

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Menurut Randi (2018: 15) penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian peneliti. Namun peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Judul Penelitian	Hasil penelitian	Relevansi
1	Analisis Wacana Kritis Sara Mills pada Pemberitaan Skandal Body Checking Miss Universe Indonesia (MUID) 2023 pada Portal Berita Suara.com (sari,2023)	Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana mediaSuara.com dalam menyajikan pemberitaan terkait isu skandal body checking dalam ajang Miss Universe Indonesia 2023. Penelitian ini menggunakan Teori Wacana Sara Mills, yang memfokuskan diri pada posisi subjek-objek dan posisi penulis- pembaca dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menemukan fakta bahwa teks berita yang dipublikasi oleh Suara.com dalam kasus body checking Miss Universe Indonesia mengandung unsur seksisme dan kata yang bermuatan seksual, serta adanya kalimat yang menampilkan perempuan sebagai pihak yang lemah dan tidak berdaya dalam teks pemberitaannya.	Penelitian saya " Analisis Wacana Pemberitaan Kasus Skandal P Diddy di Media Online Detik.com " memiliki relevansi dengan penelitian " Analisis Wacana Kritis Sara Mills pada Pemberitaan Skandal Body Checking Miss Universe Indonesia (MUID) 2023 pada Portal Berita Suara.com ", karena keduanya berfokus pada analisis wacana dalam pemberitaan skandal di media online. Kedua penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis untuk melihat bagaimana media membentuk narasi tertentu terhadap suatu kasus kontroversial. Perbedaan terletak pada objek penelitian: penelitian pertama membahas

			skandal P Diddy dalam media Detik.com, sementara penelitian kedua meneliti kasus body checking dalam ajang Miss Universe Indonesia 2023 di Suara.com. Meskipun objeknya berbeda, keduanya memiliki kesamaan dalam mengeksplorasi bagaimana posisi subjek-objek dan pemingkakan media terhadap individu atau kelompok yang diberitakan. Dengan demikian, penelitian ini dapat saling melengkapi dalam memahami bagaimana media membangun representasi skandal dan isu sosial di ruang publik.
2	Analisis Wacana Kritis Dalam Pemberitaan Skandal X Di Channel Youtube Bbc London (sakti,2020)	Penelitian ini membahas terkait bahwa wacana seksualitas adalah hal yang tabu dalam masyarakat Asia, umumnya masyarakat penganut agama tertentu. Namun perkembangan media terlihat pesat telah mengikis paradigma lama dan memunculkan wacana yang tanpa sekat di media sosial. Penelitian yang sederhana ini berusaha mengupas unsur mikro linguistik dan makro linguistik dalam wacana pemberitaan di channel youtube BBC London mengenai skandal X menggunakan teori analisis wacana yang dikembangkan oleh Michel Foucault, Norman Fairclough, dan Teun A. Van Dijk. Analisis unsur mikro dalam wacana dibutuhkan untuk mengidentifikasi kohesi dan koherensi teks. Adapun analisis wacana makro digunakan untuk melihat unsur kognisi sosial, power, dan praktik sosial budaya yang ada dalam wacana. Hasil	Penelitian saya "Analisis Wacana Pemberitaan Kasus Skandal P Diddy di Media Online Detik.com" memiliki relevansi dengan penelitian "Analisis Wacana Kritis dalam Pemberitaan Skandal X di Channel YouTube BBC London" karena keduanya sama-sama mengkaji bagaimana skandal diberitakan dalam media massa, dengan fokus pada analisis wacana. Kedua penelitian ini menyoroti bagaimana media membentuk narasi skandal, meskipun menggunakan pendekatan teori yang berbeda. Penelitian pertama menganalisis pemberitaan Detik.com, yang merupakan media online di Indonesia, sementara penelitian kedua menelaah

		analisis menampilkan wacana bersifat netral dan tidak memberatkan salah satu jenis kelamin bahkan tidak menonjolkan korban sebagai pihak yang dirugikan dalam wacana dengan tidak menggunakan pilihan kata victim dan lebih memilih kata pronominal bagi para korban.	pemberitaan skandal di kanal YouTube BBC London dengan pendekatan analisis wacana Foucauldian, Fairclough, dan Van Dijk. Persamaan lainnya adalah kajian terhadap representasi individu atau kelompok dalam skandal, serta bagaimana media memposisikan korban dan pelaku dalam wacana publik. Meskipun penelitian di BBC London menunjukkan kecenderungan netral tanpa menonjolkan korban dengan istilah "victim," penelitian terhadap Detik.com dapat memberikan perspektif berbeda, terutama dalam konteks media Indonesia yang memiliki dinamika sosial, budaya, dan norma jurnalistik tersendiri. Dengan demikian, kedua penelitian ini saling melengkapi dalam memahami bagaimana skandal dikonstruksi oleh media di platform yang berbeda dan dalam konteks budaya yang berbeda pula.
3.	Analisis wacana kritis pemberitaan kasus penipuan di media online KOMPAS.COM (Mujianto,2023)	Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya pemberitaan influencer yang sedang ramai di khalayak media. Salah satunya adalah media online Kompas.com yang secara kontiguitas memberitakan konteks berita tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dimensi teks, praktik diskursif dan praktik sosial budaya yang ditampilkan dalam pemberitaan kasus Doni Salmanan di Kompas.com. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif	Penelitian saya "Analisis Wacana Pemberitaan Kasus Skandal P Diddy di Media Online Detik.com" memiliki relevansi dengan penelitian "Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kasus Penipuan di Media Online Kompas.com" karena keduanya mengkaji bagaimana media online mengonstruksi pemberitaan tentang kasus skandal atau kriminal yang

		kualitatif dengan menggunakan teori Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough sebagai tumpuan untuk mengetahui unsur mikrostruktural, mesostruktural dan makrostruktural yang ditampilkan dalam teks berita. Teknik pengumpulan data dilakukan yaitu wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Dengan menyertakan penulis berita dan editor kompas.com dari objek analisis sebagai informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek dimensi teks dalam representasi kalimat menampilkan suatu peristiwa yang terjadi pada influencer Doni Salmanan terkait kasus penipuan trading. Relasi yang ditampilkan oleh wartawan menunjukkan adanya dukungan terhadap partisipan berita dengan penggunaan kalimat langsung dari partisipan berita didukung dengan kalimat tidak langsung pernyataan dari wartawan. Budaya yang terjadi adalah minat masyarakat yang tinggi terhadap informasi yang berkaitan dengan kasus kriminal dan selebritas serta viralitas sehingga menjadi salah satu alasan munculnya berita Doni Salmanan di kompas.com. Pada level situasional wartawan kompas.com yakni wartawan yang ditempatkan di Mabes Polri sehingga berita dominan dengan pernyataan kepolisian	melibatkan figur publik. Kedua penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis untuk memahami bagaimana teks berita, praktik diskursif, dan praktik sosial budaya dalam pemberitaan dibangun oleh media. Perbedaannya terletak pada objek kajian, di mana penelitian pertama berfokus pada skandal P Diddy di Detik.com, sementara penelitian kedua menyoroti kasus penipuan yang melibatkan Doni Salmanan di Kompas.com dengan model analisis wacana kritis Norman Fairclough. Meskipun demikian, kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam menelusuri bagaimana media menyajikan narasi tertentu, bagaimana hubungan antara media dan sumber berita (seperti kepolisian atau informan lainnya), serta bagaimana budaya media dan minat masyarakat terhadap isu kontroversial memengaruhi konstruksi berita. Oleh karena itu, penelitian ini dapat saling melengkapi dalam memahami dinamika pemberitaan skandal dan kriminalitas di media online serta implikasinya terhadap opini publik.
--	--	--	--

