

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa bukan sekadar alat komunikasi. Dalam perkembangannya, bahasa telah berfungsi sebagai alat untuk menciptakan, memproses, dan menyampaikan sebuah informasi atas seseorang maupun sebuah peristiwa. Bahasa bukanlah sesuatu hal yang kosong atau independen. Bahasa juga tidak bisa bebas dari sebuah realitas sosial. Bahasa adalah bentuk ekspresi dari realitas sosial yang diwujudkan serta ditafsirkan sebagai bentuk dan upaya membahasakan kenyataan yang ada pada lingkup sosial. Verhaar (1980) menjelaskan bahwa bahasa tidak hanya turut mewujudkan pikiran, melainkan menentukan cara menafsirkan kenyataan dan menyusunnya, bahkan secara ilmiah menerangkannya.

Dalam menjalankan fungsinya, bahasa menjadi alat yang jauh dari unsur keberpihakan atau dengan kata lain bahasa hadir sebagai alat komunikasi atau alat untuk menyajikan informasi secara netral. Namun, dalam perkembangannya, bahasa telah bersinggungan dengan berbagai hal dan memasuki dalam banyak dimensi kepentingan. Hal itu, menjadikan keberadaan bahasa dinilai berpihak, memiliki maksud, dan pada tahap yang lebih dalam bahasa bisa menjadi alat untuk mengkonstruksi atau mendekonstruksi atas seseorang atau sebuah peristiwa. Wilujeng (2013) menjelaskan bahwa bahasa tidak membicarakan tentang bahasa itu sendiri, tetapi lebih mengacu apa yang ada di balik bahasa. Konstruksi ataupun dekonstruksi yang dilakukan melalui bahasa atas seseorang maupun sebuah

peristiwa, biasanya hadir dalam bentuk wacana-wacana politis yang muncul pada ruang media massa. Wacana yang hadir dengan mengangkat isu-isu politik pada media massa, biasanya tidak bisa menampilkan pesan dan etik jurnalistik yang berimbang. Unsur kepentingan yang tersirat dalam wacana-wacana yang tertuang pada media massa selalu nampak dan hal itu perlu untuk diamati dengan detail dan jeli.

Dewasa ini media massa tidak sekadar menjadi sumber informasi, tapi juga berfungsi sebagai komunikasi bagi para politisi. Media massa juga berperan menampilkan peristiwa demi peristiwa politik dalam mempengaruhi persepsi dan membentuk representasi para aktor politik di kalangan masyarakat. Hamad (2004) menjelaskan bahwa melalui fungsi kontrol sosialnya, bersama institusi sosial lainnya, secara persuasif media massa bisa menggugah partisipasi publik untuk ikut serta dalam merombak struktur politik. Hal ini nampak peran media yang terjadi saat arus demonstrasi besar-besaran pada peralihan rezim orde baru ke reformasi.

Tidak hanya itu, melalui bahasa yang dihadirkan lewat wacana-wacana, media massa juga memainkan peran yang sangat penting dalam proses dinamika politik. Bahkan, media massa telah menjadi aktor utama dalam membentuk paradigma politik yang berkembang di seluruh elemen masyarakat. Media massa memiliki kemampuan untuk membuat aktor politik cemerlang dalam karir politiknya atau bahkan sebaliknya. Tabroni (2012) menyebutkan setiap pihak yang memiliki kepentingan politik, baik personal maupun kolektif, tidak pernah luput dari media sebagai instrumen aktivitasnya. Dalam arti lain, media selalu ada dan menjadi saluran komunikasi dalam konteks berpolitik. Hal ini nampak saat pemilu

berlangsung, media tidak bisa lepas dari adanya gelaran pemilu yang berlangsung. Terlebih di negara demokrasi, perpaduan media dan politik adalah deskripsi dari dua bilah pisau yang saling bertolak namun saling dikuatkan melalui wacana-wacana yang disajikan.

