

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Analisis Wacana

Istilah wacana sekarang ini dipakai sebagai terjemahan dari perkataan bahasa Inggris *discourse*. Dalam salah satu kamus bahasa Inggris terkemuka mengenai wacana atau *discourse* ini kita dapat membaca keterangan sebagai berikut; kata *discourse* berasal dari bahasa Latin *discursus* yang berarti lari kian-kemari. Yang diturunkan dari *dis-* 'dari, dalam arah yang berbeda', dan *currere* 'lari'.¹

Selanjutnya, menurut Hawthorn, wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya. Sedangkan menurut Roger Fowler wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan (pandangan dunia; representasi pengalaman), nilai, dan kategori yang masuk di dalamnya.²

Wacana mempunyai banyak pengertian dari berbagai sumber, dan hal ini tergantung pada aspek bahasan dan disiplin ilmu yang memakainya, seperti contoh berikut; dalam disiplin sosiologi, wacana difokuskan pada hubungan antara konteks sosial dari pemakai bahasa. Dalam disiplin linguistik, wacana adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Dalam disiplin psikologi sosial, diartikan sebagai pembicaraan, wacana yang dimaksud di sini agak mirip dengan struktur dan bentuk wawancara serta praktik dari pemakainya. Sementara dalam disiplin politik, wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama politik bahasa, karena bahasa adalah aspek sentral dari penggambaran suatu objek..³

Kemudian pengertian analisis wacana menurut Mohammad A. S. Hikam, menurut tiga pandangan dalam

¹ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 9.

² Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 2.

³ Eriyanto, 3.

tulisannya. Pandangan yang pertama *positivisme-empiris*; analisis wacana dimaksudkan untuk menggambarkan tata aturan kalimat, bahasa, dan pengertian bersama. Kemudian wacana lantas diukur dengan pertimbangan kebenaran atau ketidak benaran (menurut sintaksis dan semantik) semata tanpa mengaitkannya dengan subjek penyampai pernyataan. Pandangan kedua *kontruktivisme*; analisis wacana dimaksudkan untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Dalam pandangan ini wacana adalah upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek penyampai pernyataan. Pandangan yang ketiga, *pandangan kritis*; menurut pandangan ini analisis wacana dimaksudkan untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa (batasan-batasan apa yang diperkenankan menjadi wacana, perspektif yang mesti dipakai, topik apa yang dibicarakan). Dalam pandangan ini wacana melihat bahasa selalu terlibat dalam pembentukan subjek, dan berbagai tindakan representasi yang terdapat dalam masyarakat. Karna memakai perspektif kritis, analisis wacana kategori yang ketiga ini juga disebut sebagai analisis wacana kritis.⁴

Sedangkan pendapat lainnya tentang analisis wacana di kemukakan oleh Stubs dan Cook, Stubs mengatakan, analisis wacana merupakan kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, yang berarti penggunaan bahasa seperti dalam komunikasi sehari-hari. Selanjutnya Stubs menjelaskan bahwa analisis wacana menekankan kajian penggunaan dalam konteks sosial, khususnya dalam interaksi antar-penutur. Senada dengan Stubs, Cook menyatakan bahwa analisis wacana adalah kajian yang membahas tentang wacana sedangkan wacana merupakan bahasa yang digunakan berkomunikasi. Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan analisis wacana adalah studi mengenai bahasa atau pemakaian bahasa.⁵

Dari pengertian-pengertian di atas bisa diambil kesimpulan bahwa, wacana adalah rangkaian aktivitas komunikasi kebahasaan dalam bentuk lisan maupun tulisan,

⁴ Eriyanto, 4–6.

⁵ Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, metode, dan Penerapannya pada Wacana Media* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 18–19.

yang dihasilkan dari proses berfikir subjek dengan maksud dan tujuan tertentu. Sedangkan analisis wacana adalah usaha untuk mengungkapkan maupun mengkaji lebih dalam secara detil setiap proses aktivitas wacana, mulai dari proses pembentukan wacana dari sisi psikologis maupun sosial subjek wacana, aspek apa saja yang mempengaruhi terbentuknya wacana, bentuk kebahasaan yang ada, serta hasil akhir dari proses wacana itu sendiri.

2. Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk

Van Dijk mengemukakan bahwa wacana itu sebenarnya bangun teoretis yang abstrak (*the abstrak theoretical construct*). Dengan begitu wacana belum dapat dilihat sebagai perwujudan fisik bahasa (teks).⁶ Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Sehingga kita mengetahui bagaimana teks dapat tercipta. Hal inilah yang melatarbelkangi munculnya model analisis wacana oleh Van Dijk yang disebut dengan kognisi sosial.⁷ Van Dijk tidak mengeksklusi modelnya dengan menganalisis teks semata. Ia juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat serta bagaimana kognisi atau pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu. Wacana oleh Van Dijk menggabungkan tiga dimensi; teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, ke dalam satu kesatuan analisis.

a. Teks.

Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.⁸ Van Dijk memanfaatkan dan mengambil analisis linguistic tentang kosakata, kalimat, proporsi, dan paragraf untuk menjelaskan dan memaknai suatu teks. Van Dijk membagi struktur dalam teks/wacana menjadi tiga tingkatan sebagai berikut:

⁶ Badara, 17.

⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 221.

⁸ Eriyanto, 224.

- 1) Struktur Makro, makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks.
- 2) Superstruktur, kerangka suatu teks seperti pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
- 3) Struktur Mikro, makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

Pemakaian kata, kalimat, proposisi, retorika tertentu oleh media dipahami Van Dijk sebagai bagian dari strategi wartawan. Pemakaian kata-kata tertentu, kalimat, gaya tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, tetapi dipandang sebagai politik berkomunikasi, suatu cara untuk mempengaruhi pendapat umum, menciptakan dukungan, memperkuat legitimasi, dan menyingkirkan lawan atau pendatang. Jika digambarkan struktur wacana adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur Makro	Tematik Tema / topik yang dikedepankan dalam suatu berita.	Topik
Superstruktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan berita di skemakan dalam teks berita utuh.	Skema
Struktur Mikro	Semantik Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Missal dengan member detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.	Latar, Detil, Maksud, Pra-anggapan, Nominalisasi
	Sintaksis Bagaimana bentuk dan	Bentuk Kalimat,

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur Mikro	susunan kalimat yang dipilih.	Koherensi, Kata Ganti
Struktur Mikro	Stilistik Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
Struktur Mikro	Retoris Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora, Ekspresi

Berikut penjelasan lebih runtut mengenai wacana Teun A. Van Dijk,⁹

1) Tematik.

