaan mempunyai makna dan tujuan yang mungkin tidak bisa dilihat oleh masyarakat. Ada perbedaan antara kuasa atas teks itu sendiri dengan kuasa atas struktur yang sudah dikonstruksi, dipresentasi, dan dimaknai. Artinya, masyarakat sebagai konsumen produk pers dan pekerja pers memang memiliki pilihan bagaimana membuat dan memaknai sebuah teks yang semua itu tidak dilakukan dari struktur yang mereka pikirkan sendiri, tetapi terbentuk dari luar jangkauan intervensi mereka (Eriyanto, 2001).

Suatu kelompok atau individu bisa mengunggulkan diri sendiri dan memarjinalkan yang lain melalui media teks dengan cara merepresentasi dirinya. Representasi yang dimaksud adalah cara kelompok atau individu menampilkan dirinya dalam pemberitaan. Apakah kelompok atau individu tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya (apa adanya) atau dibuat menjadi buruk. Bisa saja representasi yang digunakan adalah yang buruk dan cenderung memarjinalkan atau sebaliknya, yaitu menonjolkan (membuat gambaran yang baik) seseorang atau kelompok tertentu. Representasi dalam sebuah berita tidak hanya dilihat dari sebuah teks, tetapi juga dari foto dan gagasan seorang tokoh yang ditampilkan dalam sebuah berita (Eriyanto, 2001).

Masing-masing *platform* media *online* mempunyai karakteristik khas tertentu terhadap *output* kabar yang di informasikan. Media *online* semacam seperti media massa yang lain, ialah mempunyai anggota redaksi yang memastikan kebijakan pemberitaannya. Proses kabar tidak lepas dari kebijakan redaksi media yang hendak menimbulkan *framing* tertentu terhadap kabar. Media dituntut bisa melindungi netralitas terhadap nilai kabar, ataupun *cover both side*. Tetapi tidak sering pula media-media *online* yang dalam pemberitaannya cenderung memihak kepada salah satu objek beritanya.

Media mempunyai keahlian dalam mempermainkan bahasa serta arti untuk meningkatkan kata baru beserta arti asosiatifnya dengan memperluas arti dari istilah-istilah yang terdapat serta bisa mengubah arti lama suatu sebutan dan arti baru untuk menguatkan kesepakatan arti yang sudah terdapat dalam sesuatu sistem bahasa. Banyak metode yang dicoba oleh media massa buat melaksanakan kepentingan tertentu. Oleh sebab itu, dibutuhkan metode buat mengupas pandangan hidup yang dicoba oleh media dalam memberitakan permasalahan.

Gambar 1. 1 Pemberitaan Kritik BEM UI di Detik.com



Sumber : Detik.com

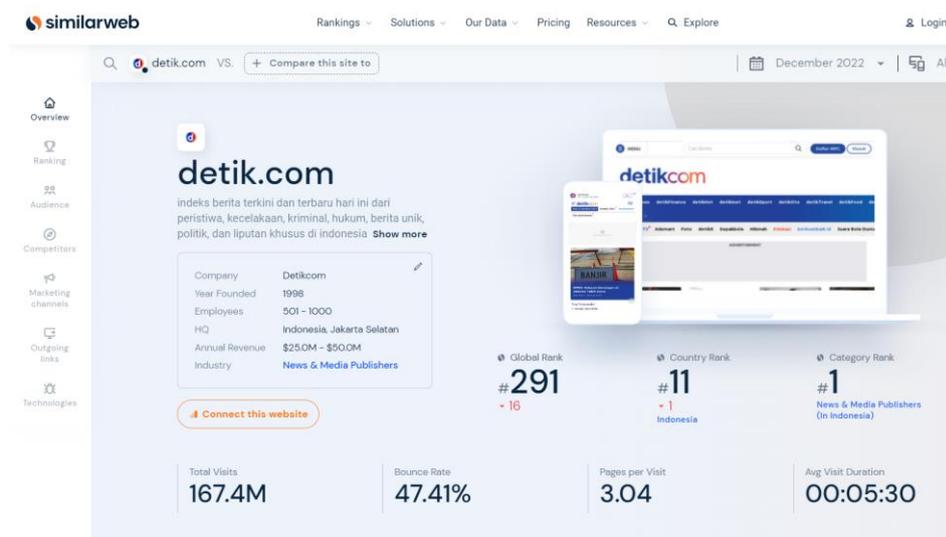
Salah satu media yang menuliskan pemberitaan kritik BEM UI kepada Jokowi adalah Detik.com. Detik.com dalam mengonstruksi berita tersebut dengan keberpihakan kepada umum atau memberitakan dari sudut kedua pihak. Melihat dari portal *online* resmi Detik.com (www.Detik.com), media ini tidak hanya menulis pemberitaan tanggapan dari Jokowi atau pihak yang dekat dengan Jokowi saja. Detik.com juga membuat berita dari para perwakilan BEM UI dan Rektorat UI yang memiliki tanggung jawab atas kritik yang dilontarkan kepada Jokowi. Ada juga tanggapan dari politikus yang memberi tanggapan seputar hal tersebut.