Melihat hal tersebut peran analisis wacana kritis menjadi sebuah analisis yang tepat untuk membedah permainan bahasa yang muncul pada setiap wacana-wacana yang ditampilkan pada media massa. Eriyanto (2001) menjelaskan bahwa analisis wacana kritis merupakan cara yang tepat untuk mengungkapkan maksud tersembunyi dari pencerita atau subjek yang memberikan sebuah pertanyaan. Penjelasan tersebut dimaksudkan dilakukan dengan cara menempatkan diri sebagai pembaca dengan menafsirkan dan mengikuti arahan dari sang pembicara. Sementara itu, Jorgensen dan Philips (2007) menjelaskan bahwa analisis wacana kritis adalah teori dan metode yang dapat digunakan untuk melakukan sebuah kajian empiris tentang korelasi kultural yang ada pada domain-domain sosial yang beragam.

Tidak hanya itu, mengingat analisis wacana kritis merupakan kajian keilmuan yang tidak sekadar memandang bahasa dari banyak hal kebahasaan saja, lebih dari itu adanya keterkaitan dengan hal-hal di luar bahasa juga diperhatikan (Eriyanto, 2001). Sehingga, riset ini hendak memandang sisi bahasa yang tidak sempat dilihat selaku medium yang netral. Perihal tersebut, diperkuat dengan cara pandang Fairclough serta Wodak (dalam Dijk, 1997) yang memandang wacana selaku konsumsi bahasa dalam tuturan serta tulisan selaku wujud dari aplikasi sosial. Oleh karena itu, penerapan wacana sering menunjukkan dampak pandangan

hidup, memproduksi serta mereproduksi ikatan kekuasaan yang tidak imbang antara kelas sosial, pria serta wanita, kelompok kebanyakan serta minoritas dalam posisi sosial yang direpresentasikan.

Analisis wacana kritis pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Norman Fairclough. Dalam melakukan proses analisis, Norman membagi dalam tiga tahap. Ketiga tahap tersebut adalah analisis tekstual atau deskripsi, analisis interpretasi atau *discourse practice*, dan yang terakhir adalah analisis eksplanasi atau *sociocultural practice*. Pada tahapan analisis teks atau deskripsi, dilakukan proses analisis secara deskriptif terhadap teks yang meliputi struktur teks, tata bahasa, dan diksi tanpa dihubungkan dengan aspek lain. Sedang pada tahapan interpretasi, dilakukan proses interpretasi teks dan interpretasi konteks. Dalam hal ini, penafsiran konteks terdiri dari penafsiran konteks situasi dan interpretasi intertekstualitas. Terakhir, tahap analisis *sociocultural practice* atau eksplanasi yang terdiri dari tingkat situasional, institusional, dan sosial.

Mengenai analisis wacana kritis, pada riset ini akan mengulas kontestasi wacana identitas yang terjadi pada dua tokoh yang senter menjadi perbincangan publik pada perhelatan bursa calon presiden (capres) pada gelaran Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. Ialah Anies Baswedan (yang kemudian dalam penulisan riset ini disebut Anies) dan Ganjar Pranowo (yang kemudian dalam penulisan riset ini disebut Ganjar). Keduanya, merupakan dua nama tokoh yang sering masuk dalam jajaran survei tertinggi dan berpotensi menggantikan Presiden Joko Widodo. Kedua nama tersebut, kerap menjadi perbincangan hangat dan memunculkan

kontestasi wacana identitas dari para pengamat dan bahkan publik secara umum. Beberapa lembaga survei ternama juga kerap menempatkan keduanya sebagai tokoh publik yang memiliki elektabilitas yang sangat baik.

Dua lembaga survei kredibel di Indonesia seperti Lembaga survei Indonesian Political Opinion (IPO) dan Charta Politika merilis hasil survei terbaru tentang kelayakan calon presiden untuk pemilihan presiden 2024. Pengamatan survei menunjukkan bahwa nomor kualifikasi tidak jauh. Seperti yang dilansir dari *www.detik.com* dalam survei Charta Politika, Ganjar berada di urutan teratas dengan kemungkinan 20,6% untuk memenuhi syarat dan Anies di urutan kedua dengan 17,8%. Berbeda dengan survei Charta Politika, dalam survei IPO, posisi pertama ditempati oleh Anies Baswedan dengan 18,7%, disusul Ganjar Pranowo di posisi kedua dengan 16,5%.