Secara harfiah tema berarti “sesuatu yang telah diuraikan”, atau “sesuatu yang telah ditempatkan”. Kata ini berasal dari bahasa Yunani *tithenai* yang berarti ‘menempatkan’ atau ‘meletakkan’.¹⁰

Elemen tematik menunjukkan pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Topik menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari sisi suatu berita. Van Dijk mengasumsikan bahwa kognisi atau mental wartawan yang ingin diungkapkan dalam sebuah teks dapat terlihat dari topik teks tersebut.

Topik menggambarkan tema umum dari suatu teks berita, topik ini akan didukung oleh subtopik satu dan subtopik lain yang saling mendukung terbentuknya topik umum. Subtopik yang didukung oleh serangkaian fakta dan saling mendukung antara satu bagian dengan bagian yang lain ini, akan membentuk teks yang koheren dan utuh.¹¹

⁹ Eriyanto, 224–29.

¹⁰ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 75.

¹¹ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 229–31.

2) Skematik.

Teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. Seperti contoh, Wacana percakapan sehari-hari: salam perkenalan, isi pembicaraan, dan salam penutup atau perpisahan. Jurnal atau tulisan ilmiah: abstraksi, latar belakang masalah, tujuan, hipotesis, isi, dan kesimpulan. Berita juga mempunyai skematik meskipun tidak disusun dengan kerangka yang linear seperti halnya tulisan dalam jurnal ilmiah. Berita umumnya mempunyai dua kategori skema besar: Pertama, *summary* (judul dan *lead*). Dan kedua, *story* (isi berita secara keseluruhan).

Menurut Van Dijk, arti penting dari skematik adalah strategi wartawan untuk mendukung topik tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skematik memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol.¹²

3) Semantik.

Dalam pengertian umum, semantik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil yang disebut leksem, sedangkan makna gramatikal adalah makna yang terbentuk dari penggabungan satuan-satuan kebahasaan (Wijana, 1996:1). Semantik tidak hanya mendefinisikan bagian mana yang penting dari struktur wacana, tetapi juga menggiring ke arah sisi tertentu dari suatu peristiwa.¹³ Semantik juga diartikan sebagai

¹² Eriyanto, 231–34.

¹³ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 78.

makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.¹⁴

Berikut elemen-elemen wacana semantik menurut Van Dijk:

- a) Latar, merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar teks dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan wartawan dan dapat mengarahkan pandangan khalayak kearah tertentu yang diinginkan wartawan. Kadang maksud atau isi utama tidak diberberkan dalam teks, tetapi dengan melihat latar apa yang ditampilkan dan bagaimana latar tersebut disajikan, kita bisa menganalisis apa maksud tersembunyi yang ingin dikemukakan oleh wartawan sesungguhnya.¹⁵
- b) Detil, elemen wacana detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang. Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik, dan begitu juga sebaliknya. Tidak hanya ditampilkan secara berlebihan tetapi juga dengan detil yang lengkap bahkan disertai dengan data-data. Elemen detil merupakan strategi bagaimana wartawan mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit atau samar.¹⁶
- c) Maksud, informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi. Tujuan akhirnya adalah publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.¹⁷ Perbedaan detil dan maksud adalah, detil mengungkapkan keuntungan secara implisit, sedangkan maksud secara eksplisit.

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 228.

¹⁵ Eriyanto, 235–36.

¹⁶ Eriyanto, 238–39.

¹⁷ Eriyanto, 240.

- d) Pra-anggapan, pra-anggapan atau pengandaian (*presupposition*) merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Pra-anggapan adalah upaya mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya. Pra-anggapan merupakan fakta yang belum terbukti kebenarannya, tetapi dijadikan dasar untuk mendukung gagasan tertentu.¹⁸
- e) Nominalisasi, nominalisasi dapat memberi sugesti kepada khalayak adanya generalisasi. Nominalisasi berhubungan dengan pertanyaan apakah komunikator memandang objek sebagai sesuatu yang tunggal berdiri sendiri ataukah sebagai kelompok (komunitas).¹⁹
- 4) Sintaksis.

Secara etimologis sintaksis berasal dari kata Yunani *sun* yang artinya dengan, dan *tattein* yang artinya menempatkan. Jadi, kata sintaksis secara etimologis berarti menempatkan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Ramlan mengatakan, sintaksis ialah bagian atau cabang dari ilmu bahasa yang membicarakan seluk beluk wacana, kalimat, klausa dan frase.

Sintaksis juga bisa disebut sebagai strategi untuk menampilkan diri sendiri secara positif dan lawan secara negatif, itu juga dilakukan dengan manipulasi politik menggunakan sintaksis (kalimat) seperti pada pemakaian kata ganti aturan tata kata, pemakaian kategori sintaksis yang spesifik, pemakaian kalimat aktif atau pasif, peletakan anak kalimat, pemakaian kalimat yang kompleks dan sebagainya.²⁰

Berikut beberapa elemen wacana yang ada pada kategori sintaksis:

- a. Bentuk Kalimat, elemen bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir

¹⁸ Eriyanto, 256.

¹⁹ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 81.

²⁰ Sobur, 80.

logis, yaitu prinsip kausalitas. Di mana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B, ataukah B yang menjelaskan A. Logika kausalitas ini jika diterjemahkan ke dalam bahasa menjadi susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan). Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seseorang menjadi subjek dari pernyataannya, sedangkan dalam kalimat pasif seseorang menjadi objek dari pernyataannya. Bentuk kalimat ini menentukan apakah subjek diekspresikan secara eksplisit atau implisit dalam teks. Termasuk kedalam bagian bentuk kalimat ini adalah apakah berita itu memakai bentuk deduktif (bentuk penulisan kalimat dari umum-khusus) ataukah induktif (bentuk penulisan kalimat dari khusus-umum).²¹

b. Koherensi, adalah pertalian atau jalinan antarkata, atau kalimat dalam teks. dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seseorang menghubungkannya. Koherensi ini secara mudah dapat diamati di antaranya dari kata hubung (konjungsi) yang dipakai untuk menghubungkan fakta. Apakah dua kalimat dipandang sebagai hubungan kausal (sebab akibat), hubungan keadaan, waktu, kondisi, dan sebagainya. Koherensi elemen menggambarkan bagaimana peristiwa dihubungkan atau dipandang saling terpisah oleh wartawan.²² Koherensi dapat ditampilkan melalui hubungan sebab akibat, bisa

²¹ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 251–53.

