

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara demokrasi karena pemilihan demi pemilihan untuk menduduki jabatan publik telah melibatkan partisipasi rakyat. Mellaz (2022) mengungkapkan bahwa Pemilu menjadi salah satu cara untuk merawat demokrasi. Pemilu (Pemilihan Umum) merupakan bagian dari kontrol publik terhadap mereka yang terpilih atau diberi mandat oleh rakyat untuk menjalankan tugas fungsi dalam konteks sistem ketatanegaraan. Di Indonesia Pemilu diselenggarakan secara berkala setiap lima tahun sekali. Setelah pemilu 2019, Indonesia akan melaksanakan kembali di tahun 2024 sebagai Pemilu kelima.

Pemilu yang dilaksanakan pada hari Rabu, 14 Februari 2024 terdiri dari lima proses pemilihan yang dilaksanakan secara serentak. Di antara kelima proses, Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) mendapat banyak sorotan publik. Pasangan calon Presiden (Capres) dan Wakil Presiden (Cawapres) diusulkan oleh gabungan partai politik (Partai Koalisi). Kali ini terdapat tiga pasangan calon, yaitu nomor urut 01 Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar (Cak Imin), nomor urut 02 Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka, dan nomor urut 03 Ganjar Pranowo – Mahfud MD. Debat menjadi salah satu sarana kampanye yang sangat penting untuk Capres dan Cawapres dalam menyampaikan visi dan misi, program kerja maupun strategi lainnya untuk memikat hati masyarakat. Debat dilaksanakan sebanyak lima kali, yakni pada tanggal 12 & 22 Desember 2023, 7 & 21 Januari 2024, serta 4 Februari 2024.

Debat berlangsung cukup panas hingga terjadi serangan secara personal. Misalnya, Capres 03 Ganjar Pranowo yang menyerang Capres 02 Prabowo Subianto dengan mengungkit pelanggaran HAM di masa 1998 dan pencarian aktivis yang hilang. Selaku Menteri Pertahanan, Prabowo juga menerima sindiran dari Capres 01 Anies Baswedan terkait pengadaan alat-alat alutsista bekas, banyaknya TNI yang tak punya rumah di saat Prabowo memiliki lebih dari 300 ribu hektar tanah, dan seterusnya.

**Anggi Rustiana, 2024**

***IDEOLOGI MEDIAINDONESIA.COM, VIVA.CO.ID, DAN SINDONEWS.COM DALAM PEMBERITAAN DEBAT PEMILIHAN PRESIDEN 2024***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Anies pun sampai dilaporkan ke Bawaslu (Badan Pengawas Pemilihan Umum) atas dugaan fitnah dan serangan personal yang dilakukan kepada Prabowo. Kemudian berbagai media *online* berbondong-bondong memberitakan dengan wacananya masing-masing untuk menunjukkan keberpihakannya (Pro – Kontra) terhadap tiap Paslon.

Penelitian ini difokuskan pada pemberitaan masa debat Pilpres 2024 di media *online* Media Indonesia, Viva.co, dan SINDO News. Pada pemberitaan ini, masyarakat pembaca akan melihat bagaimana media-media menyajikan beritanya dengan maksud, tujuan, dan kepentingan tertentu. Media bisa menyajikan wacana pemberitaan untuk memengaruhi dan menarik dukungan masyarakat (Eriyanto, 2012).

Media massa merupakan bagian dari komunikasi massa. Komunikasi tersebut ditujukan kepada khalayak melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perspektif kritis dalam bahasa pers dibangun melalui strategi tindak tutur komunikatif yang menyiratkan lahirnya struktur konstruksi realitas yang baru, yang mencerminkan pergulatan nilai-nilai etis wartawannya, yang berpeluang memengaruhi makna, citra, nilai, dan opini publik dalam hal berbangsa dan bernegara (Anshori, 2017).

Salah satu fungsi bahasa adalah sebagai kontrol sosial yang dapat mengontrol pikiran dan perasaan orang lain. Kalimat-kalimat yang ditulis media akan berpengaruh di masyarakat, bahkan bisa dianggap sebuah kebenaran (Anshori, 2017). Berdasarkan fungsinya, bahasa jurnalistik memiliki fungsi ideasional dan fungsi tekstual/referensial yang berwacana menyajikan fakta-fakta. Namun, penulisan berita tidak terlepas dari ideologi medianya. Ideologi ini digunakan untuk mengkonstruksi (membangun) opini masyarakat sesuai dengan tujuan tertentu.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat keberpihakan media *online* *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com* dalam pemberitaan pasca debat Capres – Cawapres 2024, bagaimana gagasan dan pendapat aktor serta partisipan yang terlibat dihadirkan dalam pemberitaan. Peneliti memilih ketiga media tersebut karena ingin mengetahui sejauh mana realitas dan keobjektivitasannya dalam menggambarkan teks dan konteks untuk mengkonstruksi pemberitaan pasca debat Capres – Cawapres

