



**ANALISIS WACANA KRITIS PADA VIDEO 3 BACAPRES BICARA  
GAGASAN DI KANAL YOUTUBE NAJWA SHIHAB**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka penyelesaian Studi Strata 1 (S1)  
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal

**Oleh :**

**RISKI PRASETYO**

**NIM. 2220600046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

**2024**



**ANALISIS WACANA KRITIS PADA VIDEO 3 BACAPRES BICARA  
GAGASAN DI KANAL YOUTUBE NAJWA SHIHAB**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka penyelesaian Studi Strata 1 (S1)  
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal

Oleh :

**RISKI PRASETYO**

**NIM. 2220600046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN

### PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RISKI PRASETYO

NPM : 2220600046

Jenjang : Strata Satu (S1)

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “ANALISIS WACANA KRITIS PADA VIDEO 3 BACAPRES BICARA GAGASAN DI KANAL YOUTUBE NAJWA SHIHAB” adalah benar-benar hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat atau meniru hasil penelitian orang lain yang tingkat kemiripannya 90% dan muncul permasalahan terkait penelitian yang telah dilakukan saya, maka saya bertanggungjawab terhadap keseluruhan SKRIPSI ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh kesadaran.

Tegal, 12 Agustus 2024

Pembuat Pernyataan,



Riski Prasetyo

## LEMBAR PERSETUJUAN



### ANALISIS WACANA KRITIS PADA VIDEO 3 BACAPRES BICARA GAGASAN DI KANAL YOUTUBE NAJWA SHIHAB

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan Studi  
Starata 1 (S1) untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pancasakti Tegal

05 Agustus 2024  
Telah disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I

Diryo Suparto, S.Sos, M.Si  
NIPY. 23662871979

Dosen Pembimbing II

Didi Permadi M.I.kom  
NIPY. 28267111988

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Sarwo Edy, M.I.Kom  
NIPN 27061151985

## LEMBAR PENGESAHAN



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL  
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
Jl.Halmahera KM. 1 Telp (0283)323290 Tegal, e-mail : fisip@upstegal.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

#### ANALISIS WACANA KRITIS PADA VIDEO 3 BACAPRES BICARA GAGASAN DI KANAL YOUTUBE NAJWA SHIHAB

Telah dipertahankan dalam sidang terbuka skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal

Pada hari : Senin  
Tanggal : 05 Agustus 2024

1. Ketua Dewan Penguji : Ike Desi Florina, M.I.Kom (.....)  
NIPY. 23768121984
2. Anggota Dewa Penguji 1 : Didi Permadi, M.I.Kom (.....)  
NIPY. 28267111988
3. Anggota Dewan Penguji 2 : Diryo Suparto, M.Si (.....)  
NIPY. 23662871979

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Unggul Sugiharto, S.IP., M.Si

NIPY : 1425192173

## **MOTTO**

*“The time is always right to do what is right”*

-Martin Luther King Jr.

“Barang siapa mempunyai ‘mengapa’, dia dapat menempuh hampir setiap  
‘bagaimana’.”

-Nietzsche

“Sesuatu terjadi karena memang seharusnya”

-*Unknown*

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kesehatan, rahmat, dan hidayah yang diberikan, sehingga penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Meskipun masih terdapat kekurangan, penulis merasa bangga telah mencapai tahap ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi atau Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Segala puji bagi-Mu, Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia sehingga segala sesuatu pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar atas izin-Nya.
2. Kedua orang tua saya, terimakasih telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada anaknya.
3. Kakak-kakak dan adik-adik saya yang telah memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan selama perkuliahan, yang selalu ada jika saya mengalami kesulitan dari awal masa perkuliahan hingga masa-masa menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.

## Abstrak

Menjelang pemilu 2024, perhatian publik dan media terpusat pada kontestasi pemilihan presiden. Najwa Shihab, melalui video YouTube berjudul “3 Bacapres Bicara Gagasan,” menghadirkan tiga bakal calon presiden untuk menyampaikan ide-ide mereka, menekankan peran politik sebagai arena pertarungan ideologi dan gagasan di mana politisi berupaya mempengaruhi masyarakat melalui komunikasi politik. Tujuan utama komunikasi politik adalah membentuk, memengaruhi, dan mempertahankan opini publik mengenai isu-isu politik dan kebijakan, di mana penggunaan bahasa oleh politisi menjadi strategi untuk mengendalikan opini publik dan mencapai tujuan mereka. Oleh karena itu, masyarakat perlu menerima dan memaknai pesan-pesan politik secara kritis agar tidak mudah terjebak dalam manipulasi elit politik. Analisis wacana kritis menjadi alat yang tepat untuk mengungkap dinamika kekuasaan dan ideologi tersembunyi dalam komunikasi politik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis model Teun Van Dijk, yang membagi struktur teks ke dalam tiga tingkatan: struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi teks, ketiga bacapres mengadopsi strategi wacana yang berbeda: Anies menekankan realita ketidakadilan, Ganjar mengedepankan pengalaman pribadinya, dan Prabowo menampilkan optimisme dan ambisius. Pada dimensi kognisi sosial, kesadaran mental mereka dalam membangun gagasan ditandai oleh ketidakadilan bagi Anies, pengalaman pribadi bagi Ganjar, dan kekuatan ekonomi sebagai fondasi bagi Prabowo. Pada dimensi konteks sosial, wacana yang berkembang berkaitan dengan isu-isu seperti korupsi, penegakan hukum, kebebasan berpendapat, pendidikan, lapangan kerja, dan biaya politik, yang mempengaruhi kognisi sosial pembuat wacana.

**Kata kunci:** Analisis Wacana Kritis, Komunikasi Politik, Gagasan, Bacapres, Pemilu 2024

## Abstract

*As the 2024 election approaches, public and media attention is focused on the presidential election contest. Najwa Shihab, through the YouTube video titled "3 Presidential Candidates Discuss Ideas," presents three potential presidential candidates to convey their ideas, emphasizing the role of politics as an arena of ideological and conceptual battles where politicians strive to influence society through political communication. The primary goal of political communication is to shape, influence, and maintain public opinion on political issues and policies, where politicians' use of language becomes a strategy to control public opinion and achieve their objectives. Therefore, society needs to receive and interpret political messages critically to avoid being easily trapped in the manipulation of political elites. Critical discourse analysis becomes an appropriate tool to reveal the dynamics of power and hidden ideologies in political communication. This study employs a descriptive-qualitative method with a critical discourse analysis approach based on Teun Van Dijk's model, which divides the text structure into three levels: macrostructure, superstructure, and microstructure. The results of the study indicate that in the textual dimension, the three presidential candidates adopt different discourse strategies: Anies emphasizes the reality of injustice, Ganjar highlights his personal experiences, and Prabowo displays optimism and ambition. In the social cognition dimension, their mental awareness in constructing ideas is marked by injustice for Anies, personal experiences for Ganjar, and economic strength as a foundation for Prabowo. In the social context dimension, the discourse that develops is related to issues such as corruption, law enforcement, freedom of expression, education, employment, and political costs, which influence the social cognition of discourse makers.*

**Keyword:** *Critical Discourse Analysis, Political Communication, Ideas, Presidential Candidates, 2024 Election*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Pada Video 3 Bacapres Bicara Gagasan di Kanal Youtube Najwa Shihab” ini dapat diselesaikan guna memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti Tegal.

Penulis menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih dan mendoakan semoga Allah memberikan balasan terbaik kepada :

1. Bapak Dr. Taufiqulloh, M. Hum selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal.
2. Bapak Unggul Sugiharto, S.IP, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal.
3. Bapak Sarwo Edy, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal.
4. Bapak Diryo Suparto, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Didi Permadi, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II, yang juga telah memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.

6. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi yang telah berjasa dalam memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis
7. Segenap Dosen serta Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal.
8. Orang tua dan saudara yang selalu memberikan dukungan dan doa.

Terimakasih penulis juga haturkan untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna, penulis masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Tegal, 12 Agustus 2024

Penulis,

Riski Prasetyo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DOKUMEN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>Abstrak</b> .....	vii
<b>Abstract</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	14
I.3 Tujuan Penelitian .....	14
I.4 Manfaat Penelitian .....	14
I.4.1 Manfaat Teoritis .....	14
I.4.2 Manfaat Praktis.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
II.1 Kerangka Teori .....	15
II.1.1 Penelitian Terdahulu .....	15
II.1.2 Analisis Wacana Kritis.....	20
II.1.3 Teori Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk .....	24
II.2 Definisi Konsep .....	32
II.2.1 Video .....	32
II.2.2 Bacapres .....	34
II.2.3 Gagasan .....	35

II.2.4 Youtube .....	37
II.3 Pokok Penelitian .....	38
II.4 Alur Pikir Penelitian .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
III.1 Jenis dan Tipe Penelitian .....	40
III.2 Jenis dan Sumber Data .....	41
III.3 Teknik Pengumpulan Data .....	42
III.4 Teknik Analisis Data .....	44
III.5 Sistematika Penulisan .....	45
<b>BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
IV.1 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	47
IV.1.1 Profil Najwa Shihab.....	47
IV.1.2 Narasi TV .....	51
IV.1.3 Mata Najwa: 3 Bacapres Bicara Gagasan.....	56
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
V.1 HASIL TEMUAN PENELITIAN.....	58
<b>BAB VI PEMBAHASAN.....</b>	<b>114</b>
VI.1 Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk pada Video “3 Bacapres Bicara Gagasan” .....	114
VI.1.1 Analisis Wacana Kritis Narasi Gagasan Anies Baswedan.....	115
VI.1.1.1 Narasi 1: Spill Gagasan .....	115
VI.1.1.2 Narasi 2: Biaya Politik.....	126
VI.1.1.3 Narasi 3: Kepolisian .....	136
VI.1.1.4 Narasi 4: KPK.....	145
VI.1.1.5 Narasi 5: Lapangan Kerja .....	155
VI.1.1.6 Narasi 6: Konsep Perubahan.....	162
VI.1.1.7 Narasi 7: Transisi Energi .....	171
VI.1.1.8 Narasi 8: Pendidikan dan Kesehatan .....	179
VI.1.1.9 Narasi 9: Ekonomi Syariah.....	187
VI.1.1.10 Narasi 10: Kebebasan Berpendapat .....	194
VI.1.1.11 Narasi 11: Imigrasi .....	201
VI.1.1.12 Narasi 12: Kementerian .....	207

VI.1.1.13 Narasi 13: Sandwich Generation .....	213
VI.1.1.14 Narasi 14: Proyek Strategis Nasional .....	219
VI.1.2 Analisis Wacana Kritis Narasi Gagasan Ganjar Pranowo .....	227
VI.1.2.1 Narasi 1: Spill Gagasan .....	227
VI.1.2.2 Narasi 2: Biaya Politik.....	235
VI.1.2.3 Narasi 3: Partai Politik.....	243
VI.1.2.4 Narasi 4: KPK.....	252
VI.1.2.5 Narasi 5: Kepolisian .....	261
VI.1.2.6 Narasi 6: Lapangan Kerja .....	269
VI.1.2.7 Narasi 7: Kebebasan Berpendapat .....	279
VI.1.2.8 Narasi 8: Desa.....	287
VI.1.2.9 Narasi 9: Inklusivitas Kelas .....	296
VI.1.2.10 Narasi 10: Pendidikan Tinggi .....	305
VI.1.2.11 Narasi 11: Citra Presiden dan PDIP .....	314
VI.1.3 Analisis Wacana Kritis Narasi Gagasan Prabowo Subianto .....	323
VI.1.3.1 Narasi 1: Spill Gagasan .....	323
VI.1.3.2 Narasi 2: Politik Uang .....	332
VI.1.3.3 Narasi 3: Biaya Politik.....	342
VI.1.3.4 Narasi 4: Korupsi.....	349
VI.1.3.5 Narasi 5: Kepolisian .....	357
VI.1.3.6 Narasi 6: KPK.....	364
VI.1.3.7 Narasi 7: Kebebasan Berpendapat .....	372
VI.1.3.8 Narasi 8: Polarisasi Masyarakat .....	382
VI.1.3.9 Narasi 9: Research and Development.....	390
VI.1.3.10 Narasi 10: Pendidikan Tinggi .....	399
VI.1.3.11 Narasi 11: Pengamalan Pancasila .....	408
VI.1.3.12 Narasi 12: Kesehatan Mental.....	416
<b>BAB VII PENUTUP</b> .....	425
V.II.1 Kesimpulan .....	425
VII.2 Saran .....	425
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	427
<b>LAMPIRAN</b> .....	431

