**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN**

1. **Kajian Literatur**
2. **Review Penelitian Sejenis**

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti meninjau terlebih dahulu penelitian analisis wacana kritis sebelumnya untuk keperluan pengembangan pengetahuan. Penelitian terdahulu menjadi hal yang penting dalam penyusunan penelitian untuk dijadikan referensi oleh peneliti. Hal ini bertujuan agar peneliti mendapatkan rujukan sebagai pendukung untuk pelengkap dan pembanding agar penelitian ini menjadi lebih baik. Setelah peneliti melakukan *review* penelitian terdahulu, maka peneliti menemukan beberapa penelitian tentang Analisis Wacana Kritis diantaranya sebagai berikut:

1. Nurbaiti W. Bakri, Universitas Pasundan Bandung. Analisis Wacana Kritis Terkait Pemberitaan Wabah Virus Corona Pada Kinerja Petugas Kesehatan Di Indonesia (Studi Kasus Majalah Tempo Edisi 23-29 Maret 2020).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti memperoleh data dengan menggunakan studi pustaka, observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan informan. Model penelitiannya menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk yang membahas mengenai makna dari suatu teks. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial pada kasus pemberitaan wabah virus corona pada kinerja petugas kesehatan di Indonesia dalam majalah Tempo. Hasil penelitian ini yaitu analisis teks pada majalah Tempo itu mengambil tema mengenai kisah para tenaga medis dalam menangani kasus pandemi Covid-19. Penulisan pemberitaan majalah Tempo dari segi superstruktur dan struktur mikro sangat sistematis dan mengandung unsur 5W+1H. Dalam level kognisi sosial wartawan membuat suatu pemberitaan dengan menggunakan skema peran dan skema peristiwa, sehingga sesuai dengan fungsinya yaitu memberikan informasi. Pada level konteks sosial, sosok tenaga kesehatan ini mempengaruhi wacana diantaranya fakta yang terjadi di lapangan dan *hoax* yang ditimbulkan dari beberapa pemberitaan.

1. Fendi Setiawan, STKIP Al-Hikmah Surabaya. Analisis Wacana Kritis Model Teun Van Dijk Pada Pemberitaan Kasus Pencabulan Santri oleh Anak Kiai Jombang dalam Media *Online*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, simak dan catat secara langsung di media massa. Teknis analisis data penelitian ini meliputi redaksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial pada portal Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com terkait kasus pencabulan santri oleh anak Kiai Jombang, Jawa Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan tiga portal berita memiliki tema dan topik yang sama yaitu menginformasikan kasus pencabulan terhadap santri yang dilakukan oleh anak Kiai Jombang Jawa Timur. Ketiga berita tersebut telah memenuhi tingkat analisis wacana menggunakan model Teun A. Van Dijk yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Berdasarkan analisis wacana kritis terhadap berita online pada portal Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com dapat disimpulkan bahwa informasi yang disampaikan memenuhi tingkat analisis kritis model Teun A. Van Dijk yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Penelitian ini berimplikasi pada nilai-nilai moral yang dikhususkan pembaca agar lebih selektif dalam memilih portal berita. Implikasi lain yaitu mengimbau masyarakat agar waspada terhadap tindak kejahatan di tempat yang dianggap aman.

1. Fitri, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Pembubaran FPI di Media Online.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini untuk menjabarkan struktur teks dalam berita Pembubaran FPI: Sikap DPR, Tanggapan NU dan Muhammadiyah hingga Instruksi Rizieq di Tribunnews.com dan dilarang NKRI seluruh kegiatan FPI bakal dihentikan pada Detik.com. Metode pengumpulan data dikerjakan dengan *library research*. Data dianalisis berdasarkan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara observasi ke lapangan dan wawancara semi terstruktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur teks di Tribunnews.com dan Detik.com sepakat dengan pembubaran FPI yang dilakukan oleh pemerintah. Kognisi sosial kedua media online menampilkan pengetahuan kelompok dan institusional, sedangkan pada konteks sosial Tribunnews.com dan Detik.com memuat praktik kekuasaan dan akses dengan aktornya yaitu pemerintah maupun FPI sebagai organisasi masyarakat.

**Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Nama****Penulis** | **Judul Penelitian** | **Metode Penelitian** | **Persamaan** | **Perbedaan** |
| **1.** | Nurbaiti W. Bakri | Analisis Wacana Kritis Terkait Pemberitaan Wabah Virus Corona Pada Kinerja Petugas Kesehatan Di Indonesia (Studi Kasus Majalah Tempo Edisi 23-29 Maret 2020) | Kualitatif | 1. Teori penelitian yang digunakan
2. Metode penelitian yang digunakan
 | 1. Judul dan Media yang diteliti
2. Objek dan subjek yang diteliti
 |
| **2.** | Fendi Setiawan | Analisis Wacana Kritis Model Teun Van Dijk Pada Pemberitaan Kasus Pencabulan Santri oleh Anak Kiai Jombang dalam Media *Online* | Kualitatif | 1. Teori penelitian yang digunakan
2. Metode penelitian yang digunakan
 | 1. Judul dan Media yang diteliti
2. Objek dan subjek yang diteliti
 |
| **3.** | Fitri | Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Pembubaran FPI di Media *Online* | Kualitatif | 1. Teori penelitian yang digunakan
2. Metode penelitian yang digunakan
 | 1. Judul dan Media yang diteliti
2. Objek dan subjek yang diteliti
 |

1. **Kerangka Konseptual**
2. **Komunikasi**
	* + 1. **Definisi Komunikasi**

Komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa latin *“communication”* yang bersumber dari kata *“communis”* yang artinya sama. Dengan demikian, komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan.

Komunikasi menurut **Harold Lasswell** dalam buku **Ilmu** **Komunikasi Suatu Pengantar** milik Prof. Dr. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D menyatakan:

**“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?” (2014:69).**

*Says What*, yaitu ‘mengatakan apa’ (isi pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal). *In Which Channel*, yaitu melalui saluran apa (media/alat yang digunakan untuk berkomunikasi). *To Whom*, yaitu ‘kepada siapa’ (penerima pesan yang disebut *receiver* atau sasaran komunikasi). Dan *With What Effect?*, yaitu ‘efek apa’ (hasil yang terjadi pada penerima akibat komunikasi).

Menurut **Everett M. Rogers** yang dikutip **Hafied Cangara** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** berpendapat:

**“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (1998:18).**

Maka dari penjelasan beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran informasi atau pesan yang terjadi diantara dua orang atau lebih dari proses tersebut harus disertai dengan pengertian dan pemahaman dari kedua belah pihak (komunikator dan komunikan) agar informasi dan pesan yang disampaikan dapat dimengerti sehingga terjalin komunikasi yang baik dan efektif.

* + - 1. **Fungsi Komunikasi**

Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan karena memiliki fungsi yang bisa dimanfaatkan oleh manusia. Fungsi mempunyai potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan yang akan dituju.

**Thomas M. Scheidel** dalam bukunya ***Speech Communication and Human Interaction*** mengemukakan fungsi komunikasi yaitu sebagai berikut:

**“Kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Selain itu kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita.” (1976:28).**

**Effendy** menjelaskan bahwa terdapat empat fungsi dalam komunikasi yaitu untuk menyampaikan informasi (*To Inform*), mendidik (*To Educate*), menghibur (*To Entertain*), dan untuk memengaruhi (*To Influence*). (Effendy, 2003:55).

Empat fungsi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk menyampaikan informasi (*To Inform*)

Dengan berkomunikasi seseorang bermaksud untuk menyampaikan informasi sekaligus mendapatkan informasi dari komunikasi yang dilakukan. Dalam hal ini, komunikasi berfungsi untuk saling bertukar informasi dan memperoleh timbal balik (*feedback*) dari lawan bicara (komunikan).

1. Untuk mendidik (*To Educate*)

Komunikasi dapat berfungsi sebagai alat untuk memberikan dan menerima pendidikan. Secara tidak langsung saat kita berkomunikasi untuk bertukar informasi, komunikasi itupun menjadi alat untuk mendidik karena kita mendapat informasi baru yang belum kita ketahui sebelumnya.

1. Untuk menghibur (*To Entertain*)

Komunikasi sering dijadikan alat untuk menghibur seperti halnya melalui media massa televisi yang memiliki sebuah acara khusus untuk menghibur. Dalam hal ini komunikasi berfungsi untuk memberi dan menerima hiburan.

