

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Pemilihan umum (Pemilu) serentak digelar pada 17 April 2019. Ajang demokrasi akbar ini menentukan calon presiden, wakil presiden, dan wakil rakyat. Sudah tentu acara ini akan menjadi topik hangat dan bahkan memanas seiring berjalannya waktu menuju hari-H pemilu. Para kandidat politik pun saling berkampanye untuk menarik perhatian masyarakat. Keadaan ini, akan membuat media-media massa, untuk berlomba-lomba dalam menghadirkan berita-berita teraktual seputar pemilu. Selain itu, media juga menjadi sasaran empuk para kandidat politik untuk menyusupkan unsur-unsur kampanye, kepentingan politik, dan ideologi di dalam teks beritanya.

Pada tanggal 23 September 2018 hingga 13 April 2019 adalah masa kampanye politik. Pada masa ini, calon dan partai politik akan bertarung untuk memenangkan hati rakyat. Berbagai cara kampanye akan dilakukan, dari yang normal hingga *black campaign*. Tidak jarang pula media terlibat di dalam kampanye politik. Melalui teks, media dapat dengan mudah memasukkan ideologi, dominasi, dan nilai-nilai tertentu. Selain menjadi alat perjuangan, media kini juga dapat menjadi alat kekuasaan.

Media massa juga justru dimiliki oleh individu atau kelompok tertentu untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan. Dominasi dilakukan dengan mempengaruhi publik melalui wacana yang di dalamnya terdapat ideologi yang dibekukan lewat bahasa. Sehingga membuat publik secara tidak langsung terpengaruh dan perlahan dikonstruksi realitasnya oleh wacana media. Keadaan ini pun menyebabkan netralitas dan kredibilitas media massa diragukan.

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan wacana atau berita tentang apa saja, media memiliki kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik. Media juga dapat menjadi suatu kelompok penekan atas suatu ide, gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang hendak direpresentasikan untuk digunakan pada konteks yang lebih empiris (Sobur, 2009). Media menempati posisi strategis dengan kekuasaan karena kekuatan legitimasinya dan ia menjadi arena

pertarungan kepentingan dan ideologi (Louis Althusser dan Gramsci: dalam Sobur, 2009).

Media seharusnya harus berpihak kepada masyarakat dan bukan menjadi alat kekuasaan atau kepentingan tertentu, mendominasi kelompok tertentu, atau pencitraan politik. Ia seringkali disebut sebagai pilar keempat demokrasi atau *The Fourth Estate* (kekuatan keempat) dalam kehidupan sosial-ekonomi dan politik masyarakat (Sobur, 2009). Oleh karena itu, perlu sebuah analisis mendalam terkait teks media untuk mengetahui secara jelas dan gamblang makna, ideologi, keberpihakan media, dan kepentingan yang terkandung di dalamnya. Tujuannya agar publik dapat menilai dan memilah informasi yang benar.

Media online kini menjadi pilihan utama pembaca milenial ketimbang media cetak. Hal ini dikarenakan ada pergeseran budaya membaca masyarakat dari metode konvensional ke digital. Menurut data Kementerian Kominfo, ada 260 juta *gadget* tersebar di 262 juta orang Indonesia. Sedangkan menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), lebih dari 50 persen dari jumlah penduduk Indonesia telah terhubung Internet sepanjang 2017 dan 49,52 persen penggunaanya adalah orang di usia produktif 19 hingga 34 tahun (tekno.kompas.com). Artinya, teknologi komunikasi modern sudah menjadi primadona yang tidak dapat dipisahkan dalam keseharian masyarakat saat ini.

Setiap *platform* media online memiliki ciri khas tersendiri terhadap output berita yang disampaikan. Media online sama seperti layaknya media massa lainnya, yakni memiliki anggota redaksi yang menentukan kebijakan pemberitaannya. Proses berita tidak lepas dari kebijakan redaksi media yang akan memunculkan *framing* tertentu terhadap berita. Dalam hal ini, media dituntut untuk menjaga netralitas terhadap nilai berita, atau *cover both side*. Namun tidak jarang pula media-media online yang dalam pemberitannya cenderung memihak kepada salah satu objek beritanya.

Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Hendri Pitrio Putra dan Sulis Triyono pada media online Kompas.com yang berjudul *Critical Discourse Analysis on Kompas.com, News: Gerakan #2019GantiPresiden*. Dalam penelitian tersebut, telah menyimpulkan dengan analisis wacana kritis Norman Fairclough terhadap tiga dimensi teks medianya, bahwa Kompas.com dalam pemberitaannya mengenai isu gerakan *#2019GantiPresiden* tidak netral atau memiliki keberpihakan kepada pemerintah.

Terlihat dari pemilihan kata, susunan kalimat, dan pemilihan narasumber yang mengarah kepada pembentukan opini bahwa gerakan tersebut mengakibatkan efek yang kurang baik pada kehidupan sosial-politik masyarakat.