Melihat sekilas dari kedua lembaga survei terpercaya tersebut, dapat dipastikan kedua calon bakal terus mewarnai elektabilitas di beberapa panggung survei hingga Pilpres 2024 berlangsung. Keberlangsungan elektabilitas yang baik bagi Anies dan Ganjar tidak bisa dilepaskan dari peran media massa, utamanya dalam memerankan kontestasi wacana, terlebih wacana identitas. Masyarakat pun secara langsung maupun tidak langsung akan melihat kedua sosok tersebut dari kontestasi wacana identitas yang terus berkembang dan dimainkan oleh banyak pihak lewat media. Menariknya, media massa yang beredar juga mulai memainkan politik identitas yang membuat kontestasi wacana yang dalam hal ini menggunakan dan melahirkan politik identitas di antara keduanya semakin menarik untuk dikaji.

Berbicara mengenai munculnya politik identitas sejatinya dapat ditelusuri sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, dimana kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat dalam Pilkada. Lestari Dina (2019) dalam risetnya menjelaskan bahwa melalui Pilkada maka kelompok masyarakat yang mayoritas berada dalam daerah tertentu mempunyai peluang yang lebih besar untuk memenangkan kandidat mereka. Demikian halnya dengan kebijakan desentralisasi dan otonomi daerah turut mendukung pula munculnya fenomena politik identitas. Sejak saat itu, pemilu baik pada tingkat daerah maupun nasional yang berlangsung setiap lima tahun sekali, hampir dapat dipastikan selalu memainkan politik identitas lewat kontestasi wacana. Hal ini menjadi sebuah kebiasaan baru bagi masyarakat Indonesia, saat pemilihan kepala daerah atau bahkan pilpres, bukan lagi capaian calon pemimpin yang dilihat melainkan identitas dari calon yang sedang bertarung selalu menjadi sorotan. Oleh sebab itu, politik identitas menjadi hal yang selalu menarik untuk dijadikan kontestasi wacana oleh media-media.

Definisi identitas menurut Hogg dan Abrams (1988) adalah konsep masyarakat tentang siapa dan seperti apa mereka, serta bagaimana mereka berhubungan dengan orang lain. Menurut mereka masyarakat terstruktur secara hirarkis ke dalam kategori-kategori sosial dalam penggolongan individu menurut ras, negara, kelas sosial, jenis kelamin, pekerjaan, etnis, agama dan lain sebagainya. Di mana tiap kategori tersebut terdapat suatu kekuatan, status dan martabat yang memunculkan suatu struktur sosial yang khas dalam masyarakat dan menentukan kekuatan serta status hubungan antar individu dan antar kelompok. Mengenai hal

ini, Lestari Dina (2019) menjelaskan bahwa dalam sosiologi, konsep identitas merupakan struktur keanggotaan individu dalam kelompok, seperti ciri, kategori dan peranan sosial. Seseorang yang memiliki identitas yang sama mempunyai persamaan kebudayaan seperti agama, bahasa, organisasi politik dan sosial dimana tumbuh perasaan dan kesadaran *esprit de corps* (kekitaan). Oleh sebab itu, dapat dipastikan jika permainan politik identitas yang tertuang lewat kontestasi wacana akan terulang pada pusaran bursa Pilpres 2024 yang senter memunculkan nama Anies dan Ganjar.