1. Untuk memengaruhi (*To Influence*)

Komunikasi sering digunakan sebagai alat untuk memengaruhi karena pada dasarnya tujuan dari komunikasi itu untuk merubah sikap atau perilaku seseorang (komunikan) agar sesuai dengan kehendak pembicara (komunikator).

* + - 1. **Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi merupakan suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Harold D. Lasswel menyebutkan bahwa tujuan komunikasi ada empat, yaitu:

1. *Social change* (perubahan sosial). Seseorang melakukan komunikasi dengan orang lain bertujuan agar adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti kehidupannya yang lebih baik dari sebelum berkomunikasi.
2. *Attitude change* (perubahan sikap). Seseorang berkomunikasi juga menginginkan adanya perubahan sikap.
3. *Opinion change* (perubahan pendapat). Seseorang dalam berkomunikasi mempunyai tujuan untuk adanya perubahan pendapat.
4. *Behavior change* (perubahan perilaku). Seseorang berkomunikasi juga ingin terjadi adanya perubahan perilaku.
	* + 1. **Komponen Komunikasi**

Proses komunikasi membutuhkan komponen-komponen tertentu agar dapat berjalan dengan lancar. Berikut komponen-komponen komunikasi menurut Wilbur Scramm (1982):

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang memulai dalam proses komunikasi. Jenis-jenis komunikator antara lain: komunikator individual yaitu yang bertindak atas nama sendiri dan komunikator institusional yaitu yang mewakili lembaga tertentu.

1. Pesan

Pesan adalah isi dari pernyataan umum. Jenis-jenis pesan antara lain:

1. Verbal, yaitu pesan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk bahasa lisan dan tulisan.
2. Non-verbal, yaitu pesan komunikasi yang berupa isyarat, gerakan badan, mimik muka.
3. Komunikan

Komunikan adalah sasaran atau penerima informasi dalam proses komunikasi. Komunikan meliputi:

1. Individu, yang merupakan bagian dari kelompok atau masyarakat.
2. Khalayak khusus (*special public*), yaitu komunikan yang memiliki karakteristik tertentu yang sifatnya homogen seperti kelompok pelajar, mahasiswa, pedagang dan lain sebagainya.
3. Khalayak umum (*general public*), yaitu komunikan yang memiliki sifat heterogen, jumlahnya banyak dan tidak dapat diperkirakan misalnya peserta kampanye, penonton konser musik.
4. Media

Media adalah alat, sarana, atau saluran yang digunakan dalam komunikasi, antara lain:

1. Media komunikasi personal, misalnya telepon atau surat.
2. Media komunikasi kelompok atau media yang disiapkan untuk kelompok tertentu, misal tabloid, majalah atau jurnal terbitan khusus sebuah organisasi. Media ini terbit dengan periode tertentu.
3. Media komunikasi massa, yaitu media yang sasarannya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dalam jumlah besar contohnya media cetak, elektronik dan internet.
4. *Feedback*

*Feedback* adalah hasil atau akibat yang didapat komunikator dalam proses komunikasi. Jenis-jenis *feedback*:

1. *Feedback* internal, timbul dari dalam diri komunikator.
2. *Feedback* eksternal, timbul dari luar komunikator.
3. *Immediate* atau *direct feedback*, dapat dirasakan seketika saat komunikasi dilakukan. Biasanya terjadi dalam proses komunikasi tatap muka.
4. *Delayed feedback*, pengaruhnya tidak diketahui secara langsung. Biasanya terjadi dalam proses komunikasi menggunakan media.
5. *Feedback* positif dan negatif. *Feedback* positif adalah *feedback* yang sesuai dengan harapan komunikator. Sedangkan *feedback* negatif adalah *feedback* yang tidak sesuai dengan harapan komunikator.
6. **Komunikasi Massa**
	* + 1. **DefinisiKomunikasi Massa**

Komunikasi Massa atau *mass communication* merupakan komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, siaran televisi, dan media sosial dengan teknologi internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada khalayak yang beragam dengan jumlah yang banyak dengan menggunakan media (Hikmat, 2018:23).

Bittner (1980) mendefinisikan komunikasi massa sebagai berikut: “*mass communication is message communicated through a mass medium to large number of people* (Komunikasi massa adalah pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang).”

Gerbner (1967) menyatakan definisi komunikasi massa yaitu produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus peras yang terus menerus serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003:188). Dari definisi tersebut dijelaskan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap misalnya harian, mingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Pernyataan lain datang dari Wright. Menurut Wright, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim; pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar (Rakhmat, 2003:189).