²² Eriyanto, 242–43.

juga sebagai penjelas.²³ Berikut beberapa bentuk koherensi:

(1) Koherensi Kondisional, ditandai dengan pemakaian anak kalimat sebagai penjelas. Disini ada dua kalimat, di mana kalimat kedua adalah penjelas atau keterangan dari proposisi pertama, yang dihubungkan dengan kata hubung (konjungsi) seperti “yang”, atau “di mana”. Kalimat kedua fungsinya dalam kalimat semata hanya penjelas (anak kalimat), sehingga ada atau tidak ada anak kalimat itu tidak akan mengurangi arti kalimat.²⁴

(2) Koherensi Pembeda, koherensi ini berhubungan dengan pertanyaan bagaimana dua peristiwa atau fakta itu hendak dibedakan. Dua buah peristiwa dapat dibuat seolah-olah saling bertentangan dan bersebrangan (*contrast*) dengan menggunakan koherensi ini. Biasanya koherensi ini ditandai dengan “dibandingkan”.²⁵

c. Kata Ganti, elemen kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana. Dalam mengungkapkan sikapnya, seseorang bisa menggunakan kata ganti “saya” atau “kami” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata-mata. Pemakaian kata ganti yang jamak seperti “kita” atau “kami” mempunyai implikasi menumbuhkan solidaritas, aliansi, perhatian publik, serta mengurangi kritik dan oposisi (hanya) kepada diri sendiri. Berbeda dengan kata jamak “mereka” yang sebaliknya akan

²³ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 81.

²⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 244.

²⁵ Eriyanto, 247.

memberi jarak dan memisahkan antara pihak “kami” dan “mereka”.²⁶

5) Stilistik.

Pusat perhatian stilistika adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Dengan demikian *style* dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa.

Apa yang disebut gaya bahasa itu sesungguhnya terdapat dalam segala ragam bahasa: ragam lisan dan tulis, ragam nonsastra dan ragam sastra, karena gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu oleh orang tertentu untuk maksud tertentu. Akan tetapi secara tradisional gaya bahasa selalu ditautkan dengan teks sastra, khususnya teks sastra tertulis.

Gaya bahasa mencakup diksi atau pilihan leksikal, struktur kalimat, majas dan citraan, pola rima, matra yang digunakan seorang sastrawan yang terdapat dalam sebuah karya sastra. Menyinggung soal leksikal, banyak ahli bahasa yang memilih menggunakan istilah pilihan leksikal ini sebagai sinonim diksi.²⁷ Pada dasarnya elemen leksikon ini menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Suatu kata umumnya terdiri atas beberapa kata yang merujuk pada fakta. Kata “meninggal” misalnya, mempunyai pilihan kata lain: mati, tewas, gugur, meninggal, terbunuh, menghembuskan nafas yang terakhir, dan sebagainya. Dengan memilih salah satu kata itu, secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas.²⁸

6) Retoris.

Strategi dalam level retoris di sini adalah *gaya* yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau

²⁶ Eriyanto, 253–54.

²⁷ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 82–83.

²⁸ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 255.

menulis. Misalnya, dengan pemakaian kata yang berlebihan (hiperbolik), atau bertele-tele. Retoris mempunyai fungsi persuasive, dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan pada khalayak pemakaiannya diantaranya, dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaannya sama bunyinya seperti sajak), sebagai strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak. Bentuk gaya retorik yang lain adalah ejekan dan metonimi.²⁹

Berikut beberapa elemen wacana yang ada pada retorik:

- a) Grafis atau ekspresi, elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam wacana berita atau teks tertulis, grafis ini biasanya muncul lewat tulisan yang dibuat lain dengan tulisan lain. Pemakaian huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf yang dibuat dengan ukuran yang lebih besar. Termasuk didalamnya adalah pemakaian *caption*, *raster*, grafik, gambar, angka atau tabel untuk mendukung arti penting suatu pesan.³⁰
- b) Metafora, dalam suatu wacana seorang wartawan tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, tetapi juga kiasan, ungkapan metafora yang dimaksudkan sebagai ornament atau bumbu dari suatu berita. Akan tetapi, pemakaian metafora tertentu bisa jadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. Metafora tertentu dipakai oleh wartawan secara strategis sebagai landasan berpikir, alasan pembenar atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik. Wartawan menggunakan kepercayaan masyarakat, ungkapan sehari-hari, peribahasa, pepatah, petuah leluhur,

²⁹ Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, 83–84.

³⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 257–58.

kata-kata kuno bahkan mungkin ungkapan yang diambil dari ayat-ayat suci yang semuanya dipakai untuk memperkuat pesan utama.³¹

b. Kognisi Sosial.

Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan.³² *Processes of social perception, communication, attribution, attraction, impression management and intergroup contact, among many others, are also to be defined in such a conceptual framework of social cognition and discourse*³³, yang bisa kita pahami sebagai proses dari persepsi sosial, komunikasi, atribusi, daya tarik, pengelolaan kesan dan kontak antar kelompok, dan banyak lainnya, juga harus didefinisikan dalam kerangka konseptual dari kognisi sosial dan wacana. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk mengerti makna sebuah wacana, mengetahui apa saja yang mempengaruhi kognisi pembuat wacana juga sangatlah penting untuk diperhatikan.

Van Dijk menyebutkan ada beberapa hal yang dibutuhkan untuk menjelaskan apa struktur mental dan proses- proses yang terlibat dalam penciptaan sebuah teks. Yang pertama, *Pemahaman teks*, ini karna kita meyakini bahwa dibalik sebuah teks pasti ada makna yang dimaksudkan oleh penulisnya. Yang kedua, *Pengguna bahasa*, dalam konteks ini pengguna bahasa adalah para penulis (Jurnalis) dan para pembacanya. Van Dijk meyakini masing- masing orang , Penulis maupun pembaca mempunyai keunikan dalam menafsirkan atau menggambarkan suatu kejadian yang bersangkutan dengan suatu teks tertentu. Mereka akan mempunyai penafsiran yang berbeda terhadap suatu peristiwa meski dengan teks yang sama. Hal ini disebabkan adanya perbedaan input yang mempengaruhi kognisi sosial tiap Individu.

³¹ Eriyanto, 259.

³² Eriyanto, 224.

³³ "Social cognition and discourse. - PsycNET," 165, diakses 14 Maret 2022, <https://psycnet.apa.org/record/1990-99077-008>.

