

ANALISIS WACANA KRITIS PEMBERITAAN POLITIK PADA GELARAN PILPRES 2024 DI KOMPAS.COM

CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF POLITICAL REPORTING IN THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION ON KOMPAS.COM

Muhammad Juli Mahmuda

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
10020121056@uinsby.ac.id

ABSTRAK: Pada era digital saat ini, hampir secara keseluruhan kegiatan manusia sangat berdekatan dengan media *online*. Tidak menutup kemungkinan pada gelaran kontestasi Pemilu atau Pilpres 2024 akan sangat berdekatan dengan media *online*. Pada penelitian ini, peneliti mencoba melakukan analisa terkait pemberitaan yang telah diunggah oleh media *online Kompas.Com* dengan menggunakan teknik analisa wacana kritis model Norman Fairclough. Analisa tersebut dilakukan karena peneliti ingin melihat apakah pada pemberitaan yang telah diunggah selama masa menjelang pemilu hingga selesai pemilu memiliki terdapat agenda tersendiri atau dalam hal ini sebagai media pemberitaan, *Kompas.Com* memiliki keterkaitan dengan paslon tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan perolehan data melalui aplikasi IMA dari PT. Indonesia Indicator. Penelitian ini juga menggunakan teori analisis wacana kritis untuk melihat bagaimana proses pemberitaan *Kompas.Com* selama gelaran pilpres 2024 berlangsung.

Kata Kunci: *Analisis Wacana Kritis, Media Online, Kompas.Com, Pemberitaan*

ABSTRACT: In the current digital era, almost overall human activities are very close to online media. Did not rule out the possibility of the Election Contestation or the 2024 Presidential Election will be very close to online media. In this research. Researchers try to conduct an analysis related to the news that has been uploaded by *Kompas.com* online media using the critical discourse analysis technique Norman Fairclough model. The analysis was carried out because the researcher wanted to see whether in the news that had been uploaded during the period before the election until the election was completed, there was a separate agenda or in this case as a medium of reporting, *Kompas.com* had a connection with certain pairs. In this study, researchers will use descriptive qualitative research methods with the acquisition of data through the IMA application from PT. Indonesia Indicator. This study also used the theory of critical discourse analysis to see how the *Kompas.com* reporting process during the 2024 Presidential Election event took place.

Keywords: *Critical Discourse Analysis, Online Media, Kompas.Com, Reporting*

A. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, hampir secara keseluruhan kegiatan manusia sangat berdekatan dengan media *online*. Tidak menutup kemungkinan pada gelaran kontestasi Pemilu atau Pilpres 2024 akan sangat berdekatan dengan media *online*. Pada gelaran kontestasi lima tahunan ini, telah menuai berbagai macam dinamika yang selalu berubah-ubah. Hal tersebut dapat dilihat bagaimana pemberitaan pada media *online* selalu memberikan informasi secara variatif setiap harinya dan terlihat sangat kompetitif antara pemberitaan satu dengan lainnya. Seperti halnya media *online Kompas.Com* yang juga sering memberikan informasi seputar Pemilu 2024, terkhusus pada Pilpres 2024. Agenda lima tahunan ini membawa media untuk saling berlomba-lomba dalam menciptakan ruang khusus dalam bentuk pemberitaan untuk dapat menarik hati para pembacanya. Media *online* akan menjadi pilihan untuk mencari informasi bagi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan media *online* mampu memberikan kemudahan terkait akses yang diberikan, memberikan narasi yang lengkap bagi para pembacanya, dan seringkali juga menjadi hal yang dilakukan ketika waktu senggang.

