

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Edisi 14 Januari 2024 majalah Tempo, dengan tajuk utama "Angan-Angan Satu Putaran", menawarkan peneliti sebuah studi kasus yang menarik tentang dinamika media dan politik di Indonesia. Melalui analisis mendalam terhadap framing berita yang digunakan, penelitian ini bertujuan untuk menilik bagaimana majalah tersebut membingkai isu pemilihan presiden 2024 dan wacana seperti apa yang digunakan oleh Tempo. Mengutip situs resmi Tempo.co, Tempo Sebagai media independen dengan sejarah panjang, Tempo memiliki peran strategis dalam membentuk diskursus publik. Dengan demikian, penelitian ini relevan karena pemilihan presiden merupakan peristiwa politik krusial yang memiliki dampak luas bagi masyarakat, serta pembuktian dari pada independensi Tempo itu sendiri. Melalui pendekatan analisis wacana kritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih baik mengenai peran media dalam proses demokratisasi.

Pembentukan citra serta pembangunan branding instansi, Humas diumpamakan sebuah pisau dengan dua mata. Humas yang dapat menjadi benda tajam jika dimanfaatkan guna membentuk citra baik sebuah organisasi. Dibalik dari pada itu Humas tidak boleh mengubah - ubah berita demi keuntungan organisasi. Karena hal tersebut melanggar peraturan dan kode etik jurnalistik. Sebaliknya Humas juga dapat menjadi senjata yang membahayakan bagi penggunaannya jika tidak digunakan dengan berhati-hati, yang mana akan membentuk citra yang kurang bagi organisasi. Kegiatan Humas pada pembahasan ini dapat berupa propaganda secara masif, konferensi pers, atau perjanjian antar negara (Lani & Handayani, 2021).

Propaganda mengalami peristiwa peyoratif, hal ironis ini sebab propagandis yang menodai kata "propaganda" itu sendiri menjadi sebuah perspektif negatif dimata masyarakat (Bernays, 2021). Propganda yang mana

adalah upaya yang dilakukan secara sadar dan bersifat sistematis untuk membangun sebuah persepsi, serta mengendalikan pikiran atau kognisi, serta memanipulasi langsung perilaku agar memberikan respon yang sesuai dengan apa yang diinginkan pencipta propaganda. Menurut (Affandi, 2017) Propaganda kontemporer umumnya menyampaikan informasi yang benar, namun dengan cara yang menyesatkan. Informasi yang disajikan hanya sebagian dan dipilih secara hati-hati untuk menciptakan kesan tertentu atau memicu emosi. Tujuan utama propaganda adalah mengubah cara berpikir dan keyakinan orang-orang dalam kelompok sasaran untuk mencapai tujuan tertentu. Propaganda, yang dulunya digunakan untuk menyebarkan agama Katolik, kini menjadi alat yang efektif untuk membentuk opini publik dan perilaku masyarakat.

Foucault menginterpretasikan tentang bagaimana bahasa bukan hanya sekadar sebagai alat komunikasi, tetapi juga merupakan medan perang kuasa. Bahasa, dalam pandangan Foucault, adalah sebuah konstruksi sosial yang sarat dengan nilai-nilai dan kepentingan kelompok dominan. Melalui bahasa, kelompok berkuasa membentuk realitas, mengontrol narasi, dan menghasilkan subjek. Bahasa digunakan untuk melegitimasi kekuasaan, menindas kelompok minoritas, dan mempertahankan status quo. Oleh karena itu, pemahaman kritis terhadap bahasa menjadi sangat penting untuk mengungkap relasi kuasa yang tersembunyi di dalamnya. Dengan demikian, kita dapat mulai mendekonstruksi narasi-narasi dominan dan membangun tatanan sosial yang lebih adil dan inklusif. (Syafiuddin, 2018). Bahasa yang menjadi bagian kuasa inilah yang diinterpretasikan oleh Majalah tempo dalam membangun pola pikir masyarakat yang melihat Tempo sebagai media independen.