Seperti halnya yang disampaikan Gerbner bahwa komunikasi massa itu akan melibatkan lembaga, maka Wright secara khusus mengemukakan bahwa komunikator bergerak dalam organisasi yang kompleks. Organisasi yang kompleks menyangkut berbagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi massa, mulai dari menyusun pesan sampai pesan diterima oleh komunikan. Misal, jika pesan disampaikan melalui media cetak (koran dan majalah) maka pihak yang terlibat adalah pemimpin redaksi, editor, *lay-out man*, korektor. Sedangkan, jika pesan disampaikan melalui media elektronik (radio), maka pihak yang terlibat adalah penyiar dan operator. Jika pesan disampaikan melalui media televisi maka pihak yang terlibat ialah *camera man, floor man, lighting man,* pengarah acara, sutradara, operator dan petugas audio. Penggunaan seperangkat alat teknologi dengan sendirinya menyebabkan komunikasi massa itu membutuhkan biaya yang relatif besar.

* + - 1. **Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai) dan *entertainment* (hiburan).

* 1. ***Surveillance* (Pengawasan)**

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi menjadi:

* + 1. ***Warning or beware surveillance* (pengawasan peringatan)**

Fungsi ini terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman baik itu ancaman dari bencana alam, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi, atau adanya serangan militer. Sebuah surat kabar memuat secara berseri. Stasiun Televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan dalam jangka panjang.

* + 1. ***Instrumental surveillance* (pengawasan instrumental)**

Fungsi pengawasan insturmental adalah penyebaran informasi yang dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Misal, berita tentang film yang sedang tayang di bioskop, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep masakan dan sebagainya.

* 1. ***Interpretation* (Penafsiran)**

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Industri media memilih peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Contoh penafsiran media dapat dilihat pada halaman tajuk rencana (editorial) surat kabar. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak pembaca serta dilengkapai perspektif terhadap berita yang disajikan pada halaman lainnya. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih dalam.

* 1. ***Linkage* (Keterkaitan)**

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (keterkaitan) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama terhadap sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

* 1. ***Transmission of Values* (Penyebaran Nilai)**

Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada khalayak bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Sebagai contoh, banyaknya tayangan kekerasan di televisi dapat membentuk sosialisasi bagi anak muda yang menyaksikannya. Hal itu membuat mereka berpikir bahwa kekerasan adalah tindakan yang wajar dalam memecahkan persoalan hidup.

* 1. ***Entertainment* (Hiburan)**

Fungsi media massa sebagai fungsi hiburan tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak karena dengan membaca berita ringan dan menonton tayangan hiburan dapat membuat pikiran segar kembali. Seperti di surat kabar terdapat cerpen, komik, TTS (teka-teki silang) dan berita *human interest* untuk menghibur para pembacanya.

* + - 1. **Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan komunikasi antarpersona. Berikut adalah karakteristik komunikasi massa (Ardianto, 2007:6-12).

1. **Komunikator Terlembaga**

Komunikasi Massa akan melibatkan lembaga dan komunikatornya akan bergerak dalam organisasi yang kompleks dalam proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan itu diterima oleh komunikan.

1. **Pesan bersifat umum**

Komunikasi massa ditujukan untuk semua orang.

1. **Komunikan anonim dan heterogen**

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan karena penyampaian pesannya melalui media yang tidak memerlukan tatap muka.

1. **Media massa menimbulkan keserampakan**

Komunikan yang banyak tersebut secara serempak mendapatkan pesan yang sama.

1. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan**

Seorang komunikator dalam komunikasi massa akan menyusun pesan secara sistematis sesuai dengan jenis medianya agar komunikan dapat memahami isi pesan tersebut, berbeda dengan komunikasi antarpersona yang lebih mengutamakan unsur hubungan.

1. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**

Komunikator aktif menyampaikan pesan dan komunikan aktif menerima pesan, namun tidak terjadi dialog seperti komunikasi antarpersona.

1. **Stimulasi Alat Indra Terbatas**

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra tergantung pada jenis media massa. Misalnya seperti surat kabar pembaca hanya bisa melihat, untuk radio hanya bisa didengar, serta televisi melihat dan mendengar.