Pada penelitian ini, peneliti mencoba melakukan analisa terkait pemberitaan yang telah diunggah oleh media *online Kompas.Com* dengan menggunakan teknik analisa wacana kritis model

Norman Fairclough. Analisa tersebut dilakukan karena peneliti ingin melihat apakah pada pemberitaan yang telah diunggah selama masa menjelang pemilu hingga selesai pemilu memiliki terdapat agenda tersendiri atau dalam hal ini sebagai media pemberitaan, *Kompas.Com* memiliki keterkaitan dengan paslon tertentu. Melakukan analisis wacana kritis, kita dapat melihat bagaimana *platform* media *online* dalam mengunggah pemberitaan dan melihat apakah selama periode pemberitaannya memiliki agenda tersendiri atau memiliki keberpihakan. Dengan melakukan analisis wacana kritis juga, dapat melihat apakah pada media tersebut terdapat agenda kepentingan dari seorang penguasa untuk mencapai tujuannya.

Seringkali juga *platform* atau media *online* ini menjadi sasaran bagi seorang kandidat untuk membantunya dalam proses kampanye. Pemberitaan transaksional inilah yang seharusnya diperhatikan lebih oleh masyarakat agar lebih selektif dalam melihat atau membaca suatu pemberitaan. Menurut seorang tokoh filsafat, Louis Althouser dan Gramsci, media menempati posisi strategis dengan kekuasaan, karena kekuasaan legitimasinya dan media menjadi arena pertarungan dari kepentingan dan ideologi. Dalam hal ini, media seharusnya tidak melakukan keberpihakan pada orang yang memiliki kepentingan atau kalangan elit, namun harus bisa membuat suatu pemberitaan yang berkualitas untuk diinformasikan kepada masyarakat. Media juga seringkali disebut sebagai pilar keempat dari sebuah sistem pemerintahan demokrasi atau *The Fourth Estate* dalam kehidupan sosial-ekonomi dan politik masyarakat. Mendekati gelaran pilpres 2024 para capres dan cawapres mencoba untuk membranding dirinya tampil sebagai seorang yang dekat dengan rakyat kecil. Hal tersebut tentunya untuk membantu menaikkan elektabilitas dan popularitas mereka sebelum masa pemilihan. Popularitas tersebut menuntut para kandidat untuk terus menyelaraskan dengan apa yang dikehendaki oleh publik.

Sementara itu media *online* sendiri telah mendominasi pilihan utama pembaca milenial. Hal tersebut menandai adanya pergeseran budaya membaca dari masyarakat, yang sebelumnya masih secara konvensional sudah mulai tergantikan kepada digital. Menurut data dari Badan Pusat Statistik dari hasil pendataan Survei Susenas 2022, sekitar 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022 dan 62,10% di tahun 2021. Tingginya angka tersebut telah mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi, serta perubahan menuju masyarakat informasi.

Para calon presiden dan wakil presiden yang sudah cukup populer dan banyak diketahui oleh masyarakat akan terus menunjukkan eksistensinya melalui media, salah satunya ialah media *online*. Memperkenalkan diri kepada publik dengan harapan tingkat elektabilitasnya dapat meningkat. Media *online* juga memiliki peran yang cukup besar dalam pembentukan sebuah opini publik dan pencitraan. Dalam hal tersebut, dianggap sangat penting untuk mewujudkan ide-ide dalam bentuk material, dan juga dianggap sangat penting karena penyebaran informasi yang jangkauannya luas dan aksesnya lebih terbuka.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebuah tahapan dalam membuat karya tulis ilmiah. Dalam metode penelitian ini juga membahas tentang konsep teoritis, kelebihan dan kelemahan dari suatu karya tulis ilmiah. Kemudian dilanjutkan dengan pemilihan metode yang akan digunakan dalam penelitian nantinya.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan perolehan data melalui aplikasi IMA dari PT. Indonesia Indicator. Penelitian ini juga menggunakan teori analisis wacana kritis model Norman Fairclough untuk melihat bagaimana proses pemberitaan Kompas.Com selama gelaran pilpres 2024 berlangsung.