Sumber: Dokumentasi peneliti (2025)

2.2. Komunikasi Massa

2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Media massa sebagai sarana komunikasi massa yang banyak dipergunakan di jaman moderen ini adalah internet (Wilantari, 2018). Hal ini berarti bahwa khlayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini tidak berarti pula bahwa khlayak itu besar dan pada umumnya agar sukar untuk didefinisikan.

Menurut Romli (2017:1) komunikasi massa merupakan pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa harus menggunakan media massa agar bisa disampaikan kepada khalayak umum, sekalipun komunikasi disampaikan didepan khalayak luas tetapi jika tidak melalui atau menggunakan media massa bukan dikatakan komunikasi massa. Jadi komunikasi massa merupakan penyampaian pesan kepada khalayak luas menggunakan media massa seperti media cetak dan media elektronik, ataupun media online.

Adapun menurut Romli (2017:3) komunikasi massa dapat di bedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok. Khalayak yang banyak tersebut dinyatakan dengan istilah sejumlah populasi, dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai Masyarakat. Artinya pesan tidak hanya di tunjukan kepada kelompok orang tertentu, melainkan untuk semua orang. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan pesan yang disampaikan kepada Masyarakat umum tanpa memandang status ataupun latar belakang dengan menggunakan alat perantara yaitu media massa seperti radio, televisi, koran, dan lain sebagainya.

Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan logis didefinisikan menurut bentuknya. Komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata mass media communication

(Komunikasi yang menggunakan media massa). Media yang dimaksud adalah media yang dihasilkan oleh teknologi modern, contohnya seperti media radio, televisi, film dan surat kabar (Megawati,2020). Komunikasi massa semakin dipengaruhi oleh media sosial dan digital. Ia berargumen bahwa meskipun media tradisional masih penting, menawarkan platform yang lebih interaktif dan memungkinkan partisipasi publik yang lebih besar dalam diskursus publik Michael X. Delli Carpini (2022:15-32). Sehingga, terdapat beberapa bentuk atau pola komunikasi yang dikenal antara lain, komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*small group communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*). Secara singkat komunikasi melibatkan komunikator sebagai penyampai pesan dan komunikan sebagai penerimanya. kemudian unsur ini dikembangkan lebih lanjut dengan melibatkan saluran (*channel*), umpan balik (*feedback*).

2.2.2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa menurut Nazarullah, N. (2018) diantaranya ialah:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Dalam komunikasi massa, Komunikator seringkali merupakan lembaga atau organisasi besar seperti media cetak, stasiun televisi, atau platform online yang memiliki struktur organisasional yang terorganisir dengan baik. Mereka bertanggung jawab atas produksi dan penyebaran pesan kepada audiens yang luas.

2. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Audiens atau komunikan dalam komunikasi massa sangat beragam dalam hal demografi, pendidikan, latar belakang sosial, dan nilai-nilai. Pesan harus dirancang untuk mencakup keragaman ini agar dapat dipahami dan diterima oleh audiens yang luas

3. Pesanya bersifat umum

Pesan dalam komunikasi massa sering kali ditujukan untuk audiens yang besar dan umum, bukan untuk individu secara spesifik. Ini berbeda

dengan komunikasi antarpribadi yang lebih bisa disesuaikan dengan kebutuhan individu atau kelompok kecil

4. Komunikasi berlangsung satu arah

Komunikasi massa cenderung bersifat satu arah, di mana pesan disampaikan dari komunikator kepada komunikan tanpa interaksi langsung atau respons yang segera dari audiens. Ini membuat umpan balik terbatas dan tidak langsung

5. Komunikasi menimbulkan keserumpukan

Media massa sering kali menghasilkan banyak pesan yang bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens. Hal ini dapat mengakibatkan keserempakan informasi di antara audiens dan mempengaruhi cara pesan disampaikan dan diterima

6. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa menggunakan peralatan teknis seperti mesin pencetak, kamera, mikrofon, dan jaringan komputer untuk memproduksi, menyiarkan, dan mendistribusikan pesan kepada audiens. Teknologi ini menjadi fondasi penting dalam operasional media massa modern.

7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gate keeper* (pintu masuk).

Media massa sering kali memiliki *gatekeeper* yang mengendalikan atau mengatur konten yang disampaikan kepada audiens. *Gatekeeper* dapat berupa *editor*, *produser*, atau pemimpin redaksi yang memilih, memproses, dan memilih berita atau informasi yang akan disiarkan atau diterbitkan.

2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Hadi, I. P (2020) diantaranya:

1. Pengawasan (*Surveillance*)

Media menyediakan arus pemberitaan yang terus menerus terkait pesan-pesan yang memungkinkan audiens sadar akan perkembangan di lingkungannya yang mungkin mempengaruhi mereka.

2. Korelasi (*Correlation*)

Media massa menunjukkan keterkaitan dan menafsirkan informasi berbagai peristiwa yang terjadi hari itu. Fungsi korelasi ini membantu para

audien menentukan relevansi pesan pengawasan yang berguna untuk mereka

3. Sosialisasi (*Socialization*)

Komunikasi bermedia massa mensosialisasi individu-individu agar bisa berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa menyediakan pengalaman bersama, memupuk harapan bersama tentang perilaku-perilaku yang sesuai dan yang tidak cocok dengan masyarakat. Komunikasi bermedia massa juga memainkan peran yang sentral dalam mentransmisikan warisan budaya dari generasi ke generasi.

4. Hiburan (*Entertainment*)

Komunikasi bermedia massa merupakan sumber hiburan massal yang meresap di tengah audien, dan memberikan pengalihan perhatian atau melepaskan *audien* dari tanggung jawab sosial.

2.3. Media Massa

2.3.1. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, (Habibie, D. K.2018). Media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarluaskan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.

