

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia kembali melangsungkan pesta demokrasi pada Pemilu 2024. Salah satu bagian dari pelaksanaan pesta demokrasi yang paling berpengaruh untuk menentukan wajah baru Indonesia di masa yang akan datang adalah pemilihan presiden. Media massa sebagai bentuk layanan publik dalam kehidupan sehari-hari, seperti pendidikan, kesehatan, hiburan, ekonomi hingga politik memiliki peranan yang penting untuk penyebaran informasi kepada masyarakat melalui segala macam bentuk pemberitaan yang disajikan. Terlebih lagi jika isu yang disampaikan mengenai pemberitaan pemerintahan karena merupakan isu yang sensitif bagi masyarakat.

Proses pemilihan presiden di Indonesia memang dilakukan oleh rakyat namun pilihan-pilihan rakyat tidaklah bebas dari pengaruh luar, pengaruh media, pengaruh aktor di balik media dan ideologi yang melatarbelakanginya. Media massa tidak netral, melainkan berpihak (Sudiby, 2001). Keberpihakan ini dapat dilihat dari berbagai sisi, tidak hanya untuk kepentingan perusahaan semata, namun juga ada ideologi-ideologi yang masih tersembunyi demi kepentingan pemilik media massa.

Terdapat beragam kepentingan dalam media, mulai dari kepentingan ideologis, kepentingan politik, hingga kepentingan pasar atau bisnis, tetapi media lupa bahwa mempunyai tanggung jawab moral untuk memberitakan realitas-realitas yang ada dalam masyarakat. Terlebih lagi, ketika media dimiliki oleh

swasta maka media tidak lagi berpihak pada kepentingan rakyat. Sistem kepemilikan media seperti ini memungkinkan media menggunakan kekuasaannya untuk mengkomersialkan teks budaya yang berisi pesan politik dari organisasi politik (Junaedi, 2013).

Media pendukung berusaha membuat masyarakat mendukung calon presiden pilihannya. Pada saat yang sama, terdapat media lain yang memberikan dukungan berbeda-beda terhadap calon presiden. Media-media ini bersaing untuk mendapatkan simpati dari publik dan berusaha meliput jagoannya untuk meraih simpati dari masyarakat. Dalam hal ini terlihat media-media yang terus berlomba, beradu bahkan sampai menjatuhkan lawannya dalam setiap pemberitaan untuk memenangkan calon presiden pilihannya. Sehingga, media pun dijadikan sebagai alat propaganda bagi kaum elit politik tertentu karena media massa dinilai sebagai kekuatan yang dapat memengaruhi opini publik. Saat itu, kepentingan rakyat serasa terabaikan. Masyarakat tidak diberi kesempatan berpikir untuk menentukan pilihan yang tepat. Media sibuk menampilkan pencitraan-pencitraan politik. Mereka menyebarkan berita positif dan menyangkal berita negatif yang dapat berdampak buruk terhadap calon pilihannya. Pada saat itu, liputan media terkesan tidak mencerdaskan dan bersifat subjektif.

Penting untuk disadari bahwa media tidak melakukan semua ini secara gratis. Harus digarisbawahi bahwa ada kepentingan media di balik semua "sikap manisnya" terhadap calon presiden pilihannya. Salah satu kepentingan media adalah bisnis. Bisnis iklan pilpres tentu sangat menggiurkan bagi media. Media dapat meraih berbagai keuntungan dari bisnis yang hanya datang satu kali dalam

lima tahun sekali. Mereka tidak lagi peduli siapa yang mereka dukung. Karena yang paling penting bukanlah pemilu pada tingkat politik ideologis atau praktis, namun keuntungan kapital dan laba yang mereka harapkan. Kepentingan di balik media mengaburkan “cita-cita mulia” mereka dalam bekerja untuk rakyat. Media bersedia menerima dirinya “dibayar” dari pemilik modal dan aktor politik untuk memajukan kepentingan mereka.