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kanal Youtube Najwa Shihab.....	2
Gambar I.2 Jumlah Pengguna Youtube .....	3
Gambar I.3 Sampul Video 3 Bacapres Bicara Gagasan.....	5
Gambar IV.2 Logo Narasi TV .....	51
Gambar IV.1 Survey Tokoh Perempuan Paling Berpengaruh.....	53
Gambar V.1 Hasil polling Anies Baswedan .....	60
Gambar V.2 Hasil Polling Prabowo Subianto.....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel II.2 Struktur Teks Teun A. Van Dijk .....	28
Tabel IV.1 Program Narasi TV .....	56
Tabel V.1 Topik Gagasan 3 Bacapres.....	62
Tabel V.2 Transkrip Narasi Gagasan Anies Baswedan .....	64
Tabel V.3 Transkrip Narasi Gagasan Ganjar Pranowo.....	81
Tabel V.4 Transkrip Narasi Gagasan Prabowo Subianto .....	98
Tabel VI.1.1.1 Visual Narasi 1.....	121
Tabel VI.1.1.2 Visual Narasi 2.....	132
Tabel VI.1.1.3 Visual Narasi 3.....	141
Tabel VI.1.1.4 Visual Narasi 4.....	151
Tabel VI.1.1.5 Visual Narasi 5.....	160
Tabel VI.1.1.6 Visual Narasi 6.....	169
Tabel VI.1.1.7 Visual Narasi 7.....	176
Tabel VI.1.1.8 Visual Narasi 8.....	183
Tabel VI.1.1.9 Visual Narasi 9.....	191
Tabel VI.1.1.10 Visual Narasi 10 .....	199
Tabel VI.1.1.11 Visual Narasi 11 .....	205
Tabel VI.1.1.12 Visual Narasi 12 .....	210
Tabel VI.1.1.13 Visual Narasi 13 .....	217
Tabel VI.1.1.14 Visual Narasi 14 .....	224
Tabel VI.1.2.1 Visual Narasi 1.....	232
Tabel VI.1.2.2 Visual Narasi 2.....	240
Tabel VI.1.2.3 Visual Narasi 3.....	248

Tabel VI.1.2.4 Visual Narasi 4.....	257
Tabel VI.1.2.5 Visual Narasi 5.....	266
Tabel VI.1.2.6 Visual Narasi 6.....	275
Tabel VI.1.2.7 Visual Narasi 7.....	284
Tabel VI.1.2.8 Visual Narasi 8.....	293
Tabel VI.1.2.9 Visual Narasi 9.....	302
Tabel VI.1.2.10 Visual Narasi 10 .....	311
Tabel VI.1.2.11 Visual Narasi 11 .....	319
Tabel VI.1.3.1 Visual Narasi 1.....	329
Tabel VI.1.3.2 Visual Narasi 2.....	338
Tabel VI.1.3.3 Visual Narasi 3.....	346
Tabel VI.1.3.4 Visual Narasi 4.....	354
Tabel VI.1.3.5 Visual Narasi 5.....	361
Tabel VI.1.3.6 Visual Narasi 6.....	369
Tabel VI.1.3.7 Visual Narasi 7.....	378
Tabel VI.1.3.8 Visual Narasi 8.....	387
Tabel VI.1.3.9 Visual Narasi 9.....	396
Tabel VI.1.3.10 Visual Narasi 10 .....	405
Tabel VI.1.3.11 Visual Narasi 11 .....	413
Tabel VI.1.3.12 Visual Narasi 12 .....	421

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Acara Ujian Skripsi.....	431
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	432
Lampiran 3 Surat Bebas Plagiasi .....	433

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Menjelang tahun 2024 dinamika politik di Indonesia mengalami peningkatan tensi secara signifikan. Hal tersebut dikarenakan akan diselenggarakannya pesta demokrasi berupa pemilihan umum Presiden dan legislatif pada 14 februari 2024. Saat ini terdapat 3 pasangan calon Presiden dan calon wakil Presiden yang berkontestasi dalam pemilihan umum. Dua pasang calon, yaitu Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD mendaftarkan di KPU pada Kamis, 19 Oktober 2023 Sedangkan Pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming mendaftarkan di KPU pada Rabu, 25 Oktober 2023. (Sumber: [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com))

Hal-hal yang berkaitan dengan pemilu khususnya pada kontestasi pemilihan presiden menjadi pusat perhatian masyarakat. Hal ini menjadi perhatian publik dan juga para pelaku awak media untuk terus meng-*update* informasi-informasi terkait dinamika politik terkini. Tak terkecuali Najwa Shihab, salah satu jurnalis yang populer dikalangan anak muda dan khususnya dalam mengangkat topik politik di Indonesia.

Partisipasi media, termasuk oleh jurnalis seperti Najwa Shihab, dalam memberikan informasi terkini dan mendalam terkait dinamika politik menjelang pemilihan umum sangat penting. Media memegang peran kunci dalam menciptakan masyarakat yang lebih terinformasi terkait para kandidat presiden dan wakil

presiden yang akan mereka pilih nantinya. Suara masyarakat menentukan kebijakan-kebijakan yang nantinya akan berdampak pada kehidupan mereka.

Najwa shihab merupakan seorang jurnalis yang aktif mengangkat topik politik di Indonesia. Kontribusinya dalam pembahasan politik tidak hanya terbatas pada media konvensional, tetapi juga berkontribusi secara aktif di media baru, yaitu media digital. Najwa shihab sendiri memiliki sebuah platform media digital yaitu Narasi. Najwa Shihab juga aktif menyuarakan pendapatnya melalui akun media sosial pribadinya, seperti Instagram, Youtube, dan Twitter. Dalam penyampaianya, Najwa Shihab menggunakan pendekatan anak muda yang kekinian akan tetapi tetap kritis sehingga pesannya terasa lebih segar dan menarik. Dengan kekonsistennannya aktif di media sosial, Najwa Shihab memberikan kontribusi yang signifikan dalam membuka pandangan publik terhadap dinamika politik di Indonesia.

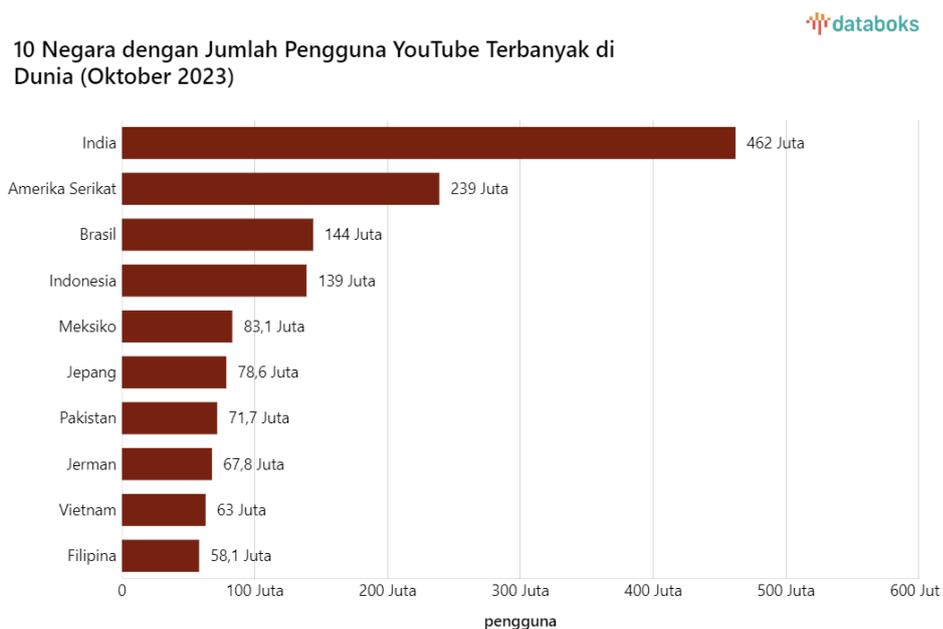
Gambar I.1 Kanal YouTube Najwa Shihab



(Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com), diakses pada tanggal 23 November 2023, pukul 06:29 WIB)

Kanal YouTube pribadinya telah memiliki sebanyak 9,51 Juta *subscriber* dengan total 2,6 ribu video yang telah diunggah (diakses pada tanggal 23 November 2023, pukul 06:29 WIB). YouTube merupakan situs berbagi media (media *sharing*), yaitu jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media berjenis video maupun audio (Winarso, 2021:1). YouTube telah menjadi platform media sosial yang memiliki popularitas yang tinggi saat ini. Penggunanya dapat menonton, mengomentari, memberikan *like* dan *dislike*, serta membagikan video buatannya.

Gambar I.2 Jumlah Pengguna Youtube



(Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id))

Di Indonesia, YouTube menjadi salah satu platform media sosial paling banyak digunakan, menempati peringkat keempat dunia dengan 139 juta pengguna per oktober 2023. Kepopulerannya yang tinggi memberikan dampak yang besar pada masyarakat. Tidak hanya dijadikan sarana mencari hiburan, platform ini juga menjadi sumber informasi yang dapat membentuk tren dan opini pada masyarakat Indonesia.

Dalam memasuki masa pemilihan presiden 2024, Najwa Shihab gencar meliput dan mengangkat topik terkait dinamika politik di kanal YouTubanya. Seperti dalam salah satu tayangan siaran langsung yang telah terarsip menjadi sebuah video utuh berjudul “[LIVE] 3 Bacapres Bicara Gagasan-Mata Najwa”. Sesuai dengan judul dari video tersebut, Najwa Shihab menghadirkan tiga bakal calon Presiden (Bacapres). Meskipun baru berstatus sebagai bakal calon, Najwa Shihab mengundang mereka untuk membagikan gagasannya untuk Indonesia. Ketiga bakal calon Presiden tersebut yaitu Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo.

Bakal calon Presiden (Bacapres) adalah orang yang diusung oleh partai politik atau gabungan partai politik untuk menjadi calon Presiden (capres) dalam pemilihan presiden. Status bacapres baru akan berubah menjadi capres setelah secara resmi mendaftar dan ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai calon Presiden.

Gambar I.3 Sampul Video 3 Bacapres Bicara Gagasan



(Sumber: [www.youtube.com](http://www.youtube.com), diakses pada tanggal 12 Agustus 2024, pukul 11:04 WIB)

Video 3 Bacapres Bicara Gagasan ini ditayangkan pada tanggal 19 september 2023 dan telah ditonton 7,3 juta kali dengan jumlah *like* sebanyak 145 ribu serta dikomentari sebanyak 56.028 (diakses pada tanggal 12 Agustus 2024, pukul 11:04 WIB). Video ini merupakan hasil tayangan siaran langsung berdurasi 6 jam 37 menit 13 detik dari acara Mata Najwa *on Stage* yang dibawakan Najwa Shihab dan diselenggarakan di Universitas Gadjah Mada. Acara ini diinisiasi oleh Narasi yang merupakan media milik Najwa Shihab dan berkolaborasi dengan Universitas Gadjah Mada.

Ketiga bakal calon Presiden menyampaikan gagasannya secara bergantian dalam segmen terpisah untuk masing masing bakal calon. Mereka sebagai bakal calon Presiden saat itu, mengemukakan gagasan-gagasannya terhadap isu-isu strategis nasional maupun internasional yang kemudian dilanjutkan dengan diskusi

atau tanya jawab bersama audiens. Urutan kehadiran diawali oleh Anies Baswedan, kemudian Ganjar Pranowo, dan ditutup oleh Prabowo Subianto. Penyampaian gagasan dalam acara ini dibagi kedalam tiga bagian, yaitu *spill* gagasan, dialog antara bacapres dan moderator, dan tanya jawab dengan audiens.

