

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial komunikasi adalah hal yang lumrah. Sejatinya tidak ada manusia yang tidak berkomunikasi. Komunikasi akar kata nya adalah communis yang artinya berbagi (Stuart,1983, dalam Ansar Suherman 2020:2). Dalam hal ini yang dibagi adalah pemahaman yang sama dalam sebuah pemikiran, perasaan , dan informasi.

Kebutuhan masyarakat akan informasi tentu terus memuncak seiring dengan menjulangnya perkembangan serta kemajuan teknologi. Perihal inilah yang mendasari tumbuhnya berbagai macam media massa atau pers guna memenuhi penyebaran informasi kepada khalayak luas. berangkat dari media konvensional hingga merambah menjadi media baru atau new media. dengan munculnya media baru khalayak diberikan pilihan untuk memberus informasi melalui jenis media dari cetak, audio visual, visual hingga online.

Menurut Rulli (2016:4), media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat. Pesan di sampaikan oleh media dalam bentuk berita, berita yang ditulis tidak semerta – merta hanya segenap tulisan, namun juga perlu mempunyai kelayakan berita.

Menurut Khoirul Muslimin (2020:60), media bertugas sebagai suatu alat untuk menyampaikan pesan berupa berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, ia mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai instansi yang dapat membentuk opini public. alhasil anggota dominanlah yang akan ditengok oleh khalayak sebagai media yang paling menguasai pembicaraan karena logika, penafsiran, sampai tata bahasa.

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi, media dituntut untuk mengikuti arus tersebut.hal ini tentu, membuat media tetap dikenal dan diterima oleh khalayak. Dari banyaknya jenis media massa, akhir – akhir ini media online menjadi sarana masyarakat untuk mendapatkan informasi. Romli (2018;35) mengungkapkan, dalam prespektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi obyek kajian teori “media baru” (new media). yaitu

istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi / informasi) kapan saja dan dimana saja dengan mudah.

Sejatinya kehadiran media online tentu membantu masyarakat mendapatkan informasi yang terkini. Masyarakat dengan mudah dan hemat mendapatkan beragam informasi yang diperlukannya melalui jaringan internet. Dengan media online peristiwa yang baru saja terjadi dapat dengan mudah diperoleh informasinya. Seperti peristiwa yang terjadi pada 9 juni 2021 yaitu para driver ojol mengantri dengan beragam instansi dalam satu wilayah untuk mendapatkan produk makanan.

Terkait dari adanya berita yang beredar pada 9 Juni 2021, mengenai produk makanan yang dikeluarkan oleh McDonald's Indonesia hasil berkolaborasi dengan anggota Grup asal Korea yaitu BTS hampir menyita perhatian, dimulai dari banyaknya pesanan melalui *drive thru* hingga pesanan yang hanya boleh di pesan melalui pesanan online seperti (Shopee food, Grab Food, dan Gofood), yang dapat mengacu pada penumpukan pesanan dan berujung kerumunan.

Mulai pukul 11.00 WIB. Paket besutan grup idola BTS dengan McDonald's ini ternyata sangat laris manis. Bahkan beberapa gerai terpaksa ditutup oleh pihak keamanan karena antrean yang panjang menimbulkan kerumunan. (*liputan6.com*, 9 Juni 2021)

Tak hanya itu dalam fenomena tersebut, ojek online dicurigai menjadi penyebab adanya kerumunan yang terjadi pada menu BTS MEAL. Hingga masuk dalam pemberitaan luar negeri yang dianggap menjadi penyebar virus covid-19. Sedangkan untuk McDonald's yang mengalami penutupan beberapa gerai karena kerumunan ternyata berhasil menaikkan omzet nya dimasa pandemi tersebut.