2.3.2. Karakteristik Media Massa

Menurut Saragih, M.Yoseriza (2019), Media massa memiliki karakteristik-karakteristik khusus yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Berikut adalah penjelasan dari lima karakteristik tersebut:

1. Bersifat melembaga

Media massa biasanya dikelola oleh lembaga atau organisasi profesional. Proses produksi dan distribusi informasi di media massa dilakukan oleh orang-orang yang terlatih dan mengikuti prosedur serta standar tertentu. Hal ini menjamin bahwa informasi yang disampaikan memiliki kualitas

dan kredibilitas yang tinggi. Contoh lembaga ini termasuk surat kabar, stasiun televisi, dan platform berita online.

2. Bersifat Satu Arah

Komunikasi melalui media massa umumnya bersifat satu arah, artinya informasi mengalir dari penyedia media ke audiens tanpa adanya interaksi langsung. Misalnya, seorang pembawa berita televisi menyampaikan informasi kepada pemirsa, dan pemirsa hanya menerima informasi tersebut tanpa dapat memberikan tanggapan secara langsung pada saat itu juga.

3. Meluas dan Serempak

Media massa memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang sangat luas dalam waktu yang bersamaan. Pesan yang disampaikan dapat diakses oleh jutaan orang di berbagai lokasi secara serentak. Misalnya, berita yang disiarkan di televisi atau artikel yang dipublikasikan di situs berita dapat dilihat oleh orang di berbagai belahan dunia pada saat yang bersamaan.

4. Memakai Peralatan Teknis Atau Mekanis

Untuk menyampaikan informasi, media massa menggunakan berbagai peralatan teknis atau mekanis seperti kamera, mikrofon, komputer, dan jaringan.

2.3.3. Jenis-Jenis Media Massa

Peran Media Massa menurut Goenawan. (2018: 183) adalah :

- a. Jendela untuk peristiwa dan pengalaman.
- b. Media adalah cermin bagi gambaran peristiwa yang ada di dunia. Maka dari itu media bertindak sebagai cerminan yang merefleksikan kejujuran.
- c. Media bertindak sebagai filter dan gatekeeper, artinya media dianggap sebagai pusat perhatian dan harus bertindak untuk di luar kepentingan pribadi.
- d. Media sebagai rambu-rambu dan penerjemah, untuk membuat hal-hal yang tidak jelas dan membingungkan menjadi masuk akal.
- e. Media sebagai forum untuk mendapatkan umpan balik dari pemirsa.

f. Media sebagai medium interaktif untuk menjawab pertanyaan dari peristiwa yang sedang terjadi. Dengan melihat peran media menurut McQuaile, maka dapat disimpulkan sebenarnya antara media dengan audiensnya memiliki saling ketergantungan dalam masyarakat.

Peran media massa tidak bisa terlepas dari fungsi media massa. Ketika menjalankan perannya media massa harus memperhatikan dan mengingat fungsinya. Berdasarkan UU Nomor 40 tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, menghibur, mendidik, dan pengawasan social (social control) pengawasan perilaku public dan penguasa. Keberhasilan media massa sebagai *agen of change* bisa dilihat dari pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat

2.3.4. Fungsi Media Massa

Menurut Nurani Soyomukti (2018) jenis-jenis media massa meliputi

1. Media Massa Cetak

Yaitu media yang menggunakan kertas, sebagai medium untuk penyebaran informasinya seperti Surat Kabar, Majalah, Tabloid, Poster, Banner.

2. Media Massa Elektronik

Media yang menggunakan teknologi audio dan visual, sebagai medium untuk penyebaran informasinya. Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya, bahkan di antara sesama media penyiaran, misalnya antara radio dan televisi terdapat berbagai perbedaan sifat. Upaya menyampaikan informasi melalui media cetak, dan audio visual, masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kelemahan.

Berdasarkan definisi lain, media massa memiliki 3 jenis :

1. Media Massa Cetak (*Printed Media*)

Media cetak adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas.

Dari segi format dan ukuran kertas media massa cetak meliputi :

- a. Koran atau surat kabar
- b. Tabloid
- c. Majalah
- d. Buku
- e. Bulletin

2. Media Massa Elektronik (*Electronic Media*)

Media elektronik adalah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara (audio) gambar hidup (video) dengan menggunakan teknologi elektronik seperti radio, televisi dan film.

3. Media Online (Online Media, *Cybermedia*)

Media online disebut juga media daring (dalam jaringan), media intranet atau media siber. Media siber adalah media massa yang ditemukan atau disajikan di internet.

2.4. Media Online

2.4.1. Pengertian Media Online

Media online disebut juga sebagai cybermedia, internet media, dan new media (media baru) adalah media yang tersaji secara online di situs web internet. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan oleh Dewan Pers mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serat memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan Pers yang ditetapkan dewan pers. Media online bisa dikatakan sebagai media generasi ketiga, setelah media cetak, koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik, radio, televisi, dan film/video.

Media online adalah salah satu media yang saat ini sering digunakan oleh masyarakat, karena aksesnya yang begitu mudah (Romli, 2018). Kecepatan salah satunya, saat ini dengan mudahnya teknologi informasi dapat

dengan cepat diterima. Sarana pemberitaan suatu fakta atau peristiwa yang diolah dan disebarluaskan melalui internet juga merupakan kegunaan dari media online. Secara teknis, media online merupakan alat yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Macam-macam media online yaitu facebook, instagram, whatsapp, tweeter, radio online, televisi online dan lain sebagainya..

2.4.2. Karakteristik Media Online

Media online memiliki beberapa karakteristik media online yang menjadikannya mampu bersaing. Menurut Suryawati (2019), meskipun media online merupakan media baru. Keunggulan-keunggulan tersebut diantaranya:

- a. Informasi yang disajikan bersifat *up to date*. Media online memiliki proses penyajian berita yang mudah dan sederhana, sehingga memungkinkan untuk melakukan *upgrade* (pembaharuan) suatu berita atau informasi setiap waktu.
- b. Informasi bersifat *real time*. Media online dapat menyajikan berita atau informasi secara *live* (langsung) saat peristiwa sedang terjadi.
- c. Akses praktis. Media online dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Akses yang mudah ditawarkan dengan syarat terdapat jaringan internet dari alat pengakses berita (komputer dan *handphone/smartphone*)
- d. *Hyperlink System*. Sistem *hyperlink* yang terdapat pada media online merupakan sistem koneksi antara website dengan website. Sistem ini memungkinkan bagi pengakses suatu *situs/website* untuk mengakses *situs/website* lainnya, sehingga informasi lain juga akan didapatkan pengakses

2.4.3. Jenis-jenis Media Online

Media online dapat diklasifikasikan dalam lima kategori dengan berupa berdasarkan pada situs berita (Romli, 2018) yaitu sebagai berikut:

1. Situs berita –edisi online|| seperti tertulis didalam surat kabar atau sering disebut dengan majalah.
2. Situs berita –edisi online|| dalam media dari penyiaran radio.
3. Situs berita –edisi online|| media dari penyiaran pada stasiun televisi

4. Situs berita online –murni yang tidak berhubungan dengan media cetak atau elektronik

Adapun terdapat beberapa jenis media online yang bisa diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Mesin Pencari

Situs web yang menjadi gerbang atau pintu masuk menuju berbagai informasi yang diinginkan atau yang dibutuhkan seperti Google, Bing, dan Yahoo.