Pada wacana yang dituliskan oleh Detik.com, BEM UI yang menjadi perwakilan mahasiswa yang menyampaikan kritik bahwa Jokowi adalah “*King of Lip Service*” telah melanggar aturan karena tidak menaati dan keluar dari koridor hukum yang berlaku. Tidak sedikit juga Detik.com menuliskan wacana yang berisi dukungan-dukungan dari berbagai tokoh. Bentuk dukungan tersebut adalah pandangan yang menyayangkan serta kecewa terhadap Rektorat UI yang seolah-olah represif karena telah memanggil BEM UI setelah kritik yang diunggah menuai banyak komentar.

Sebuah wacana atau pemberitaan yang ditulis oleh media *online* bisa mempengaruhi pandangan masyarakat yang membacanya terhadap apa yang diberitakan. Masyarakat bisa saja mempercayai atau mendukung salah satu pihak sebab dalam wacana diberitakan tidak adanya unsur *cover both side*. Tidak adanya unsur *cover both side* membuat media hanya menonjolkan salah satu pihak dan mengeluarkan pihak lainnya atau memarjinalkannya dengan membuat wacana yang bisa merusak citra.

Ada media yang hanya membuat wacana pemberitaan mengenai kritik BEM UI kepada Jokowi yang memfokuskan tanggapan dari Jokowi tanpa adanya memasukkan penjelasan dari BEM UI. Tidak memasukkan atau pengeluaran BEM UI sebagai aktor dalam wacana akan membuat citra BEM UI jelek dan bersama ketika wacana tersebut dibaca oleh masyarakat. Peneliti ingin mengamati bagaimana media *online* menyusun konstruksi wacana atau berita soal kritik dari BEM UI terhadap Jokowi. Peneliti memilih pemberitaan ini sebagai objek analisis dengan alasan bahwa kritikan dari mahasiswa merupakan cerminan kualitas dari demokrasi sebuah pemerintahan. Respon dari pemerintah akan memperlihatkan sudah berjalan sejauh mana demokrasi di Indonesia.

Gambar 1. 2 Detik.com Menempati Peringkat 1 Pada Kategori News and Media



Sumber : similarweb.com

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti telah menentukan judul penelitian “Wacana Konstruktif Pada Pemberitaan Kritik BEM UI Terhadap Jokowi di Media Online Detik.com”. Peneliti memilih media *online* Detik.com menjadi objek penelitian dengan alasan bahwa Detik.com saat ini adalah salah satu media besar yang dijadikan sumber pemenuhan informasi masyarakat. Berdasarkan data dari *similarweb.com* yang diakses pada 7 Januari 2023, Detik.com menempati peringkat 1 pada kategori *News and Media*. Artinya Detik.com berada pada peringkat tiga teratas sebagai media yang digunakan untuk mengakses sebuah informasi oleh masyarakat.

M. Naufal Adrian, 2023

WACANA KONSTRUKTIF PADA PEMBERITAAN KRITIK BEM UI TERHADAP JOKOWI DI MEDIA ONLINE DETIK.COM

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model Theo Van Leeuwen untuk mengamati konstruksi dan wacana pemberitaan yang tersembunyi di balik wacana yang dituliskan oleh media. Analisis wacana kritis tidak hanya untuk dimengerti sebagai studi kebahasaan, tetapi juga dihubungkan dengan konteks serta model wacana yang ada seperti ideologi media ataupun praktik politik. Model Theo Van Leeuwen bertujuan untuk melihat pemarjinalan sebuah kelompok sosial yang bisa dilihat dari memasukkan tokoh (eksklusi) dan mengeluarkan tokoh (inklusi) dalam pemberitaan.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Gigit Mujianto yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Tentang Ormas Islam Pada Situs Berita *Online*”. Menggunakan metode analisis wacana model Theo Van Leeuwen, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media *online* Detik.com melakukan konstruksi pemberitaan kepada ormas islam. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Detik.com telah menggunakan strategi pendekatan eksklusi untuk mengeluarkan aktor tertentu dengan maksud untuk menyudutkan ormas islam, sehingga memunculkan stigma buruk. Pada penelitian ini tidak menggunakan teori untuk menambah analisis.