“ Majalah entertainment ternama Amerika Serikat Variety mengangkat tajuk “ *BTS McDonald's Meal Sparks Frenzy and Store Closures in Indonesia*”. Makanan Mcdonald's berlabel grup K-pop BTS yang dijual terbatas sangat populer di Indonesia pekan ini. Menyebabkan belasan toko harus tutup atas kekhawatiran bahwa kerumunan pengantar makanan bisa menyebarkan COVID-19 Rebecca Davis menulis di platform digital majalah, *Variety.com* pada 11 Juni 2021.(*liputan6.com*, 12 Juni 2021)

Kolaborasi McD dengan BTS dinilai sangat tidak pas dengan kondisi sekarang, polri menjelaskan jika kolaborasi atau promo apapun yang menimbulkan kerumunan sebaiknya tidak di

adakan dahulu. Memang, untuk pembisnis seperti McD pada saat pandemi ini harus terus memunculkan inovasi baru dalam mempertahankan bisnis dan pendapatan mereka.

Kolaborasi ini dinilai sangat menguntungkan karena dilihat dari dampak popularitas BTS yang sudah pasti mempunyai penggemar sangat banyak. Kolaborasi ini hanya berbentuk sebuah menu yang eksklusif dibuat, dan dipilih oleh BTS sendiri. Dimana menu yang di munculkan baru, dan kemasan yang terdapat logo BTS hingga terbelang murah untuk penggemar di Indonesia.

Menu yang disajikan ini baru bisa di order pukul 11 siang hingga pukul 5 Sore melalui online food delivery dan drive thru. Menu kolaborasi tersebut juga hanya tersedia dalam kurun waktu sebulan. Memanfaatkan agar tidak kehabisan membuat antusias penggemar menjadi sebuah fenomena yang tak terlupakan.

BTS sendiri adalah boy grup asal Korea Selatan yang beranggotakan tujuh orang, mempunyai personel dengan nama RM, Jin, Suga, J-hope, Jimin, V, hingga Jungkook. Boy grup naungan HYBE tersebut, mempunyai prestasi yang sangat banyak, akhir – akhir ini BTS menjadi perwakilan Korea Selatan serta UNICEF untuk berkampanye menyuarakan moto yang bertemakan Love Yourself. Tak hanya itu BTS juga menjadi artis yang bertahan di posisi pertama Billboard top social 50 selama tiga tahun berturut turut.

Pamor BTS yang sedang menjulang dimanfaatkan perusahaan untuk menaikkan angka penjualan, dijadikan sebagai Brand Ambassador hingga bekerja sama membuat produk. Maka tak ayal perusahaan yang bekerja di bidang jasa makanan seperti McDonald's memanfaatkan BTS untuk bekerja sama membuat produk makanan buatan BTS sendiri.

Produk makanan yang di sajikan berupa sembilan Chicken McNuggets, kentang goreng ukuran sedang, minuman ukuran sedang dan kedua saus yang terdiri dari Sweet chili dan Cajun sauces itu disebutnya merupakan saus kegemaran para anggota BTS. Kemasan BTS MEAL ini mengikuti versi global, yakni ada sebuah elemen ungu dan mencantumkan logo BTS. Ada tiga kemasan utama dalam paket itu, yakni kotak nugget, cup, dan brown bag. (*liputan6.com*, 9 Juni 2021).

Fenomena tersebut disoroti oleh berbagai media online, dan sampai menjadi headline di berbagai media sosial seperti Instagram dan twitter. Dalam peristiwa tersebut, hampir dalam kurun waktu sehari, semua media memberitakan peristiwa tersebut. Namun, dari kesemua media

tersebut, Liputan6 dihari yang sama yaitu tanggal 9 Juni 2020, lebih intensif dalam menyajikan pemberitaan BTS Meal. Dari hasil pengamatan penulis, terhitung sebanyak 32 berita untuk media online Liputan6.com yang mengupload dalam satu hari dan 82 berita dalam waktu sebulan. Akibatnya McDonald's harus menutup berbagai cabang yang mengakibatkan kerumunan. Dan pemberhentian sementara untuk menu special kolaborasi dengan BTS tersebut.