2. Portal

Website yang menyediakan beraneka ragam jenis informasi yaitu portal berita atau situs berita seperti *CNN*, *BBC*, *Detik*, *Republika Online*, *Sindo*, *Okezone*, dan sebagainya.

3. Media Online atau Jejaring Sosial

Situs web menjadi sebuah forum online untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, mengobrol atau bertegur sapa, seperti Blog, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram, LinkedIn, MySpace, Path, kaskus dan lain sebagainya. Situs-situs lembaga, instansi, organisasi, perusahaan, yayasan, dan situs pribadi (personal website) termasuk juga media sosial karena tujuan utamanya yaitu –sosialisasi kebijakan, produk, jasa, aktivitas, program, dan (untuk situs pribadi) berbagi pemikiran juga pengalaman serta membangun jaringan, klien, mitra bisnis, konsumen, kenalan dan lain-lain.

4. Aplikasi *Chatting*

Yaitu software atau program yang dapat memungkinkan orang-orang untuk mengobrol secara online tanpa batas geografis, seperti *Skype*, *Yahoo Messenger*, *WhatsApp*, *Line*, *We Chat*, dan lain sebagainya.

5. Surat Elektronik (*Electronic Mail*, *Email*)

Akun di sebuah situs web yang menyediakan sarana untuk bertukar pesan atau informasi melalui internet, seperti Yahoo Mail dan Google Mail (Gmail).

6. Perdagangan Elektronik (*Electronic Commerce, e-commerce*)

Situs jual beli online, bisnis online, berupa penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, dan transaksi barang serta jasa yang dilakukan secara online, termasuk Marketplace seperti Kaskus, Berniaga, Bukalapak, OLX.

2.5. Berita

2.5.1. Pengertian Berita

Berita dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai “news” yang memiliki kepanjangan dari empat penjuru mata angin, yakni *North* (utara), *East* (timur), *West* (barat), dan *South* (selatan). Artinya sebuah pemberitaan harus meliputi seluruh arah sehingga dapat menambah informasi kepada masyarakat. Karena itu berita yang termuat dalam sebuah media biasanya datang dari segala penjuru. Bisa diartikan pula bahwa seluruh penjuru bermakna keumuman isi pemberitaan, seperti: kriminal, kebakaran, politik, pemerintahan, olahraga, hingga demo masa (Qorib, 2018:71-72). Maka bisa dikatakan bahwa berita merupakan informasi yang datang dari berbagai penjuru berdasarkan fakta, kemudian disebarluaskan melalui media massa.

2.5.2. Nilai Berita

Media massa memiliki kriteria untuk menilai berita layak muat. Media massa memiliki ideologi yang biasanya berbeda dengan media lainnya, termasuk fokus media hingga segmentasi pembaca. Media yang memiliki fokus sama biasanya akan berkompetensi dari segi pemberitaan untuk menarik pembaca. Sehingga standar tertentu yang diinginkan media agar informasi yang diberitakan dapat menciptakan pembaca yang lebih banyak (Qorib, 2018:75).

Berita yang ditulis oleh wartawan akan diloloskan oleh redaksi apabila memenuhi standar berita layak muat (Qorib, 2018:86) meliputi:

1. Aktualitas

Bisnis media massa selalu dikaitkan dengan waktu yang serba terbatas. Dalam kurun waktu 24 jam, media massa harus bisa melaksanakan beberapa aktivitas sekaligus yaitu: pencarian berita, editing, penerbitan, hingga sampai ketangan pembaca. Proses ini terjadi di seluruh jenis media massa. Karena itu dalam pemilihan kandodat wartawan selalu ada persyaratan untuk terbiasa dengan deadline.

2. Proximity (unsur kedekatan)

Unsur kedekatan akan menarik warga untuk memperhatikan sesuatu. Karena ia akan merasa kenal dan mengetahui kejadian itu, ia akan memburu koran di manapun berada. Kedekatan ini bisa dilihat dari dua sisi, kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis berarti ada hubungan lokasi antara kejadian dengan penduduk. Sedangkan kedekatan psikologis sifatnya lebih kepada hubungan yang melibatkan perasaan personal.

3. Penting

Untuk menuntaskan tugas pers sebagai pemberi informasi, maka berita-berita yang ditulis wartawan haruslah sesuatu yang penting untuk diketahui masyarakat.

4. Dampak

Selain penting, berita yang dimuat di media massa harus bisa memberikan pengaruh kepada kehidupan sosial masyarakat. Kadangkala berita terlihat tidak penting namun ternyata berpengaruh. Karena itu, wartawan juga perlu mengukur kebutuhan khalayak seperti apa.

5. Luar Biasa

Peristiwa-peristiwa yang termasuk dalam kejadian luar biasa selalu menjadi berita menarik bagi masyarakat luar. Peristiwa ini dapat memuaskan hasrat keingintahuan dan curiositas (penasaran) masyarakat terhadap hal-hal yang baru. Karena itu peristiwa yang kejadiannya rutin cenderung tidak bisa dijadikan berita.

6. Konflik

Konflik terjadi jika ada benturan kepentingan. Konflik bisa berupa fisik maupun psikis. Di Indonesia sendiri konflik sering terjadi. Peperangan yang terjadi antara suku di Papua merupakan konflik fisik yang dalam pandangan masyarakat modern, merupakan sesuatu yang tidak perlu. Tetapi perang masih terus terjadi. Peristiwa ini bisa menjadi bahan berita yang menarik bagi wartawan, baik guna dieksploitasi demi keuntungan semata maupun berita yang menawarkan solusi.

7. Tokoh

Berita yang ditulis oleh pers kebanyakan berhubungan dengan tokoh-tokoh yang memiliki kredibilitas dalam bidang tertentu. Tokoh-tokoh ini dianggap memiliki legitimasi untuk berbicara persoalan yang sesuai dengan keahliannya.

8. Ketertarikan

Human interest merupakan berita yang membuat peristiwa yang menarik hati pembacanya, baik itu sifatnya yang membahagiakan, menegangkan, maupun menyedihkan. Sedangkan

9. Personal Interest lebih mementingkan pada ketertarikan pribadi dari anggota masyarakat.

10. Seks

Diakui ataupun tidak seksualitas selalu menarik perhatian pembaca. Banyak orang yang ingin membaca berita-berita seksualitas namun malu ketika dihadapan umum. Demi memuaskan pembaca yang tertarik dengan berita-berita yang memiliki nilai seksual, ada koran yang memang menyediakan rubrik seputar hal tersebut. Biasanya berita seksual dihubungkan dengan berbagai kasus kriminal sehingga koran yang menyediakan berita-berita seputar kriminal, seksual, dan kekerasan lainnya ini dinamakan koran kuning.

