JURNAL UPI

Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra

Journal homepage: https://ejournal-language.upi.edu/jpbs/index

JPBS

Analisis Wacana Kritis pada Teks Berita Daring Terkait Program Makan Bergizi Gratis

Fani Febrianti[1], Cecep Dudung Julianto[2], Muhamad Zainal Arifin[3]*

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Pendidikan Ilmu Sosial Bahasa dan Sastra, Institut Pendidikan Indonesia, Indonesia
*Correspondence: E-mail: fanirianti.sch@gmail.com

ABSTRACT

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) mendominasi ruang pemberitaan media daring. Media Tempo.co dan Kompas.com menunjukkan perhatiannya terhadap program MBG terutama pada momentum satu tahun Prabowo-Gibran. Penelitian ini berupaya memaparkan pilihan-pilihan linguistik yang digunakan media Tempo.co dan Kompas.com, sekaligus mengungkap maksud tersembunyi di balik teks berita terkait program MBG pada momentum satu tahun kepemimpinan Prabowo-Gibran. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pisau analisis wacana kritis Fairclough pada analisis tekstual yang terdiri atas representasi, relasi, dan identitas. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan studi pustaka. Temuan penelitian menunjukkan strategi bahasa mampu menampilkan versi representasi yang berbeda terkait program MBG. Representasi Tempo.co terhadap program MBG, yaitu sebagai objek penilaian sedangkan Kompas.com memosisikan program MBG sebagai pencapaian. Kedua media tersebut memperkuat dan mengontrol wacana yang diciptakan dengan menghadirkan unsur partisipan dalam teks. Identitas wartawan yang ditampilkan Tempo.co adalah sebagai pengawas kekuasaan sedangkan wartawan Kompas.com mengidentifikasi dirinya lebih dekat dengan pemerintah.

ARTICLE INFO

Article History:
Submitted/Received 30 Mar 2026
First Revised 10 Apr 2026
Accepted 25 Apr 2026
Publication Date 30 Apr 2026

Keyword:
Analisis Wacana Kritis, Kompas.com, Makan Bergizi Gratis, Teks Berita, Tempo.co,

1. PENDAHULUAN

Program Makan Bergizi Gratis (MBG) merupakan agenda prioritas nasional yang dirancang tidak semata-mata sebagai bantuan sosial, melainkan strategi sistemik dalam upaya pengentasan *stunting* dan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pemenuhan gizi anak sekolah dan kelompok rentan (Rahayu, 2025). Sebagai kebijakan strategis Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka, program MBG dinilai memiliki intervensi terhadap dimensi sosial, ekonomi, serta politik dalam masyarakat. Sejak masa kampanye hingga genap satu tahun masa pemerintahan, program MBG menjadi pusat perhatian publik dan mendominasi ruang pemberitaan media daring.

Narasi yang diciptakan media daring memainkan peran penting dalam menentukan pandangan publik terkait program MBG, baik sebagai kebijakan pengayom rakyat maupun alat politik untuk meningkatkan legitimasi elektoral (Febrian dkk., 2025). Pada titik ini, bahasa digunakan sebagai instrumen utama yang memiliki andil dalam membentuk persepsi publik, bahkan kerap digunakan sebagai alat untuk menyebarkan ideologi yang mencerminkan kepentingan dan posisi pemilik media (Hasanah & Mardikantoro, 2017). Dengan demikian, konstruksi media daring mengenai program unggulan MBG tidaklah terbentuk dalam ruang hampa secara tunggal, melainkan bertarung dalam berbagai versi melalui pilihan diksi dan praktik pemaknaan.

Media daring yang populer dan memiliki pengaruh besar di Indonesia di antaranya adalah *Tempo.co* dan *Kompas.com*. Portal berita daring *Tempo.co* dikenal mengadopsi gaya jurnalisme kritis dengan pendekatan investigatif, terutama dalam pemberitaan politik dan isu-isu strategis. Sementara *Kompas.com* cenderung menyajikan pemberitaan yang bersifat informatif dari berbagai sudut pandang secara berimbang dan mendalam.