1. **Umpan Balik Tertunda (*delayed*) dan Tidak Langsung (*indirect*)**

Komunikator media massa tidak bisa segera mengetahui bagaimana reaksi komunikan terhadap pesan yang disampaikannya. *Feedback* komunikan yang diterima oleh komunikator bisa disampaikan melalui telepon, surat pembaca, surat elektronik (*e-mail*). Proses *feedback* tersebut membuktikan bahwa terjadi feedback yang bersifat tidak langsung (*indirect*).

1. **Media Massa**
	* + 1. **Definisi Media Massa**

Media massa merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan juga alat yang efektif untuk digunakan pada komunikasi massa. Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Cangara mendefinisikan media massa sebagai berikut:

**“Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi**” (Cangara, 2006:123).

Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa terbagi dalam tiga kategori, yaitu media cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, dan media sosial yang menggunakan internet (media *online*) (Hikmat, 2018:31).

* + - 1. **Kode Etik Media Massa**

Dalam menjalankan fungsinya, media massa harus menaati berbagai ketentuan yang berlaku. Ketentuan-ketentuan itulah yang dapat dikategorikan etika media massa. Etika media massa adalah kewajiban-kewajiban yang harus ditaati oleh media massa yang menjadi takaran untuk menilai baik-buruknya media massa itu.

Sobur (2001) memandang bahwa etika media massa sama dengan etika pers. Oleh karena itu, ia menjelaskan etika media massa adalah filsafat moral yang berkenaan dengan kewajiban-kewajiban pers dan tentang penilaian pers yang baik dan buruk atau pers yang benar dan salah. Etika pers adalah ilmu atau studi tentang peraturan-peraturan yang mengatur tingkah laku pers atau apa yang seharusnya dilakukan oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pers. Etika pers mengatur bagaimana seharusnya pers itu dilaksanakan agar dapat memenuhi fungsinya dengan baik.

Media massa memang harus beretika sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media massa yang baik atau buruk. Terlebih dalam konteks realitas, media massa tidak hanya berhubungan dengan orang perorangan. Media massa berkaitan dengan penyampaian pesan dan informasi terhadap khalayak. Oleh karena itu, jika media massa tidak beretika yang menjadi korban juga khalayak. Dampak negatif dari media massa yang tidak beretika akan mempengaruhi khalayak ramai.

Sebab media massa berkaitan erat dengan pers maka segala ketentuan dan kewajiban yang ditaati pers berlaku juga pada media massa. Hal itu selaras dengan sistem pers bertanggung jawab sosial (*social responsibility*). Dalam sistem ini, pers diberi kebebasan tetapi tidak boleh melanggar aturan-aturan yang sudah dibuat dan disepakati, jika melanggar maka pers harus siap untuk mempertanggungjawabkannya.

Sistem pers bertanggung jawab sosial sesuai dengan Laporan Komisi Kebebasan Pers tahun 1947. Komisi ini membuat laporan untuk mengajukan lima syarat yang dituntut masyarakat modern dari pers sebagai berikut:

Pertama, media massa harus menyuguhkan informasi yang benar, tidak bohong, akurat, dan cerdas.

Kedua, media massa harus berperan sebagai wahana pertukaran pendapat, komentar, dan kritik yang cerdas dan membangun.

Ketiga, media massa harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat.

Keempat, media massa harus selalu menyajikan dan menjelaskan tujuan dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.

Kelima, media massa harus membuka akses penuh ke berbagai sumber informasi. Sejalan dengan perkembangan globalisasi, saat ini informasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, media harus mengambil bagian dari memberikan kesempatakan kepada semua pihak dalam mendapatkan akses informasi.

1. ***New Media***

*New media* merupakan istilah yang digunakan saat ini untuk menyesuaikan dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. *New media* menjadi kebutuhan baru bagi manusia karena penggunaannya yang mudah dan cepat untuk diakses dimanpun dan kapanpun. Hal ini disebabkan karena sekarang hampir seluruh orang menggunakan teknologi digital seperti *smartphone* dan sebagainya untuk mendapatkan informasi, sekaligus memberikan kemudahan untuk melakukan komunikasi dengan banyak orang.

Perkembangan media baru salah satunyaadalah pada saat terjadinya digitalisasi. Munculnya internet memiliki peran dalam hubungan digitalisasi dengan media baru. Jika dikaitkan dengan perkembangan media baru, adanya internet berperan dalam melahirkan media online.