Anggi Rustiana, 2024

**IDEOLOGI MEDIAINDONESIA.COM, VIVA.CO.ID, DAN SINDONEWS.COM DALAM PEMBERITAAN DEBAT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2024. Ketiga media ini termasuk dalam media besar dan gencar memberitakan debat Capres – Cawapres 2024. Media Indonesia dikenal sebagai media berita legendaris sejak tahun 70-an, lalu Viva.co sebagai media baru tahun 2000-an yang pernah menjadi portal berita nomor satu (di lembaga pengukuran dan pemeringkat *Effective Measures*). Kemudian SINDO News merupakan portal berita yang berada dalam naungan salah satu *group* media terbesar di Asia Tenggara. Penyajian berita yang berbeda dari latar belakang ketiga media ini menjadi menarik untuk melihat sejauh mana kecenderungan media dalam memberitakan pasca debat Pilpres 2024.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi sikap dan pandangan serta menunjukkan fakta-fakta kebahasaan ketiga media tersebut ditinjau dari aspek linguistik. Peneliti akan menganalisis wacana pemberitaan dengan analisis wacana kritis atau Critical Discourse Analysis (CDA) model Norman Fairclough. Fairclough dan Wodak (dalam Saraswati, 2017) menegaskan bahwa analisis wacana kritis melihat wacana (pemakai bahasa dalam tuturan dan tulisan) sebagai bentuk praktik sosial yang bisa menampilkan efek ideologi, memproduksi, dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tak seimbang antara kelas sosial, laki-laki, perempuan, maupun kelompok mayoritas dan minoritas. Inti analisis wacana Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan dan bagaimana pemakai bahasa membawa ideologi tertentu. Saat ini banyak wacana yang dituliskan untuk memengaruhi dan menjebak pembaca dengan dominasi ideologi yang dimiliki suatu media.

Penelitian mengenai pemberitaan citra politisi dan kinerja pemerintah pernah dilakukan sebelumnya. Sitanggang (2020) menganalisis *framing* terkait pemberitaan Jokowi yang menyerang pribadi Prabowo dalam debat Pilpres tahun 2019 di *Mediaindonesia.com*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kecenderungan mendukung Jokowi dan menyudutkan Prabowo. Penelitian serupa dilakukan oleh Soedarsono dkk. (2023) yang menganalisis benturan ideologi Tvone dan Kompas TV dalam konstruksi pemberitaan korupsi dengan metode Norman Fairclough. Hasilnya menunjukkan bahwa Tvone dan Kompas TV lebih umum menggunakan metafora saat membangun wacana berita yang dimaksudkan untuk menekankan dan mengaburkan makna yang sebenarnya. Adapun Raihan (2023) yang menganalisis

Anggi Rustiana, 2024

**IDEOLOGI MEDIAINDONESIA.COM, VIVA.CO.ID, DAN SINDONEWS.COM DALAM PEMBERITAAN DEBAT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

keberpihakan dan *framing* pemberitaan kecurangan Pilpres 2019 pada media detikcom. Penelitian menunjukkan bahwa posisi pemilik media, yakni Chairul Tanjung yang dekat dengan Capres Prabowo telah memengaruhi *reporter* dalam proses pembuatan berita guna memenangkannya sebagai presiden yang diusung oleh koalisi BPN Prabowo.

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini akan difokuskan pada teks pemberitaan mengenai pasca debat Pilpres 2024 selama lima putaran. Cakupan penelitian dan sumber data yang digunakan juga dari sekumpulan media yang berbeda. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang ideologi Media Indonesia, Viva.co, dan SINDO News dalam memberitakan pasca debat Pilpres 2024 menggunakan kajian analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Jadi, penelitian ini tak hanya berfokus pada satu atau dua media, tetapi tiga media. Guna melihat keberpihakan kepada tiap pasangan calon dan mengungkapkan perbedaan praktik sosial yang muncul dalam setiap pemberitaan pasca debat Pilpres 2024. Berdasarkan hal tersebut, dipilihlah judul “Ideologi *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com* dalam Pemberitaan Debat Pemilihan Presiden 2024”.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Pada bagian ini akan diuraikan masalah yang menjadi fokus penelitian. Adapun uraiannya terdiri dari (1) identifikasi masalah, (2) batasan masalah, (3) rumusan masalah.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut.