Pada penelitian ini, teks berita terkait program MBG yang dimuat dalam media daring *Tempo.co* dan *Kompas.com* ditempatkan sebagai objek kajian menggunakan analisis wacana kritis Fairclough. Penelitian ini diarahkan pada teks berita yang dipublikasikan pada momentum satu tahun masa pemerintahan Prabowo-Gibran. Pemilihan periode waktu tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa satu tahun pertama pemerintahan merupakan periode waktu krusial dan strategis yang senantiasa disikapi dengan evaluasi cermat oleh media daring serta publik. Di sisi lain, penelitian yang tersedia mengenai program MBG pada momentum penilaian satu tahun pemerintahan cenderung masih terbatas. Dengan demikian penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya untuk memberikan gambaran terkait program unggulan MBG yang dirilis oleh *Tempo.co* dan *Kompas.com* pada periode waktu tersebut.

Mengenai analisis wacana kritis, Fairclough dan Wodak dalam Silaswati (2019) menyatakan bahwa analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana bahasa menyebabkan kelompok sosial yang ada bertarung dan mengajukan ideologinya masing-masing. Eriyanto (2001) mengungkapkan bahwa analisis wacana kritis termasuk dalam kategori paradigma kritis. Paradigma ini mempunyai pandangan tertentu bahwa media dan teks berita harus dipahami dalam konteks yang luas. Selanjutnya, Eriyanto berpendapat bahwa pada akhirnya teks berita yang akan atau sedang diteliti sesungguhnya adalah bagian akhir dari berbagai kekuatan, aturan, regulasi, dan praktik negosiasi yang menghasilkan suatu fakta tertentu.

Sejumlah penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Pirmansyah dkk. (2025) yang menganalisis pemberitaan media daring *Tempo.co* terkait dengan politik dinasti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tempo.co* merepresentasikan keluarga Joko Widodo secara kritis dan cenderung negatif melalui pilihan diksi dan pemberitaan yang intens. Pilihan diksi seperti *raja*, *cawe-cawe*, *politik elektoral*, *asosiasi keluarga*, dan *paranoia* memperkuat konstruksi citra negatif terhadap keluarga Jokowi. Dalam tiga dimensi analisis wacana kritis menurut Fairclough menunjukkan bahwa media *Tempo.co* menampilkan ideologi penolakan terhadap praktik politik dinasti.

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Said & Ridho (2025) yang menganalisis peran media daring *Tempo.co* dan *Kompas.com* dalam pemberitaan Proyek Strategi Nasional (PSN). Temuan penelitian menunjukkan bahwa media menggunakan berbagai fitur linguistik dalam merepresentasikan isu-isu lingkungan yang disebabkan oleh PSN. Representasi terhadap isu lingkungan yang dibangun oleh kedua media tersebut juga dipengaruhi oleh konteks sosiokultural dan keseluruhan produksi teks berita.

Adapun analisis wacana kritis model Fairclough dalam penelitian ini dibatasi hanya pada domain analisis tekstual yang terdiri atas representasi, relasi, dan identitas. Analisis ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah penggunaan bahasa dalam teks berita tidak hanya berdasarkan aspek linguistik tradisional semata, tetapi menghubungkannya dengan konteks, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan. Lewat model tekstual Fairclough ini, penelitian akan menyingkap pilihan-pilihan linguistik yang digunakan media *Tempo.co* dan *Kompas.com*, sekaligus mengungkap maksud tersembunyi di balik teks berita terkait program MBG pada momentum satu tahun masa pemerintahan Prabowo-Gibran.

2. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan pisau analisis wacana kritis model Fairclough pada dimensi tekstual. Data dalam penelitian ini adalah satuan lingual berupa kata, frasa, kalimat, serta paragraf dalam teks berita terkait program MBG yang dimuat *Tempo.co* dan *Kompas.com* pada momentum satu tahun kepemimpinan Prabowo-Gibran. Adapun sumber data yang menjadi objek kajian penelitian adalah teks berita terkait program MBG yang terdapat pada *Tempo.co* edisi 19 Oktober 2025 dengan judul "*MBG Disorot di Setahun Prabowo-Gibran, Kepala BGN: Pemacu Semangat Jadi Lebih Baik*" dan pada *Kompas.com* edisi 21 Oktober 2025 yang berjudul "*Cerita Bos BGN Siapkan "Kado" 40 Juta Penerima MBG untuk Satu Tahun Prabowo-Gibran*". Pemilihan kedua artikel berita ini didasarkan pada kesamaan momentum dalam membingkai program MBG dan keterlibatan Kepala Badan Gizi Nasional (BGN) sebagai aktor otoritas.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan studi pustaka. Teknik dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mencari dan mempelajari teks berita di media daring *Tempo.co* dan *Kompas.com* berkaitan dengan program MBG. Sementara, studi pustaka dalam penelitian ini berupa membaca dengan cermat dan mencatat data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama.