11. Humor

Orang-orang menyukai berita yang bisa membuat mereka tertawa lebar. Gambar-gambar karikatur yang ada di media massa bisa mengkomodir

hadirnya kelucuan dalam media massa. Selain karikatur, ada bagian rubrik media massa yang mengakomodir kelucuan-kelucuan tentang peristiwa.

12. *Trend*

Masyarakat yang sudah menjadi satu dalam budaya massa akan memiliki *trend* yang sama bahkan di belahan dunia yang lain.

Menurut Effendy (2015: 69-71). Nilai-nilai berita dapat ditentukan oleh 10 komponen utama, antara lain:

1. Minat diri (*news value*) Ini bersangkutan langsung dengan kepentingan pembaca, seperti keluarga, pekerjaan, kekayaan hobi dan sebagainya.
2. Uang (*money*) Hidup manusia tidak lepas dari soal uang. Kaenanya akan selalu menarik. Peraturan kenaikan gaji, SPP, korupsi, perampokan bank, dll akan menarik untuk dibaca.
3. Seks Masalah seks menyangkut semua orang. Karena akan selalu menarik perhatian untuk dibaca. Bintang film, ratu kecantikan, wadam, wanita tuna susila, dll. Kesemuanya itu merupakan bahan berita yang bisa mensrik minta pembaca.
4. Pertentangan (*conflict*) Berita mengenai pertentangan akan merupakan jaminan untuk memperoleh pembaca yang banyak jumlahnya. Contohnya berita mengenai pertentangan ialah berita perang, kampanye politik, pemogokan, olah raga, kontes kecantikan, pemeriksaan di pengadilan, dan sebagainya.
5. Minat Insani (*human interest*) Seperti telah disinggung tadi berita human interest ialah yang menyentuh rasa manusiawi, yang menimbulkan rasa aneh, takjub, gembura, ngeri, sedih, terharu dan lain-lain. Yang dapat menimbulkan perasaan seperti itu terutama manusia.
6. Ketegangan (*suspense*) Berita-berita yang membuat kita ingin mengetahui apa yang akan terjadi sering kali membangkitkan minat yang terus-menerus, berita semacam itu adalah mengenai kisah-kisah

petualangan, penyelidikan, atau yang menyangkut pertolongan kepada orang yang ditimpa bencana, seperti umpannya pekerja tambang yang tertimbun.

7. Kemashuran (*fame*) Orang termashur bukan saja –membuat berita“ (make news) tetapi ia sendiri ialah berita. Khalayak akan tertarik oleh apa yang dikatakan atau apa yang dilakukan oleh orang yang namanya harum.
8. Keindahan (*beauty*) Keindahan mencakup berbagai hal yang dapat menarik minat pembaca. Keindahan bukan saja mengenai manusia, seperti paras yang cantik, tubuh yang bagus, suara yang merdu, atau pakaian yang serasi tetapi juga mengenai keindahan alam, rumah dan sebagainya.
9. Umur (*age*) Peristiwa yang menyangkut anak atau seorang yang lanjut usianya akan menarik minat pembaca. Contohnya seorang menteri yang berusia sangat muda, anak umur sembilan tahun yang mengandung, kakek yang berumur seratus tahun lebih, akan merupakan bahan berita yang akan mengandung perhatian.
10. Kejahatan (*crime*) Kejahatan selalu menarik perhatian pembaca, kalau surat kabar banyak menyiarkan berita kejahatan, karena pembaca memang menyukainya. Tidak mengherankan jika kantor polisi tiap hari didatangi wartawan untuk mengetahui kejahatan apa yang terjadi hari itu.

2.5.3. Jenis-jenis Berita

Adapun bentuk berita menurut (Efendy,2018) sebagai berikut:

1. Berita Singkat (*spot news*)

Berita singkat atau *spot news* merupakan berita yang ditulis secara singkat karena tidak besar daya tarik berita atau tidak besar dampak berita itu lagi bagi masyarakat biasanya bentuk berita ini dimuat dalam kolom khusus misalnya seputar daerah, kriminal singkat, cuplikan olahraga dan sebagainya.

2. Berita langsung (*straight news*)

Berita langsung ialah berita yang penulisannya lugas, langsung, apa adanya. Dalam istilah bahasa Inggris disebut *straight news*, *hard news* atau *spot news*. Berita langsung disajikan untuk menyampaikan kejadian-kejadian yang secepatnya harus diketahui pembaca prinsip penulisannya adalah piramida terbalik dan kalimat terpenting disajikan di bagian Lit sedangkan kalimat pembuatnya berada di bagian bawah atau yang disebut (body).

3. Berita mendadak (*stopper news*)

Berita mendadak merupakan berita yang diperoleh secara mendadak namun penting untuk diberitakan penulisnya pendek saja dan pada pemberitaanya berikutnya diungkap lebih lengkap.

4. Berita penutup (*stopper News*)

Berita penutup merupakan berita yang hanya ditulis pendek karena data yang diperoleh tidak memungkinkan untuk dikembangkan lagi.

5. Berita mendalam (*Depth News*)

Berita mendalam merupakan berita bentuk ini ditulis secara lengkap mendalam biasanya di garis serat tim dari kasus tertentu ke arah latar belakang penyebab kasus tersebut investigasi dan ke arah akibat atau interpretatif penulisan berita seperti ini dilakukan meningkatkan pentingnya berita diungkap dan berdampak besar bagi kehidupan masyarakat.

6. Berita Analisis (*analisi news*)

Berita analisis merupakan berita yang penulisannya dilengkapi dengan analisis dari reaksi media tersebut atau orang luar dari reaksi atau pakar media tersebut biasanya berita yang menarik meskipun terkadang tidak terkait langsung dengan kehidupan orang banyak.

7. Berita Ringan

Berita ringan ialah berita yang tidak mengutamakan pentingnya kejadian atau hangatnya berita tapi lebih mengutamakan sisi kemanusiaannya atau human interest karakter penulisannya ringan bahasanya juga ringan penulisannya menggunakan susunan piramida tegak dan bisanya kronologis

2.5.4. Penulisan Berita

Menurut Qorib (2018: 87-98) mengatakan bahwa penulisan berita meliputi beberapa hal yaitu :