- 1) Teks berita mengenai pasca debat Pemilihan Presiden 2024 menunjukkan perbedaan praktik sosial dalam pemberitaannya pada *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*.
- 2) Teks berita mengenai pasca debat Pemilihan Presiden 2024 dalam pemberitaannya menunjukkan ideologi tertentu yang mengarahkan pembaca pada kesimpulan tertentu.

Anggi Rustiana, 2024

**IDEOLOGI MEDIAINDONESIA.COM, VIVA.CO.ID, DAN SINDONEWS.COM DALAM PEMBERITAAN DEBAT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 3) Ideologi *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com* pemberitaan mengenai pasca debat Pemilihan Presiden 2024 berusaha memengaruhi cara pandang masyarakat dalam menilai sebuah wacana pemberitaan.

### 1.2.2 Batasan Masalah

Cakupan masalah di atas masih terlalu luas. Oleh karena itu, penelitian ini akan dibatasi pada hal-hal sebagai berikut.

- 1) Teks dikaji dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough.
- 2) Wacana yang dikaji dalam penelitian ini terbatas pada teks dimensi deskripsi (analisis teks).
- 3) Teks yang dipilih adalah teks pemberitaan mengenai pasca debat Pemilihan Presiden 2024 pada media *online* *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*.

### 1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka masalah dalam penelitian “Ideologi *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com* dalam Pemberitaan Debat Pemilihan Presiden 2024” dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1) Bagaimana analisis teks pemberitaan debat Pemilihan Presiden 2024 di media *online* *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*?
- 2) Bagaimana produksi teks pemberitaan debat Pemilihan Presiden 2024 di media *online* *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*?
- 3) Bagaimana praktik sosial budaya dalam teks pemberitaan debat Pemilihan Presiden 2024 di media *online* *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, hal-hal yang menjadi tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan hasil analisis teks pemberitaan debat Pemilihan Presiden 2024 di media *online* *mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*

Anggi Rustiana, 2024

**IDEOLOGI MEDIAINDONESIA.COM, VIVA.CO.ID, DAN SINDONEWS.COM DALAM PEMBERITAAN DEBAT PEMILIHAN PRESIDEN 2024**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Mendeskripsikan produksi teks pemberitaan debat Pemilihan Presiden 2024 di media *online mediaindonesia.com, viva.co.id, dan sindonews.com*
3. Mendeskripsikan praktik sosial budaya dalam teks pemberitaan debat Pemilihan Presiden 2024 di media *online mediaindonesia.com, viva.co.id, dan sindonews.com*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sebuah penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun orang lain. Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat secara teoritis dan praktis penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan perspektif baru terhadap perkembangan kajian analisis wacana kritis (AWK), khususnya terkait ideologi media *online* dalam pemberitaan debat Pemilihan Presiden (Pilpres). Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis ideologi pemberitaan yang menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat lain yang bersifat praktis. Penelitian ini dapat membantu masyarakat pembaca berita *online* khususnya *mediaindonesia.com, viva.co.id* dan *sindonews.com* untuk lebih hati-hati dan teliti dalam memandang berita-berita yang beredar. Hal ini bertujuan agar masyarakat pembaca mengetahui sudut pandang atau ideologi yang akan menampilkan kepentingan media dan representasi citra yang digunakan dalam merekonstruksi suatu peristiwa. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam analisis bahasa, terutama dalam konteks wacana juga keterampilan berpikir kritis.

### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Hasil penelitian akan dilaporkan dalam bentuk skripsi sehingga sistematis penulisannya harus mengikuti standar yang sudah ada. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Pada Bab I akan dipaparkan pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Selanjutnya, Bab II akan diuraikan landasan teori yang mendukung penelitian ini dan tinjauan pustaka yang berisi penelitian terdahulu. Kemudian Bab III akan dijelaskan mengenai metode penelitian yang terdiri dari desain penelitian data dan sumber data yang diteliti, metode pengumpulan data, metode penyajian data, serta metode analisis data.

Pada Bab IV akan dibahas mengenai hasil temuan analisis data wacana pemberitaan pasca debat pemilihan presiden (Pilpres) 2024 di media *online mediaindonesia.com*, *viva.co.id*, dan *sindonews.com*. Adapun Bab V terdiri atas simpulan, implikasi, dan rekomendasi.