

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Catch Me Up merupakan perusahaan portal berita *online* melalui *website* sekaligus layanan newsletter melalui E-mail yang menyajikan berita-berita terkini dengan menggunakan bahasa-bahasa yang menyenangkan, cenderung informal, serta mudah dicerna bagi pembacanya. Catch me up menasar target pembaca dewasa muda yang ingin mendapatkan dan mengetahui berita atau informasi yang sedang terjadi tetapi tidak terlalu memiliki banyak waktu dan kemampuan extra untuk mencerna bahasa-bahasa yang berat dan terkesan formal. Biasanya, target pembaca d me up terdiri dari orang-orang yang sudah bekerja ataupun sedang duduk di bangku perkuliahan sehingga, bacaan berita dengan bahasa yang ringan serta cenderung informal tetapi tetap tidak menghilangkan point-point pembahasan dari berita yang disajikan menjadi sangat cocok dan relevan.

Pada tanggal 21 Februari 2024, portal berita *online* Catch Me Up merilis berita yang bermuatan tentang program calon presiden dan wakil presiden terpilih Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka yang merupakan makan siang gratis kepada masyarakat khususnya kepada anak-anak sekolah. Berita ini memiliki judul “Prabowo-Gibran Dengan Makan Siang Gratisnya” yang disebarkan kepada para *audience*-nya melalui portal berita *online* milik Catch me up pada pranala <https://catchmeup/news/prabowo-gibran-dengan-program-makan-siang-gratisnya> beserta E-mail *newsletter* yang dapat diakses jika berlangganan.

Pemberitaan ini membahas tentang penjelasan salah satu program unggulan calon presiden dan wakil presiden terpilih Prabowo-Gibran dan menampilkan berbagai macam informasi yang berkaitan dengan program tersebut. Informasi-informasi yang turut disajikan di dalam pemberitaan ini di antara lain mengenai tujuan diadakannya program, sasaran siapa yang mendapatkan manfaat dari program tersebut, target program, estimasi anggaran yang diperlukan, penyaluran serta peran-peran dan tanggung jawab lembaga yang bertugas merealisasikannya. Selain hal-hal tersebut, pemberitaan ini juga membahas tentang isu-isu yang turut mengitari program tersebut. Di dalam pemberitaan ini, terdapat pula tanggapan-tanggapan pihak-pihak terkait terhadap program tersebut ataupun mengenai isu-isu yang turut berkembang di masyarakat bersamaan dengan awal mula dicetuskannya program tersebut.

Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Dana Bantuan Operasional Sekolah (Dana BOS) (GANTI DENGAN INFORMASI LAIN ATAU DIHAPUS)

Pada awal tahun 2024 lebih tepatnya pada tanggal 14 Februari silam, Indonesia melaksanakan kegiatan yang sangat penting bagi kelangsungan negara yaitu Pemilihan Umum atau yang dapat disingkat sebagai Pemilu. Secara umum, Pemilu sendiri merupakan sebuah kegiatan demokrasi yang diselenggarakan 5 tahun sekali yang dilaksanakan dan diikuti oleh seluruh Warga Negara Indonesia (WNI) yang telah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP). Adapun tujuan Pemilu yaitu memberikan kesempatan bagi rakyat untuk menentukan pilihan dan menggunakan hak suara mereka serta memberi dukungan kepada calon pemimpin

sebagai peserta Pemilu yang termasuk di dalamnya yaitu DPR, DPD Provinsi, DPRD Kota/Kabupaten, DPD dan calon presiden dan wakil presiden dengan cara memilih pada saat pelaksanaan Pemilu. Pemilu diselenggarakan berdasarkan asas Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, Jujur dan Adil

Untuk mendapatkan dukungan serta simpati dari masyarakat, Para peserta Pemilu diberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan kampanye dengan berbagai macam cara selama tidak menyalahi undang-undang. Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Pasal 1 Ayat 21, Kampanye Pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu. Terdapat durasi kampanye yang harus dipatuhi setiap peserta pemilu, kegiatan kampanye dapat dilangsungkan sampai mencapai masa tenang yaitu masa yang tidak dapat digunakan untuk melaksanakan aktivitas pemilu dalam bentuk apapun karena telah mendekati masa pemungutan dan penghitungan suara. Untuk Pemilu tahun 2024, masa kampanye Pemilu berlangsung dari tanggal 28 November 2023 sampai tanggal 10 Februari 2024. Sedangkan Masa Tenang berlangsung dari tanggal 11 Februari 2024 sampai dengan tanggal 13 Februari 2024 sebelum akhirnya memasuki masa pemungutan dan penghitungan suara pada tanggal 14 Februari 2024 sampai tanggal 15 Februari 2024.