Bahasa adalah sistem simbol yang memiliki makna komunikatif, yang menjadi sarana ekspresi manusia dalam mencari hakikat kebenaran, keadilan, dan keindahan hidup (Wibowo, 2021). Bahasa dan kekuasaan merupakan dua elemen yang saling terkait erat dalam dinamika struktur sosial dan tatanan masyarakat. Bahasa, sebagai alat komunikasi utama, tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai simbol status, kekuasaan, dan identitas sosial. Melalui bahasa, kelompok dominan dapat memperkuat hegemoni

mereka, membentuk norma-norma sosial, dan mengontrol narasi publik. Sebaliknya, kelompok minoritas seringkali menggunakan bahasa sebagai alat perlawanan, untuk merepresentasikan identitas mereka dan menuntut pengakuan. Interaksi antara bahasa dan kekuasaan ini membentuk hierarki sosial, di mana penggunaan bahasa tertentu dapat memberikan akses terhadap sumber daya dan peluang, sementara penggunaan bahasa lain dapat menghambat partisipasi sosial. Oleh karena itu, pemahaman terhadap relasi antara bahasa dan kekuasaan menjadi krusial dalam analisis kritis terhadap berbagai fenomena sosial dan politik. (Marzuki, 2024)

Dalam lanskap politik kontemporer, media massa telah menjadi panggung utama di mana para aktor politik mempertontonkan diri dan ide-ide mereka. Politisi, sebagai pelaku utama, memanfaatkan media untuk memperluas jangkauan pesan politik mereka, membentuk opini publik, dan meraih dukungan. Melalui berbagai platform media, mereka dapat dengan mudah menyampaikan pesan-pesan kampanye, merespons isu-isu terkini, serta membangun citra diri yang diinginkan. Namun, di balik kemudahan akses ini, terdapat dinamika yang kompleks. Media massa tidak hanya menjadi alat bagi politisi untuk mencapai tujuan politiknya, tetapi juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, mengawasi kinerja pemerintah, dan berpartisipasi dalam debat publik. Tujuan politik media pun beragam. Bagi media, tujuannya adalah untuk menarik audiens sebanyak mungkin dan membangun reputasi sebagai sumber berita yang kredibel. Sementara itu, bagi masyarakat, tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang akurat, mengontrol kekuasaan, dan memastikan adanya pemerintahan yang baik (Hajad, 2016). Oleh sebab itu Negara kesatuan Republik Indonesia yang mana adalah sebagai sebuah negara dengan sistem demokrasi, yang juga dilandaskan serta disokong dengan landasan konsitusi yang dituangkan dalam UU No. 7 tahun 2017. Kontestasi pemilu yang sebagaimana adanya menjadi panggung demokrasi bangsa, diantaranya pada momentum awal tahun ini pemilihan Presiden yang selalu menjadi buah bibir yang tak terelakan, Tempo sebagai sebuah majalah dengan fokus politik, ekonomi dan bisnis, tidak ikut ketinggalan sebagai bagian dari padapenopang demokrasi itu sendiri, Tempo memberikan pijakan kuat sebagai media tanpa warna dan pula terseksan oposisi

terhadap pemerintahan itu sendiri, tempo dengan ideologinya yang tidak berpihak terhadap satu diantara calon kembali menunjukkan taring tajamnya dalam pemberitaan tiga calon presiden pada edisi minggunya dalam 14 Januari 2024.

Media, sebagai bingkai utama dalam menyajikan realitas politik, memainkan peran yang sangat krusial dalam membentuk persepsi publik. Melalui pemilihan sudut pandang, penekanan pada isu tertentu, dan penggunaan bahasa yang khas, media secara aktif membentuk narasi politik. Proses framing ini tidak hanya sebatas menyampaikan informasi, tetapi juga melibatkan interpretasi dan evaluasi terhadap peristiwa politik. Dengan demikian, media tidak hanya menjadi cerminan dari realitas politik, tetapi juga turut membentuk realitas itu sendiri. Framing media dapat berdampak signifikan terhadap opini publik, perilaku pemilih, dan bahkan kebijakan publik. Politisi, sebagai aktor politik, sangat menyadari kekuatan framing media dan seringkali berupaya untuk mengelola citra mereka di mata publik melalui berbagai strategi komunikasi. Di sisi lain, masyarakat sebagai konsumen media juga memiliki peran aktif dalam mendekonstruksi framing media dan mengembangkan literasi media yang kritis. Dalam konteks yang semakin kompleks dan dinamis, pemahaman terhadap framing media menjadi semakin penting untuk menjaga kualitas demokrasi.