Proses analisis dalam penelitian dilakukan dengan membaca secara cermat teks berita yang dipilih, lalu mengklasifikasikan setiap data yang relevan. Dalam penelitian ini, pengkajian dan penafsiran dilakukan secara sistematis terhadap setiap data berdasarkan kerangka kerja dimensi analisis tekstual Fairclough, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Melalui cara ini, penelitian diharapkan dapat memberi gambaran lebih jelas mengenai representasi media daring terkait program MBG pada momentum satu tahun masa pemerintahan Prabowo-Gibran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media daring *Tempo.co* dan *Kompas.com* menunjukkan perhatiannya terhadap program MBG terutama pada momentum satu tahun masa pemerintahan Prabowo-Gibran. Kedua media daring tersebut secara aktif memberitakan wacana program MBG, mulai dari masa menjelang hingga setelah momentum peringatan satu tahun Prabowo-Gibran. Hal ini berangkat dari karakteristik program MBG sebagai program prioritas populis yang diusung Prabowo-Gibran sejak masa kampanye. Dalam konteks ini, media daring memanfaatkan momentum peringatan satu tahun pemerintahan tersebut sebagai alat untuk menilai sejauh mana konsistensi antara janji politik dan implementasi kebijakan.

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

Pada bagian ini, termuat temuan analisis wacana kritis Fairclough terhadap dua teks berita yang dipilih. Analisis dimulai dengan mengkaji unsur representasi, yaitu bagaimana peristiwa, seseorang, kelompok, dan sebagainya ditampilkan dalam teks, kemudian mengamati unsur relasi, yakni bagaimana media menampilkan partisipan dalam teks, dan mengkaji unsur identitas, yaitu bagaimana identitas wartawan ditampilkan dan dikonstruksi dalam teks berita.

1. Representasi dalam Teks Berita Program MBG *Tempo.co* dan *Kompas.com*

Teks berita berjudul "*MBG Disorot di Setahun Prabowo-Gibran, Kepala BGN: Pemacu Semangat Jadi Lebih Baik*" dipublikasikan oleh media daring *Tempo.co*. Secara keseluruhan kontennya berbicara tentang praktik evaluasi yang dilakukan oleh salah satu organisasi masyarakat sipil (JPPI) terkait pelaksanaan program prioritas MBG, serta respon pihak pemerintah terhadap penilaian tersebut. Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang merupakan janji kampanye Prabowo-Gibran menjadi sorotan dalam evaluasi kinerja satu tahun masa kepemimpinan tersebut, seperti dalam kutipan di bawah ini.

(1) *Program makan bergizi gratis atau MBG menjadi* ***sorotan*** *masyarakat sipil dalam evaluasi kinerja satu tahun pemerintahan Presiden Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Gibran Rakabuming Raka. Program hasil janji kampanye Prabowo ini mulai berjalan pada awal 2025.* ***(Tempo.co)***

Kata *sorotan* dipahami sebagai tanggapan atau perhatian yang diberikan terhadap suatu isu atau peristiwa. Penggunaan kata *sorotan* dapat mengarah pada konotasi negatif yang mengindikasikan adanya permasalahan atau kontroversi yang memerlukan pengungkapan. Dalam konteks ini, program MBG ditampilkan sebagai *sorotan* artinya program tersebut ditempatkan sebagai sasaran dari sebuah tindakan pengawasan dan penilaian. Penggunaan kata *sorotan* mengarahkan teks berita ini sebagai tindakan penilaian dan kritik, tidak hanya sekadar laporan perkembangan biasa.

Penilaian terhadap pelaksanaan program unggulan MBG ditampilkan dengan kata-kata yang buruk seperti *amburadul* dan *asal-asalan*. Selain itu, pada wacana ini terdapat pula kosakata bentuk metafora *hulu ke hilir*, dibuktikan pada kutipan berikut ini.