Program makan siang gratis yang menjadi topik dalam pemberitaan ini merupakan salah satu program andalan usungan dari pasangan presiden dan wakil presiden terpilih Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dan merupakan

salah satu janji pasangan tersebut pada saat masa kampanye Pemilu 2024. Program ini merupakan program unggulan dan sering kali menjadi *highlight* pada pembahasan yang berkaitan dengan program-program calon presiden (Capres) pada pemilu 2024.

Program makan siang gratis usungan Presiden dan Wakil Presiden terpilih Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka berkesinambungan dengan visi pasangan tersebut yang dipaparkan pada saat masa kampanye Pemilu 2024 yaitu “Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045”. Menurut dr. Rina Adeline Sumantri selaku perwakilan Tim Kampanye Nasional (TKN) pasangan Prabowo-Gibran dalam acara webinar yang diselenggarakan oleh Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia (IAKMI) pada tanggal 2 Februari 2024 memaparkan bahwa dalam 5 tahun, fondasi Indonesia emas 2045 harus diwujudkan dengan program yang dikawal langsung oleh presiden dan wakil presiden. Program makan siang gratis merupakan salah satu program tersebut yang memiliki tujuan untuk mengatasi kurang gizi dan juga stunting yang nantinya berupa pemberian makan siang beserta susu gratis ke sekolah-sekolah mulai dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan juga pesantren sekaligus bantuan gizi bagi balita dan ibu hamil.

Pemberitaan mengenai program makan siang gratis ini marak disebarkan melalui berbagai macam media massa, salah satunya portal berita online Catchmeup. Media massa merupakan sebuah alat atau media penghubung antara komunikator sebagai sumber dan komunikan yang berupa masyarakat luas. Media massa bermuatan informasi dan pesan-pesan yang ingin disampaikan baik itu dalam

bentuk tulisan, audio, ataupun audio visual. Beberapa contoh media massa yang masih banyak digunakan masyarakat sampai saat ini adalah koran, majalah, televisi, radio, dan portal berita online. Media massa menjadi efektif untuk menyampaikan pesan serta informasi ke khalayak karena kecepatannya, dan keunggulannya dalam menjangkau banyak *audiences*.

Sedangkan komunikasi massa berupa kegiatan komunikasi yang memanfaatkan kegunaan media massa tersebut. Komunikasi massa bertujuan untuk menyampaikan informasi dan pesan-pesan baik itu dalam bentuk tulisan, audio ataupun audio visual kepada massa atau khalayak luas, sehingga khalayak berkesempatan mendapatkan informasi terbaru dan terkini khususnya informasi-informasi yang penting untuk diketahui dan disampaikan. Media massa sebagai perantara atau sarana penyaluran informasi dan pesan ke khalayak ramai sangat membantu berjalannya kegiatan komunikasi massa berjalan secara efektif dan mencapai tujuan-tujuannya. Komunikasi massa bersifat satu arah dari komunikator yang biasanya seseorang, kelompok atau organisasi sebagai sumber dan juga komunikan yang merupakan khalayak luas.

Komunikasi massa termasuk dalam kegiatan komunikasi secara umum. Komunikasi sendiri yang merupakan kegiatan saling bertukar pesan dan informasi antara komunikator dengan komunikan tentu tidak dapat terpisahkan dari pemeran utamanya yaitu manusia. Komunikasi dan manusia merupakan hal yang berkaitan satu sama lain dan tidak pernah terpisahkan. Dimanapun manusia berada pasti akan selalu melakukan kegiatan komunikasi baik itu dengan manusia lain atau bahkan hanya dengan dirinya sendiri secara langsung ataupun tidak langsung. Komunikasi

akan selalu ada khususnya saat manusia berkumpul dengan manusia lainnya baik itu perkumpulan kecil seperti keluarga, kelompok pertemanan, komunitas, sampai perkumpulan besar seperti organisasi dan perusahaan. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang efektif yang terwujud bila pesan dan informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan tersampaikan dengan baik, tepat, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman ataupun salah persepsi.