Pemilihan presiden pada momenum 2024 ini menjadi momentum penting bagi masyarakat Indonesia, dengan partisipasi dari kuantitas 203.056.078 masyarakat Indonesia, Partisipasi masyarakat merupakan Keterlibatan aktif seseorang atau sekelompok orang dalam ranah politik merupakan bentuk partisipasi masyarakat dalam kehidupan bernegara. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan cara memilih pemimpin negara melalui pemilihan presiden. (Muhammad Rizki Nur kandias, 2024). Dalam kontestasi ini 6 putra terbaik bangsa mencalonkan diri demi merebut kursi orang nomor 1 dan nomor 2 untuk bangsa ini, adapun nama-nama dari ketiga bakal pasangan capres dan cawapres di Pemilu 2024 mendatang meliputi Anies Baswedan bersama Cak Imin, Ganjar Pranowo bersama Mahfud MD, dan Prabowo Subianto bersama Gibran Rakabuming.

Mengutip dari pada dewan Pers Indonesia dalam kata pengantar edisi ke-9 nya *“Di negara demokrasi yang sudah maju, isu konvergensi menyebabkan*

*bidang media massa diwajibkan tunduk pada pengaturan tentang kepemilikan silang yang berasaskan kepada keterbukaan dan pembatasan kepemilikan di bidang yang berkonvergensi. Pembatasan ini dilakukan karena pemberitaan menggunakan ranah publik seperti penggunaan frekuensi untuk menyiarkan konten berita melalui stasiun media harus memperhatikan kepentingan publik pula. Di pihak lain, pemilihan umum merupakan subyek tersendiri untuk diatur karena menyangkut kepentingan yang berskala nasional sehingga negara-negara maju memberikan pembatasan yang ketat terhadap iklan dan pemberitaan kegiatan maupun persiapannya demi independensi dan netralitasnya.”*

Pemberitaan Tempo tentang isu-isu krusial menjelang Pemilu 2024 ini mendorong publik untuk mencermati dan mendiskusikan berbagai potensi pelanggaran dan kecurangan yang dapat terjadi dalam proses demokrasi. Sebab salah satu subjudul dari pada edisi mingguan 14 Januari 2024 dengan tajuk utama “angan-angan satu putaran” dengan salah satu judul pemberitaan “Manuver Jokowi untuk Kemenangan Prabowo-Gibran”.



Gambar 1. 1 Cover Majalah Tempo Edisi 14 Januari 2024

Sumber: *Majalah.tempo.co*

Analisis wacana kritis model Van Dijk menjadi pendekatan yang sangat relevan untuk mengurai dinamika framing media dalam pemberitaan majalah Tempo edisi 14 Januari 2024. Dengan fokus pada pemilihan presiden 2024,

pemberitaan Tempo tersebut menampilkan sebuah medan pertarungan ideologi dan kepentingan politik yang kompleks. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengungkap bagaimana Tempo, sebagai media massa, membangun narasi tertentu, memilih kata-kata kunci, dan menyusun argumen yang bermuatan ideologi. Dengan memilih analisis ini, peneliti dapat memahami bagaimana framing media ini berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap para calon presiden dan dinamika politik secara keseluruhan.

Media massa yang menjadi media dari propaganda itu sendiri memang hanya ragkaian antara tinta, suara, visual, dan kertas, namun dengan media massa itu sendiri bisa mempengaruhi siapa saja untuk bertindak melalui kuasa media itu sendiri media dalam sisi bayangannya secara beruntun memberikan informasi serta merayu massa tanpa henti. Pemberitaan serta informasi oleh penyajian berita adalah propaganda yang kadang kali tidak disadari, pengaruh media dapat membuat pengaruh hegemoni terhadap masyarakat (Bernays, 2021).

