

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi politik adalah bagian yang sangat penting dalam sistem demokrasi karena menjadi penghubung antara para pemimpin politik dan masyarakat. Melalui komunikasi ini, berbagai macam pesan politik seperti visi, program kerja, hingga tanggapan terhadap isu-isu tertentu dapat disampaikan kepada publik, sehingga masyarakat bisa memahami arah kebijakan dan membentuk opini mereka sendiri. Selain itu, komunikasi politik juga menjadi sarana bagi para tokoh politik untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan rakyat, yang penting untuk melegitimasi kekuasaan mereka. Bentuk komunikasi politik tidak hanya terbatas pada pidato atau kampanye saja, tetapi juga meliputi penggunaan simbol-simbol, pemberitaan di media massa, penyampaian pesan lewat media sosial, serta narasi-narasi yang dibangun oleh elite politik untuk membentuk persepsi masyarakat. Semua elemen ini saling terhubung dalam membentuk komunikasi dua arah antara penguasa dan rakyat dalam kehidupan politik sehari-hari (Nurdin, 2020)

Menurut Ardianto (2020), komunikasi politik bisa diartikan sebagai proses penyampaian dan penerimaan informasi yang berkaitan dengan dunia politik oleh masyarakat, dengan tujuan untuk mempengaruhi cara berpikir dan bertindak mereka dalam hal politik. Memahami komunikasi politik sangat penting agar kita bisa tahu bagaimana jalannya proses politik, bagaimana pesan-pesan politik dibentuk, disampaikan, dan bagaimana masyarakat menanggapi atau memberikan makna dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan teknologi dan media digital telah membawa perubahan besar dalam cara komunikasi politik berlangsung. Dahulu, informasi politik lebih banyak disebarluaskan lewat media tradisional seperti televisi dan koran.

Namun sekarang, media sosial menjadi tempat utama dimana para tokoh politik, wartawan, dan masyarakat bisa saling berkomunikasi, berbagi pendapat, dan mempengaruhi pandangan publik (Hasfi, 2019). Media saat ini bukan cuma alat penyampai informasi, tapi juga ikut berperan sebagai pelaku dalam dunia politik karena punya pengaruh besar dalam membentuk cara orang melihat dan memahami isu-isu politik. Menurut Siregar dan Wibowo (2021), media massa memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu-isu politik. Media tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga menentukan topik apa saja yang dianggap penting untuk dibahas, serta dapat membentuk citra baik atau buruk terhadap para tokoh politik. Saat masa pemilu, media sering dimanfaatkan sebagai alat untuk menyampaikan propaganda dan menjadi bagian dari strategi kampanye yang ampuh dalam membentuk persepsi publik terhadap calon pemimpin.

Di era saat ini, keberhasilan seorang politisi sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka merancang dan menjalankan strategi komunikasinya, termasuk dalam membentuk citra diri dan menyampaikan pesan yang bisa menarik perhatian publik. Strategi komunikasi bukan hanya soal isi pesannya, tapi juga mencakup cara penyampaian dan media yang digunakan agar pesan tersebut bisa diterima dengan baik (Mappajanci, A., & Hasmawaty, 2023). Politisi yang mampu menyesuaikan cara berbicara dan berinteraksi sesuai dengan karakter pemilih yang dituju biasanya lebih mudah mendapatkan dukungan dan simpati masyarakat. Menurut Prabowo dan Handayani (2022), strategi komunikasi politik perlu mengikuti perubahan yang terjadi di masyarakat dan perkembangan media, terutama dengan memanfaatkan media sosial untuk menciptakan hubungan emosional dan rasa kedekatan dengan masyarakat. Keberhasilan dalam komunikasi politik masa kini sangat ditentukan oleh seberapa kuat citra diri (branding) yang dibangun, seberapa konsisten narasi atau pesan yang disampaikan, serta kemampuan tokoh politik dalam merespons berbagai isu yang sedang hangat di tengah publik.