Pada praktek jurnalisme di negara berkembang, seperti Indonesia sangat jarang ditemukan pemberitaan yang mendalam atau bersifat analitis dan melibatkan semua sudut pandang masyarakat. Dalam kenyataannya, setiap pemberitaan yang ditayangkan di media tentu saja tidak terlepas dari kebijakan pemilik media itu sendiri. Modal (*capital*) materialisme yang dimiliki oleh suatu media dikhawatirkan dapat menyebarkan ideologi atau pandangan dominan yang justru dapat membahayakan pada publik. Salah satu media tersebut adalah iNews.id. Mengikuti perkembangan pemberitaan yang dilakukan oleh iNews.id, dapat diketahui dengan jelas bahwa iNews.id adalah media online yang berpihak kepada Ganjar Pranowo, yang hampir seluruh pemberitaannya adalah mengenai Ganjar sebagai calon presiden.

iNews.id merupakan salah satu portal berita yang memiliki jaringan dari seluruh Indonesia, bagian dari MNC Group yang dimiliki oleh Harry Tanoesoedibjo. MNC Group juga memiliki beberapa media antara lain RCTI, MNC TV, GTV, MNC Channel, Koran Sindo, Okezone.com, Sindonews.com, dan MNC Trijaya FM. Selain memiliki beberapa stasiun TV di Indonesia melalui jaringan MNC Media. Selain itu, Harry Tanoesoedibjo merupakan seorang pendiri

dan Ketua Umum Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Keluarga Harry Tanoesoedibjo juga kompak maju sebagai calon legislatif (caleg) dari Partai miliknya yaitu Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Ada sebanyak 7 anggota dari keluarga pemilik MNC Group yang mencalonkan diri pada pemilu 2024, berdasarkan daftar calon Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Diketahui Partai Perindo resmi mendukung Ganjar Pranowo sebagai bakal capres 2024 di markas PDI-P, Jakarta Pusat. Sesuai pernyataan yang disampaikan oleh Ketua Umum Partai Perindo saat ini PDIP merupakan partai yang paling siap dalam kontestasi Pilpres 2024. Selain itu Perindo dan PDIP punya kesamaan ideologi serta sosok Ganjar Pranowo selaku bacapres yang diusung PDIP turut menjadi pertimbangan karena dianggap sebagai figur yang diterima oleh masyarakat, masih muda, dan yang paling penting memiliki komitmen untuk melanjutkan pembangunan yang sudah dilakukan oleh presiden sebelumnya yaitu Joko Widodo. Selain itu, Harry Tanoesoedibjo juga menekankan agar masyarakat tidak ragu memilih Ganjar Pranowo untuk kemenangan di pilpres 2024 karena dinilai dapat menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya bagi generasi muda dalam pemberitaan yang diunggah iNews.id edisi 09 Juni 2023.

Melalui hal tersebut dapat dilihat, ketika suatu media dimiliki oleh fungsionaris partai politik tertentu maka akan digunakan sebagai ajang kampanye oleh pemiliknya, baik untuk kemenangan dirinya ataupun partai dukungannya. Berangkat dari hal tersebut tanpa disadari melalui setiap pemberitaan pemilihan presiden di iNews.id kita dapat mengetahui makna tersirat dibalik pemberitaan tersebut. Pada pemberitaan debat capres dalam pemilu 2024 di media iNews.id

yang diunggah pada tanggal 05 Februari 2024 dengan judul “*Ganjar Pranowo Ingatkan Pentingnya Internet Gratis, Prabowo Kelabakan*” dapat kita analisis menggunakan Van Dijk. Setelah capres nomor urut 02 Prabowo Subianto sempat menyindir program internet gratis tidak jauh lebih penting daripada makan gratis pada kampanye yang dilakukannya di Pontianak. Pemberitaan tersebut mencerminkan suatu framing yang menyoroti peran Ganjar Pranowo dalam memperjuangkan akses internet gratis serta menggambarkan Prabowo sebagai pihak yang terlambat merespons atau terkesan tidak siap dalam menghadapi isu tersebut. Pemilihan kata "kelabakan" memberikan kesan bahwa Prabowo tidak memiliki strategi yang matang dalam menanggapi isu tersebut dan juga penggunaan bahasa yang memihak atau menekankan salah satu pihak dapat mengindikasikan framing yang dibangun oleh penulis. Melalui analisis ini, kita dapat memahami bagaimana pemberitaan tersebut membentuk narasi tentang isu internet gratis dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap tokoh-tokoh politik yang terlibat.