(2) *Koordinator Nasional JPPI Ubaid Matraji menilai tata kelola program ini masih* ***amburadul*** *dari* ***hulu ke hilir****.*

(3) *Salah satu yang ia soroti ihwal ketiadaan dasar hukum bagi pemerintah menjalankan program prioritas ini. "Sudah menghabiskan dana triliunan, tapi tidak punya dasar hukum. Ini program terkesan* ***asal-asalan****," kata Ubaid dalam keterangan tertulisnya pada Ahad, 19 Oktober 2025.* ***(Tempo.co)***

Kata *amburadul* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti berantakan. Istilah *amburadul* pada data (2) digunakan untuk merepresentasikan tata kelola program MBG yang masih diselenggarakan dengan semrawut. Kecatatan tata kelola ini bersifat menyeluruh meliputi seluruh proses, mulai dari perencanaan (*hulu*) hingga pelaksanaan (*hilir*) program prioritas MBG dalam satu tahun Prabowo-Gibran.

Sementara pada data (3), kata *asal-asalan* berasal dari kata dasar *asal* yang berarti sembarangan atau seenaknya saja. Penggunaan kata *asal-asalan* ini menunjukkan ketidakseriusan dan ketiadaan perencanaan terutama dalam hal landasan hukum bagi pemerintah menjalankan program prioritas MBG. Pada akhirnya kata-kata semacam ini, mengasosiasikan citra pemerintah yang tidak profesional bahkan gagal di mata masyarakat dalam merealisasikan janji kampanye program unggulan MBG.

Selanjutnya, di samping menampilkan penilaian dari masyarakat sipil terhadap program prioritas MBG, wartawan menyajikan respon dari pihak pemerintah terkait penilaian tersebut.

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

Dalam hal ini, Dadan Hindayana selaku Kepala Badan Gizi Nasional (BGN) sebagai pihak dari pemerintah yang memberikan tanggapan, sebagaimana dalam kutipan di bawah ini.

(4) *Merespons penilaian itu, Kepala Badan Gizi Nasional Dadan Hindayana* ***tak ambil pusing****. Dia berujar penilaian dari masyarakat sipil terhadap pelaksanaan makan bergizi gratis akan dijadikan* ***motivasi*** *untuk berbenah.* ***(Tempo.co)***

Pilihan kosakata *tak ambil pusing* yang digunakan oleh wartawan untuk menggambarkan sikap Dadan dalam menanggapi penilaian masyarakat sipil berpotensi memicu dua interpretasi yang perlu dicermati. Pertama, diksi *tak ambil pusing* dapat merepresentasikan sikap Dadan yang secara efektif mengakui penilaian dengan ketenangan dan kepercayaan diri. Kedua, istilah *tak ambil pusing* berpotensi diartikan sebagai ketidakseriusan atau kesan masa bodoh dalam menanggapi urgensi penilaian tersebut. Meskipun pada konteks kalimat berikutnya, Dadan mengalihkan penilaian tersebut sebagai tindakan perbaikan atau *motivasi* untuk berbenah.

Berbeda dengan *Tempo.co* yang menampilkan praktik evaluasi terhadap program MBG, teks berita yang dimuat *Kompas.com* hanya mengulas realisasi target penerima manfaat program MBG di bawah kepemimpinan Dadan Hindayana tanpa menyentuh aspek penilaian. Pada teks ini, pemilihan kosakata dalam judul berita yang menyebut Dadan Hindayana sebagai *Bos BGN* merupakan strategi leksikal yang menarik.

(5) *Cerita* ***Bos BGN*** *Siapkan* ***"Kado"*** *40 Juta Penerima MBG untuk 1 Tahun Prabowo-Gibran* ***(Kompas.com)***

Berdasarkan kutipan pada data (5) di atas, *Kompas.com* menampilkan Dadan Hindayana sebagai *Bos BGN* alih-alih Kepala BGN. Kata *bos* dipahami sebagai bentuk informal untuk menyebut atasan atau orang yang berkuasa dengan kecenderungan memberi kesan yang negatif karena diasosiasikan dengan sikap otoriter, dominan, serta kurang membangun hubungan kerja yang harmonis. Berbeda dengan kosakata Kepala yang menunjukkan fungsi birokratis terutama dalam konteks pemerintahan. Pada akhirnya pemilihan kata *Bos BGN* memberikan kesan bahwa Dadan memiliki kuasa besar sekaligus strategi media guna menarik perhatian.