Video ini mendapat beragam komentar dari warganet yang dilontarkan pada kolom komentar. Tentu saja ketika seseorang mencalonkan dirinya pada kontestasi perebutan kursi nomor satu sebuah negara, semua perhatian akan tertuju kepadanya. Setiap perkataan, ekspresi, serta perilaku akan dinilai secara kritis oleh publik. Tidak hanya komentar positif yang akan didapatkan, akan banyak juga penilaian negatif dari publik.

Gagasan-gagasan yang telah mereka sampaikan merepresentasikan pandangan mereka terhadap tantangan dan peluang yang akan dan sedang dihadapi oleh Indonesia. Dalam menghadapi isu-isu yang diangkat, ketiga bakal calon presiden menyajikan perspektif dan solusi yang beragam. Gagasan-gagasan yang mereka sampaikan mencerminkan visi dan arah kebijakan yang akan diimplementasikan jika terpilih menjadi Presiden Indonesia.

Dalam menyampaikan pemikirannya, Anies Baswedan menyoroti pada kesetaraan, keadilan, menghadirkan pemerintah, dan perubahan. Poin-poin tersebut menjadi kata kunci untuk gagasannya. Apa yang telah disampaikannya cenderung berfokus pada kritik terhadap kelemahan pemerintah saat ini dan mencerminkan ketidakpuasan Anies terhadap aspek-aspek tertentu dari pemerintah, serta menegaskan perlunya perubahan. Dia menekankan perlunya kesetaraan di segala

sektor dan perlunya keterlibatan aktif pemerintah dalam menengahi permasalahan yang terjadi di masyarakat.

Ganjar dalam penyampaian gagasannya lebih cenderung bersikap optimis, hal ini tercermin dalam kata-kata seperti tingkatkan, tantangan, dan bukan hal yang sulit. Sikap optimis tersebut mencerminkan pandangan Ganjar dalam menilai situasi, dimana ia melihat peluang untuk meningkatkan dan memandang kekurangan sebagai tantangan. Penggunaan gaya bicara yang positif juga menekankan sikap optimismenya.

Sejalan dengan Ganjar Pranowo, dalam menyampaikan pemikirannya Prabowo cenderung bersikap optimis, hal tersebut tercermin pada kata-kata yang menekankan bahwa kita adalah negara besar dan bangsa yang hebat. Hal tersebut mencerminkan keyakinan Prabowo pada potensi yang dimiliki. Dengan menekankan pada nilai positif seperti kehebatan dan kebesaran negara, Prabowo mungkin berupaya membangkitkan semangat nasionalisme dan optimisme pada audiens.

Menurut Aristoteles politik adalah upaya atau cara untuk memperoleh sesuatu yang dikehendaki (Sakti, 2020:2). Menurut Andrew Heywood, politik ialah kegiatan suatu bangsa yang bertujuan untuk membuat, mempertahankan serta mengamandemen peraturan-peraturan umum yang mengatur kehidupannya, yang artinya tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerjasama (Sakti, 2020:3). Sedangkan Lasswell berpendapat bahwa ilmu politik adalah ilmu yang mempelajari pengaruh dan kekuasaan (Sakti, 2020:5).

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa politik merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan melalui pengaruh kekuasaan. Politik juga melibatkan upaya untuk memperoleh, mempertahankan, dan mengamandemen peraturan-peraturan yang mengatur kehidupan bersama. Dalam prosesnya, politik tidak dapat terlepas dari gejala konflik dan kerjasama.

Politik merupakan arena pertarungan gagasan dimana berbagai ide, pandangan, ideologi, dan tujuan bersaing untuk memenangkan suara rakyat. Politisi, sebagai aktor utama dalam arena ini, berlomba-lomba untuk menyajikan gagasan terbaiknya dengan cara yang menarik dan meyakinkan. Gagasan/ide dapat dianggap sebagai "kait yang digunakan oleh politisi untuk menggantungkan tujuan mereka dan memajukan kepentingan mereka" (Mukand dan Rodrik, 2019: 5).

Salah satu jalan untuk meraih tujuan politik dapat melalui komunikasi politik, khususnya ketika dalam kontestasi pemilihan. Komunikasi politik memungkinkan politisi untuk menyampaikan pesan-pesan yang dirancang secara strategis untuk memengaruhi audiens mereka. Dalam proses ini, politisi akan menggunakan berbagai strategi untuk meyakinkan pemilih, seperti memanipulasi emosi, penggunaan fakta selektif, dan framing isu-isu politik sedemikian rupa untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Suwardi komunikasi politik adalah setiap jenis penyampaian pesan-pesan politik dari suatu sumber kepada sejumlah penerima, baik dalam bentuk kata-kata tercapkan atau dalam bentuk tertulis ataupun dalam bentuk lambang – lambang (Akhmad, 2019:1). Komunikasi politik adalah setiap

penyampaian pesan yang disusun secara sengaja untuk memperoleh pengaruh terhadap penyebaran atau penggunaan kekuasaan di tengah masyarakat (Kustiawan dkk., 2022:1). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan penyampaian pesan politik yang bertujuan untuk memperoleh pengaruh terhadap kekuasaan.

Tujuan utama dari komunikasi politik adalah membentuk, memengaruhi, dan memelihara opini publik terkait dengan isu-isu politik dan kebijakan (Nuraliza dkk., 2024:246). Komunikasi politik berperan penting dalam menyampaikan pesan-pesan yang relevan dari para pemimpin, politisi, dan kelompok kepentingan kepada masyarakat luas. Dengan demikian, komunikasi politik tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengarahkan dan mempengaruhi pandangan publik.

Komunikasi politik menciptakan ruang interpretasi yang beragam, di mana setiap individu atau kelompok masyarakat dapat menafsirkan pesan-pesan politik berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan perspektif mereka masing-masing. Dalam konteks ini, faktor-faktor dalam komunikasi politik yang menyebabkan pesan tidak tertangkap dengan baik sering kali terkait dengan bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima. Dengan menggabungkan unsur retorika, psikologi, dan media, komunikasi politik menjadi instrument vital dalam membentuk persepsi masyarakat dan mencapai dukungan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan politik (Nuraliza dkk., 2024:246).

Retorika merupakan sebuah cara pembujuk rayuan secara persuasif guna menciptakan efek persuasif menggunakan kredibilitas dan pendekatan emosi atau

gagasan (logo) dari pemberi informasi (Maraya, 2021:256). Retorika dalam kaitannya dengan nilai persuasif dapat didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia pada setiap keadaan yang dihadapi (Fikry, 2020:139). Berdasarkan rumusan tersebut, retorika dapat dipahami sebagai keterampilan berbicara dengan tujuan menarik perhatian atau memengaruhi secara persuasif.

Dalam komunikasi politik, retorika digunakan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens dan meningkatkan kepercayaan terhadap pesan yang disampaikan. Pendekatan ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang psikologi audiens, memungkinkan komunikator politik untuk merancang pesan mereka agar lebih relevan dan menarik. Kombinasi antara retorika, psikologi, dan media ini tidak hanya meningkatkan efektivitas komunikasi dalam mengumpulkan dukungan yang diperlukan untuk meraih tujuan politik, tetapi juga menimbulkan kompleksitas yang mempengaruhi interpretasi dan pemahaman audiens terhadap pesan politik.

Para elite politik bersaing untuk menguasai wacana politik guna memajukan agenda mereka, dengan propagandis fokus pada pengendalian opini publik (Syauket dkk., 2024:49). Elite politik menggunakan berbagai teknik komunikasi, termasuk framing, agenda-setting, dan priming, untuk membentuk bagaimana isu-isu tertentu dipahami dan direspon oleh masyarakat. Kontrol atas wacana politik menjadi alat kekuasaan yang sangat efektif. Dengan menguasai narasi yang dominan, elite politik dapat menentukan apa yang dianggap penting dan layak untuk dibahas, serta bagaimana masalah-masalah tersebut dipahami oleh publik.

Publik perlu secara cermat dalam menerima dan memahami pesan politik yang disampaikan oleh elit politik agar tidak terjebak dalam pengaruh kekuasaan. Menerima pesan politik tanpa pemaknaan kritis dapat memberikan jalan untuk manipulasi dan memengaruhi pandangan serta sikap politik yang mungkin dapat merugikan masyarakat kedepannya. Dengan menilai secara cermat, masyarakat dapat melakukan penilaian mendalam terhadap pesan politik yang diterima, mempertimbangkan konteks, dan tujuan politik dibalikinya.

Para politisi berusaha untuk memengaruhi masyarakat melalui berbagai bentuk komunikasi politik. Salah satunya melalui diskusi publik, politisi dapat membagikan gagasan, merespon kritik, atau menyebarkan narasi politik mereka. Selain itu, penggunaan media online memberikan kemudahan untuk memperluas dampak komunikasi politik mereka sehingga dapat mempengaruhi lebih banyak orang.

Dalam konteks ini, acara dalam video 3 Bacapres Bicara Gagasan merupakan sebuah diskusi publik untuk menyampaikan gagasan-gagasan para tokoh politik. Oleh karena itu, komunikasi politik dalam video tersebut memiliki pengaruh besar dalam dinamika politik. Isi video tersebut dapat dijadikan media bagi para politisi dalam acara tersebut untuk memenagruhi dan mengumpulkan dukungan untuk mencapai tujuan politik mereka masing-masing.

Sedangkan dari sisi audiens atau masyarakat, pesan-pesan politik yang disampaikan dalam video tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi publik dalam menilai setiap kandidat. Pemikiran yang telah mereka sampaikan dapat menjadi acuan penting bagi masyarakat dalam membentuk pandangan mereka

terhadap karakter, visi dan arah kebijakan dari setiap kandidat yang nantinya akan mereka pilih. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa gagasan-gagasan ini memainkan peran penting dalam proses pembentukan pandangan publik terhadap para kandidat.

Resepsi audiens memandang khalayak memiliki peran aktif dan memiliki power dalam menafsirkan pesan dari wacana program. Oleh karena itu, pesan yang di resepsi dari masing-masing individu pun berbeda-beda (Qudratullah, 2020: 5). Audiens dalam menerima informasi tidak bersifat pasif, tetapi secara aktif terlibat dalam proses interpretasi. Pemaknaan audiens dapat menciptakan beragam interpretasi terhadap suatu pesan yang disampaikan. Perbedaan interpretasi ini dapat dipengaruhi oleh beragam faktor.

Bahasa sebagai sistem komunikasi memiliki peran sentral dalam pembicaraan politik, di mana penggunaan kata dan konstruksi kalimat dapat membentuk realitas dan makna yang dipersepsikan oleh masyarakat (Syauket dkk., 2024:48). Dalam konteks politik, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan atau informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra, mempengaruhi opini publik, dan mengarahkan tindakan sosial.

Bahasa dalam konteks politik tidak dapat dipisahkan dari upaya untuk membentuk realitas sosial dan mempengaruhi makna yang dipersepsikan oleh masyarakat. Penggunaan bahasa oleh politisi adalah bagian dari strategi komunikasi yang lebih luas untuk mencapai tujuan politik dan sosial tertentu. Penting untuk Memahami bagaimana bahasa digunakan dalam politik untuk memberikan

wawasan yang lebih dalam tentang dinamika kekuasaan, pengaruh, dan perubahan sosial dalam masyarakat.

Oleh karena itu, perlu pendekatan kritis dalam memahami pesan-pesan politik. Analisis wacana kritis adalah sebuah pendekatan dalam studi linguistik yang menekankan pada hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam sebuah teks (Siahaan dkk., 2023:557). Pendekatan ini menyoroti bahwa bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan makna, tetapi juga digunakan untuk menciptakan, mempertahankan, dan memperkuat kekuasaan serta ideologi tertentu. Pendekatan analisis wacana kritis mengacu pada kerangka pemikiran kritis, di mana teks-teks dianalisis dengan mempertanyakan siapa yang menghasilkan teks tersebut, apa tujuannya, siapa yang diuntungkan atau dirugikan oleh teks tersebut, dan bagaimana kekuasaan serta ideologi tercermin di dalamnya.

