BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa telah menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia sejak lama. Pada hakikatnya, bahasa merupakan sistem simbol yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan gagasan, pikiran, maupun perasaan. Dalam penggunaannya, bahasa tidak pernah terlepas dari nilai dan norma yang hidup di tengah masyarakat, seperti adat istiadat, latar belakang suku dan ras, agama, jenis kelamin, serta kebiasaan sosial lainnya. Dengan demikian, bahasa bukan hanya sekadar alat penyampai pesan, tetapi juga merepresentasikan realitas sosial yang melingkupinya.

Selain sebagai sarana komunikasi, bahasa memiliki berbagai manfaat dalam kehidupan manusia. Bahasa berfungsi sebagai alat untuk membangun hubungan sosial, menyampaikan informasi, membentuk identitas, serta memengaruhi cara berpikir dan bertindak seseorang. Melalui bahasa, individu dapat menegosiasikan makna, membangun pemahaman bersama, bahkan membentuk opini publik. Dalam konteks yang lebih luas, bahasa juga berperan dalam proses pembentukan wacana yang dapat merefleksikan maupun mengonstruksi realitas sosial tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari, bahasa digunakan untuk berbagai keperluan, seperti berkomunikasi, menyampaikan pendapat, mengajukan pertanyaan, maupun memberikan tanggapan. Proses komunikasi tersebut melibatkan aktivitas penyampaian dan penerimaan pesan antara dua pihak atau lebih melalui cara yang dapat dipahami bersama. Ketika komunikasi dilakukan melalui perantara media dan ditujukan kepada khalayak luas, maka proses tersebut termasuk ke dalam komunikasi publik atau komunikasi massa, yang dijalankan melalui media massa.

Sebagai sarana penyampaian berita, penilaian, maupun gambaran umum mengenai berbagai peristiwa, media massa beroperasi sebagai

sebuah institusi yang memiliki pengaruh dalam membentuk cara pandang masyarakat. Media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga berpotensi membangun realitas sosial yang kemudian diterima dan dimaknai oleh khalayak. Secara ideal, media massa seharusnya menjalankan fungsi informatif secara objektif, netral, dan berimbang dalam merepresentasikan suatu peristiwa. Dalam praktiknya, aktivitas jurnalistik diatur oleh seperangkat pedoman yang menjadi landasan etis bagi wartawan, yakni kode etik jurnalistik. Daulay menyatakan bahwa kode etik jurnalistik merupakan aturan yang mengatur perilaku wartawan agar tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam menjalankan profesinya, pemahaman dan penerapan kode etik jurnalistik menjadi hal yang sangat penting guna mencegah terjadinya penyalahgunaan profesi dalam praktik pemberitaan (Daulay, 2016).

Oleh karena itu idealnya media diharapkan menjadi ruang publik yang menyajikan fakta secara akurat dan tidak memihak, sehingga masyarakat dapat membangun opini berdasarkan informasi yang terpercaya. Pemikiran ini sejalan dengan pandangan bahwa media sebagai institusi sosial memiliki fungsi untuk “membentuk penilaian masyarakat” melalui penyajian realitas yang dianggap benar oleh publik.

Namun pada realitanya setiap media mempunyai ideologi yang berbeda, hal ini dipengaruhi oleh pemilik media serta kepentingannya, tidak ada ideologi yang bebas akan nilai selalu ada kepentingan di baliknya, baik itu kepentingan dalam bentuk material fisik maupun idealis. Karena media menjadi ruang untuk kelompok dominan menyebarkan pengaruhnya dengan mengesampingkan kelompok lain yang tidak dominan(Eriyanto, 2015). Meskipun begitu, hal tersesbutlah yang membuat media memiliki karakter berbeda antara satu dengan lainnya.