Dalam wacana ini, wartawan juga memasukkan elemen metafora berupa kata *kado* yang merujuk pada target 40 juta penerima MBG untuk satu tahun masa pemerintahan Prabowo-Gibran sebagaimana tertera pada data (5) judul teks berita. Program prioritas MBG yang didanai APBN dikonstruksi bukan sebagai kewajiban birokrasi melainkan sebagai hadiah personal dari bawahan, yakni Dadan kepada Presiden selaku atasan. Penggunaan metafora *kado* menampilkan pencapaian publik sebagai persembahan untuk menyenangkan pimpinan.

Upaya untuk mencapai target 40 juta penerima manfaat program MBG yang dilakukan oleh BGN ini direpresentasikan dengan penggunaan kosakata *menggenjot*, seperti dalam kutipan berikut.

(6) *Kepala Badan Gizi Nasional (BGN) Dadan Hindayana sempat berjanji kepada Presiden Prabowo Subianto untuk* ***menggenjot*** *jumlah penerima makan bergizi gratis (MBG) agar mencapai angka 40 juta pada 1 tahun pemerintahan Prabowo.* ***(Kompas.com)***

Kata *menggenjot* berasal dari kata dasar *genjot*. Menurut KBBI, genjot diartikan sebagai mengintensifkan (mengaktifkan) agar lebih tinggi hasilnya, mempertinggi atau mempercepat produksi. Dengan demikian kata kerja *menggenjot* membawa makna menekan dan memaksa untuk meningkatkan kecepatan, hasil, atau kinerja secara intensif. Pada titik ini, upaya yang dilakukan Kepala BGN ditampilkan dengan intensitas tinggi dan penuh penekanan.

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

Akan tetapi intensitas usaha dan realisasi janji target 40 juta penerima MBG ini langsung dipatahkan oleh realitas yang tersaji. Dalam hal ini, wartawan menyisipkan elemen konjungsi *namun*. Kata hubung *namun* diklasifikasikan sebagai bentuk koherensi perpanjangan kontras yang memperluas informasi dengan memberikan fakta yang berlawanan dengan fakta sebelumnya. Elemen koherensi dalam wacana ini dibuktikan dengan kutipan di bawah ini.

(7) ***Namun**, niat tersebut **kandas** karena jumlah penerima MBG masih berada di sekitar 36,7 juta orang.* ***(Kompas.com)***

Di samping pemakaian konjungsi *namun* yang mengantarkan pembaca pada titik kegagalan, wartawan kemudian merepresentasikan kegagalan tersebut menggunakan kosakata *kandas*. Kata *kandas* dimaknai sebagai gagal atau tidak berhasil. Dengan demikian, kata *kandas* menegaskan kegagalan yang dramatis terhadap realisasi janji "kado" tersebut.

Media daring *Tempo.co* dan *Kompas.com* menampilkan representasi yang berbeda terhadap program MBG pada satu tahun Prabowo-Gibran. Perbedaan representasi tersebut tampak dalam pemilihan fitur-fitur lingual yang digunakan. Dengan demikian, bingkai yang dibangun *Tempo.co* dan *Kompas.com* memunculkan realitas yang berbeda terkait program MBG pada momentum tersebut. Hal ini selaras dengan pendapat Julianto (2013) yang menyatakan bahwa bahasa tidak hanya digunakan untuk merepresentasikan sebuah realitas, melainkan penggunaan bahasa itu sendiri mampu menciptakan realitas dalam bentuk tertentu.

2. Relasi dalam Teks Berita Program MBG *Tempo.co* dan *Kompas.com*

Pemahaman terhadap sebuah wacana juga dapat dilihat dari bagaimana partisipan media berhubungan dan dibangun dalam teks. Pada teks berita yang terbit di *Tempo.co*, selain wartawan, pihak yang dihadirkan sebagai partisipan media adalah Ubaid Matraji selaku Koordinator Nasional Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia (JPPI) dan Kepala Badan Gizi Nasional (BGN) Dadan Hindayana, sebagaimana kutipan di bawah ini.