Penggunaan analisis wacana kritis sendiri berguna untuk melihat lebih jauh bagaimana Kompas.Com menyajikan sebuah pemberitaan terkait Pilpres 2024. Hal ini juga mendorong peneliti untuk melihat apakah pada media online Kompas.Com memiliki keterkaitan dengan salah satu paslon. Dalam proses penulisan penelitian ini, diperlukan data yang komprehensif untuk dapat melihat bagaimana peran media online Kompas.Com dalam menyaajikan sebuah pemberitaan terkait Pilpres 2024. Sumber data yang didapat oleh peneliti merupakan Big Data yang diperoleh melalui sistem Big Data milik PT. Indonesia Indicator atau IMA (Intelligence Media Analytics).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran media dalam memberikan pengaruh atas pengetahuan publik, menjadikan media sebagai suatu hal yang kontroversial jika dalam pemberitaannya tidak mendasar pada sebuah informasi yang bersifat *real* melainkan adanya bentuk kepentingan salah satu pihak saja. Hal ini analisis wacana kritis model Norman Fairclough ingin mengamati terkait hal tersebut pada unggahan media online Kompas.Com.

A. Pemantauan Ekspose Pemberitaan Kompas.Com



Berdasarkan pada grafik diatas sesuai dengan periode pemantauan yang telah ditentukan oleh peneliti yakni, dari April 2023 – April 2024 memperlihatkan ekspose yang variatif dan memiliki pembahasan yang berbeda-beda pada setiap bulannya. Pada grafik tersebut juga diperlihatkan bahwa ekspose tertinggi pada pemberitaan Pilpres 2024 di Kompas.Com terjadi pada bulan Januari 2024 sekitar ada 3.478 ekspose pemberitaan, sedangkan ekspose pemberitaan paling sedikit terjadi pada bulan Maret 2024 sekitar ada 1.309 ekspose pemberitaan. Dalam hal ini peneliti membagi pada tiga fase yakni Pra Kampanye (April 2023 – September 2023), Masa Kampanye (November 2023 – Februari 2024), Pasca Kampanye (Maret 2024 – April 2024).

Pada periode pemantauan fase **Pra Kampanye**, tentunya akan menjadi sebuah sorotan karena didalam fase tersebut tentunya terdapat agenda penting KPU dalam mempersiapkan gelaran Pemilu 2024 dan pemberitaan terkait masing-masing calon yang akan mengikuti kontestasi lima tahunan tersebut. Pada periode pemantauan fase pra kampanye, ekspose tertinggi terdapat pada bulan Oktober 2023 sekitar 2.594 ekspose pemberitaan yang diunggah oleh *Kompas.Com*.

Pada pantauan media online Kompas.Com bulan Oktober 2023, terlihat Kompas.Com seringkali memberitakan terkait isu batasan usia capres-cawapres yang akan mengikuti Pilpres 2024, pada pemberitaan terkait isu batasan usia capres-cawapres kerap kali diikuti dengan narasi atau statement yang dikeluarkan oleh kubu dari Partai PDIP yang disampaikan secara langsung oleh tokoh PDIP seperti, Hasto Kristiyanto, Djarot Syaidul Hidayat, dan Ahmad Basarah.

Selain pemberitaan terkait batasan usia capres-cawapres, pada periode pemantauan tersebut terdapat pemberitaan yang memiliki ekspose cukup tinggi yakni terkait agenda makan siang bersama Jokowi dengan ketiga capres di Istana Merdeka. Isi dari pemberitaan tersebut memberikan perhatian kepada masyarakat Indonesia terkait posisi Jokowi pada gelaran Pilpres 2024. Pada pemberitaan tersebut juga mengimbau masyarakat untuk kritis dalam melihat posisi Jokowi pada pilpres yang akan datang.

Pada periode ini pemberitaan terkait pendaftaran pasangan Anies-Muhaimin juga memiliki ekspose yang cukup tinggi. Pada pemberitaan tersebut menunjukkan kesiapan pasangan Anies-Muhaimin dalam mendaftarkan diri di KPU yang juga akan diiringi oleh pendukung dan simpatisan.