1. Rumusan umum ada rumus umum penulisan berita yang menjadi panduan seluruh wartawan, yakni 5W+1H. Rumusan ini mudah diingat dan biasanya dianggap sepele. Tetapi bagaimanapun mudahnya menerapkan rumus itu kedalam tulisan berita, tetap saja hal itu dianggap penting. Rumus itu menjadi wajib diterapkan kedalam setiap berita karena jika salah satu saja tidak disertakan, maka kuranglah nilai suatu berita.
2. Piramida terbalik rumus 5W+1H digunakan dalam tubuh berita agar informasinya lengkap. Semenatar rumus piramida terbalik digunkan untuk struktur berita secara fisik. Dasar penggunaan piramida adalah nilai penting, kurang penting, dan informasi pendukung. Data yang bernilai paling penting diletakkan dibagian atas sementara data yang kurang penting diletakkan ditengah dan terakhir adalah informasi pendukung lainnya
3. *Headline*, istilah *headline* dalam lingkup jurnalistik biasanya digunakan untuk dua hal: berita yang paling penting di media massa dan judul pemberitaan. Headline yang pertama ditandai dari judul berita yang paling besar atau foto yang paling lebar di suah koran. Headline kedua adalah judul beritayang pertama kali dilihat oleh seseorang. Sebagai judul headline dapat dikatakan sebagai ringkasan berita yang paling singkat. Sehingga wartawan harus memikirkan dengan cermat headline seperti apa yang akan disematkan sebagai penarik pembaca. Headline harus mencerminkan isi berita yang paling penting, ditulis menggunakan kata-kata yang sederhana yang dapat dimengerti
4. *Lead*, *Lead* atau teras berita merupakan paragraf pertama berita yang berisi ringkasandari keseluruhan isi tulisan. Pembuatan lead dalam penulisan berita biasanya pembawa kesulitan yang paling besar. Bahkan jika data sudah lengkap, menullis lead tetap membutuhkan waktu yang relatif lama.

Karena itu wartawan yang mahir biasanya sudah mengantongi lead proses pencarian data.

5. Kutipan berita yang didasarkan pada wawancara dipastikan memiliki kutipan dari ucapan narasumber. Sebagaimana penulisan kutipan lainnya. Penulisan kutipan berita juga menggunakan tanda petik diawal dan diakhir kalimat sebagai tanda bahwa kalimat yang berada didalamnya adalah kutipan perkataan narasumber.

2.5.5. Bentuk-bentuk Berita

Adapun bentuk berita menurut Effendy (2018) sebagai berikut:

1. **Berita singkat (*spot news*)**
Berita singkat atau *spot news* merupakan berita yang ditulis secara singkat karena tidak besar daya tarik berita atau tidak besar dampak berita itu lagi bagi masyarakat biasanya bentuk berita ini dimuat dalam kolom khusus misalnya seputar daerah, kriminal singkat, cuplikan olahraga dan sebagainya.
2. **Berita langsung (*straight news*)**
Berita langsung ialah berita yang penulisannya lugas, langsung, apa adanya. Dalam istilah bahasa Inggris disebut *straight news*, *hard news* atau *spot news*. Berita langsung disajikan untuk menyampaikan kejadian-kejadian yang secepatnya harus diketahui pembaca prinsip penulisannya adalah piramida terbalik dan kalimat terpenting disajikan di bagian Lit sedangkan kalimat pembuatnya berada di bagian bawah atau yang disebut (body).
3. **Berita mendadak (*stopper news*)**
Berita mendadak merupakan berita yang diperoleh secara mendadak namun penting untuk diberitakan penulisannya pendek saja dan pada pemberitaannya berikutnya di ugkap lebih lengkap.
4. **Berita penutup (*stopper news*)**
Berita penutup merupakan berita yang hanya ditulis pendek karena data yang di peroleh tidak memungkinkan untuk di kembangkan lagi.

5. Berita mendalam (*Depth news*)

Berita mendalam merupakan berita bentuk ini ditulis secara lengkap mendalam biasanya di garis serat tim dari kasus tertentu ke arah latar belakang penyebab kasus tersebut investigasi dan ke arah akibat atau interpretatif penulisan berita seperti ini dilakukan meningkatkan pentingnya berita diungkap dan berdampak besar bagi kehidupan masyarakat.

6. Berita Analisis (*analisis news*)

Berita analisis merupakan berita yang penulisannya dilengkapi dengan analisis dari reaksi media tersebut atau orang luar dari reaksi atau pakar media tersebut biasanya berita yang menarik meskipun terkadang tidak terkait langsung dengan kehidupan orang banyak

7. Berita ringan

Berita ringan ialah berita yang tidak mengutamakan pentingnya kejadian atau hangatnya berita tapi lebih mengutamakan sisi kemanusiaannya atau human interest karakter penulisannya ringan bahasanya juga ringan penulisannya menggunakan susunan piramida tegak dan bisanya.

2.6. Analisis Wacana

2.6.1. Pengertian Analisis Wacana

Wacana merupakan satuan paling lengkap dalam hierarki gramatikal tertinggi. Sebagai satuan bahasa yang lengkap, wacana memuat konsep, gagasan, pikiran atau ide yang utuh, sehingga bisa dipahami oleh pembaca (dalam wacana tulis) atau pendengar (dalam wacana lisan). Wacana dapat diartikan sebagai sesuatu rangkian kalimat yang tersusun dari deretan kata yang dituturkan seseorang baik berupa lisan maupun tulisan dan di dalamnya memiliki makna atau arti (Panggabean, 2019). Wacana merupakan satu bahasa komplit yang dinyatakan secara lisan maupun tulisan, bersifat kohesif, koheren, dan terpadu, serta mencerminkan hasil interaksi sosial sehingga dapat dipahami oleh pembaca (Baryadi, 2022).

Dalam konteks komunikasi, wacana disebut sebagai rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi (Kasir & Harun, 2021).

Wacana digunakan untuk menyampaikan informasi, ide, gagasan, atau pesan kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa dengan tujuan tertentu. Wacana dapat berupa teks tertulis, pidato, percakapan, cerita, atau bentuk komunikasi lainnya. Pemahaman wacana dalam konteks penggunaannya sebagai sarana komunikasi tidak hanya terbatas pada teks itu sendiri melainkan juga faktor-faktor di luar teks. Pemahaman tersebut dapat dikaji melalui analisis wacana kritis.

Analisis wacana digunakan untuk memeriksa, memahami, dan ideology yang terkandung di dalamnya. Tujuan utama analisis wacana adalah untuk mengungkap cara berpikir, makna, dan konstruksi sosial yang mendasari teks tersebut. Analisis wacana juga membantu dalam memahami cara-cara dimana teks dikonstruksi untuk menyampaikan makna tertentu. Ini melibatkan pengidentifikasian struktur bahasa, pola penggunaan kata, symbol, dan gaya bahasa yang digunakan dalam teks.

Menurut Teun A. Van Dijk, analisis wacana tidak hanya didasarkan pada teks berita, tetapi juga pada kognisi sosial produksi suatu berita yang didasarkan pada individu dari wartawan dan redaksi serta konteks wacana yang berkembang dalam masyarakat. Teori analisis wacana kritis merupakan teori yang berusaha secara kritis dan mendalam tujuan produksinya sebuah wacana (Veronica, 2023). Istilah ini sebenarnya di adopsi dari pendekatan psikologi sosial, khususnya untuk menggambarkan struktur dan proses pembentukan teks. Struktur makro mengacu pada topik yang dibahas dalam wacana dan makna keseluruhan yang dapat diamati dirinya. Struktur supra mengacu pada kerangka suatu wacana, seperti percakapan seperti percakapan atau tulisan biasa yang dimulai dengan pendahuluan, diikuti dengan isi utama, dan diakhiri dengan kesimpulan. Struktur mikro, mengacu pada makna lokal wacana dan dapat diperiksa dari perspektif semantik, sintaksis, dan retorik.