(8) *Salah satu organisasi masyarakat sipil yang menyoroti program prioritas ini ialah Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia.* ***Koordinator Nasional JPPI Ubaid Matraji*** *menilai tata kelola program ini masih amburadul dari hulu ke hilir.*

(9) *Merespons penilaian itu,* ***Kepala Badan Gizi Nasional Dadan Hindayana*** *tak ambil pusing. Dia berujar penilaian dari masyarakat sipil terhadap pelaksanaan makan bergizi gratis akan dijadikan motivasi untuk berbenah.* ***(Tempo.co)***

Relasi dalam teks berita ini cenderung seimbang dengan menampilkan dua pihak kontradiktif antara pengawas dari masyarakat sipil dan pelaksana kebijakan dari pemerintah. Pihak JPPI digambarkan sebagai pihak masyarakat sipil yang memberi kritik berbasis data terhadap implementasi program MBG. Di sisi lain, Dadan Hindayana ditempatkan pada posisi menjawab kritik tersebut dengan kemampuan retorika dan menetralisir kritik tersebut menjadi motivasi bagi perbaikan internal.

Pada titik ini, media dipandang sebagai arena sosial di mana semua golongan, kelompok, dan khalayak yang ada dalam masyarakat saling berhubungan dan menyampaikan versi pendapat dan gagasannya masing-masing (Eriyanto, 2001). Bila diperhatikan, relasi yang dibangun dalam teks berita *Kompas.com* menyertakan dua pihak yang paling berhubungan, yakni Dadan Hindayana selaku Kepala Badan Gizi Nasional dan Presiden Prabowo Subianto.

Dadan Hindayana ditampilkan sebagai pejabat teknokratis yang berdedikasi dan berupaya keras untuk memenuhi target yang telah ia janjikan kepada Presiden. Sementara citra Prabowo sebagai Presiden cenderung kuat dengan menempatkannya pada posisi pemegang otoritas tertinggi yang memberikan arahan dan legitimasi terhadap jalannya program MBG. Relasi yang dikonstruksi dalam teks berita ini menegaskan hubungan hierarkis antara Prabowo

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

sebagai Presiden dan Dadan sebagai pelaksana teknis yang bekerja di bawah arahan Presiden, seperti dalam kutipan berikut.

(10) *"Memang Kepala BGN bekerja keras supaya pada hari ini mencapai 40 juta, tapi saya sampaikan 'jangan dipaksakan, ojo ngoyo, yang penting baik pelaksanaannya," kata Prabowo.* ***(Kompas.com)***

3. Identitas dalam Teks Berita Program MBG *Tempo.co* dan *Kompas.com*

Elemen identitas bertujuan untuk melihat bagaimana wartawan menampilkan dan mengonstruksi identitas dirinya dalam pemberitaan (Eriyanto, 2001). Identitas yang digunakan oleh *Tempo.co* terhadap pembacanya adalah wawancara. Wartawan sebagai perantara pasif yang mengumpulkan gagasan dari dua kubu yang berseberangan. Akan tetapi, wartawan secara aktif menyajikan dan menyusun urutan siapa yang "berbicara" lebih dulu.

Melalui pemilihan partisipan dan pemakaian bahasa, identitas yang dibangun adalah identitas *Tempo.co* yang tidak menempatkan dirinya pada salah satu pihak yang ditampilkan dalam berita. Meskipun demikian, secara struktural menempatkan kritik dan penilaian dari JPPI sebagai inti cerita yang mendominasi paruh pertama dan tengah teks berita. Sementara posisi pemerintah sebagai pihak yang dipertanyakan di letakkan di akhir. Dalam teks berita ini, wartawan mengidentifikasi dirinya dengan fungsi ideologis pers sebagai pengawas kekuasaan yang bertugas menuntut akuntabilitas dan perbaikan program MBG secara serius.

Sementara, temuan analisis identitas dalam teks berita *Kompas.com*, wartawan menempatkan dirinya cenderung mengadopsi sudut pandang Dadan Hindayana dan pemerintah. Hal ini dapat dilihat melalui pemilihan kosakata pada judul berita dan struktur naratif pemberitaan. Dalam judul berita tercermin bagaimana wartawan mengidentifikasi dirinya lebih dekat dengan posisi Dadan yang bekerja keras demi pemenuhan target pada momentum satu tahun pemerintahan, sebagaimana judul teks berita, yakni "*Cerita Bos BGN Siapkan "Kado" 40 Juta Penerima MBG untuk 1 Tahun Prabowo-Gibran*".