Dalam konteks ini, analisis wacana kritis dapat menjadi alat yang sangat sesuai untuk mengungkap dan memahami dinamika kekuasaan serta ideologi yang tersembunyi dalam komunikasi politik. Melalui analisis wacana kritis, kita dapat mengidentifikasi bagaimana berbagai elemen komunikasi digunakan untuk mempengaruhi opini publik dan bagaimana pesan politik dikonstruksi serta didistribusikan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam penelitian yang mengangkat topik berkaitan dengan komunikasi politik, melakukan analisis wacana kritis merupakan pendekatan yang sesuai dan relevan. Maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS WACANA KRITIS PADA VIDEO 3 BACAPRES BICARA GAGASAN DI KANAL YOUTUBE NAJWA SHIHAB”**

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana Analisis Wacana Kritis Pada Video 3 Bacapres Bicara Gagasan Di Kanal Youtube Najwa Shihab?.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Bagaimana Analisis Wacana Kritis Pada Video 3 Bacapres Bicara Gagasan Di Kanal Youtube Najwa Shihab.

## **I.4 Manfaat Penelitian**

### **I.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis berupa pengembangan konsep analisis wacana kritis dan memperkaya literatur terkait analisis wacana kritis pada konten video khususnya dalam konteks komunikasi politik.

### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis berupa pemahaman serta pandangan yang lebih mendalam dan kritis terhadap pesan yang disampaikan oleh ketiga tokoh dalam video “3 Bacapres Bicara Gagasan”. Pemahaman yang lebih baik ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membentuk perspektif audiens terhadap karakter, visi, dan arah kebijakan ketiga tokoh ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **II.1 Kerangka Teori**

Kerangka teori merupakan instrumen untuk menyusun pemahaman teoretis, medeskripsikan korelasi antara variabel atau konsep yang relevan, dan menyajikan kerangka kerja untuk memandu peneliti dalam menganalisis dan menginterpretasikan data penelitian. Kerangka teori membantu mengarahkan fokus penelitian, memberikan landasan yang kokoh untuk merumuskan pertanyaan penelitian, memilih metode penelitian yang tepat, serta menafsirkan temuan penelitian dengan konteks yang lebih luas.

##### **II.1.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merujuk pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti lain yang relevan dengan bidang dan topik penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu merupakan landasan untuk pengembangan penelitian baru dan membantu dalam memahami konteks, teori, dan temuan yang telah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki jenis dan metode penelitian yang sama untuk dijadikan acuan dan pembandingan oleh peneliti dalam menjalankan penelitian ini. Berikut adalah penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini:

1. Kurniawati, Wati, dkk. (2022). Judul: Kekuasaan Semantik Dalam Analisis Wacana Kritis Debat Capres-Cawapres. Ranah: Jurnal Kajian Bahasa. Badan Riset dan Invoasi Nasional dan Badan Pengembangan dan Pembinaan

Bahasa. Tujuan penelitian ini ialah mengidentifikasi bahasa para politikus yang ditinjau dari kekuasaan semantik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif.

2. Pratama, Anggi, dkk. (2022). Judul: Dominasi Pertarungan Simbolik Ideologi Nadiem Makarim: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. KONFIKS: Jurnal bahasa, sastra dan pengajaran Hal. 24-33 Vol. 9 No. 2, 2022. Pendidikan bahas dan sastra Indonesia IKIP Budi Utomo Malang. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui fitur lingual kosakata aspek deskripsi dan mode wacana kebahasaan dalam bentuk kekerasan simbolik penggunaan bahasa berdasarkan analisis wacana kritis Norman Fairclough yang terdapat dalam ideologi Nadiem Makarim pada Instagram Live Prilly Latuconsina Bareng Mendikbud Ristek Nadiem Makarim 31 Maret 2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif
3. Mozefani, Fadel, dkk. (2020). Judul: Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono: Pendekatan Analisis Wacana Kritis. MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume III, No.I, Februari 2020, hlm 45-68. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi dan Universitas Indonesia. Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis retorika pemikiran dan gagasan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) sebagai Presiden Republik Indonesia keenam. Melalui pidatonya (24 Juli 1818), di YouTube, dan kemudian ditulis di media online CNN, terkait dengan proses pembentukan koalisi partai politik yang membawa Prabowo Subianto sebagai kandidat presiden dalam pemilihan 2019. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif.

Tiga penelitian di atas memiliki relevansi yang tinggi dengan tema penelitian yang akan peneliti kaji. Oleh karena itu, ketiga penelitian tersebut dijadikan sebagai pembandingan untuk data yang akan diperoleh oleh peneliti.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan & Persamaan
1	Wati kurniawati, Ririen Ekoyanantiasih, Santy Yulianti, Menuk Hardaniawati, S.S.T. Wisnu Sasangka, dan Winci Firdaus  “Kekuasaan Semantik Dalam Analisis Wacana Kritis Debat Capres-Cawapres”	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks pidato yang diproduksi oleh tokoh-tokoh partai politik telah memanfaatkan fitur-fitur linguistik, seperti struktur teks, kosakata, gaya bahasa atau majas, kalimat, kohesi, koherensi, ketransitifan, dan kata ganti. Secara tekstual, wacana dalam pidato politik tersebut menunjukkan fitur-fitur semantik yang digunakan untuk melancarkan suatu proses sosial: pembentukan citra positif suatu partai dalam memperjuangkan kepentingan rakyat. Proses dan praktis sosial yang disalurkan oleh tokoh-tokoh partai politik tersebut berkaitan erat dengan latar belakang sosial,	<b>Perbedaan:</b> Penelitian ini lebih berfokus pada penggunaan bahasa para politisi berdasarkan kekuasaan semantik.  <b>Persamaan:</b> Penelitian ini meneliti pernyataan yang diungkapkan oleh seorang politikus dalam konteks kontestasi pemilihan presiden, menggunakan pendekatan analisis wacana kritis

			<p>politik, dan budaya mereka. Wacana verbal dalam pidato Jokowi-Amin, Prabowo--Sandiaga diekspresikan dalam bentuk rangkaian kalimat aktif transitif dan kalimat aktif intransitif. Kalimat-kalimat yang diungkapkan adalah kalimat yang berbentuk kalimat ajakan, kalimat seruan, kalimat harapan, kalimat janji, dan kalimat pernyataan. Wacana pidato yang diungkapkan oleh para orator tersebut juga mengandung pemakaian gaya bahasa, yaitu gaya bahasa hiperbola, metafora, personifikasi, dan repetisi.</p>	
2	<p>Anggi Pratama, Susandi, Yunita Anas Sriwulandari</p> <p>“Dominasi Pertarungan Simbolik Ideologi Nadiem Makarim: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough”</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini menghasilkan: (1) Proses leksikal terjadi pada kata “Mas Menteri”, “Dana Indonesiana” dan “Kurikulum Merdeka”; (2) Pertarungan simbolik ketiga kata tersebut muncul dalam bentuk kekuatan dalam pemberian nama yang diakui secara resmi (pelabelan), monopoli visi, pemaksaan pandangan dan</p>	<p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini lebih terfokus pada fitur lingual kosakata aspek deskripsi dan mode wacana kebahasaan dalam bentuk kekerasan simbolik.</p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini meneliti pernyataan yang</p>

			<p>tindakan, dan pengontrol persepsi; (3) Mode wacana kebahasaan ketiga kata tersebut termasuk dalam persuasif agresif-dogmatis dan derajat kekuatan persuasi, kata “mas menteri” muncul sebanyak 36 kali, kata “dana” muncul sebanyak 22 kali yang merepresentasikan tentang dana anggaran abadi bernama “Dana Indonesiana”, kata “kurikulum” muncul sebanyak 10 kali, kata “merdeka” muncul sebanyak 11 kali, kata-kata tersebut telah memunculkan empat pertarungan simbolik secara leksikal yang mengandung makna eksperiensial dan mengandung makna istilah yang berpotensi memiliki makna tunggal bercorak agresif-dogmatis serta memiliki kekuatan derajat persuasi dalam penggunaan kata.</p>	<p>diungkapkan oleh seorang politikus pada rekaman video dialogis, menggunakan pendekatan analisis wacana kritis.</p>
3	Fadel Mozefani, Guntur F. Prisanto, Niken F. Ernungtyas, Irwansyah	Deskriptif Kualitatif	<p>Analisis pidato Susilo Bambang Yudoyono (SBY) dengan teori analisis wacana kritis, berkoalisi dan</p>	<p><b>Perbedaan:</b> Pada penelitian ini, objek penelitian diambil dari sebuah pidato</p>

	<p>“Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono: Pendekatan Analisis Wacana Kritis”</p>		<p>mengusung Prabowo sebagai calon Presiden (2019-2024) dengan menggunakan teori komunikasi massa model Laswell dan teori analisis wacana kritis model Teun A Van yang dilihat dalam dimensi; (1) struktur teks, (2) kognisi sosial, dan (3) konteks sosial, penelitian ini mendapatkan suatu model komunikasi massa dari Harolld Laswell yang dapat dikembangkan dalam bentuk, fungsi dan makna. Sehingga terdapat temuan baru dalam satu model komunikasi dari penelitian ini dengan model komunikasi massa dimana struktur teks sebagai (bentuk), kognisi sosial sebagai (fungsi) dan konteks sosial sebagai (makna) yang tersirat.</p>	<p>yang bukan merupakan sebuah wacana hasil konversasi.</p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini meneliti pernyataan yang diungkapkan oleh seorang politikus, menggunakan pendekatan analisis wacana kritis.</p>
--	---	--	--	---

## II.1.2 Analisis Wacana Kritis

Istilah wacana dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan sebagai satuan bahasa terlengkap yang direalisasikan dalam bentuk karangan atau laporan utuh, seperti novel, buku, artikel, pidato, atau khotbah. Badudu menjelaskan bahwa wacana merupakan rentetan kalimat yang berkaitan, yang

menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi di antara kalimat-kalimat itu (Eriyanto, 2001: 2). Menurut Sara Mills, wacana dalam studi linguistik menunjuk pada kesatuan bahasa yang lengkap, yang umumnya lebih besar dari kalimat, baik disampaikan secara lisan atau tertulis (Eriyanto, 2001: 3). Jadi wacana adalah satu kesatuan bahasa yang terbentuk dari rentetan kalimat yang saling berkaitan menciptakan makna yang serasi. Wacana dapat berbentuk lisan maupun tertulis.

Terdapat tiga perspektif mengenai bahasa dalam analisis wacana, yaitu perspektif positivisme-empiris, konstruktivisme, dan kritis. Dalam perspektif kritis, analisis wacana tidak dipusatkan pada kebenaran/ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti pada analisis konstruktivisme (Eriyanto, 2001: 6). Karena memakai perspektif kritis, analisis wacana kategori yang ketiga itu juga disebut sebagai analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*).

Analisis wacana kritis adalah analisis atas bahasa yang digunakan yang berupa atau proses untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang akan dikaji dan memiliki tujuan utama mengungkap hubungan antara bahasa, masyarakat, kekuatan, ideologi, nilai dan pendapat (Fitriana dkk., 2019:45). Analisis wacana kritis mengeksplorasi hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam produksi dan reproduksi ketimpangan sosial dan politik (Siahaan dkk., 2023:558). Analisis wacana kritis seperti yang sudah dijelaskan merupakan sebuah proses pengungkapan uraian wacana yang ditulis ataupun dituturkan oleh seseorang yang di dalamnya terdapat makna bahasa berbentuk teks, pidato, kalimat, gambar dapat dianalisis dengan perspektif kritis (Prihartono, 2022: 91).

Secara singkat, analisis wacana kritis adalah suatu metode analisis yang mengeksplorasi bahasa yang digunakan dalam suatu teks, baik tertulis maupun lisan, untuk memberikan penjelasan terhadap realitas yang tengah dikaji. Oleh karena itu, analisis wacana kritis tidak hanya berfokus pada mengkaji struktur linguistik semata, tetapi juga mengeksplorasi makna-makna tersembunyi, memahami dinamika kekuasaan, dan mengidentifikasi nilai-nilai serta ideologi yang terkandung dalam wacana tersebut.