Tabel 1.1. *Sample* Pemberitaan Pada Kompas.Com

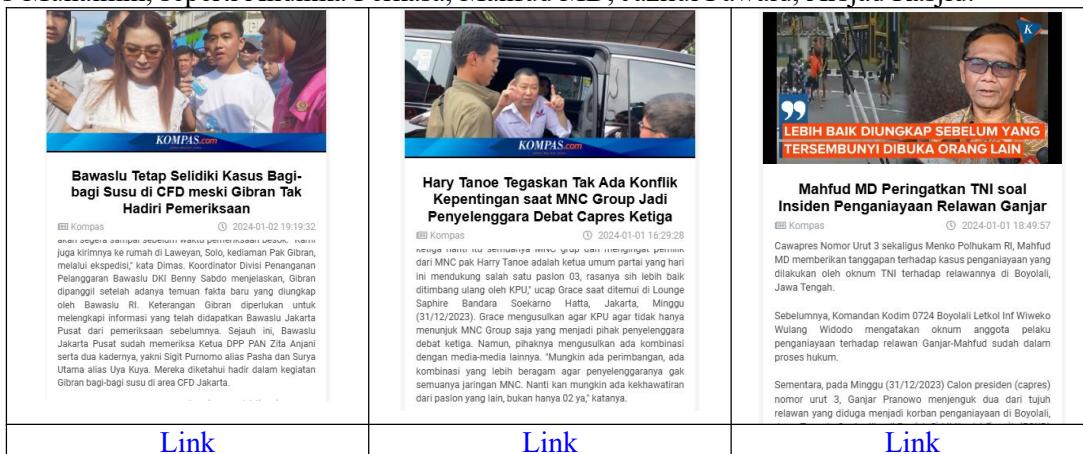
Sumber : Aplikasi IMA PT Indonesia Indicator, 2024

Pada periode pemantauan masa **Kampanye**, ekspose pemberitaan di Kompas.Com juga sangat tinggi. Saat masa kampanye, ekspose tertinggi terlihat pada bulan Januari 2024, ekspose pada periode ini tercatat sekitar 3.478 ekspose pemberitaan. Bulan ini juga merupakan bulan dengan ekspose yang paling tinggi pada periode pemantauan dari bulan April 2023 – April 2024.

Pada periode pemantauan bulan ini terlihat dipenuhi dengan agenda kampanye dari masing-masing paslon. Agenda kampanye atau safari politik tersebut dilakukan untuk menaikkan elektabilitas dari masing-masing paslon. Setiap paslon melakukan agenda kampanye atau safari politik dengan cara turun langsung dan mendengar secara langsung keluhan dari masyarakat. Selain itu pada periode ini pemberitaan terkait pemanggilan Gibran atas dugaan pelanggaran proses berkampanye karena melakukan bagi-bagi susu gratis saat CFD di Jakarta, juga kerap menjadi pemberitaan yang juga sering diunggah.

Selain pemberitaan terkait agenda kampanye masing-masing paslon, pada periode ini pemberitaan terkait agenda Debat Capres-Cawapres juga menjadi pemberitaan yang sering kali diberitakan oleh media online Kompas.Com. Isi dari pemberitaan tersebut meliputi persoalan MNC Media menjadi media penyelenggara, dua panelis debat yang dipersoalkan menjelang debat ketiga capres, dan cuplikan beberapa momen terkait debat ketiga capres.

Pemberitaan terkait penggeroyokan relawan Ganjar-Mahfud oleh oknum TNI juga menjadi pemberitaan yang sering diunggah oleh Kompas.Com. Pada pemberitaan tersebut memberikan informasi terkait statement yang dikeluarkan oleh kubu dari Ganjar-Mahfud dan beberapa dari kubu Anies-Muhaimin, seperti Andhika Perkasa, Mahfud MD, Jazilul Fawaid, Arsadj Rasjid.