Media massa juga dapat dijadikan alat kepentingan dan propganda dalam kegiatan politik praktis untuk mencapai kekuasaan, dalam teori analisis media, Louis Althusser mengemukakan tentang struktural Marxism yaitu media massa mendapatkan tempat bagian dari aparatus ideologis negara, media dan kekuasaan negara saling terkait (Affandi, 2017). Konflik kepentingan dalam media massa karena pertimbangan dalam pemasukan iklan bagi media massa itu sendiri. Partai partai yang tergabung dalam perhelatan politik dengan modal besar menjanjikan akan memasang iklan, yang mana bermakna pemasukan uang besar bagi media, sehingga cenderung untuk menghilangkan pandangan kritis terhadap potensi pelanggaran yang dilakukan partai bersangkutan.

Ketiga jenis umum media dalam sajian cetak yang mana adalah, surat kabar, majalah dan tabloid hadir dengan format yang sedikit berbeda dan khas ketika menyajikan konten propaganda, surat kabar, terutama harian yang menyajikan format berta *straitght news* (berita langsung) menyebarkan gagasan gagasan propaganda dengan gempuran berita stimulan, sepotong-sepotong tapi terus dilengkapi, membuat khalayak terikat dengan isu. Majalah menyajikan format yang berbeda dengan berita *feature* hasil peliputan mendalam (*indepth*

*reporting*) bahkan *investigative reporting*, memberikan khalayak kejelasan isu secara menyeluruh, akan tetapi makin rawan praktik *framing*. Dan tabloid hadir di antara keduanya dengan gaya yang umumnya lebih provokatif dalam mengemas isu, tidak terlalu mendalam, akan tetapi kadang sangat menohok karena disajikan dari satu sudut pandang tertentu.

Aspek fundamental yang menjadi pandangan dasar media massa terkait dengan politik adalah fungsi media massa dalam keberlangsungan politik praktis. Media massa dengan sebab sifatnya yang sentral dalam politik itu sendiri, memiliki fungsi fungsi penting juga strategis. Kajian sistematis yang tergolong awal mengenai fungsi media massa, mengidentifikasi tiga fungsi pokok media: (a) pengawasan terhadap atau mencermati keadaan lingkungan, (b) menghubungkan bagian atau golongan-golongan masyarakat dalam merespon lingkungan, dan (c) mentransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya. (Muhajir, 2020)

Fungsi terkait perihal propaganda dan politik ini menyangkut salah satu fungsi, yaitu fungsi *agenda-setting*. Fungsi ini dapat diamati melalui realita bahwa media massa memberikan bobot tertentu terhadap peristiwa dan isu-isu yang diberitakan, misalnya melalui alokasi ruang (dalam media cetak) atau (waktu dalam media elektronik) yang diperuntukan penempatan isu atau peristiwa terkait pada halaman-halaman yang dituangkan pada media cetak; atau pada urutan awal dari keseluruhan item berita yang disiarkan pada berita radio dan televisi. (Muhajir, 2020) Hal ini mencerminkan sebuah realita prioritas isu yang diagendakan oleh media yang secara teori yang dapat mempengaruhi prioritas isu pada publik yang mana persoalan atau peristiwa yang paling banyak diperbincangkan oleh publik dalam kurun waktu serta periode tertentu.