Berbagai ahli wacana mempunyai pendekatan yang berbeda terkait bagaimana seharusnya wacana tersebut dilihat dalam teks media. Berikut beberapa model analisis wacana kritis oleh beberapa ahli:

1. Theo van Leeuwen

Analisis wacana van Leeuwen berfokus pada meneliti bagaimana suatu kelompok atau seseorang dimarjinalkan posisinya dalam suatu wacana. Analisis van Leeuwen secara umum menampilkan bagaimana pihak-pihak dan actor (bisa seseorang atau kelompok) ditampilkan dalam pemberitaan. Terdapat dua pusat perhatian dalam analisis van Leeuwen, yaitu proses pengeluaran (*exclusion*) dan proses pemasukan (*inclusion*). *Exclusion* berhubungan dengan bagaimana proses suatu kelompok dikeluarkan dari teks pemberitaan, sedangkan *inclusion* adalah bagaimana masing-masing pihak atau kelompok itu ditampilkan lewat pemberitaan (Eriyanto, 2001: 173).

2. Sara Mills

Perspektif Mills dikenal sebagai perspektif feminis. Perspektif wacana feminis adalah menunjukkan bagaimana teks bias dalam menampilkan wanita. Sara Mills menempatkan representasi sebagai bagian terpenting dari

analisisnya. Mills lebih menekankan pada bagaimana posisi dari berbagai actor sosial, posisi gagasan, atau peristiwa itu ditempatkan dalam teks (Eriyanto, 2001: 199)

### 3. Teun A van Dijk

Model analisis wacana kritis van Dijk dikenal sebagai kognisi sosial. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati (Eriyanto, 2001: 221). Van Dijk menyatakan bahwa untuk memahami wacana secara menyeluruh, perlu dilakukan analisis terhadap konteks sosial dan kognitif di mana teks dihasilkan dan diterima.

Ini mencakup penelaahan struktur sosial, hubungan kekuasaan, dan proses kognitif yang mempengaruhi pembentukan dan pemahaman wacana. Dengan demikian, analisis wacana kritis van Dijk tidak hanya menitikberatkan pada isi teks, tetapi juga pada dinamika sosial dan psikologis yang mempengaruhi pembentukan dan interpretasi wacana, sehingga memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana ideologi dan kekuasaan beroperasi melalui bahasa.

### 4. Norman Fairclough

Model analisis wacana Fairclough mengkombinasikan tradisi analisis tekstual yang selalu melihat bahasa dalam ruang tertutup, dengan konteks masyarakat yang lebih luas. Fairclough melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Norman Fairclough membangun suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistic dan pemikiran sosial dan politik, dan secara umum

diintegrasikan pada perubahan sosial, sehingga model Fairclough dikenal sebagai model perubahan sosial (*social change*). Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi: teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* (Eriyanto, 2001: 285)

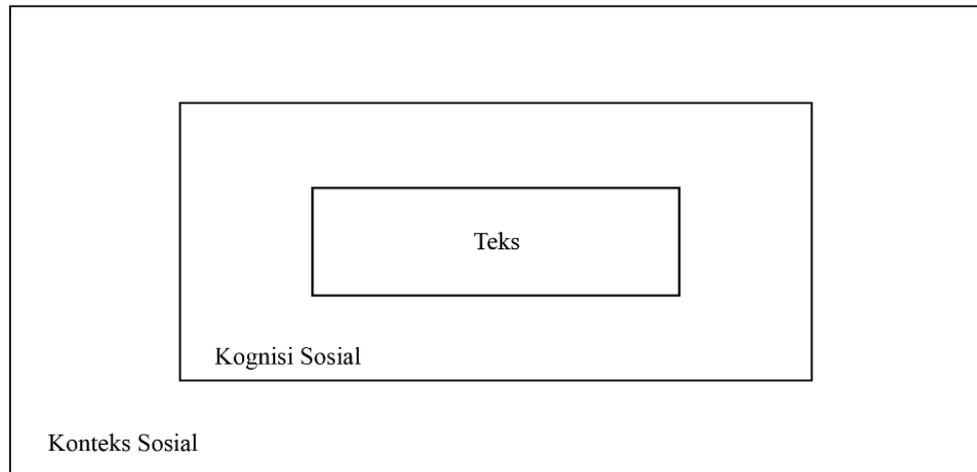
### **II.1.3 Teori Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk**

Teori yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu teori analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati (Eriyanto, 2001:221). Menurut Teun A. van Dijk, analisis wacana kritis merupakan 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 (Prihartono, 2022:91)

Model analisis wacana kritis van Dijk dikenal sebagai model “kognisi sosial”. Kognisi sosial dalam hal ini mengacu pada dua aspek, yaitu menggambarkan cara suatu teks diproduksi dan menggambarkan bagaimana nilai-nilai masyarakat tersebar dan diserap oleh kognisi pembuat wacana, kemudian diaplikasikan dalam pembuatan teks wacana.

Gambar II.1

Model analisis van Dijk



Sumber : Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media.

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial (Eriyanto, 2001:224). Pada dimensi teks, analisis berfokus pada bagaimana struktur teks dan strategi yang digunakan untuk menguatkan suatu tema. Dimensi kognisi sosial berfokus pada proses produksi teks yang melibatkan kognisi individu dari pembuat wacana. Dalam dimensi konteks sosial, analisis berfokus pada bagaimana wacana dibuat dan dibangun dalam masyarakat.

A. Teks

Van Dijk menyatakan bahwa ketika mengadopsi analisis tekstual, wacana teks orasi harus dianalisis dari berbagai tingkatan yang dapat dikaitkan dengan sikap seseorang dan partainya (Kurniawati dkk., 2022: 167).

Van Dijk membagi dimensi teks kedalam tiga struktur/tingkatan, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

Tabel II.2  
Struktur Teks Teun A. Van Dijk

Struktur Teks	Hal Yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik (Apa yang dikatakan)	Topik
Superstruktur	Skematik (Bagaimana skema/kerangka teks)	Skema
Struktur Mikro	Semantik (Makna yang ingin ditekankan dalam teks)	Latar, detil, maksud, pra-anggapan
	Sintaksis (Bagaimana pilihan kalimat)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
	Stilistik (Bagaimana pilihan kata)	Leksikon
	Retoris (Bagaimana penekanan dilakukan)	Grafis, metafora, ekspresi

Sumber: (Eriyanto, 2001:228)

Van Dijk membagi struktur ke dalam tiga bagian, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro (Eriyanto, 2001:228). Adapun aspek-aspek yang diamati pada setiap struktur tersebut yaitu:

#### 1. Struktur Makro

Struktur makro merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita (Eriyanto, 2001:226). Hal yang diamati dalam struktur makro adalah elemen tematik. Elemen tematik menunjuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut sebagai gagasan inti, ringkasan,

atau yang utama dari suatu teks (Eriyanto, 2001:229). Tema atau topik mencerminkan inti pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Dalam wacana, topik menjadi indikator kejelasan dari pesan yang disampaikan. Tema dapat berupa permasalahan, pengalaman, konsep, atau nilai tertentu yang ingin diungkapkan oleh pembuat pesan.

## 2. Superstruktur

Superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh (Eriyanto, 2001:226). Hal yang diamati dalam superstruktur adalah elemen skematik. Teks pada dasarnya memiliki skema atau kerangka mulai dari pendahuluan hingga akhir. Skematik adalah bagaimana bagian-bagian tertentu disusun dengan urutan tertentu untuk mendukung tema yang ingin disampaikan. Kerangka menunjukkan bagaimana bagian dalam teks disusun sehingga membentuk makna yang utuh.

Skematik memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting (Eriyanto, 2001:234). Skema teks bervariasi tergantung pada jenis dan tujuan komunikasinya. Penonjolan dan menyembunyikan bagian tertentu dapat dilakukan dengan menampilkan suatu bagian pada bagian tertentu.

### 3. Struktur Mikro

Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dalam suatu teks (Eriyanto, 2001:226), terdapat empat komponen yang diamati, yaitu :

#### a. Semantik

Semantik merupakan makna yang ingin ditekankan dalam teks (Eriyanto, 2001:228). Hal tersebut dapat diamati dari pemberian detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail pada sisi lain. Elemen-elemen yang memengaruhi semantik antara lain latar, detail, maksud, dan pra-anggapan. Latar berguna untuk membantu membongkar maksud yang ingin disampaikan oleh pembuat wacana. Ke arah mana pandangan khalayak dapat ditentukan dari pemilihan latar dari suatu wacana.

Pemberian detail merupakan strategi pembuat wacana untuk menguntungkan dirinya secara implisit, sebaliknya, informasi yang tidak menguntungkan akan dikurangi detailnya. Elemen maksud merupakan kebalikan dari detail, dimana informasi yang menguntungkan akan disampaikan secara eksplisit. Hal ini bertujuan agar khalayak hanya mengonsumsi informasi menguntungkan yang disajikan pembuat wacana. Pra-anggapan merupakan upaya mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya.

#### b. Sintaksis

Sintaksis merupakan bagaimana struktur kalimat dipilih dan dibentuk. Hal ini dapat diamati dengan menganalisis hubungan antara

elemen-elemen bahasa yang membentuk kalimat tersebut. Elemen-elemen tersebut yaitu bentuk kalimat, koherensi, serta kata ganti. Bentuk kalimat dalam teks dapat menentukan bagaimana subjek digambarkan dan diposisikan. Koherensi merupakan kata hubung yang digunakan untuk menggambarkan suatu peristiwa, apakah dipandang saling terpisah, berhubungan, atau sebab akibat. Kata ganti berguna untuk memperlihatkan posisi seseorang dalam wacana.

c. Stilistik

Stilistik adalah bagaimana pembuat wacana memilih kata dalam membangun wacananya. Pilihan kata yang digunakan mencerminkan pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas secara ideologis. Peristiwa yang sama bisa digambarkan dengan pilihan kata yang bervariasi.

d. Retoris

Retoris merupakan bagaimana komunikator melakukan penekanan terhadap pesan yang disampaikannya. Hal ini dapat diamati pada elemen grafis, metafora, dan ekspresi. Elemen grafis seperti foto, gambar, atau tabel yang memberikan dukungan visual pada pesan yang ingin ditekankan. Perhatian dan ketertarikan audiens dapat dipengaruhi secara intensif oleh elemen grafik. Metafora merupakan ungkapan kiasan yang digunakan oleh komunikator untuk memberikan justifikasi atau alasan atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik.

## B. Kognisi Sosial

Kognisi sosial merupakan bagaimana proses produksi wacana yang dapat diamati pada kognisi individual, yaitu kesadaran mental yang membentuk suatu teks. Bagaimaa kepercayaan, pengetahuan, dan prasangka pembuat wacana terhadap suatu peristiwa. Pendektan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa (Eriyanto, 2001: 260).

Analisis kognisi sosial menekankan bagaimana peristiwa dipahami, didefinisikan, dianalisis, dan ditafsirkan ditampilkan dalam suatu model dalam memori. Model adalah sesuatu kerangka berpikir individu ketika memandang dan memahami suatu masalah (Eriyanto, 2001:262). Teks diproduksi dalam suatu proses mental yang melibatkan strategi tertentu.

## C. Konteks Sosial

Konteks sosial merujuk pada bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat (Eriyanto, 2001:271). Analisis pada aspek ini berfokus untuk menunjukkan bagaimana makna bersama dibangun, bagaimana kekuasaan sosial dihasilkan melalui praktik diskursus dan legitimasi.

Menurut van Dijk, terdapat dua poin penting dalam analisis masyarakat, yaitu kekuasaan dan akses. Van Dijk mendefinisikan kekuasaan sebagai kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok atau anggotanya, satu kelompok untuk mengontrol kelompok lain. Selain berupa control yang

bersifat langsung dan fisik, kekuasaan itu dipahami oleh van Dijk juga berbentuk persuasive, tindakan seseorang untuk secara tidak langsung mengontrol dengan jalan mempengaruhi kondisi mental, seperti kepercayaan, sikap, dan pengetahuan.