Analisis wacana kritis (AWK) adalah pendekatan yang melihat bahasa

tidak hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai cara untuk membentuk kekuasaan, menyebarkan ideologi, dan mempertahankan ketimpangan sosial dalam masyarakat. Dalam pendekatan ini, yang dikaji bukan hanya struktur bahasa, tetapi juga bagaimana bahasa digunakan untuk mencerminkan dan mempertahankan kekuasaan yang ada (Kuntoro, 2022). Karena media massa dan konten digital saat ini menjadi tempat munculnya berbagai ide dan kepentingan yang saling bertarung, pendekatan AWK menjadi sangat penting untuk digunakan, terutama dalam menelaah berbagai narasi politik yang marak menjelang momen-momen besar seperti pemilu. Seperti dinyatakan oleh Eriyanto (2001), analisis wacana kritis berguna untuk membongkar bagaimana media sering menyampaikan informasi yang kelihatannya netral atau biasa saja, padahal sebenarnya ada maksud atau kepentingan tertentu di baliknya. Dengan pendekatan ini, kita bisa melihat bahwa apa yang disampaikan media tidak selalu murni informasi, tapi bisa jadi sudah dipengaruhi oleh pihak-pihak yang punya tujuan tertentu.

Teun A. van Dijk adalah salah satu tokoh penting yang banyak berjasa dalam mengembangkan analisis wacana kritis. Ia membuat model analisis yang terdiri dari tiga bagian utama, yaitu bagaimana isi teks disusun (struktur teks), bagaimana cara orang memahami informasi (kognisi sosial), dan bagaimana situasi sosial mempengaruhi wacana tersebut (konteks sosial) (Sakka et al., 2023). Dengan pendekatan ini, peneliti bisa melihat bahwa bahasa tidak hanya soal kata-kata, tapi juga berkaitan dengan cara berpikir dan kondisi sosial di sekitarnya. Bagi Van Dijk, wacana adalah bagian dari kehidupan sosial yang bisa menunjukkan dan bahkan memperkuat kekuasaan serta pengaruh ideologi tertentu dalam masyarakat. Seperti dijelaskan dalam jurnal oleh Prihartono & Suharyo (2022), model Van Dijk memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana media menyusun teks dengan cara tertentu, misalnya menggunakan bahasa yang meyakinkan ideologi tertentu secara halus, agar pembaca atau penonton terpengaruh.

Model Van Dijk sangat cocok digunakan untuk menganalisis berbagai

konten digital seperti video YouTube, meme politik, dan komentar di media sosial, terutama yang berhubungan dengan isu politik identitas dan kekuasaan. Di Indonesia menjelang Pemilu 2024, banyak konten politik di media sosial yang berisi sindiran, kritik, dan pesan-pesan ideologis yang tidak selalu terlihat secara langsung (Sujoko, 2019). Dengan menggunakan model ini, kita bisa memahami makna-makna tersembunyi dari pesan-pesan tersebut dan melihat bagaimana media digital digunakan untuk membentuk opini publik. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Khotimah dan Rakhmawati (2021) yang menekankan bahwa Model Van Dijk sangat berguna untuk mengungkap adanya keberpihakan atau ideologi tertentu dalam wacana politik di media sosial. Model ini juga membantu kita melihat bagaimana kekuasaan disampaikan secara halus lewat tulisan atau ucapan, sehingga sering kali tidak langsung terlihat oleh pembaca atau pendengarnya.

Menjelang Pemilu 2024, Indonesia menghadapi masa yang sangat penting dalam proses demokrasi (Hidayat, 2023). Pemilihan presiden bukan hanya soal pergantian pemimpin, tapi juga menjadi ajang persaingan antar berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan ideologi. Banyak pihak yang terlibat dalam dinamika ini, seperti partai politik, tokoh-tokoh berpengaruh, dan juga masyarakat luas yang ikut menentukan arah masa depan bangsa. Menurut Syarif & Priyambodo (2023), menjelang Pemilu, suasana politik banyak dipengaruhi oleh hal-hal seperti identitas suku, agama, atau kelompok tertentu, janji-janji manis yang populis, dan fokus berlebihan pada sosok calon secara pribadi. Ini menunjukkan bahwa Pilpres 2024 bukan cuma soal adu program kerja, tapi juga soal bagaimana calon membangun citra diri dan memanfaatkan media untuk menarik perhatian dan dukungan dari masyarakat.