Dalam kerangka analisis wacana Van Dijk, perlu ada penelitian mengenai kognisi sosial: kesadaran mental wartawan yang membentuk teks tersebut. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa. Karena setiap teks pada dasarnya dihasilkan lewat kesadaran, pengetahuan, prasangka, atau pengetahuan tertentu atas suatu peristiwa. Ada dua elemen penting dari proses kognisi sosial:

- 1) Skema/model, Van Dijk menyebutkan skema ini sebagai model. Skema dikonseptualisasikan sebagai struktur mental di mana tercakup di dalamnya bagaimana kita memandang manusia, peranan sosial, dan peristiwa. Sederhananya skema atau model ini adalah suatu kerangka berpikir individu ketika memandang dan memahami suatu masalah. Skema sangat ditentukan oleh pengalaman dan sosialisasi. Seperti yang telah disebutkan Van Dijk, *We have seen, then, that event models in memory not only feature **knowledge**, but also **opinions or evaluative beliefs** about events and their participants. In the same way that models feature instantiated (specified) knowledge from scripts, they embody specific opinions that are derived from general, socially shared opinion structures such as attitude.*³⁴ Dari sini dapat kita simpulkan, hal yang berperan penting terhadap penafsiran seseorang adalah pengetahuan atau informasi spesifik terhadap suatu peristiwa, yang akan berbeda tiap individunya bergantung pada seberapa banyak ataupun luas pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang. Van Dijk meyakini bahwa pengetahuan dan wacana mempunyai hubungan timbal balik satu dengan yang lainnya. Untuk dapat

³⁴ Teun A. van Dijk, "The Interdisciplinary Study of News as Discourse," dalam *Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, ed. Klaus Bruhn Jensen dan Nicholas W. Jankowski (Oxfordshire: Taylor and Francis e-Library, 2002), 118. file:///C:/Users/pitu/Downloads/a_handbook_of_qualitative_methodology_for_mass_communication_research.pdf

memproduksi dan memahami wacana seseorang membutuhkan pengetahuan yang sangat luas tentang dunia dan begitu juga sebaliknya, seseorang bisa mendapat atau menambah pengetahuannya tentang dunia lewat sebuah wacana. Seperti yang diutarakan oleh Van Dijk dalam “Discourse and Knowledge”. *To be able to produce and understand discourse, language users need vast amounts of knowledge of the world, and the most of this very knowledge is precisely acquired by discourse*³⁵.

Kemudian *opini atau kepercayaan evaluatif* yaitu pendapat, pandangan, penilaian seseorang terhadap suatu peristiwa atau kepercayaan seseorang yang dapat mempengaruhi perasaan orang tersebut maupun orang lain. Tidak hanya itu, opini yang dibagikan secara sosial (*socially shared opinion*) seperti *attitude* atau sikap seseorang terhadap kondisi sosial tertentu juga berpengaruh bagi proses kesadaran mental seorang Penulis.

Dengan cara ini, peristiwa yang kompleks disederhanakan, dipahami, dibuat teratur, koheren dan mempunyai arti yang spesifik. Skema sangat berkaitan dengan representasi sosial, yakni bagaimana pandangan, kepercayaan dan prasangka yang berkembang dalam masyarakat mempengaruhi pandangan wartawan. Tentu tetap saja hal ini bergantung pada pengalaman, memori dan interpretasi wartawan itu sendiri. Ada beberapa macam skema/ model yang dapat digambarkan dalam tabel berikut:³⁶

³⁵ Teun A. van Dijk, *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach* (United Kingdom: Cambridge University Press, 2014), 310. https://www.google.co.id/books/edition/Discourse_and_Knowledge/tZPfAAwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1.

³⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, 259–64.

Tabel 2.2.
Skema/model, Van Dijk

<p>Skema person (Person Schemas) Skema ini menggambarkan bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain</p>
<p>Skema Diri (Self Schemas) Skema ini berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami, dan digambarkan oleh seseorang.</p>
<p>Skema Peran (Role Schemas) Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat.</p>
<p>Skema Peristiwa (Event Schemas) Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang menafsirkan dan memaknai setiap peristiwa yang terjadi dalam skema tertentu.</p>

- 2) Memori, secara umum memori terdiri dari dua bagian. Pertama, memori jangka pendek (*short-term memory*), yakni memory yang dipakai untuk mengingat peristiwa, kejadian atau hak yang ingin kita acui yang terjadi beberapa waktu lalu (durasi waktunya pendek), ini sebabnya memori jenis ini lebih bisa mendekati kenyataan. Yang kedua, memori jangka panjang (*long-term memory*), yakni memori yang dipakai untuk mengingat atau mengacu peristiwa, objek yang terjadi dalam kurun waktu yang lama. Oleh sebab itu terkadang terjadi perbedaan realitas dengan apa yang kita ingat, karna waktu lama tersebut. Dan yang paling relevan dengan kognisi sosial adalah memori jangka panjang (*long-term memory*). Hal ini disebabkan karena memori jenis ini terdiri dari dua bagian besar. Pertama memori *episodik*, memori yang berhubungan dengan diri kita sendiri yang melibatkan pengalaman

personal, dan memori tentang pengalaman pada kehidupan seseorang yang seringkali mengandung banyak muatan emosi. Contohnya, kemampuan kita menjawab pertanyaan, siapa orang tua kita, dimana kita lahir dan sebagainya. Muatan emosi inilah yang kemudian menjadi dasar terbentuknya mental wartawan ataupun penulis yang nantinya akan dianalisis dalam aspek kognisi sosial. Yang kedua, memori *semantik*, yakni memori yang kita gunakan untuk menjelaskan pengetahuan tentang dunia atau realitas. Memori inilah yang sering kita pakai sehingga kita tahu bahwa ibu kota Indonesia adalah Jakarta dan lain sebagainya.³⁷

Singkatnya, analisis kognisi sosial ini menekankan, bagaimana peristiwa dipahami, didefinisikan, dianalisis dan ditafsirkan ditampilkan dalam suatu skema atau model dalam memori. Skema atau model ini menggambarkan bagaimana: tindakan atau peristiwa yang dominan, partisipan, waktu dan lokasi, keadaan, objek yang relevan, atau perangkat tindakan dibentuk dalam struktur berita.³⁸

3) Konteks Sosial.

Dimensi ketiga dari model analisis wacana Van Dijk ini mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.³⁹ Wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Menurut Van Dijk, dalam analisis dalam masyarakat atau konteks sosial ini, ada dua point yang penting:

- (a) Kekuasaan (*power*), yakni kepemilikan yang dimiliki suatu kelompok, satu kelompok yang mengontrol kelompok lain. Kekuasaan ini umumnya didasarkan pada kepemilikan atas

³⁷ Eriyanto, 265–66.

³⁸ Eriyanto, 268.

³⁹ Eriyanto, 224.

sumber-sumber yang bernilai, seperti uang, status, dan pengetahuan. Selain berupa control yang bersifat langsung dan fisik, kekuasaan juga berbentuk persuasif: tindakan seseorang yang secara tidak langsung mengontrol dengan jalan mempengaruhi mental, seperti kepercayaan, sikap, pengetahuan. Analisis wacana memberikan perhatian yang besar pada apa yang disebut sebagai dominasi. Dominasi direproduksi oleh pemberian akses yang khusus pada satu kelompok dibandingkan kelompok lain (diskriminasi). Secara umum kita juga dapat menganalisis bagaimana proses produksi itu secara umum dipakai untuk membentuk kesadaran dan konsensus.