Meskipun begitu, wartawan tetap mempertahankan objektivitas melalui kutipan langsung dan penggunaan angka. Dalam teks berita ini ditampilkan pula sejumlah fakta kendala yang dialami namun menempatkannya dalam skala minimal sehingga tetap mengarahkan fokus pembaca pada pencapaian MBG dan mengabaikan praktik evaluasi. Pada wacana ini, wartawan sepenuhnya mengadopsi narasi "kado" dan "kerja keras" yang disodorkan narasumber atau partisipan, yakni Dadan Hindayana.

Teks berita yang dibangun media *Tempo.co* dan *Kompas.com* menunjukkan peran strategis bahasa dalam memengaruhi pandangan publik terhadap program MBG pada momentum satu tahun kepemimpinan Prabowo-Gibran. Pada titik ini, bahasa berperan penting dalam upaya media mengonstruksi dan membingkai sebuah topik pemberitaan. Melalui penggunaan dan pemilihan bahasa, topik pemberitaan yang sama mampu menampilkan realitas yang berbeda. Dalam praktiknya, pemilihan kata-kata yang termuat dalam teks berita program MBG tersebut tidak hanya dipahami sebagai teknis semata, melainkan sebagai wujud ideologi bahkan kepentingan-kepentingan yang melekat pada media itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Roli (2023) yang menyatakan bahwa sebuah teks berita pada dasarnya tidak terbentuk dalam ruang yang hampa melainkan diproduksi dari praktik suatu ideologi dominan tertentu.

Secara keseluruhan, berdasarkan analisis tekstual yang telah dilakukan, tampak perbedaan versi representasi antara *Tempo.co* dan *Kompas.com*. Kedua media tersebut membingkai program MBG melalui pendayagunaan aspek kosakata tertentu yang bermakna ideologis, kosakata bentuk eufemisme, elemen metaforis, dan bentuk konjungsi yang terkandung dalam teks berita. Hall (1982) berpendapat bahwa media pada dasarnya tidak hanya mereproduksi dan menunjukkan pendapat sumber berbagai instrumen yang dimiliki, melainkan media ikut menentukan realitas yang tersaji melalui pemakaian bahasa yang dipilih.

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

Media daring *Tempo.co* menampilkan program MBG pada satu tahun Prabowo-Gibran sebagai objek penilaian yang dapat mengarahkan khalayak pembaca untuk melihat adanya celah evaluasi terutama dalam isu kecacatan sistemik selama satu tahun program MBG berjalan. Dalam wacananya, *Tempo.co* merepresentasikan program MBG dalam evaluasi kinerja setahun pemerintahan Prabowo-Gibran menggunakan kosakata *sorotan*. Di sisi lain, *Kompas.com* memosisikan program MBG sebagai pencapaian dengan menghadirkan narasi kerja keras. Berbeda dengan *Tempo.co* yang menyentuh aspek penilaian, strategi *Kompas.com* cenderung merepresentasikan program MBG dari sisi positif dengan menampilkan data statistik dan realisasi penerima manfaat program MBG dalam satu tahun kepemimpinan Prabowo-Gibran.

Selain pemilihan kata-kata yang memunculkan versi representasi yang berbeda, kedua teks berita tersebut menghadirkan unsur partisipan. Hal ini menunjukkan peran media dalam upaya memperkuat dan mengontrol wacana yang diciptakan. Mengenai identitas wartawan dalam teks berita, wartawan *Tempo.co* mengidentifikasi dirinya dengan fungsi ideologis pers sebagai pengawas kekuasaan. Sementara dalam *Kompas.com*, identitas yang dibangun adalah wartawan mengidentifikasi dirinya lebih dekat dengan posisi Dadan Hindayana selaku Kepala BGN.