Salah satu *platform* media online yang belum lama hadir di Indonesia adalah *Kumparan.com*. Budiono Darsono, Abdul Rahman, Calvin Lukmantara, dan bersama para mantan karyawan *Detik.com*, seperti Hugo Diba, Ine Yordenaya, Heru Tjatur, Arifin Asyhad, dan Yusuf Arifin mendirikan *startup* media online bernama *Kumparan.com* (id.techinasia.com/kumparan). Portal online ini menawarkan konsep baru, yakni media kolaboratif yang tidak sekadar berfungsi untuk membaca berita, tetapi dapat membuat dan berbagi macam-macam berita dan informasi. Dengan kata lain *Kumparan* adalah media online yang berkolaborasi dengan media sosial. Mulai berkiprah pada tahun 2016, media online buatan para pendiri *detik.com* ini memiliki slogan yang unik: *Redefinition Media*, yang berarti mendefinisikan ulang industri media digital Indonesia.

Menurut Eriyanto (2011) untuk mengetahui tekstualitas dan kontekstual isi berita online ini, dibutuhkan lebih dari sekadar studi linguistik atau analisis wacana. Studi wacana kritis menjadi pilihan penulis untuk dapat menganalisis wacana secara komprehensif. Paradigma kritis memandang kedudukan media dan jurnalis dalam keseluruhan proses produksi berita berpengaruh terhadap berita itu sendiri.

Analisis Wacana menurut Labov dalam Darma (2009) merupakan penggambaran secara rasional mengenai hubungan runtutan yang berada dalam kesatuan yang teratur, sehingga nampak jelas hubungan unsur-unsur di dalamnya, hubungan antar unsur di luar kesatuan tersebut maupun koherensinya. Analisis wacana menekankan pada proses produksi dan reproduksi makna. Fungsinya adalah upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subyek yang mengemukakan suatu pernyataan. Individu tidak dianggap sebagai subjek netral yang bisa dengan mengartikan suatu informasi sesuai keinginannya. Akan tetapi, individu dipengaruhi oleh keadaan sosial lingkungan di sekitarnya.

Sedangkan Analisis Wacana Kritis, menurut Darma (2009) AWK merupakan sebuah upaya atau proses penguraian untuk memberikan kejelasan dari sebuah teks yang akan atau sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Analisis wacana kritis

mengkaji tentang upaya kekuatan sosial, dominasi, dan kepentingan yang diproduksi dan dipertahankan melalui teks yang pembahasannya dihubungkan dengan konteks sosial.

Tujuan yang hendak dicapai oleh analisis wacana paradigma kritis ini menurut Haryatmoko (2017) adalah analisa terhadap praktik wacana yang menggambarkan atau mengkonstruksikan permasalahan sosial, menganalisa ideologi yang terkandung dalam bahasa, dan meningkatkan kepekaan akan adanya ketidakadilan, diskriminasi, dominasi, dan segala bentuk penyalahgunaan kekuasaan lainnya.

Dalam rangka pembongkaran makna dan melihat unsur keberpihakan media di dalam bahasa yang digunakan dalam pemberitaan kampanye akbar calon pasangan presiden dan wakil presiden di GBK, maka penulis tertarik untuk membedahnya dengan metode Analisis Wacana Kritis. Data-data yang digunakan adalah enam berita yang diterbitkan oleh Kumparan.com. Kemudian keenam berita akan dianalisis dengan metode Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian pada kali ini akan berfokus pada enam berita tentang pemberitaan kampanye akbar Jokowi-Maruf dan Prabowo-Sandi di Stadion GBK pada media online Kumparan.com

1.3 Pertanyaan Penelitian

1.3.1 Pertanyaan Umum

Bagaimana media online Kumparan.com mewacanakan pemberitaan pasangan Jokowi – Maruf dan Prabowo – Sandi dalam kampanye akbar di Stadion GBK berdasarkan analisis wacana kritis Norman Fairclough?

1.3.2 Pertanyaan Spesifik

1. Bagaimana konstruksi bahasa dan produksi makna dalam berita-berita online tersebut merepresentasikan masalah-masalah sosial?
2. Apakah ada dominasi politik tertentu di dalam pemberitaan media-media online tersebut ?

3. Apa ideologi yang dimiliki oleh media online Kumparan.com?

1.4 Tujuan Penelitian

Mendesripsikan dan menggambarkan media online Kumparan.com dalam mewacanakan, mengkonstruksi bahasa, dan memroduksi makna pemberitaan pasangan Jokowi – Maruf dan Prabowo – Sandi pada Pemilu 2019 di media online Kumparan.com, serta melihat ideologi yang terkandung dan dominasi politik yang terjadi di dalam wacana.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan bermanfaat sebagai pedoman untuk penelitian berikutnya yang sejenis serta dapat menambah wawasan bagi para pembacanya.

2) Memberikan sumbangan ilmiah untuk ilmu bidang periklanan khususnya tentang marketing politik.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

Manfaat bagi penulis yaitu dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung dalam meneliti skripsi “Analisis Wacana Kriris Terhadap Pemberitaan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden dalam Media Online Kumparan.com”. Sedangkan manfaat untuk pembaca, yakni dapat menambah informasi dan evaluasi tentang proses wacana dan makna-makna yang terkandung dalam wacana tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, penulis membuat kerangka sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, berisi tentang signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi uraian berbagai konsep-konsep dan teori penelitian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode dari penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan data yang diteliti

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi garis besar penelitian dan saran penulis terhadap kesimpulan yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi daftar buku, jurnal ilmiah dan sumber lain yang menjadi rujukan dalam melakukan penelitian