Menjelang Pemilu 2024, salah satu hal yang paling terlihat dalam politik Indonesia adalah makin kuatnya perpecahan pendapat di masyarakat, terutama di media sosial. Banyak orang terbagi dalam kelompok-kelompok pendukung tokoh tertentu, dan hal ini sering memicu munculnya berita bohong, ujaran kebencian, serta saling serang menggunakan isu identitas. Media sosial

sekarang tidak hanya dipakai untuk berbagi informasi atau mengobrol, tapi juga menjadi tempat utama untuk kampanye politik dan penyebaran propaganda secara besar-besaran (Bajari et al., 2023).

Menurut Putri & Sihombing (2022), penggunaan media sosial pada saat menjelang Pilpres 2024 memperlihatkan bahwa dunia digital kini menjadi wadah utama dalam menyebarkan dan membentuk wacana politik. Di platform digital tersebut, berbagai pesan politik tersebar luas dan mampu mempengaruhi pandangan, pendapat, bahkan keputusan politik masyarakat. Artinya, media sosial berperan besar dalam membentuk cara orang memahami dan merespons isu-isu politik.

Menjelang Pilpres 2024, muncul fenomena menarik berupa banyaknya konten digital yang berisi satire politik dan kritik sosial, yang disajikan dalam berbagai bentuk seperti video, meme, lagu, hingga parodi (Tuah, 2024). Konten-konten ini menjadi cara bagi masyarakat dan para kreator digital untuk menyuarakan keresahan mereka terhadap berbagai isu politik, seperti praktik politik dinasti, rendahnya etika dalam berpolitik, dan kualitas para calon pemimpin. Salah satu contoh konten tersebut adalah video “Epic Rap Battle of Presidency 2024” yang tayang di YouTube, yang menampilkan perbandingan antar capres dengan gaya yang menghibur namun penuh sindiran. Menurut Alfarizi dan Wulandari (2023), Satire politik yang muncul di media digital berperan sebagai bentuk perlawanan terhadap narasi yang dikuasai oleh kalangan elite, sekaligus memberikan ruang bagi munculnya sudut pandang lain yang lebih kritis dan penuh pemikiran.

Pemilu Presiden 2024 di Indonesia menjadi salah satu peristiwa politik penting yang ditandai dengan persaingan antara tiga tokoh utama: Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Ketiganya tidak hanya berasal dari partai politik yang berbeda, tetapi juga memiliki gaya kepemimpinan dan cara berkomunikasi yang unik. Anies Baswedan dikenal dengan gaya berbicara yang halus dan penuh narasi intelektual, sering

mengangkat tema keagamaan, pendidikan, dan kesantunan, serta menggunakan simbol-simbol Islam yang moderat untuk menarik perhatian kalangan intelektual dan masyarakat perkotaan. Di sisi lain, Prabowo tampil dengan karakter yang tegas, berwibawa, dan nasionalis, yang mencerminkan latar belakang militernya dan penggunaan simbol-simbol kebangsaan. Sementara itu, Ganjar Pranowo lebih memilih pendekatan yang dekat dengan rakyat, dengan gaya komunikasi yang santai, membumi, dan aktif di media sosial untuk menunjukkan kedekatannya dengan masyarakat biasa. Menurut Nugroho dan Setiawan (2023), strategi komunikasi politik dari ketiga calon ini sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan pengalaman mereka di dunia politik. Setiap strategi disusun secara khusus untuk menyesuaikan diri dengan karakteristik kelompok pemilih yang berbeda-beda, mengingat kondisi politik saat ini semakin rumit dan beragam.

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, masyarakat sekarang punya banyak cara untuk mengenal dan menilai calon presiden. Tidak hanya lewat kampanye biasa atau berita di media resmi, tetapi juga lewat berbagai konten hiburan dan budaya populer yang beredar di internet (Sujoko, 2020). Salah satu contohnya adalah video “Epic Rap Battle of Presidency 2024” di YouTube. Dalam video ini, tokoh-tokoh seperti Anies, Prabowo, dan Ganjar ditampilkan sedang beradu rap yang penuh sindiran dan kritik. Meskipun terlihat lucu dan menghibur, isi dari video tersebut sebenarnya menyampaikan pesan-pesan penting, seperti kritik terhadap politik dinasti, pencitraan yang menipu, popularitas yang dibuat-buat, dan gaya kepemimpinan yang keras.