Berbicara mengenai permainan kontestasi wacana dalam politik identitas yang terjadi pada Anies dan Ganjar, bisa dikatakan hal itu mengulang sebuah peristiwa yang pernah terjadi. Ialah, Pilkada DKI Jakarta pada tahun 2017. Saat itu, Anies sedang bertarung dengan Ahok yang saat itu didukung oleh partai yang kini menjadi kendaraan politik Ganjar. Berkaca pada peristiwa Pilkada di DKI Jakarta saat itu, politik identitas menguat yang memunculkan kontestasi wacana yang sampai saat ini kerap diulang-ulang, yakni antara Islam dan Nasionalis. Dari peristiwa itu, muncul pandangan di masyarakat bahwa jika Islam dinilai tidak nasionalis dan jika nasionalis dinilai tidak Islami. Hal ini tentu merupakan paradigma yang salah. Namun, kepentingan politik identitas yang mengakar membuat arus massa yang besar dengan memisahkan Islam dan Nasionalis. Hal tersebut juga terus dikembangkan oleh media massa yang secara tidak langsung memperkuat jurang keduanya. Nasrudin (2018) menjelaskan bahwa pelaksanaan Pilkada DKI 2017 yang sudah berlalu, merupakan potret yang menunjukkan dimana politik identitas yang cenderung mengarah ke isu suku, agama dan ras. Peranan

suku, agama dan ras berperan sangat kuat bahkan terkristalisasi sedemikian rupa sehingga memberikan tekanan psikologis kepada masyarakat pemilih. Proses politik semacam itu disadari atau tidak akan menggerus dmokratisasi di Indonesia.

Kontestasi wacana dengan mengusung identitas seperti itu akan digunakan kembali setiap pemilu digelar. Hal itu terbukti saat gelaran Pilpres tahun 2019 terjadi. Bagaimana media massa secara nyata menghadirkan kontestasi wacana antara Islam dan Nasionalis secara jelas. Kubu Jokowi yang didominasi Nasionalis dianggap selalu berlawanan dengan Islam, sedangkan kubu Prabowo yang didominasi oleh kalangan Islam, selalu dinilai tidak nasionalis. Hal ini, dapat dipastikan akan dijadikan oleh media untuk memainkan politik identitas pada gelaran Pilpres 2024, terlebih tokoh kuat yang hadir merupakan tokoh yang ada dari bagian sejarah panjang lahir dan menguatnya politik identitas di Indonesia. Untuk itu, dalam hal ini, kontestasi wacana yang menyangkut kedua tokoh tersebut bakal dimainkan media-media dengan segala ideologi dan kepentingannya.

Selanjutnya, untuk melihat gambaran politik identitas yang muncul pada kontestasi wacana identitas yang sedang bergulir dan memunculkan kedua tokoh dengan identitas masing-masing, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan dua media dalam jaringan atau *online*. Media *online* diambil mengingat kecepatan dan keterbacaan yang tinggi terlebih media *online* yang penulis pilih merupakan media dengan corak yang kerap menampilkan identitas politik yang berbeda dalam melihat kontestasi wacana terkait Anies dan Ganjar yang kerap dibenturkan dengan nafas Islam dan Nasionalis. Kedua media tersebut adalah *republika.co.id* dan *okezone.com*. Kedua media ini memiliki karakteristik dan latar belakang yang

berbeda. Seperti yang tersaji pada kanal profil dari sumber *republika.co.id* tercatat bahwa media ini merupakan satu-satunya media nasional besar yang menyajikan rubrik khusus muslim, yakni melalui Islam Digest. Keterkaitan media yang sangat ramah bagi muslim ini tentu memiliki andil yang sangat kuat dalam membentuk opini publik untuk menarik pangsa pemilih muslim yang sangat besar. Tidak hanya itu, publik atau pemilih muslim merupakan pemilih dengan jumlah mayoritas di Indonesia, hal ini tentu menjadi salah satu hal yang semakin menguatkan peneliti mengambil objek penelitian ini.