(b) Akses (*access*), di poin ini yang dilihat adalah seberapa besar kemampuan suatu kelompok dalam masyarakat untuk mengakses media, dan mempengaruhi kesadaran khalayak. Semakin elit suatu kelompok semakin besar juga kesempatannya untuk mengakses media dan mempengaruhi kesadaran khalayak, tidak hanya itu, kemampuan atau kesempatan menentukan topik apa dan isi wacana apa yang dapat disebarkan dan didiskusikan pada khalayak juga menjadi keuntungan lebih bagi para elit ini, begitu pula sebaliknya.⁴⁰

Van Dijk juga menuturkan bahwa akses inilah yang menjadi tolak ukur untuk power, seberapa besar dan luas akses suatu kelompok terhadap media, maka sebesar itulah power atau kekuatan yang dimiliki oleh suatu kelompok terhadap khalayak “In other words, measures of discourse access may be rather faithful indicators of the power of social groups and their members”.⁴¹

⁴⁰ Eriyanto, 271–74.

⁴¹ Teun A. van Dijk, “Discourse, Power and Access,” *Discourse and Power*, 2008, 65–84, https://doi.org/10.1007/978-1-137-07299-3_3.

3. Pengertian Media Baru

“*Power tends to corrupt but absolute power corrupts absolutely*”, demikian istilah lama yang dikemukakan oleh John Emerich Edward Dahlberg First Baron Acton 17 di Inggris. Menurut tokoh yang dikenal dengan Lord Acton ini, manusia yang mempunyai kekuasaan cenderung menyalahgunakannya, terlebih jika kekuasaan tersebut *absolut*. Perkembangan teknologi komunikasi, *globalisasi*, *liberalisasi*, dan *komersialisasi* telah memunculkan pergeseran. Media massa tumbuh tidak hanya menjadi kekuatan pengontrol kekuasaan, tetapi telah mejadi kekuatan politik, ekonomi dan budaya. Media telah menjadi “*power*” baru, yang apabila dibiarkan liar justru bisa menjadi ancaman tersendiri bagi demokrasi.⁴²

Menurut Ron Rice, media baru adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya baik *mainframe*, PC maupun notebook. Yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi dengan sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan.

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasidan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar media yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali mempunyai karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contohnya adalah internet, website, komputer multimedia permainan komputer, CD-ROMS dan DVD. Media baru bukanlah televise, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas.⁴³

⁴² Subiakto Henry dan Ida Rachmah, *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

⁴³ Rudy Setiawan, “KEKUATAN NEW MEDIA YOUTUBE DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube),” *eJournal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2013): 361, [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBoQFjAA&url=http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal_Rudi_Ganjil_\(06-01-13-04-50-33\).docx&ei=ZyDWU_PIGo](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBoQFjAA&url=http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal_Rudi_Ganjil_(06-01-13-04-50-33).docx&ei=ZyDWU_PIGo).

Sementara itu McQuail, membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori:

- 1) Media Komunikasi Interpersonal: telpon, *handphone*, *e-mail*.
- 2) Media Bermain Interaktif: komputer, *videogame*, permainan dalam internet.
- 3) Media Pencarian Informasi: portal atau *search engine*.
- 4) Media Partisipasi Kolektif: penggunaan internet untuk berbagai pertukaran komunikasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui computer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

McQuail melihat bahwa permasalahan utama dalam teori tentang media baru, yang tentu saja berbeda dengan teori tentang media lama yang ada selama ini, berfokus pada tiga hal. Pertama, *power and inequality*, sangatlah sulit menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan kekuasaan dimana isi dan arus komunikasi dikontrol. Kedua, *social integration dan identity*, media baru dianggap sebagai kekuatan untuk melakukan disintegrasi terhadap kohesivitas sosial yang ada di dalam masyarakat karena dianggap terlalu individualistik dan bisa menembus batas ruang dan waktu sekaligus budaya. Ketiga, *social change*, media baru dianggap sebagai agen perubahan sosial sekaligus agen perubahan ekonomi yang terencana, dimana tidak adanya kontrol pesan baik dari pemberi maupun penerima pesan sangat mungkin terjadi. Berikut skema perubahan model komunikasi sehubungan dengan hadirnya media baru oleh McQuail:⁴⁴

⁴⁴ Novi Kurmia, "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi," *Mediator: Jurnal Komunikasi* 6, no. 2 (2005): 291–96, <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>.

Tabel. 2.3.
Skema Perubahan Model Komunikasi oleh McQuail

<p><i>OLD MODEL</i></p> <p><i>Limited supply- Homogeneous content- Passive mass audience- Undifferentiated reception/ effect</i></p> <p><i>NEW MODEL</i></p> <p><i>Many different sources- Diverse channels - Fragmented and active- varied and unpredictable</i></p> <p><i>And contents user/ audience reception/ effect</i></p>

Secara umum media baru tidak saja telah menjembatani perbedaan pada beberapa media, tetapi juga perbedaan antara batasan kegiatan komunikasi pribadi dengan batasan komunikasi publik. Bahan dan kegunaan media semacam itu dapat dipakai secara bergantian untuk kepentingan pribadi dan public. Di masa mendatang kenyataan tersebut memberikan pengaruh bukan saja terhadap batasan media yang berbeda, tetapi juga terhadap batas peran institusi media.⁴⁵

Perubahan yang terjadi dari model komunikasi sehubungan dengan media baru ini tidaklah menjadi patokan pasti dan baku kedepannya, hal ini dikarenakan masyarakat bersifat dinamis setiap harinya, semakin ke depan masyarakat menjadi kritis terhadap kebutuhan informasi hariannya. Sehingga perkembangan komunikasi maupun teknologi komunikasi serta media akan terus terjadi. Dua hal ini akan terus saling mempengaruhi selama masyarakat masih bersifat dinamis, demiterciptanya keseimbangan antara media komunikasi dan masyarakat.

4. Tinjauan Tentang Instagram

Instagram adalah *platform* sosial media berbasis gambar dan video⁴⁶, yang memungkinkan pengguna

⁴⁵ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga, 1996), 17–18.