Ditemukan proses kognisi sosial pada pemberitaan tersebut yang menciptakan penjelasan atribusi yang berbeda terhadap dua tokoh politik yang disebutkan. Ganjar Pranowo digambarkan sebagai sosok yang peduli dan peka terhadap kebutuhan masyarakat, sementara Prabowo dijelaskan kelabakan atau kewalahan dalam menanggapi isu internet gratis. Judul berita tersebut juga memainkan peran dalam memperkuat atau merusak identitas sosial yang terkait dengan kedua tokoh politik. Pembaca yang mengidentifikasi diri dengan Ganjar Pranowo mungkin merasa diakui atau dibenarkan oleh judul tersebut, sementara

pendukung Prabowo mungkin merasa diposisikan dalam cahaya yang negatif. Analisis kognisi sosial dari judul berita tersebut memberikan wawasan tentang bagaimana informasi disajikan dan diterima oleh masyarakat, serta bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan mereka terhadap kedua tokoh politik yang disebutkan.

Dalam pemberitaan tersebut juga terlihat konteks sosial dimana Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan daftar pemilih tetap (DPT), mayoritas pemilih Pemilu 2024 berasal dari generasi Z, ini menunjukkan pentingnya peran dan pengaruh generasi ini dalam proses politik. Generasi Z, yang secara umum lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah tumbuh dalam era teknologi digital dan terhubung secara online sejak usia dini. Karena itu, mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang media sosial, teknologi, dan cara menggunakan platform digital untuk menyuarakan pendapat mereka. Pemberitaan tersebut mencerminkan strategi politik yang berpotensi untuk menarik perhatian generasi Z (Gen Z) dengan memanfaatkan isu yang relevan dengan kebutuhan dan minat mereka. Penggunaan framing atau penyajian isu tentang internet gratis oleh Ganjar Pranowo dalam konteks perhatian terhadap generasi Z adalah langkah yang tepat. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan sangat bergantung pada internet untuk berbagai aktivitas, termasuk pendidikan, hiburan, dan interaksi sosial. Strategi ini juga dapat memanfaatkan perasaan dan identitas sosial generasi Z terkait dengan akses internet. Generasi Z mungkin merasa frustrasi atau terganggu jika akses internet mereka terbatas atau mahal. Dengan menawarkan solusi dalam bentuk internet gratis, Ganjar Pranowo

dapat membangun hubungan emosional dengan generasi Z dan menarik identitas sosial mereka sebagai pengguna internet aktif.

Acara debat capres kembali diadakan sebagai salah satu sarana kampanye dengan harapan masing-masing calon mendapatkan suara dan dukungan dari masyarakat. Di sisi lain acara debat juga digunakan sebagai sarana pembelajaran politik bagi seluruh rakyat Indonesia agar lebih mengerti dan tahu tentang capres yang akan dipilihnya. Komunikasi politik ini dapat ditemukan dalam kegiatan debat pemilihan calon presiden. Dalam pemberitaan yang diunggah di iNews.id edisi 14 Desember 2023 dengan judul *“Soroti Debat Perdana Capres, Partai Perindo: Bukan Hanya Bernarasi, Paparan Ganjar Berdasar Pengalaman”* Wakil Ketua Umum (Waketum) DPP Partai Perindo Boyke Novrizon mengemukakan bahwa segala pertanyaan ataupun sanggahan dapat disampaikan Ganjar Pranowo dengan terukur dan baik. Selain itu, ia menyebut penampilan Ganjar sangat meyakinkan para pemilih di 2024. Ia tampil tenang dan menyampaikan substansi dengan baik. Secara keseluruhan dari semua sesi performa Capres Ganjar Pranowo dinilainya sangat meyakinkan, baik dari penguasaan materi, manajemen waktu dan tata komunikasi yang mudah dimengerti. Konstruksi pemberitaan tersebut dibuat dengan membangun karakter pemimpin yang baik bagi calon presidennya, menepis isu-isu miring mengenai calon presiden pilihannya dan semua itu dilakukan dengan wacana dan isu-isu yang mereka hadirkan. Suatu media tidak hanya sekedar saluran yang bebas, tetapi media juga mengonstruksi realitas, pandangan, struktur kekuasaan dan pemihakannya.