Selanjutnya ada kaitannya juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Putrayasa, Suandi & Chandradewi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Theo Van Leeuwen Terhadap Pemberitaan Fahri Hamzah Pada Portal Berita Detik.com dan Kompas.com”. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis model Theo Van Leeuwen. Pada penelitian ini fokus pada mengkritisi dari pemilihan kosakata dan pembentukan tata bahasa pada media *online*. Penelitian ini juga tidak menggunakan teori dalam melakukan analisis. Temuan dari penelitian ini Detik.com cenderung menggunakan strategi inklusi yaitu indifferensiasi-diferensiasi sebanyak 24% dengan tujuan memberikan keterangan tambahan untuk memperjelas garis batas antara pihak satu dan pihak dua yang diberitakan. Sedangkan strategi eksklusi (pasivasi) lebih banyak digunakan oleh Kompas.com yaitu sebesar 54,55% dengan tujuan menyembunyikan subjek/pelaku dalam pemberitaan.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Bowo Hermaji yang berjudul “Berita Kasus Korupsi E-KTP ‘Miryam Tersangka’ Dalam Surat Kabar Suara Merdeka (Analisis Wacana Kritis Model Theo Van Leeuwen)”. Pada penelitian ini tidak menggunakan teori, hanya berfokus pada model analisis model Theo Van Leeuwen secara kritis untuk mengungkap tokoh-tokoh yang terlibat pada peristiwa. Berdasarkan hasil analisisnya, surat kabar Suara Merdeka cenderung negatif terhadap tersangka dalam membuat pemberitaannya dengan strategi eksklusif dan inklusi.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayong, Mahmuda, dan Amalia yang berjudul “Mengungkap Ideologi Teks Berita Covid 19 Berdasarkan Pendekatan Analisis Wacana Kritis Theo Van Leeuwen”. Pada penelitian ini berfokus menggunakan metode analisis Theo Van Leeuwen dengan pendekatan eksklusif dan inklusi pada teks pemberitaan di media SINDOnews.com dan Fajar.co.id. Hasil dari penelitian ini melihat bahwa media SINDOnews.com lebih mengarah pada strategi wacana terhadap aktor-aktor sosial yang direpresentasikan melalui maksud atau makna tertentu, dibandingkan dengan media daring Fajar.co.id.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Syam dan Arsa yang berjudul “Analisis Wacana Pemberitaan Prostitusi *Online* Pada Harian Serambi Serambi Indonesia” juga ditemukan adanya pamarjinalan pihak tertentu dalam pemberitaan media Harian Serambi Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode analisis wacana kritis model Theo Van Leeuwen. Hasil analisis ditemukan dalam penelitian bahwa Harian Serambi Indonesia pro pada tindakan pihak Polresta Banda Aceh yang telah membongkar prostitusi online dan kontra terhadap gerombangan dan PSK yang dianggap telah merusak citra baik yang telah lama dibangun Aceh.

Merujuk dari beberapa penelitian terdahulu di atas, hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan. Kelima penelitian terdahulu tidak menambahkan teori dalam melakukan analisis. Dengan menggunakan teori, peneliti berusaha mengetahui bagaimana media *online* Detik.com melakukan konstruksi pemberitaan. Perbedaan juga ada pada subjek dan objek yang ditentukan oleh peneliti. Peneliti ingin melihat bagaimana sebuah media *online* Detik.com melakukan konstruksi sebuah wacana atau pemberitaan mengenai suatu peristiwa.

Detik.com ditentukan sebagai subjek penelitian dan objeknya pemberitaan mengenai kritik BEM UI “*King of Lip Service*” kepada Jokowi. Peneliti ingin melihat bagaimana penempatan politik mahasiswa pada peristiwa ini.

Penelitian ini didasari dari peristiwa kritik BEM UI yang melayangkan bahwa Jokowi adalah “*King of Lip Service*” dengan menggunakan gambar *meme* yang melihat Jokowi menggunakan mahkota dan berlatar bibir. BEM UI melayangkan kritik tersebut melalui media sosial mereka yang memunculkan pro dan kontra pada masyarakat dan media, namun masih banyak media yang menuliskan wacana kritik BEM UI tanpa melihat unsur *cover both side* dengan maksud dan tujuan yang tersembunyi. Wacana yang dikonstruksi akan mempengaruhi pandangan masyarakat dalam menyikapi peristiwa kritik BEM UI.