Feldman (1997) menjelaskan bahwa media baru memiliki lima karakteristik, yaitu:

1. Media baru mudah dimanipulasi

Media baru memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan mengubah berbagai data dan informasi dengan bebas. Hal ini seringkali mendapat tanggapan negatif dan menjadi perbedabatan.

1. Media baru bersifat *networkable*

Konten-konten yang terdapat dalam media baru dapat dengan mudah di*share* antar pengguna melalui jaringan internet. Hal ini menjadi sebuah kelebihan karena membuat setiap orang terkoneksi dengan cepat dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu.

1. Media baru bersifat *compressible*

Konten dalam media baru dapat diperkecil ukurannya sehingga kapasitasnya dapat dikurangi dan memudahkan orang untuk menyimpan konten-konten tersebut.

1. Media baru bersifat padat

Padat disini maksudnya adalah kita hanya membutuhkan space yang kecil untuk menyimpan berbagai konten yang ada dalam media baru. Contohnya, kita hanya perlu satu komputer yang terkoneksi dengan internet untuk dapat menyimpan berbagai informasi.

1. Media baru bersifat imparsial

Konten-konten dalam media baru tidak berpihak pada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Oleh karena itu media baru sering disebut media yang demokratis karena kapitalisasi media tidak berlaku lagi. Setiap orang dapat menjadi produsen dan konsumen secara bersamaan dan setiap pengguna dapat aktif disana (Rahardjo, Damasturi, Junaedi, 2012:144).

1. **Jurnalistik *Online***

Jurnalistik *online* merupakan kegiatan penyampaian peristiwa atau informasi-informasi kepada khalayak luas melalui internet. Menurut Paul Bradshaw dalam “*Basic Principal of Online Journalism*” yang dikutip Romli (2012:13) menjelaskan ada lima prinsip dasar jurnalistik *online*, antara lain:

1. Berita *online* bersifat ringkas agar memudahkan pembaca yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi.
2. Jurnalistik online dapat menyajikan informasi dalam format suara, video, gambar, dan lain-lain.
3. Dapat dipindai. Artinya, memudahkan pembaca untuk membaca informasi atau berita di media *online*.
4. Memungkinkan komunikasi interaktif antara pembaca kepada jurnalis dengan adanya akses yang semakin luas.
5. Jurnalis *online* harus dapat memberi jawaban atau timbal balik kepada publik atas interaksi yang dilakukan oleh jurnalis dengan publik. Hal ini menandakan bahwa peran media *online* lebih besar daripada media cetak maupun media konvensional.

Selain itu, terdapat pula beberapa karakteristik jurnalistik *online* yang membedakannya dengan media konvensional, antara lain:

1. *Immediacy*

Kesegaran atau kecepatan penyampaian informasi. Dalam media *online*, tiap menit bahkan detik sebuah berita baru diunggah.

1. *Multiple Pagination*

Berupa ratusan *page* (halaman).

1. *Multimedia*

Menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus.

1. *Archieving*

Terarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori atau kata kunci (*keyword, tag*) yang tersimpan lama dan dapat diakses kapanpun.

1. *Relationship with reader*

Dapat melakukan interaksi langsung dengan pembaca melalui kolom komentar.

1. **Berita**

Berita adalah bagian dari komunikasi yang membuat masyarakat terus mendapatkan berbagai informasi mengenai kejadian, peristiwa, isu, dan tokoh didalam maupun luar negeri dan semakin demokratis masyarakat semakin banyak juga informasi dan berita yang akan didapatkan (Kovach dan Rosentil, 2004:17). Secara sederhana berita adalah informasi-informasi aktual yang berisikan fakta-fakta atau opini yang dapat menjadi perhatian khalayak luas.

Menurut Kusumaningrat (2016:48-58) terdapat unsur-unsur layak berita, diantaranya:

1. Berita harus akurat

Seorang wartawan harus menjaga akurasi (ketelitian) di setiap pemberitaannya agar tidak menimbulkan masalah.

1. Berita harus adil dan seimbang

Setiap pemberitaan yang dilakukan oleh wartawan harus sesuai dengan apa yang sedang terjadi.

1. Berita harus objektif

Berita tidak boleh berat sebelah karena berarti itu bersifat subjektif atau sesuai dengan prasangka pribadi.