Berbicara perihal fungsi politik media massa banyak dikaji dalam kaitan dengan upaya pengembangan demokrasi atau dengan kata lain proses-proses demokratisasi. Media massa dalam upaya ini memiliki peran progresif dalam pengembangan demokrasi antar partai. Kenyataan yang ditemukan bahwa pers telah berperan secara nyata dalam upaya terus menerus untuk memperkenalkan, mengembangkan, dan menetapkan sistem multi partai di negara-negara Afrika

pada awal dekade 1990-an, pers juga berperan aktif dalam menumbuhkan kesadaran akan nilai demokrasi dimasyarakat, termasuk kalangan elite politik, sehingga penguasa penguasa yang bersifat dan memiliki gaya kepemimpinan otoriter digantikan dengan sistem multipartai yang memungkinkan adanya pemisahan kekuasaan (*separation of power*) dan penyeimbangan kekuasaan yang lebih memungkinkan adanya koreksi dan saling pengisian peran (*check and balances*). (Muhajir, 2020)

Sistem politik yang dianut suatu negara menjadi sebuah kiblat bagaimana sistem media bermain didalam negara tersebut, yang persis sangat dipengaruhi oleh ideologi dalam pemaknaan secara luasnya sering disebut dengan filsafat sosial, dalam filsafat sosial ini hubungan manusia ini dibagi menjadi dua bagian yang mana adalah Hubungan antara negara dan masyarakat dapat bersifat rasional atau absolut. Secara rasional, hubungan tersebut bersifat egaliter (setara), di mana masyarakat mampu berdiri sendiri dan mandiri, menuntut kebebasan seluas-luasnya dalam kehidupan sosial dan bermasyarakat. Namun, manusia umumnya selalu menempatkan dirinya secara proporsional, mengetahui kapan saatnya untuk bebas dan kapan harus membatasi kebebasan tersebut. Sebaliknya, dalam paradigma absolutisme, masyarakat tidak dapat eksis tanpa adanya kelompok. Dalam sistem otoritarian, kekuasaan kelompok tertentu membelenggu masyarakat, sehingga individu tidak memiliki kekuatan atau pengaruh tanpa kelompok tersebut. Sistem ini melahirkan otoritas yang kuat dan membatasi kebebasan individu, membuat masyarakat bergantung sepenuhnya pada kelompok yang berkuasa. Pembagian dua ruang anatara rasional dan absolutisme, menarik kesimpulan bahwa sistem media massa dipengaruhi oleh sistem sosial dan politik serta filsafat sosial rasionalisme dan absolutisme. (Poti, 2011)

Oleh sebab itu, dalam penulisan serta penelitian ini, penulis merasa tepat rasanya teori Teun A. Van Dijk dalam penelitian ini sebagai sumber referensi utama dalam hal penelitian wacana ini. Mengutip Van Dijk dalam (Silaswati, 2019) Dalam karyanya yang berjudul *News as Discourse*, dijelaskan bahwa analisis wacana adalah suatu proses yang menganalisis bahasa dan cara penggunaannya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan deskripsi yang lebih jelas

dan dilakukan secara sistematis mengenai isi yang disampaikan. Pun dalam Pendekatan analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Van Dijk, yang disebut sebagai pendekatan kognisi sosial, mencakup analisis terhadap kognisi pembuat wacana dalam proses penciptaan wacana. Pendekatan ini juga melibatkan analisis kebahasaan yang lebih mendalam untuk mengungkap relasi kekuasaan dan dominasi yang ada dalam wacana tersebut.

Secara persis Van Dijk mengklasifikasikan elemen wacana menjadi tiga yang mana adalah Teks, Kognisi Sosial, dan Konteks Sosial. Dijk membagi Tataran teks dibagi menjadi tiga struktur makro yang menyangkut struktur eksternal yang membentuk wacana, superstruktur yang menyangkut wacana skematis, dan struktur mikro mencakup unsur-unsur linguistik yang digunakan dalam wacana, Van Dijk Van Dijk menetapkan empat elemen kebahasaan yang dikaji pada tataran struktur mikro, yakni elemen sintaksis, semantis, stilistik dan retorik.