Kompas dan Tempo adalah dua media cetak dan online terkemuka di Indonesia memiliki pengaruh besar dalam membentuk narasi publik. Kompas dikenal sebagai media yang lebih konservatif dan mengedepankan pendekatan jurnalistik yang mapan, terlihat dari pemberitaanya yang

berfokus kepada pernyataan resmi pemerintah dan penekanan pada stabilitas serta legitimasi kebijakan negara seperti pada judul berita "Kesepakatan Dagang Baru, Indonesia Bebaskan TKND untuk Perusahaan AS". Sementara Tempo memiliki karakteristik yang cenderung kritis dan progresif dengan gaya jurnalistik investigatif yang kuat, tampak dari kecenderungannya mempertanyakan proses pengambilan kebijakan, menyoroti kekuasaan, serta membuka ruang kritik terhadap aktor-aktor dominan dalam wacana publik yang tercermin dari salah satu judul berita berikut "Siapa Untung Perjanjian Dagang Indonesia-Amerika". Kedua media ini sering kali mengangkat berita yang sama namun dengan sudut pandang dan penyajian yang berbeda, mencerminkan ideologi yang dianut oleh masing-masing.

Dalam konteks pemberitaan mengenai program sosial Makan Bergizi Gratis (MBG) yang diluncurkan oleh Presiden terpilih Prabowo Subianto, media massa memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada publik. Program MBG bertujuan menyediakan makanan bergizi bagi anak sekolah dan ibu hamil sebagai upaya pemenuhan gizi serta pencegahan stunting. Namun, penyajian pemberitaan mengenai program tersebut tidak selalu seragam, karena setiap media memiliki cara pandang dan kepentingan tertentu dalam mengemas informasi. Pemberitaan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi fakta, melainkan juga sebagai sarana interpretasi dan konstruksi makna sosial atas kebijakan yang dijalankan pemerintah. Oleh karena itu, pemberitaan program MBG berpotensi menjadi medan pertarungan ideologis yang merepresentasikan nilai-nilai kemanusiaan, keadilan sosial, serta pandangan media terhadap peran negara dalam memenuhi kebutuhan dasar warga negara.

Kesenjangan antara idealisme dan realita tersebut menunjukkan perlunya kajian kritis untuk mengungkap ideologi yang bekerja di balik teks media. Analisis Wacana Kritis (AWK) menjadi relevan karena memandang wacana sebagai praktik sosial yang tidak netral, selalu membawa tujuan, kepentingan, dan relasi kuasa, sebagaimana dijelaskan Fairclough bahwa

wacana harus dianalisis melalui hubungan antara bahasa, konteks sosial, dan kekuasaan yang membentuknya (Fairclough, 2003).

Hal ini dapat terlihat pada penelitian sebelumnya oleh Zainuddin dkk. (2021)yang berjudul "Representasi Ideologi Di Balik Wacana Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019 Dalam Media Kompas: Tinjauan Analisis Wacana Kritis" menemukan adanya representasi ideologi dalam berita Kompas mengenai Pilpres 2019 melalui dominasi pemberitaan yang menguntungkan pasangan calon tertentu, sementara Simatupang menunjukkan Kompas.com cenderung berpihak pada kebijakan pemerintah daerah dalam pemberitaan COVID-19 dan tidak sepenuhnya memenuhi prinsip akurasi jurnalisme.

Penelitian lain oleh Muthaqin dkk. (2021) juga membuktikan bahwa perbedaan ideologi media memengaruhi framing pemberitaan, seperti pada kasus perusakan Musala di Minahasa Utara, Penelitian ini menganalisis pembingkaian pemberitaan kasus perusakan Musala Al-Hidayah di Minahasa Utara tahun 2020 pada dua media daring, yaitu Kompas.com dan Republika.co.id, dengan menggunakan analisis framing Robert N. Entman yang mencakup pendefinisian masalah, penentuan penyebab, penilaian moral, dan rekomendasi penyelesaian. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif serta mengumpulkan data berupa berita yang dipublikasikan pada periode 30 Januari-13 Februari 2020. Secara keseluruhan, penelitian menyimpulkan bahwa Kompas.com membawa ideologi humanisme sedangkan Republika.co.id berorientasi pada aspirasi umat Islam, namun keduanya sama-sama menekankan perlunya penyelesaian damai atas peristiwa tersebut.