⁴⁶ “Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis - Jubilee Enterprise - Google Buku,” 2, diakses 20 Juni 2022,

mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. *Instagram* dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dari Burbn, Inc., dikembangkan oleh Facebook serta rilis perdana pada tanggal 6 Oktober 2010.⁴⁷

Berikut beberapa fitur yang ada pada *Instagram*:

- a. *Reels*, dalam *instagram reels* mengacu pada video hiburan pendek dengan berbagai tema yang diinginkan pemuatnya, berdurasi sampai dengan 30 detik, yang bisa dibuat setiap orang yang mempunyai akun *instagram*.⁴⁸
- b. *Stories*, fitur *stories* adalah cara cepat dan mudah yang memungkinkan pengguna untuk membagikan momen dan pengalaman menggunakan teks, music, stiker, dan *GIFs*, berupa foto maupun video. Yang mana *stories* ini akan hilang dengan sendirinya setelah 24 jam.⁴⁹
- c. *Messenger*, fitur ini adalah fitur bertukar pesan dalam *instagram* yang juga memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara maupun panggilan video.⁵⁰
- d. *Video*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk menciptakan video nya sendiri maupun melihat video sesuai dengan ketertarikan masing- masing.⁵¹
- e. *Shopping*, fitur ini adalah fitur untuk berbelanja melalui *instagram*. Layaknya aplikasi belanja pada umumnya. Di *instagram shopping* ini, pengguna bisa memilih, melihat

https://books.google.co.id/books?id=OdNEEAAAQBAJ&pg=PA2&dq=instagram&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwitz9j8_Lv4AhVa1jgGHWNPCfkQ6AF6BAGIEAI#v=onepage&q=instagram&f=false.

⁴⁷ dinda marta almas Zakirah, "Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga) Disusun Oleh: Dinda Marta Almas Zakirah DEPARTEMEN SOSIOLOGI UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA Semester Ganjil 2017 / 2018," *S1 Sosiologi Fisip Universitas Airlangga*, 2018, 5.

⁴⁸ "Instagram Reels - Share & Create Short Videos | Official Site," diakses 20 Juni 2022, <https://about.instagram.com/features/reels>.

⁴⁹ "Instagram | Using Instagram Stories | Official Site," diakses 20 Juni 2022, <https://about.instagram.com/features/stories>.

⁵⁰ "Instagram Direct Messenger | Video Chat, Share & Send DMs," diakses 20 Juni 2022, <https://about.instagram.com/features/direct>.

⁵¹ "Instagram Video - Discover Videos from Creators You Love | Official Site," diakses 20 Juni 2022, <https://about.instagram.com/features/video>.

harga, bahkan melakukan pembelian pada produk yang disediakan oleh *brand* maupun *creators* yang diminati.⁵²

- f. *Search & Explore*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk mencari dan menikmati semua konten foto maupun video dengan topik sesuai dengan yang diminati.⁵³

Sehubungan *Instagram* sebagai media baru, *Instagram* menjadi primadona masyarakat dunia karena kesesuaian fleksibilitasnya dengan kebutuhan masyarakat dunia saat ini. Setiap harinya semakin kesini *Instagram* terus meng-*update* berbagai fiturnya agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat dunia. Tidak hanya berisi para pengguna perseorangan, *instagram* telah mencapai cakupan yang lebih luas, bisa dilihat dari munculnya berbagai model kegunaan *Instagram*, dari sekedar sebagai hiburan, penyampai Informasi, sampai sebagai alat promosi berbagai organisasi politik, pendidikan, sosial lingkungan dll., ataupun promosi barang dagang. Tidak hanya aspek sosial lagi yang dicakupnya, melainkan segala aspek yang ada di masyarakat semuanya masuk ke dalam ranah *Instagram*. Seperti, aspek psikologi, sosial budaya, ekonomi, pendidikan, bahkan politik.

5. Pengertian Blow Up

Blow up menurut *The American Heritage Dictionary of Idioms* berarti meledak atau menyebabkan meledak, hilang kesabaran, memompa, memperbesar, berlebihan, jatuh.⁵⁴ Pengertian yang bisa disimpulkan setelah memahami pengertian kata *blow up* menurut kamus bahasa Inggris terkait dengan *blow up* media massa adalah, *blow up* yang dilakukan oleh para pelaku media massa ini bertujuan untuk meledakkan, membesarkan, meletuskan dan melebihi-

⁵² “Instagram Shopping | Discover and Buy From Brands and Creators You Love,” diakses 20 Juni 2022, <https://about.instagram.com/features/shopping>.

⁵³ “Instagram | Search & Explore | Official Site,” diakses 20 Juni 2022, <https://about.instagram.com/features/search-and-explore>.

⁵⁴ “The American Heritage Dictionary of Idioms, Second Edition - Christine Ammer - Google Buku,” 48, diakses 29 Mei 2022, https://books.google.co.id/books?id=1_LxuR1jMVgC&pg=PA24&hl=id&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false.

lebihkan suatu peristiwa, dengan tujuan untuk mempengaruhi kesadaran khalayak, mendapatkan perhatian khalayak dan kepercayaan khalayak.

Seperti yang sudah penulis sampaikan sebelumnya tentang teori komunikasi massa *Agenda Setting Model* (model penataan agenda) yang disampaikan oleh *M.E. Mc.Combs* dan *D.L. Shaw* dalam *Public Opinion Quarterly* terbitan tahun 1972. Yang mana dua pakar tersebut mengatakan bahwa “jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting”.⁵⁵ Dari sini bisa kita hubungkan dengan istilah *blow up*, yang mana memberikan tekanan pada suatu peristiwa ini bisa disamakan dengan memberikan pembesaran, ledakan maupun melebihi-lebihkan suatu peristiwa. Sehingga mau tidak mau khalayak akan terpengaruh secara sadar dan menganggap peristiwa itu penting. *Blow up* media terhadap suatu peristiwa, atau usaha media dalam memberikan penekanan tertentu terhadap suatu peristiwa bisa dilihat dari beberapa aspek, seperti penggunaan kata atau kalimat tertentu dalam teks untuk menarik perhatian, atau intensitas pembahasan maupun pengangkatan informasi dari peristiwa terkait.

6. Pengertian Isu Kemanusiaan (Genosida)

Genosida menurut pasal 6 Statuta Roma 1998 merupakan kejahatan yang dilakukan secara sistematis dengan tujuan untuk menghancurkan seluruh atau sebagian etnis, ras, suku, dan agama seperti:

- a. Membunuh suatu kelompok
- b. Menyebabkan luka parah atau merusak mental suatu kelompok
- c. Dengan sengaja mengancam jiwa suatu kelompok yang menyebabkan luka fisik baik sebagian maupun keseluruhan
- d. Melakukan tindakan yang dimaksudkan untuk mencegah kelahiran dalam kelompok
- e. Memindahkan anak-anak secara paksa dari satu kelompok ke kelompok lain.

⁵⁵ Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, 287.

Secara etimologis, istilah genosida berasal dari bahasa Yunani “*geno*”, yang berarti ras dan kata Latin “*cidium*” yang berarti membunuh. Dengan demikian secara harfiah genosida diartikan sebagai pembunuhan terhadap ras atau pemusnahan ras. Genosida yang diartikan sebagai pembunuhan dengan sengaja, penghancuran atau pemusnahan ras atau anggota kelompok tersebut, pertama kali dipertimbangkan sebagai subkategori dari kejahatan terhadap kemanusiaan.

Istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh Raphael Lemkin pada tahun 1948 untuk menunjuk pada peristiwa pembantaian secara sistematis dan luas terhadap kaum Yahudi di Eropa. Oleh karena itu, sangat tepat sekali apa yang dikemukakan oleh sosiolog Leo Kuper bahwa meskipun genosida adalah sebuah istilah yang baru, namun apa yang terkandung didalam istilah tersebut sesungguhnya merupakan sebuah konsep yang lama. Berikut beberapa faktor yang bisa menjadi penyebab terjadinya genosida: faktor ras, faktor suku, faktor agama.⁵⁶

Genosida ini termasuk tindak terorisme, yang mana definisi terorisme ini adalah kekerasan, namun tidak setiap bentuk kekerasan adalah terorisme. Tidaklah sama maknanya terorisme ini dengan perang sipil, perbanditan atau perang gerilya.⁵⁷ Pembunuhan atas individu-individu memiliki akarnya dalam masa pra sejarah modern terorisme, tetapi tentulah tidak sama. Terorisme historis hampir selalu melibatkan lebih dari sebuah pembunuhan tunggal dan melanjutkannya dengan lebih dari satu operasi.⁵⁸ Bisa jadi kekerasan terjadi tanpa terror tapi tidak ada terror yang terjadi tanpa kekerasan. Terorisme tidak sama dengan intimidasi atau sabotase, sasaran intimidasi dan sabotase

⁵⁶ Ketut Alit Putra, Ni Putu Rai Yuliantini, dan Dewa Gede Sudika Mangku, “Analisis Tindak Kejahatan Genosida Oleh Myanmar Kepada Etnis Rohingnya Ditinjau Dari Perspektif Hukum Pidana Internasional,” *Jurnal Komunitas Yustisia* 1, no. 1 (2020): 3–4, <https://doi.org/10.23887/jatayu.v1i1.28662>.

⁵⁷ Walter Laquer, *New Terrorism: Fanatisme dan Senjata Pemusnah Massal*, trans. oleh Toni Febriyanto (Yogyakarta: Juxtapose Research and Publication Study Club dan Kreasi Wacana, 2005), 7.

⁵⁸ Laquer, 10.

umumnya langsung, sedangkan terorisme tidak. Korban tindakan terorisme seringkali adalah orang yang tidak bersalah.

Menurut Webster's New World Collage Dictionary, definisi terorisme adalah "*the use of force or threats to demoralize, intimidate, and subjugate, esp. such use as a political weapon or policy*"⁵⁹, penggunaan pemaksaan atau ancaman (mengandung kekerasan) untuk menurunkan moral, mengintimidasi, dan menaklukkan, terutama seperti penggunaannya sebagai senjata politik ataupun aturan.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam pengajuan judul ini, peneliti tidak menemukan judul yang sama persis dari penelitian-penelitian terdahulu, yang ada hanya persamaan tema dengan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan dalam berbagai perspektif, antara lain:

1. Skripsi tahun 2017 dengan judul **ANALISIS WACANA LARANGAN PACARAN PADA AKUN INSTAGRAM @FUADBAKH (Studi pada Posting Seri Video Ngga Pacaran Ngga Gaul)** oleh Zaimasuri, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi tahun 2017 Universitas Lampung. Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu analisis wacana, teori analisis wacana Teun A. Van Dijk, serta subjek media yang diteliti yaitu *Instagram*. Sedangkan perbedaannya ada pada subjek akun *Instagram* yang diteliti serta topik bahasannya, dalam skripsi ini peneliti meneliti tentang larangan pacaran pada akun @fuadbakh. Kesimpulan dari penelitian ini adalah, pada analisis teks terlihat orientasi penulis adalah dalam rangka berdakwah dengan landasan hukum Islam, dimana sibungkus dengan memberikan kesan bahwa larangan berpacaran ini adalah hal yang baik. Pada analisis aspek kognisi sosial akun @fuadbakh ini dilator belakangi oleh maraknya kasus penyimpangan sosial khususnya kejahatan asusila. Sedangkan analisis pada aspek konteks sosial, Fuad Bakhtiar pemilik akun dari @fuadbakh, menyusun wacana mengenai larangan berpacaran guna meng *counter* atau mengimbangi

⁵⁹ "Terrorism Meaning | Best 9 Definitions of Terrorism," diakses 14 Maret 2022, <https://www.yourdictionary.com/terrorism>.

stigma- stigma negatif terhadap kaum yang tidak berpacaran, dengan stigma yang sudah berkembang di masyarakat tentang berpacaran adalah hal yang baik dan sudah biasa.⁶⁰

2. Skripsi tahun 2018 dengan judul **ANALISIS WACANA PERSUASIF PADA AKUN INSTAGRAM @GERAKANIKAHMUDA** oleh Muhammad Naufal Mauludy, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2018 Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu, analisis wacana, teori analisis Teun A. Van Dijk, serta subjek media yang diteliti yaitu *Instagram*. Sedangkan perbedaannya ada pada subjek akun *Instagram* dan topik bahasan yang diteliti yaitu wacana persuasif pada akun *Instagram @gerakannikahmuda*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah, pada aspek analisis teks peneliti menemukan adanya gerakan atau ajakan untuk menyegerakan menikah. Pada aspek kognisi sosial, hal yang ditekankan pada wacana gerakan nikah muda ini tidak hanya untuk menyegerakan menikah, tetapi juga mengajak dan memotivasi dalam mempersiapkan diri sebelum seseorang akan menikah. Pada aspek konteks sosial, wacana gerakan nikah muda ini mendapat respon positif maupun negatif dari followers, respon positif beranggapan berterima kasih karna merasa terbantu dan teredukasi, sedangkan respon negatif beranggapan gerakan seperti ini tidak pantas karena para muda- mudi masih bisa melakukan hal lain yang lebih produktif dan bermanfaat bagi orang lain. Pada keterangan persuasif bertujuan untuk memberikan pemahaman agar pemikiran muda- mudi menjadi dewasa untuk menyeimbangkan kedewasaan biologis mereka sehingga bersifat edukatif.⁶¹
3. Skripsi tahun 2013 dengan judul **ANALISIS WACANA PADA IKLAN KRIM PERAWATAN TUBUH DALAM MAJALAH ELLE TAHUN 2012 (Analisis**

⁶⁰ Zaimasuri, "Analisis Wacana Larangan Pacaran pada Akun *Instagram @FUADBAKH* (Studi pada Posting Seri Video Ngga Pacaran Ngga Gaul)" (Universitas Lampung, 2017).

⁶¹ Muhammad Naufal Maulady, "Analisis wacana persuasif pada akun *Instagram@ Geranakannikahmuda*" (UIN Syarief Hidayatullah, 2018), <http://103.229.202.68/dspace/handle/123456789/41697>.