Sebagai objek penelitian, peneliti memilih sebuah media sebagai objek penelitian yang mana adalah Tempo, Tempo adalah sebuah media yang lahir di Jakarta Barat pada Februari 1974, yang pada momen kelahirannya menerbitkan edisi pembukaan majalah dengan cover berjudul "Tragedi Minarni dan Kongres PBSI". Selanjutnya, 6 Maret 1971 edisi perdananya terbit dengan cover berjudul "Film Indonesia: Selamat Datang, Sex." Dalam terbitan awal tertera Yayasan Jaya Raya, Jaya Press sebagai penerbit. Sebuah media dengan pijakan ideologi yang kokoh dengan asas jurnalisme tempo bukanlah jurnalisme yang memihak satu golongan. Tempo yang berdiri teguh dengan kebajikan, juga ketidak bajikan, tidak menjadi monopoli satu pihak. Tempo sebuah media yang menekankan bahwa tugas pers bukanlah menyebarkan prasangka, justru melenyapkannya, bukan menabur kebencian, melainkan mengkomunikasikan rasa pengertian. Jurnalisme majalah ini bukanlah jurnalisme untuk memaki atau menghina bibir, juga tidak dimaksudkan untuk menjilat atau menghamba terhadap sebuah rezim. Dan relevansi yang selaras dengan pijakan politik tempo salah satunya terlihat pada majalah periode 16 September dengan tajuk "janji tinggal janji" keberanian yang

sangat terlihat oleh tempo yang mana menggambarkan jokowi dengan hidung pinokio.

Sebagai perbandingan penulis akan menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul dari pada penelitian ini, yang mana dengan judul “Analisis wacana kritis pemberitaan VIVA.co.id dan Tempo.co Terhadap pencalonan Gibran Rakabuming Raka pada Pilpres 2024” yang ditulis oleh Muhamad Faridh, penelitian ini tergolong jurnal studi Komunikasi dan media yang diterbitkan pada tahun 2024. Metode yang digunakan adalah metode analisis wacana kritis Van Dijk, dengan pendekatan Kualitatif. Gambaran besar dari pada penelitian ini adalah membedah pemberitaan VIVA.co.id dan Tempo.co dalam isu nepotisme yang terjadi dalam pencalonan Gibran Rakabuming Raka dan hasil yang ditemukan adalah politik media itu selalu ada. Politik media dalam kasus ini adalah bagaimana kekuatan masing-masing media dalam mempengaruhi arus politik, apalagi ketika pengusungan Gibran, dan juga dikaitkan dengan politiknya, ada kemungkinan media Viva.co.id dijadikan sebagai medium atau platform dari koalisi yang berafiliasi dengan Golkar. Berarti, disini adalah Koalisi Indonesia dan dari Tempo.co, dari berita yang disajikan, mungkin ada upaya untuk membuat opini atau agenda setting, dari sisi Tempo jika melihat track record Tempo.co yang, secara implisit ada di belakang Jokowi, mungkin ada upaya untuk mencoba mengarahkan opini publik untuk bersimpati dengan PDIP. Disimpulkan bahwa elemen semantik, sintaksis, dan stilistika digunakan secara berbeda oleh media Viva.co.id dan Tempo.co.

Yang mana difrensiasi diantara penelitian ini dan penelitian yang dikutip diatas terdapat pada objek penelitian yang diambil, Muhammad Faridh mengambil objek penelitian hanya terfokus pada Gibran Rakabuming Raka sedang penelitian mengambil dari pada keseluruhan 3 calon Presiden dan Wakil presiden yang berkontestasi pada Pemilihan Presiden 2024.

Selanjutnya sebagai perbandingan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul dari pada penelitian ini, yang mana dengan judul “Framing media online Liputan6.com terhadap pemberitaan capres Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024” (Dzika Fajar Alfian Ramadhani, 2022). Metode yang digunakan