1. Berita harus ringkas dan jelas

Tulisan yang ditulis oleh wartawan harus ringkas, jelas dan sederhana tidak dilebih-lebihkan dan tidak dikurang-kurangi.

1. Berita harus hangat

Informasi-informasi yang disajikan wartawan setiap harinya adalah informasi terbaru.

1. **Kerangka Teoritis**
2. **Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk**

Analisis wacana kritisadalah upaya dalam memberi penjelasan dari suatu teks atau pesan yang dikaji dengan maksud mencari makna yang tersembunyi dalam teks tersebut. Norman (1987) menjelaskan bahwa: “Analisis wacana dengan menggunakan pendekatan kritsi memperlihatkan keterpaduan: a. analisis teks; b. analisis proses, produksi, konsumsi, dan distribusi teks; c. analisis sosiokultural yang berkembang disekitar wacana itu (Badara, 2012:26).

Terdapat beberapa tokoh yang menjelaskan analisis wacana kritis. Tetapi, model wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk yang sering digunakan untuk menganalisis suatu teks di media. Eriyanto (2003:221) mengatakan bahwa model yang digunakan Van Dijk sering disebut sebagai kognisi sosial karena penelitian mengenai wacana tidak hanya didasari oleh analisis teks saja tapi juga dilihat dari bagaimana dibalik teks tersebut diproduksi. Dalam hal ini harus dilihat bagaimana suatu teks diproduksi sehingga siperoleh suatu pengetahuan mengapa teks bisa seperti itu. Van Dijk menjelaskan bahwa dalam studi wacana kritis ditegaskan jika bahasa digunakan untuk berbagai fungsi dan memiliki berbagai konsekuensi, bisa untuk memerintah, mempengaruhi, mendeskripsi, menggerakkan atau membujuk kelompok (Haryatmoko, 2019).

Eriyanto (2003) menggambarkan bahwa wacana kritis Van Dijk memiliki tiga dimensi bangunan yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang jika digabungkan akan menjadi satu kesatuan analisis wacana. Model analisis wacana Van Dijk digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Model Analisis Wacana Kritis Van Dijk**

Berdasarkan pada gambar diatas, Teun A. Van Dijk membagi wacana menjadi tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Ketiga dimensi tersebut lalu dijelaskan oleh Van Dijk sebagai berikut:

1. Teks

Van Dijk melihat suatu teks dapat terdiri dari beberapa struktur yang saling mendukung, yaitu:

* + 1. Struktur Makro

Struktur Makro merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik/tema. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.

* + 1. Superstruktur

Superstruktur adalah kerangka suatu teks, bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh. Seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan

* + 1. Struktur Mikro

Struktur mikro merupakan makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yaitu kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar yang dipakai oleh suatu teks.

Berikut merupakan struktur serta elemen yang dijelaskan oleh Van Dijk:

**Tabel 2. 2 Tabel Struktur Wacana Teun A.Van Dijk**

(Sumber: Eriyanto: 2001-228-229)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Struktur Wacana** | **Hal yang Diamati** | **Elemen** |
| **Struktur Makro** | **Tematik**Tema atau topik yang dikedepankan dalam suatu berita | Topik |
| **Superstruktur** | **Skematik**Urutan dan bagian berita diskemakan dalam teks yang utuh | Skema |
| **Struktur Mikro** | **Semantik**Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail sisi lain | Latar, detail, maksud, praanggapan, nominalisasi |
| **Sintaksis**Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih | Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti |
| **Stilistik**Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita | Leksikon |
| **Retoris**Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan | Grafis, Metafora, Ekspresi |

1. Kognisi Sosial

Pendekatan Van Dijk tidak hanya pada dimensi teks saja, tetapi juga sebagai kognisi sosial karena Van Dijk melihat kognisi sebagai elemen penting dalam produksi wacana yang tidak hanya ditinjau dari struktur wacana tapi juga bagaimana wacana diproduksi. 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” (Eriyanto, 2003:260).