Selain itu Aryanaa dkk. (2021) dalam peneliannya membahas bagaimana media massa online Indonesia mengonstruksi realitas melalui bahasa dalam pemberitaan serangan bom di Bandara Internasional Kabul, Afghanistan. Penelitian ini menegaskan bahwa media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk persepsi publik sesuai dengan kepentingan ideologis dan institusional masing-masing media. Dengan

menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, penelitian ini menunjukkan bahwa teks berita merupakan hasil dari praktik sosial yang sarat dengan relasi kekuasaan. Hasil analisis memperlihatkan adanya perbedaan fokus representasi antara SINDOnews.com dan Republika.co.id. SINDOnews.com cenderung menonjolkan aktor politik global, khususnya Presiden Amerika Serikat Joe Biden, dengan penekanan pada wacana ancaman balasan dan kekuasaan negara adidaya. Sebaliknya, Republika.co.id lebih memusatkan perhatian pada korban sipil dan dampak kemanusiaan akibat serangan bom. Perbedaan ini mencerminkan ideologi media yang dipengaruhi oleh latar belakang institusional, kepemilikan media, serta kepentingan sosial dan politik yang melingkupinya.

Selanjutnya, Handayani dkk. (2022) dalam penelitiannya menganalisis pemberitaan Tempo.co mengenai Rachel Vennya dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough untuk menunjukkan bahwa media daring tidak bersifat netral dalam mengonstruksi realitas sosial. Pemberitaan tentang pelepasan hijab dan kondisi rumah tangga Rachel Vennya dibingkai melalui pilihan bahasa dan sudut pandang tertentu sehingga isu personal berkembang menjadi wacana publik yang sarat makna sosial, moral, dan ideologis. Media mengaitkan keputusan pribadi perempuan figur publik dengan penilaian moral serta spekulasi perceraian, yang memicu beraga reaksi dari masyarakat dan memperlihatkan kuatnya pengaruh media dalam membentuk opini publik. Hasil penelitian menegaskan bahwa pelepasan hijab tidak berkaitan dengan permasalahan rumah tangga, namun konstruksi pemberitaan tetap berpotensi melahirkan stigma terhadap perempuan. Oleh karena itu, artikel ini menegaskan pentingnya analisis wacana kritis untuk mengungkap ideologi media, relasi kuasa, dan proses konstruksi realitas sosial dalam teks pemberitaan.

Terakhir, Azzahra dkk. (2025) pada penelitiannya menganalisis pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) di media daring

Kompas.com dan Bisnis.com dengan menggunakan analisis framing Robert N. Entman untuk melihat bagaimana media membingkai isu pro dan kontra kebijakan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com cenderung membingkai program MBG secara positif dengan menekankan aspek sosial, kemanusiaan, peningkatan gizi, serta pembentukan nilai moral dan karakter peserta didik, sehingga program diposisikan sebagai upaya strategis pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebaliknya, Bisnis.com lebih menyoroti aspek ekonomi dan kebijakan fiskal dengan menekankan persoalan anggaran, efisiensi, risiko pembiayaan, serta potensi masalah dalam implementasi program. Perbedaan framing ini terlihat dari cara media mendefinisikan masalah, menentukan penyebab, memberikan penilaian moral, dan merekomendasikan solusi, yang pada akhirnya membentuk persepsi publik yang beragam terhadap program MBG.

Temuan tersebut menegaskan bahwa bahasa dalam teks berita berfungsi sebagai alat ideologis yang mampu mengarahkan cara pandang pembaca terhadap suatu peristiwa. Oleh karena itu, analisis wacana kritis menjadi pendekatan yang relevan untuk mengungkap bagaimana makna, kepentingan, dan kekuasaan direpresentasikan dalam pemberitaan media.

Oleh karena itu, kebutuhan untuk memahami bagaimana Kompas dan Tempo secara ideologis mengkonstruksi berita tentang program sosial ini menjadi penting. Untuk mengetahui berita yang disajikan memperkuat narasi pemerintah sebagai penyedia kesejahteraan, atau justru mengkritisi efektivitas dan tata kelola program tersebut. Pernyataan-pernyataan tersebut menjadi inti permasalahan yang peneliti kaji melalui analisis wacana kritis model Norman Fairclough di analisis melalui aspek teks, praktik diskursif (*discourse practice*), dan praktik sosial budaya (*sociocultural practice*).