Mikrostruktural dan Makrostruktural) oleh Tiarasasti Ujiningtyas, Fakultas Bahasa dan Seni, Jurusan Pendidikan Bahasa Prancis tahun 2013 Universitas Negeri Yogyakarta. Persamaan penelitian terletak pada objek penelitian yaitu, analisis wacana. Perbedaannya ada pada subjek media yang diteliti berupa media cetak atau lebih spesifiknya majalah dan topik bahasan yaitu, iklan krim perawatan tubuh dalam majalah tersebut. Penelitian ini juga hanya menggunakan analisis mikrostruktural dan makrostruktural teks. Kesimpulan dari penelitian ini adalah, berdasarkan analisis mikrostruktural, iklan krim perawatan tubuh dalam majalah *Elle*, tahun 2012 yang terdiri dari iklan dari beberapa perusahaan kecantikan berbeda merupakan wacana yang padu karena didukung oleh aspek kohesi dan koherensi. Sedangkan dalam analisis makrostrukturalnya adalah, sebagai berikut:

- a. *Acte* atau ujaran dalam iklan, yakni mengenai perusahaan yang mengeluarkan produk terbaru berupa krim untuk perawatan kulit.
 - b. *Raison* atau maksud dari kalimat iklan yang ada pada majalah tersebut adalah, memberitahukan pada konsumen bahwa produk krim perawatan kulit tersebut bagus untuk kulit dan berfungsi untuk membantu mengurangi berbagai macam tanda penuaan.
 - c. *Locale* atau tempat dari iklan tersebut adalah majalah *Elle* edisi N 3472 dan N 3273 tahun 2012.
 - d. *Agent* atau media yang digunakan adalah bahasa tulis (bahasa Prancis)
 - e. *Norme* pada iklan tersebut menggunakan bahasa yang singkat, padat, dan menarik. *Ton* disampaikan dalam kalimat deklaratif.
 - f. *Type* atau bentuk penyampaian pesan dalam iklan tersebut adalah kalimat persuasif.⁶²
4. Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Ganesha tahun 2018 dengan judul **ANALISIS TNDAK KEJAHATAN GENOSIDA OLEH MYANMAR KEPADA ETNIS**

⁶² Tiarasasti Ujiningtyas, “Analisis Wacana pada Iklan Krim Perawatan Tubuh dalam Majalah Elle Tahun 2012 (Analisis Mikrostruktural dan Makrostruktural)” (Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

ROHINGYA DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PIDANA INTERNASIONAL oleh Ketut Ali Putra, Ni Putu Rai Yuliantini, dan Dewa Gede Sudika mangku. Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial, jurusan Ilmu Hukum, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja. Persamaan penelitian ini terletak hanya pada tema isu keamanusiaan Genosida yang diangkat dan perbedaannya ada pada jenis analisis yang dipakai, pada penelitian ini jenis analisis yang dipakai adalah analisis hukum normatif dngan perspektif hukum pidana internasional. Mengingat penelitian ini adalah penelitian dibidang hukum. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tidan kejahatan yang telah dilakukan pemerintah Myanmar terhadap etnis Rohingnya dapat di kategorikan sebagai tindak kejahatan internasional Genosida, karena sudah memenuhi unsur pokok yaitu pembunuhan masal, diskriminasi terhadap agama yang minoritas, dilakukan secara sistematis, dan bertujuan untuk melenyapkan suatu etnis atau golongan tertentu.⁶³

5. Jurnal Ilmiah Komunikasi tahun 2011 dengan judul **ANALISIS WACANA KRITIS PEMBERITAAN KEKERASAN BERBASIS GENDER DI SURAT KABAR HARIAN SUARA MERDEKA** oleh Yuliyanto Budi Setiawan, Universitas Sultan Agung Semarang. Persamaan penelitian ada pada obyek penelitian yaitu analisis wacana, juga topik bahasan yang diteliti adalah seputar masalah sosial masyarakat atau sosial kemanusiaan yaitu kekerasan berbasis gender. Perbedaannya ada pada pemakaian perspektif, pada penelitian ini peneliti memakai perspektif kritis, dan subyek dari penelitian ini adalah berita-berita kekerasan berbasis gender di surat kabar harian, redaktur pelaksana atau kepala deks atau jurnalis yang menulis topik tersebut dan juga pembaca berita kekerasan ini. kesimpulan dari penelitian ini adalah, secara tekstual teks-teks berita tentang kasus kekerasan terhadap wanita di surat kabar tersebut menunjukkan bias gender, hal ini dapat dilihat dari beberapa contoh pilihan kata yang dipakai oleh jurnalis

⁶³ Alit Putra, Rai Yuliantini, dan Sudika Mangku, “Analisis Tindak Kejahatan Genosida Oleh Myanmar Kepada Etnis Rohingnya Ditinjau Dari Perspektif Hukum Pidana Internasional.”

sebagai berikut: dipaksa, digilir, digarap, ikut nimbrung mengerjai korban, tergiur, mendapat giliran mengerjai korban, gadis berparas ayu, tutur Tyas bertubuh bahenol berukuran bra 36 B, Gunawan merasa risih selalu diminta pacarnya segera mneikahnya dst. Kemudian pada level produksi teks bertema gender, jurnalis Suara Merdeka ternyata tidak senitif gender dan tidak bisa menciptakan *Agenda Setting* karena fokus strategi perusahaan Suara merdeka ke orientasi pasar atau *Market oriented*. Yang ketiga dari aspek konteks sosial dalam masyarakat, teks yang merendahkan atau memarginalkan posisi wanita ini merepresentasikan ideologi *patrialkal* yang ada dalam masyarakat.⁶⁴

C. Kerangka Berfikir

**Tabel 2.4.
Kerangka Berfikir**



⁶⁴ Yulianto Budi Setiawan, “Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kekerasan Berbasis Gender di Surat Kabar Harian Suara Merdeka,” *Jurnal Ilmiah Komunikasi: MAKNA 2*, no. 1 (2011): 13–20.

Bagan di atas menunjukkan subjek dari penelitian ini adalah akun *Instagram @actforhumanity* terkait dengan wacana *blow up* isu kemanusiaan khususnya Genosida. Di dalam nya adalah objek penelitian ini, yaitu analisis wacana model Teun A. Van Dijk, yang mana di dalamnya akan dilakukan analisis terhadap wacana *blow up* isu kemanusiaan pada level teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Hasil yang akan didapat dalam penelitian ini adalah, kontruksis sosial wacana *blow up* isu kemanusiaan pada level teks, kognisi sosial yang melatar belakangi produksi wacana *blow up* isu kemanusiaan, serta konteks sosial yang berkembang dalam akun *Instagram @actforhumanity* itu sendiri.