Kebaruan atau *novelty* dari penelitian yang dilakukan adalah untuk melihat bagaimana cara media massa atau *online* membangun konstruksi sebuah wacana dengan tujuan dan alasan tersembunyi pada teks wacana yang tulis. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang hanya melakukan analisis segi struktur penulisan wacana dalam memasukkan dan mengeluarkan aktor. Peneliti berusaha untuk melihat bagaimana aktor direpresentasi dengan tujuan tertentu dan bagaimana keadaan hak politik mahasiswa pada pemerintahan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana media *online* Detik.com mengembangkan wacana kritikan BEM UI terhadap Jokowi?
2. Apakah media *online* Detik.com menghilangkan individu atau kelompok tertentu dalam menuliskan wacana kritikan BEM UI terhadap Jokowi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Praktis

Berikut tujuan praktis pada penelitian ini :

1. Mengetahui dan menganalisis konstruksi wacana pemberitaan yang ditampilkan dari media *online* Detik.com soal kritik BEM UI terhadap Jokowi.
2. Mengetahui dan menganalisis media *online* Detik.com sebagai media penyedia informasi atau pers telah melakukan keberpihakan kepada individu atau kelompok tertentu atau tidak.

1.3.2 Tujuan Teoritis

Berikut tujuan teoritis pada penelitian ini :

Mengetahui dan menganalisis cara media *online* Detik.com membangun konstruksi wacana kritik BEM UI terhadap Jokowi dengan menggunakan kajian Analisis Wacana Kritis (AWK) model Theo Van Leeuwen, yaitu pendekatan eksklusi dan inklusi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar bisa memberikan gambaran wacana yang ditampilkan oleh Detik.com soal pemberitaan kritik BEM UI terhadap Jokowi. Di mana sebuah kajian analisis wacana diharapkan bisa membentuk kesadaran sosial di masyarakat tentang sebuah media *online* atau pers bukan hanya menjalankan fungsi serta peran dalam menyampaikan informasi, tetapi juga membawa banyak ideologi, nilai, dan kepentingan dari pemilik atau kelompok tertentu dalam membuat sebuah wacana berita.

1.4.2 Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi bahan referensi serta mampu memberikan kontribusi untuk perkembangan pada ilmu komunikasi lebih khusus bidang komunikasi massa yang berhubungan dengan analisis wacana kritis dalam melihat sebuah konstruksi wacana dalam media massa maupun *online*. Hal ini bisa diketahui tentang bagaimana media dalam membangun sebuah wacana pemberitaan dengan tujuan tertentu melalui kajian Analisis Wacana Kritis (AWK) model Theo Van Leeuwen dengan pendekatan eksklusi dan inklusi.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut merupakan uraian sistematika penulisan pada penelitian :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi sejarah dan perbandingan media massa di Indonesia antara zaman orde baru dengan zaman reformasi, serta peristiwa kritikan BEM UI terhadap Jokowi sebagai latar belakang penelitian. Pada bab I juga berisi rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan mengenai analisis wacana kritis model Theo Van Leeuwen, kemudian diakhiri dengan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi pemaparan teori konstruksi realitas media massa dan teori ekonomi politik media, serta konsep yang relevan terkait media *online* dan analisis wacana media yang nantinya akan digunakan dalam penelitian sebagai bahan pendukung skripsi sesuai peristiwa yang dijadikan sebagai penelitian juga adanya kerangka pemikiran sebagai gambaran umum penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang penjelasan berbagai hal mengenai metodologi, antara lain objek penelitian (pemberitaan mengenai kritik “King of Lip Service” BEM UI terhadap Jokowi pada media *online* Detik.com), jenis dan teknik pengumpulan data penelitian, sumber data, dan

teknik analisis data model Theo Van Leeuwen, serta tabel rencana waktu atau garis waktu penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berisi tentang hasil penemuan yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian dengan menggunakan teknik analisis wacana Eksklusi dan Inklusi model Theo Van Leeuwen. Hasil penelitian kemudian dilakukan pembahasan berdasarkan teori realitas media massa dan ekonomi politik media.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan secara keseluruhan penelitian yang dilakukan serta saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Kesimpulan membuat jawaban dari rumusan masalah yang ada dan hasil dari penelitian ini. Sedangkan saran memuat saran untuk para pembaca serta saran untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar referensi yang digunakan oleh peneliti yang membantu dalam pengumpulan data selama proses penelitian berlangsung hingga selesai.

LAMPIRAN

Berisi data atau dokumen lampiran yang bersifat untuk melengkapi penelitian, seperti data yang digunakan dalam melakukan analisis, yaitu pemberitaan wacana dari Detik.com mengenai kritik yang dilakukan oleh BEM UI.