Tabel 1.2. *Sample* Pemberitaan Pada Kompas.Com

Sumber : Aplikasi IMA PT Indonesia Indicator, 2024

Pada periode pemantauan masa **Pasca Kampanye**, ekspose pemberitaan di Kompas.Com terkait pemilu 2024 sudah mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pemberitaan pasca pemilu

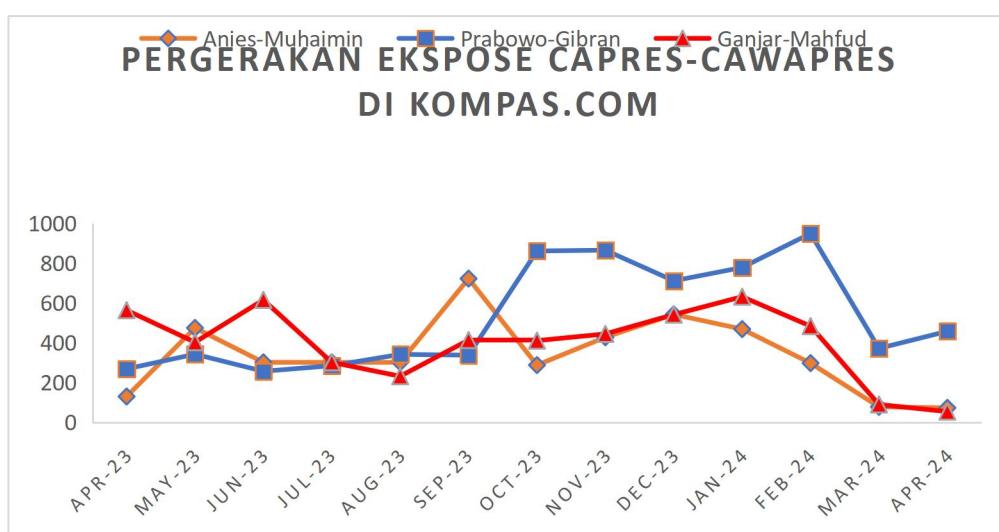
dengan ekspose yang cukup tinggi, terjadi pada bulan April 2024, tercatat sekitar 1.584 ekspose pemberitaan pada periode tersebut.

Pada periode pemantauan bulan ini tercatat pemberitaan dengan ekspose yang tinggi memberitakan terkait putusan MK terkait Perselisihan Hasil Pemilihan Umum. Dimana pada pemberitaan tersebut MK menolak terkait gugatan yang diajukan oleh paslon Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud.

Pada periode pemantauan ini pemberitaan terkait ucapan selamat kepada Prabowo-Gibran menjadi pemberitaan yang cukup hangat ketika putusan MK telah dibacakan, dan secara sah pasangan Prabowo-Gibran menjadi pemenang Pemilu 2024. Pemberitaan terkait ucapan selamat sendiri berasal dari kalangan parpol pendukung Prabowo-Gibran, Ormas, dan Anies Baswedan. Pada akhir periode pemantauan, pemberitaan terkait dengan bubarnya setiap koalisi pasca putusan MK juga menjadi pemberitaan yang paling hangat dibahas, mulai dari koalisi Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud.

B. Analisis Wacana Kritis Terhadap Pemberitaan Kompas.Com

Dalam melakukan proses analisa terkait apakah media Online Kompas.Com memiliki agenda tersendiri pada momen Pilpres 2024, peneliti melakukan analisis wacana kritis terhadap pemberitaan Kompas.Com dengan analisis model Norman Fairclough . Data pada penelitian ini diambil dengan menggunakan aplikasi IMA PT Indonesia Indicator dengan penyesuaian pengambilan data pada bulan April 2023 – April 2024. Sesuai dengan model analisis wacana model Norman Fairclough, terdapat 3 dimensi yang juga menggambarkan sajian data yang diteliti, yaitu dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya. Berikut adalah data dari Praktik sosial budaya :



Gambar 1.2. Grafik Pergerakan Ekspose Capres-Cawapres di Kompas.Com

Sumber : Aplikasi IMA PT Indonesia Indicator

Aspek praktik sosial budaya bisa berupa situasional, institusional, dan sosial. Konteks situasional merupakan konteks sosial saat teks tersebut diproduksi. Sebuah teks diproduksi di dalam kondisi yang khas dan unik sehingga satu teks menjadi berbeda dengan teks lainnya, walaupun dengan tema yang sama. Aspek institusional melihat bagaimana pengaruh institusi terhadap praktik produksi wacana berita. Terakhir, aspek sosial merupakan faktor berupa sistem makro dalam masyarakat, seperti sistem politik, ekonomi, dan budaya.