Kejadian seperti ini sebenarnya bukan hal baru. Saat Pemilu 2019, akun YouTube SkinnyIndonesia24 juga pernah membuat konten serupa dalam bentuk rap battle yang berisi sindiran politik. Penelitian menyebutkan bahwa konten tersebut menyampaikan kritik secara seimbang dan tidak melanggar norma budaya yang berlaku. Untuk menganalisisnya, digunakan model dari Teun A. van Dijk yang membantu melihat bagaimana pesan-pesan dalam video seperti ini bisa mempengaruhi cara berpikir dan membentuk opini masyarakat

secara efektif lewat cara yang menghibur namun bermakna

Menurut Wibowo dan Rahmawati (2022), media hiburan digital seperti ini punya pengaruh besar terhadap cara anak muda memahami dan menyadari isu-isu politik, karena mudah diakses dan memungkinkan penonton ikut terlibat secara langsung. Selain itu, video seperti ini juga menunjukkan bahwa masyarakat biasa sekarang bisa ikut menyuarakan pendapat mereka dalam dunia politik, yang dulu lebih banyak dikendalikan oleh tokoh-tokoh penting dan media besar.

Konten seperti Epic Rap Battle of Presidency 2024 menyimpan makna yang lebih dalam daripada sekadar hiburan, ia mencerminkan struktur ideologis dan praktik kekuasaan dalam masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji konten ini dengan menggunakan pendekatan *Analisis Wacana Kritis* (AWK), terutama model Teun A. Van Dijk yang menyoroti hubungan antara teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dengan pendekatan Van Dijk, makna-makna yang muncul dalam teks tidak dipahami secara terbatas sebagai unsur linguistik belaka, melainkan dipandang sebagai hasil dari interaksi antara proses kognitif individu dan kondisi sosial yang mencerminkan dinamika politik Indonesia. Wacana yang tersaji dalam video tersebut tidak muncul secara terpisah dari konteks, melainkan berakar pada struktur kekuasaan, dominasi ideologis, dan berbagai konflik kepentingan yang berkembang di ruang publik menjelang Pemilu 2024. Oleh karena itu, analisis wacana kritis berperan penting dalam mengungkap bagaimana media hiburan dapat menjadi wadah strategis dalam memproduksi dan memperebutkan makna serta legitimasi politik.

Putra dan Amalia (2023) menegaskan bahwa cara tokoh-tokoh digambarkan dalam media populer sering kali menunjukkan nilai-nilai atau ideologi tertentu yang bisa memengaruhi bagaimana masyarakat menilai kepemimpinan. Karena itu, penting untuk meneliti konten seperti ini agar kita bisa memahami bagaimana media alternatif menciptakan cerita atau pandangan berbeda yang menentang dominasi media besar dan kampanye politik resmi.

1.2 Rumusan Masalah

Pada judul penelitian ini dan menurut penjelasan latar belakang diatas, peneliti juga menetapkan rumusan masalah apa yang ingin diteliti dalam merumuskan masalah dalam kajian ini dengan memakai gambaran teori analisis wacana kritis dari Van Dijk, Rumusan masalah penelitian ini yaitu “Bagaimana wacana dalam konten Anies Vs Prabowo Vs Ganjar - Epic Rap Battles of Presidency 2024 ditinjau dari teori wacana kritis model Van Dijk ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini merujuk pada latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka peneliti menentukan. Berikut tujuan dari penelitian ini yaitu “Untuk mengetahui wacana yang terkandung dalam konten Anies Vs Prabowo Vs Ganjar - Epic Rap Battles of Presidency 2024 ditinjau dari teori wacana kritis model Van Dijk.”

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian yang diinginkan dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian analisis wacana kritis, khususnya dalam menganalisis konten media hiburan yang menyisipkan pesan politik.

1.4.2 Manfaat praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat agar lebih kritis dalam memahami isi media, terutama dalam membedakan informasi, opini, dan bentuk representasi politik yang dikemas dalam bentuk hiburan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengetahuan tentang bagaimana konten kreator turut berperan dalam membentuk opini publik melalui strategi penyampaian wacana tertentu.