4. KESIMPULAN

Wacana pemberitaan program MBG yang termuat dalam media *Tempo.co* dan *Kompas.com* menunjukkan stategi bahasa mampu menampilkan versi representasi yang berbeda. Dengan demikian, bingkai yang dibangun *Tempo.co* dan *Kompas.com* memunculkan realitas yang berbeda terkait program MBG pada momentum satu tahun Prabowo-Gibran. Melalui pendayagunaan aspek kosakata, eufemisme, elemen metaforis, dan bentuk konjungsi yang terkandung, tampak representasi yang ditampilkan *Tempo.co* terhadap program MBG, yaitu sebagai objek penilaian yang dapat mengarahkan khalayak pembaca untuk melihat adanya celah evaluasi terutama dalam isu kecacatan sistemik selama satu tahun program berjalan. Sementara *Kompas.com* dalam teks beritanya memosisikan program MBG sebagai pencapaian dengan menghadirkan narasi kerja keras. Unsur partisipan yang ditampilkan dalam teks berita menunjukkan peran media dalam memperkuat dan mengontrol wacana yang diciptakan. Mengenai identitas wartawan dalam teks berita, wartawan *Tempo.co* mengidentifikasi dirinya sebagai pengawas kekuasaan sedangkan yang ditampilkan *Kompas.com*, wartawan mengidentifikasi dirinya lebih dekat dengan posisi pemerintah. Identitas yang ditampilkan dan dikonstruksi wartawan dalam teks berita menentukan bagaimana proses teks berita diproduksi dan ingin ditampilkan kepada khalayak.

5. CATATAN PENULIS

Para penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan terkait dengan penerbitan artikel ini. Para penulis juga menegaskan bahwa artikel ini bebas dari unsur plagiarisme.

6. DAFTAR PUSTAKA

Dirgantara, A. (2025). Cerita bos BGN siapkan “kado” 40 juta penerima MBG untuk 1 tahun Prabowo-Gibran. *Kompas.com*. https://nasional.kompas.com/read/2025/10/21/10195851/cerita-bos-bgn-siapkan-kado-40-juta-penerima-mbg-untuk-1-tahun-prabowo

Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: Pengantar analisis teks media*. LKiS Yogyakarta.

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312

Febrian, M. D., Munjazi, T. R., & Al-mubarok, M. I. (2025). Partisipasi aktor politik dalam wacana makan bergizi gratis: Tinjauan literatur atas kepentingan politik. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *3*(6), 3031–5220. https://doi.org/10.62281

Hall, S. (1982). *The rediscovery of ideology: Return of the repressed in media studies*. Methuen.

Hasanah, A., & Mardikantoro, H. B. (2017). Konstruksi realitas seratus hari pertama pemerintahan Jokowi-Jusuf Kalla di media online: Analisis wacana kritis model Norman Fairclough. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, *6*(3), 233–243. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka

Julianto, C. P. (2013). *Representasi ideologi politik dalam rubrik berita politik surat kabar online* [Tesis, Universitas Pendidikan Indonesia]. http://repository.upi.edu/id/eprint/2081

Kemendikbud. (2025). *KBBI VI Daring*. https://kbbi.kemdikbud.go.id/

Nugroho, N. P. (2025). MBG disorot di setahun Prabowo-Gibran, Kepala BGN pemacu semangat jadi lebih baik. *Tempo.co*. https://www.tempo.co/politik/mbg-disorot-di-setahun-prabowo-gibran-kepala-bgn-pemacu-semangat-jadi-lebih-baik-2081202

Pirmansyah, Lukman, F., & Darmayanti, N. (2025). Analisis aktor dan peristiwa dalam pemberitaan media daring Tempo terkait politik dinasti. *Jurnal Perspektif*, *9*(2), 337–351.

Rahayu, L. F. (2025). Dinamika dukungan politik terhadap program Makan Bergizi Gratis (MBG) di Indonesia. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, *8*(2). https://doi.org/10.61332/ijpa.v8i2.381

Roli, T. (2023). *Konstruksi realitas pemberitaan*. CV Arta Media.

Said, M. A. A., & Ridho, S. (2025). National strategic projects that are not strategic for small communities: A critical discourse analysis on Tempo.co and Kompas.com. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, *14*(1).

Silaswati, D. (2019). Analisis wacana kritis dalam pengkajian wacana. *METAMORFOSIS: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, *12*(1), 1–10. https://doi.org/10.55222/metamorfosis.v12i1.124

DOI: https://doi.org/10.17509/bs_jpbsp.v26i1.104
p- ISSN 1412-0712 e- ISSN 2527-8312