Ketika melihat pada grafik yang ada, terdapat suatu bentuk kejanggalan pada ekspose pemberitaan pada salah satu paslon. Ketika melihat bagaimana ekspose dari pasangan Anies-Muhaimin, memiliki ekspose pemberitaan yang stabil atau dalam satu tahun periode pemantauan tidak memiliki lonjakan pemberitaan yang signifikan. Ekspose tertinggi pasangan Anies-Muhaimin terjadi pada bulan September 2023 sekitar 723 ekspose pemberitaan, pemberitaan Anies-Muhaimin pada bulan tersebut terkait dengan deklarasi pasangan Anies-Muhaimin sebagai pasangan capres dan cawapres pada Pilpres 2024, deklarasi tersebut dilakukan di Hotel Majapahit, Kota Surabaya.

Ekspose pemberitaan pada pasangan Prabowo-Gibran memiliki lonjakan yang cukup signifikan pada masa kampanye berlangsung. Pada masa pra kampanye, pasangan Prabowo-Gibran memiliki ekspose yang cukup rendah dan ekspose Prabowo-Gibran saat masa pra kampanye hampir seluruhnya berada dibawah pasangan Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud. Namun, Ketika masa kampanye berlangsung pasangan Prabowo-Gibran memiliki ekspose paling tinggi dari pada pasangan yang lain. Ekspose pemberitaan tertinggi pasangan Prabowo-Gibran terjadi pada bulan Februari 2024. Pemberitaan Prabowo-Gibran pada periode pemantauan dengan ekspose tinggi berbicara terkait, agenda kampanye atau safari politik Prabowo-Gibran, persoalan atau pembahasan terkait program makan siang gratis, pemberitaan terkait koalisi Prabowo-Gibran, hasil quick count Prabowo-Gibran.

Ekspose pemberitaan pasangan Ganjar-Mahfud dapat dikatakan paling stabil dibandingkan dengan pasangan yang lain, kenaikan ataupun penurunan ekspose pemberitaan tidak terjadi secara mengejutkan. Ekspose pemberitaan tertinggi pasangan Ganjar-Mahfud terjadi pada bulan Januari 2024. Pemberitaan yang terkait pasangan Ganjar-Mahfud pada bulan tersebut ialah berkaitan dengan agenda kampanye atau safari politik Ganjar-Mahfud di beberapa daerah, terkait pengunduran diri Mahfud MD dari kursi Menteri Menko Polhukam, peluncuran lagu salam metal, penguasaan Ganjar pada debat ketiga capres, relawan Ganjar-Mahfud dianiaya oleh oknum TNI

F. DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Rzki Pratama Putra, Uljanatunnisa, (2021), “*Unsur Keberpihakan Pada Pemberitaan Media Online Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kampanye Pada Kumparan.Com*”, Jurnal Studi Jurnalistik, Vol.3, No.21.

Inri Inggrit Indrayani, (2009), “*Media dan Politik Citra Dalam Politik Indonesia Kontemporer*”, Jurnal Ilmiah Scriptura, Vol.3 No.2.

Badan Pusat Statistik, “*Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*”, (2023) [Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022 - Badan Pusat Statistik Indonesia \(bps.go.id\)](https://www.bps.go.id) diakses pada tanggal 20 Mei 2024

Haryati, (2012), “*Pencitraan Tokoh Politik Menjelang Pemilu 2014*”, Jurnal Observasi, Vol.11, No.2.