Tidak hanya itu, faktor situasional Harian Republika tidak terlepas dari sejarah lahirnya Harian Republika dari ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) dan dibentuk oleh komunitas muslim. Meski berganti kepemilikan, Republika tak mengalami perubahan visi maupun misi. Sementara itu, *okezone.com* memiliki karakteristik yang berbeda, media yang bernaung di bawah MNC Media Group diresmikan sebagai kanal berita per tanggal 1 Maret 2007. Seperti yang dijelaskan pada kanal profil di laman *okezone.com*, hadirnya kanal berita *okezone.com* merupakan awal dari bisnis *online* pertama yang dimiliki oleh PT (MNC) atau Media Nusantara Citra Tbk. PT MNC Tbk merupakan perusahaan media yang terintegrasi dengan basis terbesar di Indonesia dan bahkan Asia Tenggara. Media yang merupakan milik salah satu pengusaha kondang di Indonesia yang sempat masuk dan terjun ke dunia politik itu, tentu memiliki sudut pandang tersendiri dalam membentuk opini dan menyajikan wacana terkait Pilpres 2024. Selain itu, *okezone.com* sebagai media yang menghadirkan nuansa ideologi

nasionalis. Prinsip nasionalis menjadi salah satu prinsip ideologis yang juga dipegang oleh mayoritas masyarakat Indonesia.

Dari paparan singkat mengenai kedua media tersebut, sangat jelas bahwa publik muslim sebagai mayoritas penduduk di negeri ini dan ideologi nasionalis sebagai salah satu prinsip yang juga dipegang oleh mayoritas penduduk Indonesia menjadi landasan kuat peneliti memilih kedua media tersebut. Tidak hanya itu, pemilihan kedua media tersebut juga berdasarkan bahwa masih dimungkinkan pertarungan identitas terjadi. Baik Islam dan Nasionalis sebagai basis suara terbesar di Indonesia. Sekali lagi, adanya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, dimana kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat dalam Pilkada membuat permainan politik identitas semakin menguat. Hal ini diperkuat oleh Santoso (2019) dalam risetnya menjelaskan bahwa Pemilu dan Pilkada secara langsung merupakan bukti dari kemajuan bangsa ini dalam demokrasi. Mengingat, selama 32 tahun suara rakyat dibelenggu dengan otoritarianisme dalam kekuasaan, tetapi pula tantangan ke depan bukan makin sedikit tetapi justru makin banyak. Oleh karena itu, adanya politik identitas menjadi salah satu tantangan tersendiri dari sebuah sistem pemilu dan pilkada di Indonesia.

Kemudian, berkaca juga pada pemilu 2019, bagaimana pertarungan identitas yang kuat membuat pemilu sempat ricuh dan menimbulkan banyak korban jiwa. Tidak hanya itu, Dari Alfridus (2021) dalam risetnya juga menjelaskan bahwa dalam konteks pemilu pada daerah multietnik, identifikasi identitas menjadi keharusan dalam perilaku memilih dan komunikasi politik baik dalam aktivitas dan peran politik maupun dalam kehidupan sosial secara umum, terutama dalam

rangka menarik simpati masyarakat sebagai pemilih, demi meningkatkan popularitas dan elektabilitas politik. Sementara itu, Pierre Van Den Bergh (1991) yang berpendapat bahwa politik identitas baik etnik maupun agama sengaja dikonstruksi oleh elit politik untuk mendapatkan kuasa. Dari hal itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam perjalanan ke depan, pesta demokrasi di Indonesia akan diwarnai permainan politik identitas yang akan semakin menarik dengan munculnya wacana-wacana identitas dari para calon pemimpin daerah. Dari Alfridus (2021) juga menjelaskan bahwa dalam hal ini calon kepala daerah akan memainkan strategi empati. Dalam komunikasi politik strategi empati memiliki arti yaitu kemampuan menempatkan diri pada situasi dan kondisi orang lain. Dengan kata lain, empati adalah sifat yang sangat dekat dengan citra politikus tentang diri dan tentang orang lain. Pada tahap ini seorang politisi sering memanfaatkan ciri-ciri kedaerahan atau ciri etnis/suku bahkan atribut keagamaan untuk menarik simpati masyarakat. Ma'arif dalam bukunya *Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Indonesia*, menjelaskan bahwa khususnya di Indonesia, politik identitas lebih terkait dengan etnisitas, agama, ideologi dan kepentingan-kepentingan lokal yang diwakili umumnya oleh para elit politik dengan artikulasinya masing-masing (Ma'arif, 2012). Hal ini yang menguatkan riset ini untuk mendalami, mengkaji, dan melihat lebih jauh adanya wacana identitas yang semakin menguat karena adanya permainan politik identitas.