Selain itu, konteks sosial-politik dan ekonomi Indonesia yang sedang mengalami dinamika perubahan kesejahteraan juga menjadi latar penting dalam penelitian ini. Program seperti "Makan Begizi Gratis" adalah bagian dari agenda pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dan memperbaiki

kualitas hidup. Namun keberhasilan dan dampak program tersebut sering kali diperdebatkan dan mendapat perhatian media yang berbeda cara penyajiannya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media memiliki bias yang bisa dipengaruhi oleh kepemilikan, orientasi politik, atau tujuan strategis tertentu. Namun, penggalian yang mendalam mengenai perbandingan ideologis antara dua media besar Indonesia dalam pemberitaan spesifik tentang "Makan Begizi Gratis" masih sangat terbatas. Karena sebagian besar kajian meneliti korupsi, politik, atau isu nasional besar lainnya, sedangkan pemberitaan mengenai program sosial kesejahteraan seperti ini jarang dianalisis secara kritis dari segi ideologis.

Kebaruan dari penelitian ini adalah dalam kajian media di Indonesia dengan menjadi yang pertama membandingkan ideologi institusional antara Kompas dan Tempo secara spesifik pada pemberitaan program makan bergizi gratis, menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Meskipun terdapat studi sebelumnya yang menganalisis framing berita pada program serupa di media online seperti Kompas.com dan Bisnis.com, atau penerapan model Fairclough pada isu sosial lainnya, belum ada penelitian yang secara mendalam mengungkap perbedaan ideologis melalui tiga dimensi Fairclough teks, proses diskursif, dan praktik sosial dalam konteks kebijakan gizi nasional yang baru ini. Kontribusi baru ini tidak hanya memperkaya pemahaman tentang bagaimana media membentuk opini publik terhadap inisiatif pemerintah, tetapi juga memberikan wawasan kritis mengenai dinamika kekuasaan dan ideologi dalam jurnalisme Indonesia, yang dapat menjadi dasar bagi studi lanjutan tentang bias media.

Dengan membandingkan ideologi media Kompas dan Tempo secara kritis menggunakan kajian Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough dalam pemberitaan "Makan Begizi Gratis," penelitian ini akan memberikan wawasan baru mengenai bagaimana media memainkan peran

tidak hanya sebagai pemberi informasi, tapi juga ada ideologi yang terlibat dalam pembentukan persepsi sosial pada isu kesejahteraan. Oleh karena itu peneliti mengambil judul Perbandingan Ideologi Media Kompas dan Tempo dalam Pemberitaan Program Makan Bergizi Gratis: Kajian Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik yang signifikan dalam bidang kajian media dan komunikasi, khususnya dalam ranah analisis wacana kritis yang menghubungkan antara teks pemberitaan dengan ideologi dan kekuasaan. Temuan penelitian juga bermanfaat untuk memberi pemahaman kepada pembaca dan praktisi media terkait pentingnya kesadaran ideologis dalam konsumsi dan produksi berita yang berwawasan kritis dan bertanggungjawab sosial.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemberitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo ditinjau dari dimensi Teks?
2. Bagaimana pemberitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo ditinjau dari dimensi praktik diskursif?
3. Bagaimana pembertitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo ditinjau dari dimensi praktik sosial budaya?
4. Bagaimana perbandingan ideologi pemberitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo?

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemberitaan program makan bergizi gratis media Kompas dan Tempo berdasarkan dimensi AWK Norman Fairclough, yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan pemberitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo yang ditinjau dari dimensi teks.
2. Untuk mendeskripsikan pemberitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo yang ditinjau dari dimensi praktik diskursif.

3. Untuk mendeskripsikan pemberitaan program makan bergizi gratis pada media Kompas dan Tempo yang ditinjau dari dimensi praktik sosial budaya.
4. Untuk membandingan ideologi media Kompas dan Tempo dalam pemberitaan program makan bergizi gratis.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam mengkaji dan memperdalam ilmu kebahasaan khususnya pada analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi pembaca penelitian, dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mengkaji pemberitaan media massa, khususnya teks berita, melalui pendekatan analisis wacana kritia model Norman Fairclough serta dapat menjadi referensi akademik bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik pada kajian bahasa, media, dan ideologi dalam pemberitaan kebijakan publik.
   b. Bagi pembaca berita, penelitian ini memberikan manfaat tambahan wawasan dalam memahami cara media mengonstuksi realitas melalui bahasa, sehingga pembaca diharapkan menjadi lebih kritis, peka, dan terbuka dalam menyikapi informasi yang disajikan media. Dengan demikian, pembaca tidak hanya menerima berita secara tekstual, tetapi mampu menilai kecenderungan idelogi dan kepentingan yang melatarbelakangi pemberitaan tersebut.
   c. Bagi penulis berita, dapat menjadi bahan refeksi serta evaluasi dalam proses produksi berita, khususnya terkait penggunaan bahasa, pemilihan sudut pandang, serta representasi aktor dan kebijakan dalam teks berita serta dapat mendorong jurnalis untuk lebih mempertimbangkan prinsip keberimbangan, objektivitas, dan tanggung jawab dalam menyampaikan berita.