Melalui hal tersebut, dapat terlihat bagaimana suatu media memberikan citra dan kekuatan yang baik untuk calon presiden pilihannya sehingga akan memunculkan banyak dukungan dan perhatian dari masyarakat yang menyaksikan acara debat atau membaca pemberitaan di media tersebut. Dalam argumentasi debat, terjadi interaksi antara penutur dengan lawan bicaranya sehingga menghasilkan tuturan yang mencapai tujuan yang diinginkan penutur. Adapun peserta debat dari calon presiden nomor urut 01, yaitu Anies Baswedan, calon presiden nomor urut 02, yaitu Prabowo Subianto dan calon presiden nomor urut 03 Ganjar Pranowo.

Untuk mengetahui keberadaan motif politik tertentu dalam sebuah teks yang terdapat dalam setiap pemberitaan tersebut dapat melalui sebuah penelitian dengan metode analisis wacana, dimana wacana menurut Harimurti Kridalaksana (2008:259) adalah satuan bahasa terlengkap, dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar yang dapat direalisasikan dalam suatu bentuk karangan yang utuh seperti novel, buku, paragraf, kalimat dan sebagainya. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan analisis wacana sebagai salah satu kajian yang meneliti atau menganalisa bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan ataupun tulisan. Pendekatan analisis wacana ini lebih menekankan kajian penggunaan dalam konteks sosial, khususnya dalam interaksi antar penutur (Eriyanto, 2001:7)

Untuk lebih mengerucutkan penelitian ini, sehingga digunakan model Analisis Wacana Kritis dimana melalui pendekatan ini tidak hanya menyiratkan suatu metode yang homogen dalam analisis wacana. Dengan begitu, dapat



diuraikan latar belakang teoritis umum, asumsi dasar dan keseluruhan tujuannya, namun metodologinya hanya bisa disajikan dengan mengacu pada pendekatan khusus dan dengan latar belakang teoritisnya (Titscher dkk, 2009:235). Dalam pendekatan kritis, bahasa selalu dianggap terlibat dalam relasi kekuasaan, khususnya dalam pembentukan subjek dan dalam berbagai tindakan representasi yang ada dalam masyarakat. Oleh sebab itu, analisis wacana kritis menggunakan pendekatan kritis menganalisis bahasa tidak saja dari aspek kebahasaan, tetapi juga menghubungkannya dengan konteks.

Analisis wacana kritis atau *Critical Discourse Analysis* (CDA) merupakan bentuk analisis wacana yang mempelajari hubungan antara wacana dan ideologi, yaitu seperangkat keyakinan, sikap dan perilaku yang merupakan perspektif mengenai dunia. Secara sederhana, analisis wacana kritis menganalisis keberadaan motif politik tertentu dalam sebuah teks.

Penggunaan pendekatan latar belakang milik Teun A. Van Dijk merupakan pendekatan yang banyak digunakan untuk penelitian Analisis Wacana Kritis. Menurut Van Dijk *Critical Discourse Analysis* (CDA) adalah jenis penelitian wacana analitis yang mempelajari cara kekuasaan, dominasi, dan ketidaksetaraan diberlakukan, di reproduksi dan ditentang melalui teks dan pembicaraan dalam konteks sosial dan politik. Analisis wacana kritis melihat hubungan antara bahasa dan hubungan kekuasaan yang tidak setara. Van Dijk (1977) dalam bukunya *Text and context* mengutarakan bahwa wacana itu sebenarnya merupakan bangun teoritis yang abstrak (*the abstract theoretical construct*). Model Analisis yang dimiliki Van Dijk memiliki tiga tingkatan, yaitu

teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Ia berpendapat bahwa sebuah penelitian wacana tidak cukup dilihat dari teksnya saja, tetapi juga harus dilihat praktik produksinya dan konteks yang menyertainya. Menurut Teun A. Van Dijk, analisis wacana kritis adalah sebuah upaya atau proses untuk memberi penjelasan dari sebuah realitas sosial yang sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan (Van Dijk : 2004).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai perbandingan antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Pertama Tesis Abdul Wahab (2019), dengan judul *Analisis Wacana Kritis Pada Pemberitaan Media Online kumparan.com dan ArramahNew.com tentang Penolakan Pengajian Khalid Basalamah di Sidoarjo, Jawa Timur*. Jenis penelitian yang digunakan dalam tesis ini adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Tesis ini membahas tentang analisis wacana kritis dengan menggunakan teori Teun A. Van Dijk. Tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis teori wacana kritis pada pemberitaan kasus penolakan pengajian Khalid Basalamah di Sidoarjo, Jawa Timur di media online serta menganalisis unsur-unsur analisis struktur teks, analisis kognisi sosial dan analisis sosialnya.

Penelitian kedua yaitu skripsi Rachel Ceciliany Pardede (2021), dengan judul *Analisis Wacana Kritis Cuitan Akun Twitter Ernest Prakasa*. Jenis Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dimana data yang dihasilkan merupakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan. Skripsi ini

membahas mengenai makna-makna tersembunyi dari cuitan Ernest Prakasa. Didalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah cuitan-cuitan di akun Ernest Prakasa yang berlatang belakang isu politik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Teun A. Van Dijk sebagai konsep dasar.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian Nurcahyo, Mahasiswa Universitas Prof. Moestopo (Beragama). Dengan judul penelitian *Analisis Wacana Pemberitaan Pencalonan Jokowi Sebagai Calon Presiden 2014 Pada Surat Kabar Harian Kompas* yang menggunakan metode kualitatif. Fokus utama dalam penelitian ini adalah berita mengenai Jokowi pada surat kabar Kompas edisi September 2013 meneliti tentang pemberitaan pencalonan Jokowi sebelum pemilu 2014 di Surat Kabar Harian Kompas dan menggunakan paradigma konstruktivis..

Penelitian relevan lainnya yaitu Skripsi Sindy (2018), Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, dengan judul *Analisis Wacana Berita Setya Novanto Pada Kasus Korupsi E-Ktp di Media Online Kompas.com*. Fokus penelitian beliau meneliti teks pada kasus korupsi E-KTP yang dilakukan oleh Setya Novanto dengan menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan beliau menarik kesimpulan bahwa media online Kompas.com dalam memberitakan kasus Setya Novanto menonjolkan aspek kasus hukum dan unsur instruksional di dalam setiap pemberitaannya berdasarkan fakta dan sumber informasi yang diperolehnya.

Pembaharuan dari penelitian ini yakni pemilihan umum adalah peristiwa politik yang selalu dinamis dan berubah dari waktu ke waktu. Penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana pemberitaan politik, khususnya

pemberitaan debat capres berkembang dalam konteks pemilu tahun 2024. Ini mencakup dinamika politik, isu-isu utama yang muncul, dan perubahan dalam pola komunikasi politik. Fokus pada media iNews.id memberikan kebaruan karena media tersebut dimiliki oleh seorang politisi maka akan digunakan sebagai ajang kampanye untuk kepentingan pribadi atau partai politik yang mereka dukung. Hal ini bisa mencakup berbagai strategi dan taktik untuk memengaruhi opini publik dengan pemberitaan yang mendukung, mempromosikan kandidat atau partai politik tertentu, dan menggerakkan dukungan politik. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana media digital, seperti iNews.id memengaruhi konstruksi wacana politik dan opini publik selama pemilu, serta penerapan pendekatan analisis wacana kritis Van Dijk dalam studi media digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Analisis Wacana Kritis Van Dijk Terhadap Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id*" ini mendukung bahwa Analisis Wacana Kritis digunakan untuk melihat sisi yang terkandung dalam sebuah wacana sebagai sebuah alat agar apa yang tersirat dapat membuat sebuah perubahan. Sehingga dapat diketahuilah mengapa sebuah wacana memiliki latar belakang dalam proses produksinya sebab adanya tujuan yang ingin dicapai. Karena itulah melalui penelitian Analisis Wacana Kritis ini nantinya akan dibongkar hal-hal kebahasaan dalam sebuah wacana.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu sebagai berikut.