Pihak yang lebih berkuasa mempunyai kesempatan lebih besar untuk mempunyai akses pada media, dan kesempatan lebih besar untuk memengaruhi kesadaran khalayak. Akses yang lebih besar bukan hanya memberi kesempatan untuk mengontrol kesadaran khalayak lebih besar, tetapi juga menentukan topik apa dan isi wacana apa yang dapat disebar dan didiskusikan kepada khalayak. Khalayak yang tidak mempunyai akses bukan hanya akan menjadi konsumen dari diskursus yang telah ditentukan, tetapi juga berperan dalam memperbesar lewat reproduksi dalam proses menyebarkannya.

Peneliti memilih analisis wacana kritis model van Dijk karena teori ini relevan dengan topik penelitian ini yang terkait dengan kekuasaan dan politik. Van Dijk mendefinisikan Analisis Wacana Kritis sebagai penelitian analisis wacana yang secara utama mempelajari bagaimana penyalahgunaan kekuasaan sosial dan ketidaksetaraan diaktualisasikan, direproduksi, dilegitimasi, dan direspon melalui teks dan percakapan dalam konteks sosial dan politik (Sengul, 2019:2).

Kelebihan analisis wacana model Teun A. Van Dijk adalah penelitian wacana tidak semata-mata dengan menganalisis teks saja, tetapi juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi atau pikiran serta kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tersebut.

## II.2 Definisi Konsep

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan perluasan dalam penelitian ini, maka perlunya peneliti untuk membatasi definisi terhadap konsep yang menjadi judul penelitian.

### II.2.1 Video

Kamus besar bahasa Indonesia mendefinisikan video sebagai rekaman gambar hidup untuk ditayangkan atau bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi. Istilah video sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *video-vidi-visum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat (Atmaja, 2019: 134).

Video merupakan hasil pemrosesan yang diperoleh dari kamera. Video juga bisa berasal dari editing gambar yang dibentuk menjadi video dan perpaduan antara visual dan audio. Video merupakan elemen multimedia yang paling kompleks karena penyampaian informasi yang lebih komunikatif dan mudah dipahami dibandingkan gambar biasa (Anwar dkk., 2019: 63)

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa video adalah bentuk media elektronik yang merekam, menyimpan, memproses, dan memutar gambar bergerak dan suara. Jenis-jenis videografi beraneka ragam yang setiap jenisnya memberi hasil berbeda (sumber: kumparan.com diakses 04 Juni 2024 pukul 11:22 WIB), Jenis video tersebut yaitu:

### 1. Video Jurnalistik

Video ini menghasilkan nilai informasi, seperti berita dan info lainnya yang dirasa harus disajikan kepada masyarakat maupun kelompok tertentu.

### 2. Video Komunikasi Visual

Komunikasi visual menjadi jenis lainnya yang mana fokus untuk mampu merancang gambar agar bisa menyampaikan pesan khusus. Teknik yang digunakan biasanya dilengkapi skenario dan penyutradaraan yang handal.

### 3. Video Biografi

video ini mengutamakan hasil rangkuman yang mengangkat kehidupan seorang tokoh. Bukan sekadar memberi informasi, melainkan bentuk video yang ditampilkan juga harus terlihat menarik dan memiliki nilai.

### 4. Video Dokumentasi

Videografi berupa dokumentasi menjadi salah satu jenis paling umum di masyarakat dengan tujuan mengabadikan momen sakral yang mungkin tidak akan terulang lagi di kemudian hari.

### 5. Video Tutorial

Video ini fokus memperlihatkan *step by step* dari proses yang ingin diperlihatkan.

## 6. Video Promosi

Video ini menggunakan skenario khusus dengan teknik pengambilan yang menyesuaikan kebutuhan. Tujuan utamanya, yaitu memasarkan produk, *brand*, atau hal yang menjual.

### **II.2.2 Bacapres**

Bacapres merupakan kepanjangan kata dari bakal calon presiden. Karena masih bakal itu artinya partai politik mengajukan seseorang untuk di calonkan menjadi seorang presiden (Yani dan Teniwut, 2023:1). Bakal calon presiden (Bacapres) merupakan orang yang telah diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik untuk menjadi calon presiden (Capres) dengan mengikuti kontestasi pemilihan umum presiden. Status “Bacapres” akan berganti menjadi “Capres” setelah dirinya secara resmi mendaftar dan ditetapkan sebagai calon presiden oleh komisi pemilihan umum (KPU).

Seseorang tidak dapat mencalonkan dirinya pada pemilihan presiden tanpa diusung oleh partai politik atau gabungan partai politik. Hal tersebut tertera dalam pasal 6A ayat (2) UUD 1945. Pasal tersebut menyatakan pasangan calon presiden dan wakil presiden diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilihan umum sebelum pelaksanaan pemilihan umum.

Sedangkan persyaratan bagi partai politik untuk dapat mengusulkan calon presiden tertera pada pasal 222 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pasal ini menyatakan Pasangan Calon diusulkan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik Peserta Pemilu yang memenuhi

persyaratan perolehan kursi paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% (dua puluh lima persen) dari suara sah secara nasional pada Pemilu anggota DPR sebelumnya.

### **II.2.3 Gagasan**

Menurut Suyono, gagasan (pikiran) adalah sesuatu (hasil pemikiran, usulan, keinginan, harapan) yang akan disampaikan penulis kepada pembaca atau pendengarnya (Riadi, 2020:1). Lebih lanjut, gagasan itu akan dilengkapi dengan fakta, data, informasi dan pendukung lainnya yang diharapkan dapat memperjelas gagasan dan sekaligus meyakinkan calon pembacanya.

Sedangkan Widyamartaya menyatakan bahwa gagasan adalah kesan dalam dunia batin seseorang yang hendak disampaikan kepada orang lain (Riadi, 2020:1). Gagasan berupa pengetahuan, pengamatan keinginan, perasaan, dan sebagainya. Penuturan atau penyampaian gagasan meliputi penceritaan, pelukisan, pemaparan, dan pembahasan.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa gagasan merupakan hasil dari pemikiran, usulan, keinginan, harapan, atau perasaan seseorang yang ingin disampaikan kepada orang lain. Bentuk dari gagasan seperti, pengetahuan, pengamatan, atau pengalaman. Selain itu, dapat juga berupa ide, konsep, atau pemikiran.

Menurut Suyono, hal-hal yang harus diperhatikan dalam mengemukakan gagasan (sumber: kajianpustaka.com):

1. Gagasan disampaikan secara terbuka dan didasarkan pada pemikiran yang sehat, logis, dan objektif

2. Gagasan disampaikan dalam bahasa yang jelas dan lancar
3. Ide-ide yang diajukan harus berhubungan dengan masalah dan tidak boleh muncul dari masalah yang dibahas
4. Hilangkan perasaan emosional dan jangan memaksa Anda untuk menerima pendapatnya
5. Ide-ide yang dikirimkan tidak boleh mencemarkan nama baik orang lain
6. Ide bisa menjadi contoh implementasi ide yang berasal dari orang lain
7. Gunakan kalimat pendek, singkat dan jelas untuk mengekspresikan ide.

Sementara itu, Tolak ukur penyampaian gagasan ditentukan oleh faktor-faktor berikut:

1. Gagasan yang dikemukakan berhubungan dengan masalah,
2. Ide-ide canggih mempercepat pemahaman masalah, menemukan penyebab, dan memecahkan masalah
3. Ide-ide yang diungkapkan tidak mengulangi ide-ide yang disajikan oleh peserta lain.
4. Ide-ide yang diungkapkan didukung oleh faktor, contoh, ilustrasi, perbandingan atau sertifikat
5. Bahasa untuk menyampaikan gagasan dengan kata dan frasa yang tepat
6. Gerakan, ekspresi, nada, tekanan, dan intonasi juga dapat mengklarifikasi ide-ide yang dikirimkan
7. Idanya dikemukakan dengan pidato sopan dan non-emosional.

## II.2.4 Youtube

Youtube merupakan situs berbagi media (media sharing), yaitu jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media berjenis video maupun audio (Winarso, 2021:1). Youtube didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Youtube menjadi media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbanyak kedua secara global (sumber : databoks.katadata.co.id diakses pada 22 februari 2024 pukul 9:29) (Annur, 2024:1)

Pengguna dapat mengunggah, menonton, mencari video, dan memberikan komentar dan like pada video. Beragam konten video dapat kita temukan pada Youtube dengan berbagai kategori dan genre. Selain itu, pengguna yang berkontribusi membagikan videonya juga dapat menghasilkan pendapatan melalui iklan yang ditampilkan pada video. Youtube menawarkan sistem monetisasi bagi kreator video agar mendapat penghasilan dari videonya.

Youtube menjadi platform media sosial yang bermanfaat untuk menyebarkan informasi dan mendapatkan hiburan. Selain itu, platform ini juga memberi pengaruh yang besar pada perkembangan budaya populer dan tren global. Kemudahannya untuk diakses memungkinkan penggunanya untuk menggunakan Youtube dimana saja dan kapan saja.

Kehadiran youtube membawa pengaruh yang besar terhadap masyarakat dalam berbagai bidang, khususnya dalam industri siaran. Inklusifitas yang ditawarkan platform ini memungkinkan siapapun untuk dapat berkreasi dan mendistribusikan hasil karyanya kepada dunia secara mudah. Ini

memungkinkan individu-individu yang tidak memiliki ruang untuk mendistribusikan ide dan karyanya mendapat kesempatan yang sama dengan orang lain.

Indonesia menempati peringkat ke empat pengguna Youtube terbanyak dunia pada tahun 2023 dengan jumlah sebanyak 139 juta pengguna (Annur, 2023:1). Hal tersebut menunjukkan betapa luasnya jangkauan dan dampak yang dapat ditimbulkan platform ini di kalangan masyarakat Indonesia. Dengan popularitasnya tinggi, maka Youtube menjadi media yang sangat potensial untuk menyebarkan berbagai informasi secara cepat.

### **II.3 Pokok Penelitian**

Pokok penelitian merupakan skop atau ruang lingkup penelitian. hal ini bertujuan agar penelitian tidak terlalu luas juga tidak terlalu sempit sehingga proses penteorian dapat memenuhi ketepatannya dan mencapai tujuan penelitian. peneliti menetapkan batasan sebagai berikut:

a. Subyek penelitian

Subyek penelitian ini adalah video berjudul "[LIVE] 3 Bacapres Bicara Gagasan - Mata Najwa".

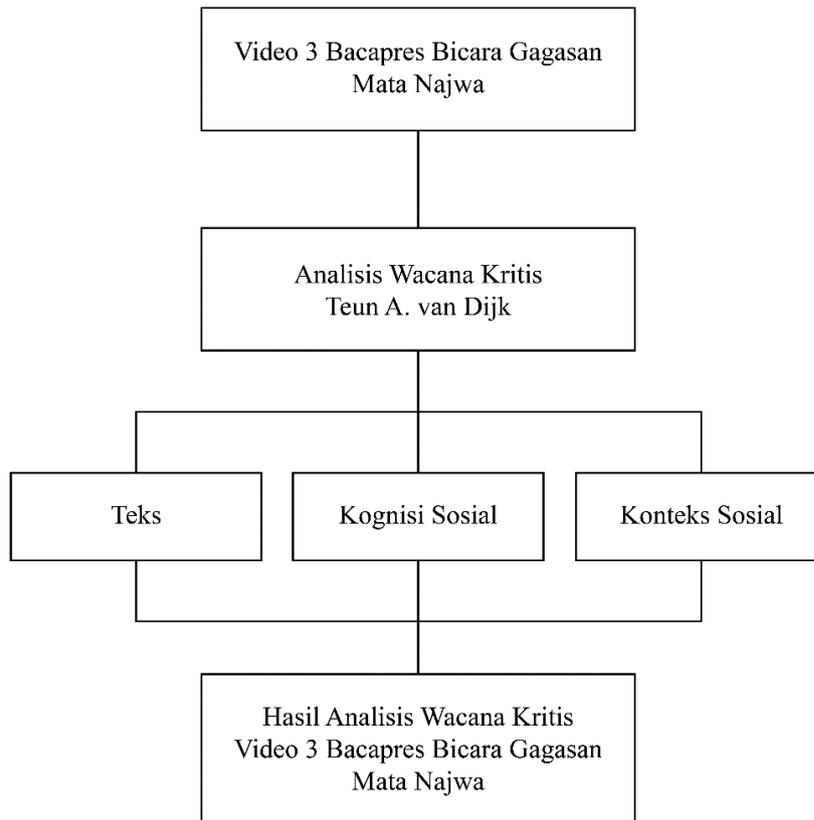
b. Obyek penelitian

Objek penelitian ini adalah komunikasi teks media yang terdiri atas kata, kalimat, dan gambar dalam video "[LIVE] 3 Bacapres Bicara Gagasan - Mata Najwa".