Selanjutnya, untuk memperkuat riset ini diperlukan melihat dan mencari beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Penelitian terbaru tentang analisis wacana kritis dengan pendekatan Norman Fairclough yang mengulas isi

beberapa media massa dengan analisis teks atau deskripsi, analisis *discourse practice* atau interpretasi, dan analisis *sociocultural practice* atau eksplanasi pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Dari analisis beberapa peneliti, ditemukan upaya beberapa media massa memainkan wacana untuk membongkar objek yang dimunculkan dengan maksud tertentu. Peneliti juga membedah cara beberapa media menampilkan citra pada objek yang dimunculkan untuk maksud tertentu (Cenderamata, R. C., & Darmayanti, N. (2019), Kartikasari, S. (2020), dan Annas, A., & Fitriawan, R. A. (2018).

Tidak hanya itu, penelitian yang menggunakan analisis wacana kritis dari pendekatan Norman Fairclough seperti struktur teks (mikrostruktural), praktik wacana (mesostruktural), dan praktik sosiokultural (mikrostruktural) juga dilakukan oleh Angger Siswanto & Poppy Febriana (2017), Yopi Lutfi Subargo dan Yarno (2021), dan Genta Maghvira (2017). Ketiganya juga menganalisis teks dan konteks yang ada pada laman media dengan pendekatan Norman Fairclough. Dari penelitian ketiganya ditemukan bahwa ada banyak peran struktur bahasa yang saling terkait untuk membentuk sebuah makna dan pesan serta arah dari media yang dianalisis dalam melihat sebuah peristiwa.

Selanjutnya, penelitian yang menggunakan pisau analisis wacana kritis dengan mengaitkan pada unsur politik juga pernah dilakukan oleh (Mahdi Aslani & Bahloul Salmani, (2015), Saqib Javed Awan, dkk (2012). Kemudian, untuk penelitian yang menitikberatkan pada analisis wacana kritis dengan mengaitkan unsur agama dalam media juga pernah dilakukan (Fatemeh Poorebrahim & Gholam

Reza Zarei (2013) yang mengulas tentang sudut pandang Islam dari cara pandang media barat.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu seperti yang tersaji di atas, ada beberapa celah dan sisi terbaru yang bisa dilakukan dalam penelitian ini. Pertama dalam penelitian ini ada dua media yang digunakan sebagai objek penelitian. Kedua, penelitian ini mengambil fokus isu tentang dua tokoh publik yang memiliki elektabilitas tinggi dalam bursa pilpres 2024 yang bakal berlangsung. Ketiga, semua analisis Norman Fairclough digunakan untuk membedah dua media tersebut secaraimbang. Artinya, isu dari dua media yang digunakan sebagai objek analisis merupakan isu-isu yang sama antara keduanya. Utamanya isu yang terkait dengan langkah dan gebrakan kedua tokoh untuk melaju ke kontes Pilpres 2024 yang akan berlangsung.

Tidak hanya itu, wacana tentang tokoh Anies dan Ganjar dalam pusaran Pilpres 2024 sangat menarik untuk dikaji, mengingat keduanya memiliki dua basis massa yang mewarnai kontestasi pesta demokrasi republik ini. Yakni, basis nasionalis dan religius sebagai kedua basis mayoritas publik Indonesia. Kedua media yang digunakan dalam penelitian ini juga memiliki latar belakang berbeda. Ialah *republika.co.id* dengan ciri khas media yang sangat dekat dengan pembaca muslim yang merupakan agama mayoritas di Indonesia dan *okezone.com* yang dekat dengan pembaca nasionalis sebagai salah satu prinsip yang juga dipegang oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Bentuk wacana yang dimunculkan oleh kedua media dalam merepresentasikan kedua tokoh dengan latar belakang yang

sama-sama berbeda ini, tentu akan menjadi sebuah hal baru yang sama sekali belum pernah dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya.