Suatu kata atau frasa bisa saja mengandung wacana, asalkan memenuhi persyaratan sebagai wacana. Berdasarkan definisi diatas suatu teks dapat dikatakan wacana jika memenuhi persyaratan atau ciri-ciri sebagai berikut:

1. Topik, topik merupakan pernyataan pendek, tapi berisi hal lebih luas sehingga dapat makna oleh pendengar dan pembaca. Pengungkap topik, peserta tutur atau penulis melakukan tindak tutur tertentu sebagai bentuk ekspresi.
2. Kohesi dan koherensi, kohesi merupakan kepaduan antara unsur sintaksis yang satu dengan lain termasuk konteks dalam satu wacana, sedangkan koherensi terbentuk rekaman kebahasaan yang dari suatu peristiwa komunikasi yang utuh secara makna.
3. Tujuan (fungsi), suatu wacana dapat berfungsi informatif, emotif, sikap, persuasif, dan sosiatif, keteraturan, emotif, sikap, persuasif, dan asosiatif. Keteraturan, memiliki keteraturan kohesi maupun keteraturan dalam logika yang masuk akal baik dalam kata, frasa, klausa, kalimat, maupun alenia.
4. Teks, ko-teks, dan konteks. Konteks adalah situasi yang melingkupi teks baik situasi pembicaraan, pembicara, pendengar, waktu, topik, tempat, adegan, peristiwa, bentuk amanat, kode, dan media. Konteks adalah, kesejajaran, koordinatif, dan hubungan teks dengan teks lain.

Kata wacana (*discourse*) berasal dari Bahasa latin "*discurrere*" yang berarti -lari kian kemari Thomas Aquinas pertama kali menggunakan istilah *discursive* di dalam filsafat. Bagi tomas *discursive* berarti sesuatu seperti penalaran intelektual, pengenalan melalui konsep dan berpikir dalam konsep.

2.6.2. Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis memandang bahasa bukan sekadar alat komunikasi, melainkan sebagai bentuk nyata dari praktik sosial. Dalam perspektif ini, bahasa dipahami memiliki peran penting dalam membentuk, mempertahankan, dan bahkan menantang struktur sosial yang ada. Studi analisis wacana kritis bertujuan untuk menyadarkan individu akan bagaimana bahasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menciptakan, mereproduksi, atau melawan ketimpangan sosial dan ideologi dominan. Salah

satu tokoh utama dalam pendekatan ini adalah Norman Fairclough, yang merumuskan model analisis wacana terpadu berdasarkan pemikiran sosiopolitik dan linguistik, serta mengaitkannya secara erat dengan dinamika perubahan sosial. Oleh karena itu, model analisis wacana yang dikembangkan oleh Fairclough sering kali diartikan sebagai kerangka pemikiran tentang perubahan sosial itu sendiri (Erawati et al., 2022).

Fairclough menegaskan bahwa analisis wacana kritis berlandaskan pada pemahaman mengenai bagaimana penggunaan bahasa dapat menciptakan golongan-golongan sosial yang memiliki kekuatan untuk mempertahankan atau menantang ideologi tertentu. Dengan kata lain, prinsip dasar dari pendekatan ini adalah bahwa wacana tidak bersifat netral, melainkan dapat melahirkan dan memperkuat relasi kuasa yang timpang antara kelompok-kelompok dalam masyarakat, seperti antara kelas sosial yang berbeda, antara laki-laki dan perempuan, serta antara kelompok mayoritas dan minoritas. Ketimpangan tersebut tidak hanya tercermin dalam struktur sosial secara umum, tetapi juga secara konkret tampak dalam praktik-praktik sosial sehari-hari, seperti dalam pendidikan, media, hukum, dan politik (Erawati et al., 2022). Oleh karena itu, analisis wacana kritis menjadi alat penting untuk mengkaji bagaimana bahasa dapat digunakan sebagai sarana perjuangan ideologis dan perubahan sosial.

Analisa wacana kritis menganggap bahasa menjadi wujud praktik sosial. Studi analisa wacana kritis bertujuan guna menjadikan orang merasa. Norman Fairclough membuat pemodelan analisis wacana terpadu berdasarkan pemikiran sosiopolitik dan linguistic serta terintegrasi dengan perubahan sosial secara umum. Oleh karena itu, pemodelan yang dipaparkan Fairclough seringkali diartikan pemodelan perubahan sosial (Erawati et al., 2022). Fairclough memaparkan bahwasanya analisa wacana kritis berpedoman terhadap pemakaian bahasa yang menimbulkan golongan sosial guna melawan serta mengusulkan ideologi mereka sendiri. Prinsip tersebut beranggapan bahwasanya wacana bisa melahirkan korelasi kekuasaan yang timpang diantara kelas sosial, pria dengan wanita, golongan minoritas dengan

mayoritas, yang perbedaannya tercermin pada praktik sosial (Erawati et al., 2022).

Perbedaan antara analisis wacana dan analisis wacana kritis terletak pada pendekatan serta tujuan yang ingin dicapai. Analisis wacana kritis merupakan suatu proses penguraian atau upaya mendalam dalam memahami teks sebagai bagian dari dimensi sosial, yang dikaji oleh individu atau kelompok yang memiliki kekuasaan dominan. Berbeda dengan analisis wacana biasa yang cenderung bersifat deskriptif dan netral, analisis wacana kritis memiliki kecenderungan untuk mengungkap kepentingan tertentu di balik teks yang dianalisis. Oleh karena itu, analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana teks dapat digunakan sebagai alat untuk memperoleh kekuasaan atau memengaruhi pembaca sesuai dengan tujuan tertentu. Dengan demikian, penting untuk menyadari bahwa konteks sosial, politik, dan ideologis sangat memengaruhi cara teks disusun.

Selain itu, analisis yang dilakukan dalam kerangka wacana kritis disadari telah dipengaruhi oleh sudut pandang penulis, baik secara sadar maupun tidak sadar, karena penulis membawa berbagai faktor subjektif dalam penyusunan wacana. Di sisi lain, harus pula dipahami bahwa di balik setiap wacana terdapat makna, perspektif, serta kepentingan yang ingin disampaikan atau diperjuangkan oleh pihak tertentu (Sirutama, 2013). Dengan kata lain, analisis wacana kritis tidak hanya berfokus pada isi teks, tetapi juga menyoroti relasi kuasa, ideologi, serta konteks sosial budaya yang melatarbelakanginya.