Mengenai hal serupa, seperti yang sudah penulis amati, pengonstruksian ideologi yang dilakukan oleh media Liputan6.com tersebut tertuju pada perusahaan McDonald's Indonesia yang menggunakan BTS untuk berkolaborasi di saat pandemic tersebut. Akibatnya McDonald's harus menutup berbagai cabang yang mengakibatkan kerumunan. Dan pemberhentian sementara untuk menu special kolaborasi dengan BTS tersebut. pemberitaan yang terjadi pada media Liputan6.com tersebut di lakukan penelitian dengan metode analisis Wacana Kritis Model A van Dijk.

Menurut van Dijk dalam Eriyanto (2011:221-224), penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu paraktisi produksi yang harus juga diamati. Di sini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga dapat memperoleh suatu pengetahuan mengapa teks bisa semacam itu. Selain mengamati suatu teks, van dijk turut melibatkan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial. Wacana dalam van dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan:teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Dari penjelasan di atas, peneliti hanya memfokuskan penggunaan elemen dimensi teks saja untuk mengangkat analisis wacana kritis pada portal berita Liputan6.com sebagai objek penelitian, dengan topik pemberitaan McDonald's mengeluarkan menu BTS Meal pada 9 juni 2021.

Dalam portal berita tersebut pemberitaan terkait McDonald's mengeluarkan menu BTS Meal yang menimbulkan kerumunan dan penutupan cabang, peneliti menemui ciri khusus penyajian berita dalam mengkontruksi terkait McDonald's yang mengeluarkan menu BTS Meal pada 9 juni 2021. Peneliti akan melihat arah pemberitaan dibalik dengan melihat pemakaian bahasa, kalimat , kutipan, dan lainnya yang digunakan oleh wartawan dalam menulis berita tersebut. bedasarkan latar belakang permasalahan yang dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik

meneliti dengan judul “ANALISIS WACANA KRITIS DALAM PEMBERITAAN PELUNCURAN MENU BTS MEAL MCDONALD’S PERIODE JUNI 2021 PADA MEDIA ONLINE LIPUTAN6.COM”

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan dari latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu: Bagaimanakah analisis wacana kritis model Teun A.van Dijk terhadap Pemberitaan Pengeluaran BTS MEAL McDonald’s Periode Juni 2021 Pada Portal Berita Liputan6.com dilihat dari dimensi teks (struktur makro, superstruktur dan struktur mikro)

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah.

- a. Menganalisis teori wacana kritis model A van Dijk pada pemberitaan peluncuran menu BTS Meal periode juni yang berujung kerumunan, pelanggaran protocol Kesehatan dan penutupan beberapa gerai pada media online Liputan6.com
- b. Mengetahui impelementasi bangunan teks, baik dari struktur makro, superstruktur , dan struktur mikro. pada elemen penelitian analisis wacana kritis model A van Dijk dalam pemberitaan peluncuran menu BTS MEAL dalam media online Liputan6.com

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan akan dimasukkan atau digunakan referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambahkan kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu jurnalistik dalam analisis wacana kritis terhadap media di Indonesia.

1.3.2.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan akan menjadi sebuah masukan bagi para wartawan di sebuah media massa khususnya media yang penulis teliti yaitu Liputan6.com dalam Menyusun berita melalui metode analisis wacana kritis yang melihat sisi dimensi teks saja baik dari struktur makro, superstruktur , dan struktur mikro

1.4 Fokus Penelitian

Bedasarkan dari latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan masalah agar ruang lingkup pembahasan lebih tersusun, lugas, dan tidak meluas. Peneliti akan menggunakan analisi berupa wacana kritis Teun A. Van Dijk dalam menganalisis pemberitaan Pemberitaan Pengeluaran BTS

MEAL McDonald's Periode Juni 2021 Pada Portal Berita Liputan6.com Penulis memfokuskan pengeluaran menu BTS MEAL McDonald's yang berujung kerumunan, pelanggaran protocol Kesehatan, sampai penutupan outlet yang dimuat tanggal 9 juni 2021.