## II.4 Alur Pikir Penelitian

Alur pikir peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar II.2 Alur pikir penelitian



Sumber: diolah oleh peneliti

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **III.1 Jenis dan Tipe Penelitian**

Jenis dan tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1992) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati (Sujarweni, 2023:19). Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2019:18).

Menurut Sukmadinata (2017), metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antarkegiatan (Siahaan dkk., 2023:559). Menurut Mely G. Tan, mengemukakan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif, bertujuan menggambarkan secara tepat suatu sifat-sifat individu, keadaan, gejala atau kelompok-kelompok tertentu dalam suatu masyarakat (Rusandi dan Muhammad Rusli, 2021:3).

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang berfokus pada interpretasi dan deskripsi mendalam terhadap suatu fenomena. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memberikan deskripsi yang cermat dan holistik/utuh mengenai konteks, nilai, serta makna dari data yang diperoleh. Dengan menggunakan metode

kualitatif, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tanpa terbatas pada parameter pengukuran yang kaku.

### **III.2 Jenis dan Sumber Data**

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan (Siyoto dan Sodik, 2015:58). Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya (Siyoto dan Sodik, 2015:58). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari video YouTube berjudul "[LIVE] 3 Bacapres Bicara Gagasan - Mata Najwa". Video ini diunduh dari platform YouTube, tepatnya dari kanal YouTube milik Najwa Shihab ([https://www.youtube.com/watch?v=C2aZPjVdqyA&t=91s&ab\\_channel=NajwaShihab](https://www.youtube.com/watch?v=C2aZPjVdqyA&t=91s&ab_channel=NajwaShihab)). Video ini berdurasi 6 jam 37 menit 13 detik dan diunduh pada 07 November 2023.

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua) (Siyoto dan Sodik, 2015:58). Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan sumber lain yang dianggap dapat menjadi pendukung dalam penelitian ini.

### III.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2019:296). Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu:

#### a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sujarweni, 2023:32). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menonton dan mengamati video “[LIVE] 3 Bacapres Bicara Gagasan - Mata Najwa” secara berulang-ulang guna memperoleh pemahaman tentang teks narasi, maupun model yang terdapat dalam video. Sehingga peneliti dapat menentukan objek mana saja yang perlu diteliti yang berhubungan dengan tema penelitian yang terdapat dalam video.

Menurut Spradley (1980) tahapan observasi ada tiga (Sugiyono, 2019:302) yaitu sebagai berikut:

##### 1. Observasi Deskriptif

Dalam observasi deskriptif, semua data dicatat, sehingga hasil dari observasi ini disimpulkan dalam bentuk yang belum terstruktur. Pada tahap ini, peneliti akan mengamati video secara berulang-ulang dan mencatat berbagai aspek yang relevan dengan penelitian secara detail, seperti konten video, struktur video, interaksi dalam video, dan konteks video.

## 2. Observasi terfokus

Pada tahap ini, observasi diperinci untuk difokuskan pada aspek tertentu. Peneliti akan memfokuskan observasi pada aspek-aspek tertentu yang sesuai dengan kerangka penelitian, seperti penggunaan kata tertentu, strategi penyusunan wacana, ideologi tertentu, dan konteks sosial tertentu.

## 3. Observasi terseleksi

Pada tahap ini, peneliti menjelaskan fokus yang ditemukan sehingga data menjadi lebih terperinci. Peneliti akan memilih dan mencatat data observasi yang dianggap paling penting dan relevan dengan tujuan penelitian, yakni analisis wacana kritis.

### b. Studi Dokumentasi

Menurut Satori, studi dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian (Saputra, 2021:84). Dokumentasi dalam penelitian ini dapat berupa foto, visual, teks, gambar, dan simbol yang terkait dengan objek penelitian.

Langkah-langkah pengumpulan data dengan studi dokumentasi yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

#### 1. Mencari dokumen

Peneliti mencari dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumen didapatkan dari perpustakaan dan internet.

## 2. Mendokumentasikan data

Peneliti mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan penelitian dengan cara membaca, mengutip, meringkas, mencatat dari dokumen tersebut.

### **III.4 Teknik Analisis Data**

Menurut Mudjihardjo analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab (Sujarweni, 2023:34). Analisis Wacana Kritis adalah suatu pendekatan teori dan metodologi untuk mempelajari bahasa dan teks yang digunakan dalam situasi sosial dan politik (Siahaan dkk., 2023:558). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu sebagai berikut:

#### a. Analisis Teks

Dalam dimensi analisis teks, yang di analisis adalah struktur teks. Pada analisis wacan kritis van Dijk, struktur teks terbagi menjadi tiga, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Dalam struktur makro, peneliti akan menganalisis data untuk menemukan tema dari data yang berupa teks. Dalam superstruktur, peneliti akan menganalisis data untuk mencari skema penyusunan dari data berupa teks. Sedangkan dalam struktur mikro, peneliti akan menganalisis data untuk mencari makna yang ditekankan, bentuk kalimat, pemilihan kata, dan aspek retorik dari data berupa teks.

b. Analisis Kognisi Sosial

Kognisi sosial adalah kesadaran mental pembuat wacana dalam menyusun wacananya. Dalam dimensi ini, peneliti akan menganalisis proses berpikir dan perspektif pembuat wacana yang mempengaruhi bagaimana informasi disampaikan dan diterima. Hal ini mencakup penelaahan terhadap kepercayaan, pengetahuan dan prasangka yang mendasari pembuatan wacana, serta bagaimana faktor-faktor kognitif ini berinteraksi untuk membentuk makna dan pesan yang disampaikan kepada audiens.

c. Analisis Konteks Sosial

Konteks sosial merujuk pada cara wacana tentang suatu topik diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Peneliti akan menganalisis lingkungan sosial, budaya, dan politik yang mempengaruhi pembentukan dan penyebaran wacana tersebut. Hal ini mencakup penelaahan terhadap norma, nilai, dan hubungan kekuasaan yang ada di masyarakat, serta bagaimana elemen-elemen ini mempengaruhi interpretasi dan pemahaman publik terhadap wacana yang dibahas.

### **III.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat sebagai kerangka acuan dalam penulisan penelitian serta mempermudah dalam pembahasan penelitian dan memahami isinya. Berikut sistematika penulisan penelitian ini:

## BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi kerangka teoretis, penelitian terdahulu, teori yang digunakan, definisi konsep, pokok-pokok penelitian, dan alur pikir penelitian

## BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi jenis dan tipe penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

## BAB IV : DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN

Berisi pemaparan berbagai hal terkait wilayah yang dijadikan sebagai obyek penelitian.

## BAB V : HASIL PENELITIAN

Berisi berbagai data dan pengklasifikasian data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

## BAB VI : PEMBAHASAN

Berisi pembahasan terkait data-data yang sudah peneliti peroleh serta mulai memperoleh hasil dari penelitian ini.

## BAB VII : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran terkait topik penelitian ini.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **IV.1 GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

##### **IV.1.1 Profil Najwa Shihab**

Nama : Najwa Shihab

Tempat dan tanggal lahir : Makassar, Sulawesi Selatan, 16 September 1977

Nama orang tua : - Muhammad Quraish Shihab

- Fatmawati Assegaf

Nama pasangan : Ibrahim Sjarief Assegaf

Nama anak : Izzat Ibrahim Assegaf

Riwayat Pendidikan : 1. Madrasah Ibtidaiyah Nurul Hidayah

2. SMP Al-Ikhlas, Jakarta Selatan

3. SMA N 6 Jakarta

4. Universitas Indonesia

5. Melbourne Law School

Meskipun Najwa Shihab memiliki latar belakang pendidikan dibidang ilmu hukum, namun ia lebih memilih berkarier dalam dunia jurnalistik. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman maganginya di divisi berita stasiun tv RCTI saat dirinya masih menjadi mahasiswa S1. Pengalaman tersebut membuatnya jatuh cinta pada dunia jurnalistik, dan sejak itu, ia menekuninya hingga kini.

Pada tahun 2000 Najwa Shihab memulai karier pada dunia jurnalistik sebagai reporter lapangan di stasiun Metro TV, ia bertugas melakukan peliputan langsung dan memberikan informasi terkait berita tersebut kepada masyarakat. Setelah beberapa tahun bekerja sebagai reporter lapangan, Najwa Shihab kemudian dipromosikan menjadi pembawa berita. Beberapa program berita yang pernah dibawakannya yaitu program *prime time* dan suara anda. Berkat kemampuan dan pencapaiannya, pihak Metro TV kemudian menawarkan Najwa Shihab untuk membawakan sebuah acara regularnya sendiri dengan nama “Mata Najwa”.

Program ini merupakan sebuah acara yang berisi tentang perbincangan dengan tokoh-tokoh terkait dengan isu tertentu. Bintang tamu yang datang ke acara ini mulai dari tokoh politik, olahragawan, musisi, pelawak, dan banyak tokoh lainnya. Dengan ketekunannya, acara ini dapat meraih kesuksesan dan berhasil membesarkan namanya. Selama karirnya sebagai jurnalis Metro TV, Najwa Shihab telah menerima sejumlah penghargaan. Ia mendapat penghargaan dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Pusat dan PWI Jakarta Raya (PWI Jaya) atas liputan dan laporannya terkait peristiwa Tsunami Aceh. Pada tahun yang sama, Najwa Shihab terpilih sebagai wartawan terbaik Metro TV dan dinominasikan sebagai pembawa berita terbaik dalam Panasonic Awards 2004. Pada tahun 2007, Najwa masuk dalam deretan nominasi berbagai penghargaan bergengsi, salah satunya nominasi Best Current Affairs/Talkshow presenter dalam Asian Television Awards.

Meski demikian, Najwa Shihab memutuskan untuk mengundurkan diri dari Metro TV pada 2017, dan resmi pamit dari acara “Mata Najwa” pada 30

Agustus 2017. Pihak Metro TV menyampaikan jika sang pemandu acara Najwa Shihab memutuskan untuk tidak memperpanjang kontrak. Suryopratomo selaku President Director Metro TV saat itu dalam keterangan resminya mengatakan, jika Najwa keluar lantaran ingin mewujudkan visi pribadinya (sumber: fimela.com diakses 04 Juni 2024 pukul 16:24). Baik Metro TV maupun Najwa Shihab masih belum memberikan penjelasan yang spesifik tentang alasan di balik keputusan tersebut hingga saat ini.

Setelah meninggalkan Metro TV, Najwa Shihab bersama kedua temannya mendirikan sebuah perusahaan media digital yaitu PT Narasi Citra Sahwahita, yang kemudian dikenal sebagai Narasi TV. Bersamaan dengan pendirian Narasi TV, acara “Mata Najwa” juga kembali tayang di televisi, namun kali ini berpindah dari Metro TV ke Trans 7 pada 10 Januari 2018.