dalam penelitian ini adalah analisis Framing menurut Pan dan Kosicki dengan pendekatan kualitatif. Fokus utama penelitian adalah untuk memahami bagaimana media online membingkai berita terkait isu-isu yang ada, serta menganalisisnya dari berbagai sudut pandang, termasuk sintaksis, struktur skrip, tema, dan retorika. Liputan6.com, sebagai salah satu media online, memberikan framing terhadap Ketua Umum Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Muhaimin Iskandar, yang akan mencalonkan diri dalam pemilihan presiden 2024. Dalam liputannya, media ini sering menyebarkan informasi mengenai Muhaimin Iskandar yang mendapatkan dukungan dari banyak tokoh agama, termasuk kyai yang memiliki pengaruh besar di masyarakat. Difrensiasi diantara penelitian ini dan penelitian yang dikutip diatas terdapat pada objek penelitian yang diambil, peneliti diatas mengambil objek penelitian hanya terfokus pada Muhaimin Iskandar sebagai wakil dari pada Anies Baswedan sedangkan penelitian mengambil dari pada keseluruhan 3 calon Presiden dan Wakil presiden yang berkontestasi pada Pemilihan Presiden 2024.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti citra yang disajikan tempo dalam momentum pemilihan calon Presiden pada tahun 2024, ketertarikan yang dilahirkan disebabkan pijakan sisi yang dipilih oleh majalah tempo dalam melakukan pemberitaan, yang mana acap kali terlihat berani dalam menyampaikan pemberitaan, serta rentetan sejarah yang menuliskan keberanian tempo dalam menunjukkan pijakan kuat dalam keberpihakan tempo dalam kebenaran hingga hari ini.

Peneliti bertujuan dalam menjabarkan bahwasanya propaganda yang muncul dalam paradigma negatif, yang mana proganda tidak hanya ditujukan dalam kegiatan negatif, akan tetap bagaimana propaganda itu ditujuankan oleh propagandis, dan tempo memanfaatkan proganda yang digunakan dalam majalahnya yang ditujukan dalam pijakan kebenaran, serta Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan perspektif dalam diskusi mengenai peningkatan literasi media bagi masyarakat, terutama dalam sikap terhadap pemberitaan media, serta memperkuat partisipasi politik untuk nantinya terlibat dalam proses demokrasi, serta mempertajam peran media dalam kontestasi demokrasi.

Menyesuaikan dengan latar belakang yang telah disampaikan peneliti menggunakan pisau analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk untuk memahami wacana proganda tempo dalam pemberitaan calon presiden. Dan peneliti menyimpulkan penelitian dengan judul yang digunakan peneliti.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi penelitian ini agar lebih berfokus dan terarah pada propaganda Tempo dalam pemberitaan tiga capres pada pemilihan presiden tahun 2024, peneliti ingin meneliti pemberitaan yang diangkat oleh majalah tempo dalam edisi bulan 14 januari 2024 yang difokuskan dalam proganda yang dibuat oleh majalah tempo. Peneliti akan menggunakan analisis wacana kritis van dijk dengan konseptual topik tertentu dibingkai dan direpresentasikan dalam teks, dan bagaimana hal ini dapat memengaruhi pemahaman publik.

## **1.3 Pertanyaan Masalah**

Merujuk pada latar belakang dan fokus penelitian yang telah ditentukan, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana branding Tempo melalui laporan utama yang dihasilkan dari pemberitaan majalah Tempo edisi 14 januari 2024?
2. Bagaimana struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro pemberitaan majalah Tempo edisi 14 januari 2024?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a) Untuk mengetahui branding yang dihasilkan dari pemberitaan majalah Tempo edisi 14 januari 2024? Untuk mengetahui struktur makro, suprastruktur, mikro pemberitaan majalah Tempo edisi 14 januari 2024?
- b) Untuk mengetahui struktur makro, suprastruktur, mikro pemberitaan majalah Tempo edisi 14 januari 2024?

## 1.5 Manfaat dan kegunaan Penelitian

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini kedepannya diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi para peneliti yang akan datang serta memberikan manfaat dan informasi bagi peneliti yang berkaitan dengan studi khasanah Komunikasi, khususnya mengenai kajian propaganda, media, framing dan media massa dalam pemberitaan kontestasi politik.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menjadi wawasan dan memberikan pandangan dalam diskursus peningkatan literasi media bagi masyarakat dalam garis besar untuk pemberian sikap atas pemberitaan media, serta memperkuat partisipasi politik untuk nantinya terlibat dalam proses demokrasi, serta mempertajam peran media dalam kontestasi demokrasi.

## 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

Jenis kegiatan	2024 - 2025							
	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Penelitian								