1. Pemberitaan debat capres dalam pemilu 2024 dapat dipengaruhi oleh framing yang dilakukan oleh media massa. Hal ini bisa mengarah pada penekanan atau pengurangan perhatian terhadap isu-isu tertentu, memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat atau memperkuat narasi tertentu sesuai dengan kepentingan politik atau ideologis.
2. Analisis Van Dijk menyoroti bagaimana kekuatan dan kepentingan elite politik dapat mendominasi pemberitaan debat capres. Pemberitaan mungkin cenderung memihak atau menekankan sudut pandang kandidat yang berasal dari partai politik yang lebih mapan atau memiliki sumber daya yang lebih besar.
3. Pemberitaan debat capres juga dapat terpengaruh oleh stereotip atau stigma terhadap kandidat atau kelompok tertentu. Ini bisa mengarah pada penilaian yang tidak adil atau penekanan yang berlebihan pada kelemahan atau kontroversi individu daripada pada gagasan atau kebijakan yang diusulkan.
4. Analisis wacana kritis Van Dijk juga dapat menyoroti bagaimana pemberitaan debat capres dapat memperkuat polarisasi politik dan meningkatkan konflik antar kelompok. Ini dapat terjadi melalui penekanan berlebihan pada perbedaan antara kandidat atau melalui pembentukan narasi yang memperkuat perpecahan sosial.

5. Van Dijk menekankan pentingnya memeriksa bagaimana berbagai kelompok dan sudut pandang direpresentasikan dalam pemberitaan. Pemberitaan debat capres yang tidak seimbang dalam representasi gender, etnis, atau sosio-ekonomi dapat menciptakan distorsi dalam pemahaman publik tentang isu-isu yang diangkat dalam debat.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi pada bagaimana Analisis Wacana Kritis Van Dijk terhadap Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id. Peneliti tidak melakukan penelitian di seluruh pemberitaan yang diunggah iNews.id, melainkan hanya meneliti pada pemberitaan politik khusus tentang berita pemilihan presiden saja. Peneliti mengambil fokus bagian, yaitu berita debat untuk melihat analisis teks, kognisi sosial dan konteks sosial.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Seluruh masyarakat Indonesia tentu sangat mengharapkan keberhasilan dalam pelaksanaan pemilu. Salah satu kesuksesan pelaksanaan pemilihan umum itu tak lepas dari peran media massa. Akan tetapi, pada kenyataannya ternyata beberapa media juga dapat digunakan sebagai tempat kampanye oleh suatu partai pemilik media tersebut, baik untuk kemenangan dirinya ataupun dukungannya. Rumusan masalah tersebut akan diselesaikan dengan menjawab pertanyaan di bawah ini.

1. Bagaimana struktur teks yang terdapat dalam Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id?

2. Bagaimana kognisi sosial yang terdapat dalam Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id?
3. Bagaimana konteks sosial yang terdapat dalam Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis struktur teks yang terdapat dalam Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id.
2. Menganalisis kognisi sosial yang terdapat dalam Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id.
3. Menganalisis konteks sosial yang terdapat dalam Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024 di Media iNews.id.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini ada dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Kedua manfaat tersebut diuraikan sebagai berikut:

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber ilmu yang bermanfaat dalam meningkatkan perspektif teoritis mengenai analisis wacana kritis khususnya dengan model pendekatan Teun A. Van Dijk.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan integrasi sebagai suatu pendekatan yang dapat membantu perwujudan penelitian selanjutnya dalam representasi kebahasaan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang analisis wacana kritis terkhusus dengan model pendekatan Teun A. Van Dijk dalam bidang kebahasaan.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pengetahuan tentang penjelasan mengenai analisis wacana kritis dari media iNews.id terhadap wacana-wacana Pemberitaan Debat Capres dalam Pemilu 2024.
- c. Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengambil posisi atau hal yang lain yang dapat diteliti dari penelitian ini.