d. Bagi bidang pendidikan, hasil analisis wacana kritis dari penelitian ini dapat diimplementasikan dalam pembelajaran di SMA atau Perguruan Tinggi sebagai materi ajar "Teks Berita" atau "Literasi Kritis" untuk melatih kemampuan berpikir kritis siswa terhadap media.
e. Bagi peneliti lain, dapat menjadi bahan referensi dan acuan dalam penelitian mengenai analisis wacana kritis, khususnya yang menggunakan model Norman Fairclough.

1.5 Anggapan Dasar

Berikut merupakan poin-poin anggapan dasar yang menjelaskan keterkaitan variable dalam penelitian ini:

1. Media menurut pandangan kritis merupakan alat yang membantu sebuah kelompok dominan menyebarkan gagasannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsesnsus antar anggota komunitas.
2. Pemilihan media Kompas dan Tempo pada penelitian ini didasari pada fakta bahwa kedua media tersebut merupakan media cetak dan online terkemuka di Indonesia yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk narasi publik. Kedua media ini sering kali mengangkat berita yang sama namun dengan sudut pandang dan penyajian yang berbeda, mencerminkan ideologi yang dianut oleh masing-masing.
3. Tingginya intensitas dan kontroversi di lapangan mengenai program makan bergizi gratis sebagai kebijakan pemerintah menunjukan adanya perbedaan sudut pandang ideologi dan kepentingan dalam merepresentasikan kebijakan tersebut dalam praktik pemberitaan. Sehingga topik pemberitaan program makan bergizi gratis relevan untuk diteliti.
4. Pemilihan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough pada penelitian ini dianggap paling tepat karena Norman Fairclough melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Analisis model ini dilakukan untuk melihat bagaimana pemakai bahasa membawa nilai ideoligis tertentu

melalui analisis tiga dimensi yaitu dimensi teks, dimensi praktik diskursif, dan dimensi praktik sosial budaya.

1.6 Definisi Oprasional

1. Analisis wacana kritis Norman Fairclough yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendekatan untuk mengetahui ideologi media yang tercermin dalam pemberitaan program makan bergizi gratis oleh media Kompas dan Tempo melalui analisis tiga dimensi yaitu dimensi teks, dimensi praktik diskursif, dan dimensi praktik sosial budaya.
2. Ideologi media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sistem nilai, pandangan, tujuan dan kepentingan yang tercermin dalam pemberitaan Kompas dan Tempo mengenai program makan bergizi gratis yang diidentifikasi melalu dimensi teks, dimensi praktik diskursif, dan dimensi praktik sosial budaya.
3. Dimensi teks yang dimaksud dalam penelitian ini adalah struktur atau pemilihan kata yang digunakan dalam teks berita media Kompas dan Tempo yang terdiri dari representasi, relasi dan identitas.
4. Dimensi praktik diskursif dalam penelitian ini adalah pola atau praktik kerja yang dilakukan pihak media Kompas dan Tempo yang terdiri dari produksi dan konsumsi teks.
5. Dimensi praktik sosial budaya dalam penelitian ini adalah praktik sosial yang mempengaruhi individul atau kelompok yang terdiri dari situasional, institusional, dan sosial.
6. Media Kompas dan Tempo dalam penelitian ini adalah media nasional Indonesia yang dijadikan sebagai subjek perbandingan dalam penelitian ini, khususnya dalam mengkonstruksi pemberitaan program makan bergizi gratis untuk melihat perbedaan ideologi media.
7. Pemberitaan program makan bergizi gratis dalam penelitian ini adalah teks berita yang memuat informasi, opini, atau penilaian mengenai kebijakan makan bergizi gratis yang dimuat oleh media Kompas dan Tempo dalam periode 6 Januari 2025 hingga penelitian ini dilakukan.