Dengan berlandaskan alasan-alasan yang sudah dijabarkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada pemberitaan mengenai program makan siang gratis pada portal berita online CatchMeUp pada tanggal 21 Februari 2024. Peneliti menggunakan analisis wacana kritis model Teun A van Dijk dalam melaksanakan penelitian ini. Analisis Wacana Kritis milik Teun A van Dijk merupakan model yang populer digunakan untuk melakukan analisis wacana kritis. Model Van Dijk membagi analisis wacana kritis dalam tiga dimensi yaitu dimensi teks, konteks dan kognisi sosial.

Dimensi teks dalam analisis wacana kritis Van Dijk memiliki tiga tingkatan struktur. Struktur yang pertama adalah struktur makro yang merupakan bagian global dalam suatu teks, pandangan umum dalam teks tersebut dapat diamati dengan memperhatikan topik atau tema yang ada di dalam teks tersebut. Yang kedua adalah superstruktur, hal ini terkait dengan kerangka atau penyusunan suatu teks. Superstruktur menggambarkan bagaimana bagian-bagian teks tersusun dalam suatu berita secara utuh. Tingkatan terakhir adalah struktur mikro, yaitu wacana yang dapat diamati dari bagian-bagian atau detail-detail kecil dalam sebuah teks seperti kata, kalimat, preposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar.

Dimensi kedua adalah kognisi sosial, yang berarti sebuah proses dalam memproduksi teks atau wacana yang menitikberatkan pada kognisi individu dari penulis selama proses tersebut berlangsung. Analisis sosial dapat dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada penulis berita yang hasilnya nanti akan memperjelas bagaimana sebuah wacana diproduksi dan konteks apa yang mempengaruhinya.

Dimensi ketiga dari analisis wacana Van Dijk adalah dimensi konteks. Dimensi konteks dapat diartikan sebagai latar, situasi, peristiwa dan kondisi. Hal-hal yang mempengaruhi atau menginspirasi penulis dalam memproduksi sebuah wacana dapat terlihat dari konteks-konteks yang ada.

Peneliti memilih untuk memberikan penelitian ini dengan judul “**Analisis Wacana Kritis Tentang Berita Makan Siang Gratis Pada Portal Berita Daring Catch Me Up**”

1.2 Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka fokus penelitiannya adalah “Bagaimana Analisis Wacana Kritis Terkait Tentang Berita Makan Siang Gratis Pada Portal Berita Daring Catch Me Up”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, peneliti menarik beberapa pertanyaan untuk menunjang penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah :

1. Bagaimana analisis teks dalam berita program makan siang gratis pada portal berita daring Catchmeup?
2. Bagaimana kognisi sosial dalam berita program makan siang gratis pada portal berita daring Catchmeup?
3. Bagaimana konteks sosial dalam berita program makan siang gratis pada portal berita daring Catchmeup?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui analisis teks dalam berita makan program makan siang gratis pada portal berita daring Catchmeup?
2. Untuk mengetahui kognisi sosial dalam berita program makan siang gratis pada portal berita daring Catchmeup?
3. Untuk mengetahui konteks sosial dalam berita program makan siang gratis pada portal berita daring Catchmeup?

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini terbagi menjadi dua jenis kegunaan, yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

- a. Menjadi salah satu sumber informasi tambahan khususnya yang berhubungan tentang analisis wacana kritis dan juga tema atau topik terkait baik itu bagi mahasiswa, akademisi ataupun publik.

- b. Sebagai salah satu sumber referensi tentang analisis wacana kritis bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan yang memiliki tujuan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode atau topik yang serupa.
- c. Sebagai bentuk pengembangan kemampuan dan kepekaan dalam menganalisa problematika komunikasi khususnya yang memiliki kaitan dalam penulisan pemberitaan di dalam media daring.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan untuk menjadi edukasi baru bagi masyarakat dalam proses memahami informasi dan pesan-pesan yang tertuang pada suatu berita tentang berbagai macam fenomena yang terjadi di media massa khususnya portal berita daring.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah keilmuan baru terkhusus di dalam bidang analisis wacana kritis teks berita di dalam media daring bagi peneliti lewat berbagai macam proses dan hasil penelitian yang telah dilakukan.