Dari hal di atas, analisis wacana kritis Norman Fairclough semakin menguatkan objek untuk dikaji dan diteliti, mengingat dalam analisis wacana kritis Norman Fairclough yang menggunakan tiga pendekatan, yakni analisis teks atau deskripsi, analisis interpretasi, dan analisis eksplanasi. Tiga pisau analisis ini menarik digunakan karena pada analisis teks akan mengulas perihal representasi yang semakin menguatkan proses penelitian ini, mengingat pada tahap representasi akan dilakukan analisis seputar kata, kalimat, anak kalimat, antar anak kalimat, relasi, identitas, dan intertekstualitas. Pada tahap ini, representasi yang menunjukkan citra kedua tokoh pada dua media yang menjadi objek penelitian akan semakin terlihat.

Lebih dari itu, Norman Fairclough juga melakukan analisis interpretasi dengan menganalisis bagaimana produksi dan konsumsi teks berita pada media *online*. Selain itu, pada tahap itu, juga akan membongkar identitas media merupakan langkah awal untuk menentukan situasi yang menjadi proses produksi berita. Hal ini, tentu akan semakin melihat sisi lain dari kedua tokoh dan kedua media yang menjadi objek dari penelitian ini. Terakhir, analisis Norman Fairclough juga melakukan analisis eksplanasi. Pada tahapan ini, melakukan proses analisis yang bertujuan untuk mencari penjelasan atas hasil penafsiran tahap kedua, tentang produksi teks dan konsumsi teks. Pada analisis pula masih ada tiga unsur analisis, diantaranya analisis konteks situasi, analisis konteks institusional, dan analisis konteks sosial. Inilah yang menjadikan penulis memilih kedua tokoh yakni Anies

dan Ganjar dan kedua media yakni *republika.co.id* dan *okezone.com* untuk dianalisis dengan menggunakan pisau analisis wacana kritis Norman Fairclough.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kontestasi wacana identitas Anies dan Ganjar pada bursa Calon Presiden 2024 dalam media *online republika.co.id*?

2. Bagaimana kontestasi wacana identitas Anies dan Ganjar pada bursa Calon Presiden 2024 dalam media *online okezone.com*?

3. Bagaimana wacana identitas religius dan nasionalis dikontestasikan dalam pemberitaan Anies – Ganjar sebagai kepala daerah di media *online republika.co.id* dan *okezone.com*

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan bentuk serta maksud dari munculnya kontestasi wacana Anies dan Ganjar pada bursa Calon Presiden 2024 dalam media *online republika.co.id* dan *okezone.com*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil riset ini besar harapan peneliti bisa memperkaya khasanah penelitian linguistik dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Selanjutnya, riset ini diharapkan bisa memberikan kegunaan, baik secara teoritis ataupun secara praktis. Secara teoritis, riset ini diharapkan bisa memberikan gambaran untuk pertumbuhan ilmu linguistik yang berkaitan dengan analisis wacana kritis. Kajian wacana kritis dalam perihal ini dengan analisis wacana kritis

yang berfungsi sebagai pisau analisis untuk membedah berbagai pesan dan citra yang ada dalam suatu bacaan.

Di sisi lain, dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca dalam mengontrol isi berita secara objektif agar tidak mudah terprovokasi dan membuat opini subjektif sehingga dapat menimbulkan perpecahan dalam masyarakat. Dari segi penulis berita penelitian ini bisa menjadi gambaran untuk menulis berita secara akurat, objektif, dan dapat memberikan edukasi yang baik bagi publik. Tidak hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berbagi data dengan tokoh politik mengenai penggunaan bahasa dalam aktivitas politik guna meminimalisasi ketimpangan sosial yang dapat memicu konflik sosial di masyarakat.