2.6.3. Teori Wacana Norman Fairclough

Wacana dalam pandangan Fairclough, memiliki sedikitnya tiga kontribusi sosial yakni pertama; wacana memberikan kontribusi dalam mengkonstruksi identitas sosial dan posisi sosial subjek, kedua; wacana membantu mengkonstruksi relasi sosial di antara setiap orang dalam suatu ruang sosial, dan ketiga; wacana memberi kontribusi dalam membangun system pengetahuan dan sistem kepercayaan. Ketiga kontribusi wacana ini merupakan fungsi bahasa dan dimensi makna bahasa yang dihubungkan

dengan identitas, relasional, dan ideasional. Membincang persoalan wacana sebagai praktik sosial, Fairclough mengemukakan empat hal yakni; (a) bahasa dan wacana, (b) wacana dan tatanan kewacanaan, (c) kelas dan kekuasaan dalam masyarakat kapitalis, dan (d) struktur dan praktik dialektis (Norman Fairclough, 1998:19).

a. Bahasa dan Wacana

Fairclough menggunakan terminologi wacana dengan memberi penekanan pada penggunaan bahasa, membincang wacana berarti membincang bahasa sebagai bentuk praktik sosial, lebih dari sekedar penggunaan kata-kata seseorang (person) untuk mengekspresikan atau merefleksikan sesuatu makna kepada orang lain. Hal ini berarti bahwa bahasa merupakan bagian dari komunitas sosial dan tidak bergeser dari pengertian itu. Selain itu bahasa juga merupakan proses sosial yang terkondisikan oleh unsur masyarakat di luar dari aspek kebahasaan (Norman Fairclough, 1998:25).

Bagi Fairclough, tidak ada hubungan eksternal antara bahasa dan masyarakat, namun lebih ada hubungan internal dan dialektikal. Bahasa adalah bagian internal dari masyarakat, fenomena linguistik adalah fenomena sosial yang sifatnya khusus. Fenomena linguistik merupakan fenomena sosial sebab di mana pun orang-orang berbicara, mendengar, menulis, atau membaca, mereka melakukan dengan cara-cara yang tergantung dengan kondisi sosial dan juga apa yang mereka lakukan itu mempunyai efek sosial (Norman Fairclough, 1998:25).

Sebaliknya bagi Fairclough, fenomena sosial dalam bagian tertentu adalah fenomena linguistik. Hubungan ini mengandung arti bahwa aktivitas bahasa yang terjadi dalam konteks sosial bukan sekedar merupakan sebuah refleksi atau pun ekspresi dari proses dan praktik sosial. Hal tersebut justru merupakan bagian dari proses dan praktik itu sendiri (Norman Fairclough, 1998:26). Sebagai contoh dapat ditemukan pada proses penyelenggaraan pilpres, pilkada, rapat kerja atau musyawarah, sebagai suatu proses dan praktik sosial. Terdapat sejumlah

kata yang menjadi kata kunci dari wacana tertentu, yang justru menjadi bermakna konstan dan menjadi pangkal perdebatan. Kata-kata atau term seperti; politik, demokrasi, nasionalisme, fundamentalisme, terorisme, daerah, dan lain-lain, biasanya menjadi perdebatan pendahuluan yang seru, dinamis, dan menentukan kesimpulan-kesimpulan serta hasil akhir dari seluruh rangkaian proses dan praktik sosial tersebut. Dalam konteks ini, fenomena sosial seperti pilpres, pilkada, dan rapat kerja, adalah juga merupakan fenomena bahasa.

b. Wacana dan Tatanan Kewacanaan

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa tatanan kewacanaan (order of discourse), adalah totalitas praktik kewacanaan suatu kelompok, institusi atau masyarakat secara luas beserta hubungan-hubungan di antara praktik-praktik tersebut. Kelompok atau institusi ini adalah subjek wacana yang tidak saja memproduksi wacana, tetapi juga menjadi bagian-bagian dari kelas dalam struktur sosial. Dalam hubungannya antara wacana dan tatanan kewacanaan, Fairclough hendak menegaskan bahwa wacana sesungguhnya ditentukan pula oleh struktur sosial, ditentukan oleh kesepakatan-kesepakatan (konvensi) subjek wacana itu sendiri. Keberadaan suatu wacana tidak hanya dibentuk oleh keberadaan beberapa jenis wacana lainnya yang berdiri sendiri, tetapi juga oleh jaringan-jaringan kerja antar wacana yang saling tergantung satu sama lain (Norman Fairclough, 1998:31-36).

c. Wacana, Kelas dan Kekuasaan Ilustrasi di atas, menggambarkan dengan cukup jelas bahwa wacana merupakan representasi dari kelompok, institusi, atau subjek yang memproduksinya sebagai wacana. Setiap wacana mewakili subjeknya masing-masing dalam ruang sosial. Kelompok, institusi atau subjek wacana dalam posisinya sebagai bagian dari praktik sosial, melakukan upaya-upaya saling mempengaruhi dan lebih jauh bahkan saling mendominasi satu sama lain. Setiap subjek wacana, jika hendak bertahan dalam merebut pengaruh, harus memiliki akar kuat yang masuk ke dalam isi pikiran publik. Disinilah wacana

diproduksi, didistribusi, lalu dikonsumsi oleh khalayak, lalu menjadi bagian yang tak terpisahkan dari khalayak, bahkan menjadi anutan khalayak. Pada tataran ini, wacana akan membentuk suatu ideologi yang selanjutnya dapat disebut sebagai ideologi kelompok sebagaimana telah disebutkan lebih awal bahwa wacana berkontribusi dalam membentuk identitas sosial. Dengan demikian, karena membentuk identitas, wacana juga menjadi representasi kelas, seperti kelas kekuasaan (kelompok dominan; bedakan dengan mayoritas), kelas pendukung kekuasaan, kelas moderat, kelas oposisi, atau kelas marginal atau bawah (Norman Fairclough, 1998:40).

d. struktur dan praktik dialektis

Dalam teori Norman Fairclough, wacana merupakan praktik sosial yang dinamis dan saling terhubung, bukan sekadar kumpulan kata. Wacana memiliki peran aktif dalam membentuk identitas, hubungan sosial, serta pengetahuan dan keyakinan kita. Hubungan ini bersifat dialektis, di mana tiga dimensi utama wacana yaitu teks (bahasa yang digunakan), praktik diskursif (cara wacana diproduksi dan dikonsumsi), dan praktik sosiokultural (konteks sosial, kekuasaan, dan ideologi) secara terus-menerus saling memengaruhi dan membentuk satu sama lain. Dengan kata lain, teks berita yang kita baca (dimensi teks) tidak muncul begitu saja, melainkan merupakan hasil dari tujuan dan cara media beroperasi (praktik diskursif). Semua ini dipengaruhi oleh struktur kekuasaan dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat (praktik sosiokultural). Pada gilirannya, teks dan praktik diskursif ini juga berkontribusi dalam membentuk, mempertahankan, atau bahkan mengubah realitas sosial yang ada.