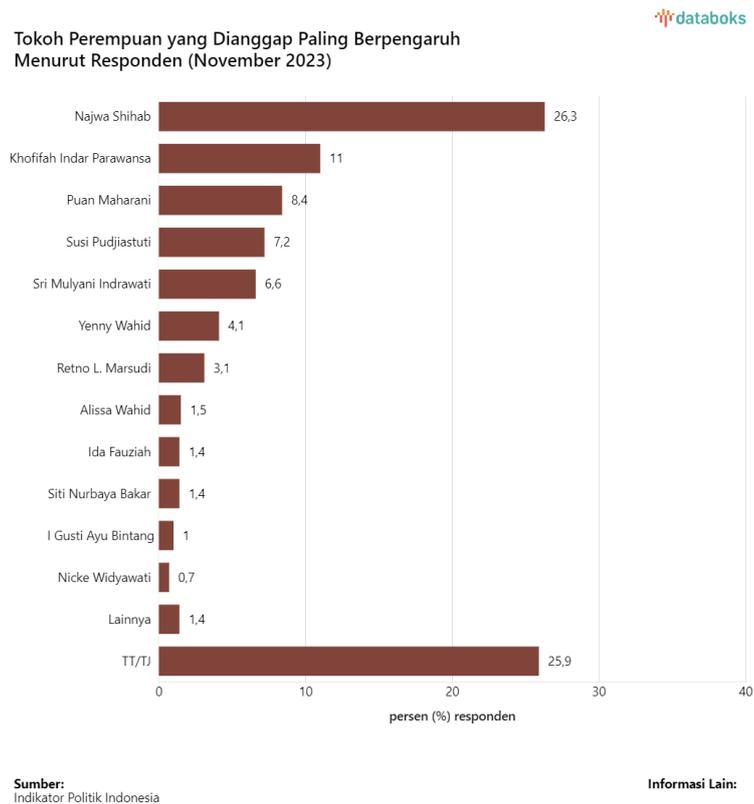
Najwa Shihab merasa bahwa setelah 17 tahun di Metro TV, sudah waktunya bagi dia untuk mencoba hal baru dan mengeksplorasi peluang lain. Ia yakin bahwa pengalaman dan pengetahuannya yang diperoleh saat di Metro TV dapat membantu dalam perjalanan barunya ke depan. Meski demikian, setelah kepindahannya, “Mata Najwa” hanya bertahan selama 4 tahun dan kemudian mengakhiri penayangannya di Trans 7 pada akhir tahun 2021.

Najwa Shihab memutuskan untuk beralih ke platform media baru, dengan lebih berfokus pada media miliknya yaitu Narasi TV. Dia memilih untuk mengembangkan media ini dengan target penonton generasi milenial dan gen Z. Najwa Shihab memandang informasi yang disajikan televisi saat ini tidak memenuhi kebutuhan anak muda karena kurang spesifik serta tidak memberikan

informasi yang cepat dan beragam. Dia menyadari bahwa di era digital ini, kebutuhan informasi bagi anak muda lebih dominan diperoleh melalui media sosial yang memiliki arus informasi yang kuat.

Najwa Shihab merupakan jurnalis yang aktif dalam mengangkat topik politik di Indonesia. Pada November 2023, Dia menjadi tokoh perempuan yang dianggap paling berpengaruh di Indonesia berdasarkan survey Indikator Politik. Ia menempati urutan teratas setelah dipilih oleh 26,13% responden yang terlibat dalam survey.

Gambar IV.1 Survey Tokoh Perempuan Paling Berpengaruh



(sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) diakses 05 Juni 2024 pukul 9:38 WIB)

Saat ini, Najwa Shihab menyebarkan kontennya melalui web, Youtube, dan platform media sosial lainnya, termasuk program “Mata Najwa”. Program tersebut kini tersedia di situs web Narasi TV dan kanal Youtube pribadi Najwa Shihab. Topik yang diangkat dalam “Mata Najwa” juga telah berubah menjadi lebih universal dalam cakupannya dan tidak hanya membahas isu politik. Selain di Narasi TV, Najwa Shihab juga aktif membagikan kontennya melalui kanal Youtube pribadinya.

Najwa Shihab aktif di media sosial dan memiliki banyak pengikut di beragam platform. Kanal Youtube pribadinya memiliki 10 juta *subscriber* dengan 2,6 ribu video (diakses 9 Mei 2024 pukul 6:17 WIB). Akun Instagram Najwa Shihab memiliki 24,1 juta pengikut dengan 5.337 kiriman (diakses 9 Mei 2024 pukul 6:20 WIB). Sementara itu, akun Twitter miliknya memiliki 9,3 juta pengikut (diakses 9 Mei 2024 pukul 6:22 WIB).

#### **IV.1.2 Narasi TV**

Narasi TV merupakan media digital yang dirintis oleh Najwa Shihab, dan kedua rekannya, Catharina Davy dan Dahlia Citra, ini sudah beroperasi sebagai sebuah media sejak 2018. Dilansir dari laman situsnya, Narasi TV merupakan media yang hadir sebagai ruang bagi kita bersama untuk bertukar ide dan beradu gagasan melalui program-programnya. Berkiblat pada idealism serta nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran, serta mendorong setiap anak bangsa agar suka rela menggagas peran. Narasi mengajak khalayak untuk menyelami ragam suguhan melalui program-program perbincangan, reportase, kemasan documenter, opini dan ruang interaksi, juga mengelola komunitas, aktivasi dan event online dan offline melalui kanal digital Narasi TV.

Gambar IV.2 Logo Narasi TV



Sumber: narasi.tv

Gambar IV.1 merupakan logo resmi dari PT. Narasi Citra Sahwahita dan beserta bagian perusahaannya. Logo Narasi memiliki maksud dan tujuan untuk mewakili perusahaan sebagai sebuah media. Dua objek yang terletak di sebelah kiri disebut Tala, terinspirasi dari bentuk garpu tala. Garpu tala merupakan alat yang digunakan untuk menyelaraskan nada atau suara. Pemilihan tala sebagai simbol dalam logo ini bertujuan agar Narasi dapat mewadahi dan menyatukan aspirasi audiens dengan kebenaran sehingga dapat tercipta keselarasan.

Warna “narasi” pada logo disebut sebagai narasi violet yang merupakan kombinasi antara warna merah yang energik dan warna biru yang tenang dan stabil. Hal tersebut dimaksudkan untuk mencerminkan pengalaman yang ingin Narasi bagikan, yaitu sesuatu yang memberi semangat dan inspirasi kepada audiens tanpa harus memaksakan ide Narasi kepada mereka. Pemilihan warna kuning yang bersifat cerah dan hangat merepresentasikan semangat serta mewadahi dan mendorong aspirasi untuk membuat perubahan demi masa depan

yang lebih baik. (sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=aPaW-FlFyJo&ab\\_channel=Narasi](https://www.youtube.com/watch?v=aPaW-FlFyJo&ab_channel=Narasi))

#### **IV.1.2.1 Data Umum Narasi TV**

Nama Perusahaan : PT. Narasi Citra Sahwahita

Nama Media : Narasi TV

Struktur Organisasi :

- Dewan Redaksi : Catharina Davy, Dahlia Citra Buana, Jovial da Lopez, Zen RS
- Pemimpin Redaksi : Zen RS
- Manajer Pemberitaan : Laban Laisila, Maulida Sri Handayani, Surya Wijayanti
  
- Produser Eksekutif : Adeste Adipriyanti, Hendri Wijayanto, Soni Triantoro, Theresia Santi
- Produser : Akbar Wijaya, Andita Rahma, Arbi Sumandoyo, Aqwam Hanifan, Blasius Abram, Chairunnisa, Faisal Irfani, Faris Dzaki, Mufti Sholih, Ramadhan Yahya, Randu Dahlia, Yulian Muhammad
- Reporter : Debora Mulya, Gempita Surya, Juan Robin, Selvina Suryaningsih, Rahma Arifa, Wili Azhari
- Kreator Konten : Vineke Yovanka, Raina Geno
- Jurnalis Video : Achmad Nur Wahib, Arief Rahman Hakim, Haris

Setiawan, Wisnu Yogha

- Tim Kreatif : Revi Ekta, Bella Efrilia
- Tim Riset : Frendy Kurniawan, Islahuddin, Ayu Dwi Susanti,  
Jessica Ruth Andina
- Media Sosial : Suci Rifani (lead), Rizqona Fahiqul Ilmi (lead),  
Irpan Ripandi, Lovenilla Dewi, Mitha Sinayang,  
Sino Wibowo

Alamat : Intiland Tower Jl. Jend. Sudirman Kav. 32, Jakarta  
Pusat, 10220

No. Telp : 021-57930649

Email : redaksi@narasi.tv

Website : narasi.tv

Media Sosial : 1. Instagram : narasi.tv

2. Twitter : narasitv

3. Facebook : Narasi

4. Youtube : Narasi

Narasi TV terdaftar dan terverifikasi oleh Dewan Pers pada tanggal 29 Nopember 2019 dengan bukti sertifikat bernomor : 472/DP-Verifikasi/K/XI/2019. Beroperasi sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik yang tercantum pada tautan situs resmi Dewan Pers di: <https://dewanpers.or.id/kebijakan/peraturan>.

#### IV.1.2.2 Program Narasi TV

Program yang diproduksi dan disiarkan oleh Narasi TV terbagi menjadi 5 kategori: Najwa Shihab, Narasi Newsroom, WMN, Narasi, dan Narasi Original. setiap kategori memiliki ciri khas dan fokus yang berbeda pada kontennya. Program Najwa Shihab adalah program yang dipandu langsung oleh Najwa Shihab, Narasi Newsroom adalah kategori untuk konten berita yang mencakup berbagai topik, kategori WMN berfokus pada konten yang melibatkan dan berkaitan dengan perempuan, kategori Narasi berisi konten yang merupakan hasil kolaborasi Narasi dengan berbagai bidang seperti event, ekosistem kreatif, dan komunitas, sementara Narasi Original merupakan kategori untuk konten asli yang diproduksi oleh Narasi yang meliputi berbagai acara dan diskusi.

Tabel IV.1 Program Narasi TV

No	Jenis Program Narasi TV				
	Najwa Shihab	Narasi Newsroom	WMN	Narasi	Narasi Original
1	Mata Najwa	Narasi Explains	Jadi Gini Ceritanya	Narasi Event	Tes Wawasan Kebangsaan
2	Musyawaharah	Narasi Daily	WMN	Narasi People	Bongkar
3	Shihab & Shihab	Buka Mata	Behind The Screen	Klub Buku Narasi	Namanya Juga Lyfe
4	Surat Untuk Najwa	Buka Data	Cozy Convo	Narrastive x Nas Academy	In My Sotoy Opinion
5	Catatan Najwa	Narasi Pagi	Slice OF Life	Special Project	-

6	-	People	-	Narasi Creative Ecosystem	-
7	-	Reality Bites	-	-	-
8	-	Bicara	-	-	-
9	-	Tech It Easy	-	-	-
10	-	Enaknya Diobrolin	-	-	-

Sumber : narasi.tv

#### **IV.1.3 Mata Najwa: 3 Bacapres Bicara Gagasan**

Dilansir dari laman situs web Narasi, Mata Najwa merupakan program yang berfungsi sebagai wadah untuk memvalidasi isu-isu penting untuk publik, berdampak, relevan, dan lebih dekat ke audiens. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, program Mata Najwa yang sebelumnya ditayangkan secara regular di televisi, sekarang tidak lagi demikian dan beralih di tayangkan di platform media digital milik Najwa Shihab, Narasi TV, dan saluran digital pribadinya.

Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” dari program Mata Najwa merupakan sebuah forum yang diadakan oleh Universitas Gadjah Mada (UGM) yang berkolaborasi dengan Narasi. Forum ini menghadirkan tiga tokoh yang saat itu adalah bakal calon presiden di panggung Mata Najwa on Stage Yogyakarta. Ketiga bakal calon presiden tersebut adalah Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo. Mereka hadir untuk berbagai gagasan dan pandangan mereka. Ketiganya bergantian hadir dalam sesi yang berbeda untuk

berbicara tentang gagasan, berdialog dengan civitas akademika dan audiens Mata Najwa.

Forum ini diadakan di Gedung Graha Sabha Praman UGM, Sleman, Yogyakarta, dimulai dari pukul 15.00 hingga 22.00 WIB pada tanggal 19 September 2023. Forum ini dibuka secara gratis untuk masyarakat umum dengan mendaftarkan diri terlebih dahulu untuk mendapatkan *e-ticket*. Selain itu, acara ini juga disirakan secara langsung di kanal YouTube Najwa Shihab, YouTube Universitas Gadjah Mada, dan website Narasi.

Acara ini juga disponsori oleh bank OCBC NISP. Bank OCBC NISP adalah bank yang independen dan tidak memiliki keterikatan atau dukungan terhadap entitas politik tertentu. Bank OCBC NISP juga berkomitmen untuk memberikan layanan keuangan yang adil, transparan, dan professional kepada nasabahnya tanpa memihak atau memengaruhi pandangan politik mereka.