Dalam kognisi sosial terdapat beberapa skena atau model, yaitu:

1. Skema Person (*Person Schemas*) menggambarkan bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain.
2. Skema Diri (*Self Schemas*) berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami, dan digambarkan oleh seseorang.
3. Skema Peran (*Role Schemas*) berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat.
4. Skema Peristiwa (*Event Schemas*) skema yang paling sering digunakan karena setiap peristiwa selalu ditafsirkan dan dimaknai dalam skema tertentu (Eriyanto, 2003:262-263).
5. Konteks Sosial

Konteks sosial mengacu pada bagaimana wacana berkembang, sehingga ketika meneliti suatu teks dibutuhkan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana suatu wacana diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat.

Menurut Van Dijk analisis mengenai masyarakat ada dua poin penting yaitu praktik kekuasaan (power) dan akses (access) yang dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, praktik kekuasaan didefinisikan sebagai kepemilikan suatu kelompok atau anggota untuk mengontrol kelompok atau anggota lainnya. Hal ini disebut dengan dominasi karena praktik seperti ini dapat mempengaruhi letak atau konteks sosial dari pemberitaan tersebut. Selain kontrol yang bersifat langsung dan fisik, kekuasaan ini juga berbentuk persuasif dengan mempengaruhi kondisi mental, kepercayaan dan pengetahuan.

Kedua, akses dalam mempengaruhi wacana. Maksud dari akses ini adalah kaum mayoritas memiliki akses yang lebih besar dibandingkan kaum minoritas (Eriyanto, 2003:272).

1. **Kerangka Pemikiran**

Di era digitalisasi ini semua serba *online* termasuk dalam mendapatkan asupan berita. Jika dulu kita mendapatkan berita hanya dengan membaca koran atau menonton siaran berita di televisi, sekarang kita bisa dengan mudah mendapatkan berita melalui portal berita *online* yang memudahkan pembaca untuk bisa akses berita dimanapun dan kapanpun. Hal ini membuat perusahaan media cetak membuat portal beritanya sendiri di internet agar tetap bisa dekat dengan para pembacanya.

Seperti Pikiran Rakyat yang memiliki portal berita online nya sendiri dengan nama Pikiranrakyat.com. Didalamnya terdapat berbagai macam rubrik seperti nasional, ekonomi, olahraga, teknologi, gaya hidup, cek fakta, internasional, bola, entertainment, otomotif, kolom, pendidikan, karier, dan rubrik yang hanya tersedia di Pikiranrakyat.com yaitu mikiran rakyat, PR Video, dan PR Gambar. Rubrik-rubrik tersebut dapat memudahkan para pembaca untuk mengakses berita sesuai dengan minat dan kesukaannya.

Penelitian ini berjudul “Analisis Wacana Kritis Berita Masyarakat Indonesia Sudah Boleh Lepas Masker di Fasilitas Publik dalam Media Online Pikiranrakyat.com edisi 11 Juni 2023”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Analisis wacana kritis merupakan proses yang dilakukan peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai makna sebenernya yang disampaikan pembuat teks wacana dengan tujuan untuk mencapai apa yang diinginkan dalam penelitian ini mengenai bagaimana wacana dalam diperbolehkannya masyarakat Indonesia untuk buka masker di fasilitas publik. Eriyanto (2003) menjelaskan bahwa model wacana kritis Van Dijk membagi analisis wacana kedalam tiga dimensi yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang jika disatukan akan menjadi satu kesatuan analisis.

Dimensi teks akan memperjelas tema yang dibuat. Dimensi teks memiliki tiga struktur yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Struktur makro merupakan makna umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang ditonjolkan dalam suatu berita. superstruktur yaitu struktur wacana yang berkaitan dengan kerangka suatu teks, melihat bagaimana bagian-bagian teks tersusun utuh dalam berita dimulai dari pendahuluan, isi dan penutupan serta kesimpulan. Struktur mikro membahas teks wacana dengan aspek semantik yang membahas makna yang ditekankan dalam teks, sintaksis yang membahas bagaimana kalimat pada teks digunakan, stilistik yang membahas bagaiaman pemilihan kata pada teks, dan retoris membahas bagian bagaimana teks ditekankan atau ditonjolkan.

Kognisi sosial menurut Van Dijk itu menghubungkan teks dengan masyarakat. Dalam kognisi sosial bukan hanya teks saja yang dianalisis tetapi juga melihat bagaimana suatu teks diproduksi. Kognisi sosial akan memusatkan analisis pada penulis teks wacana untuk membongkar bagaimana teks tersebut dibuat. Untuk meneliti hal tersebut, Van Dijk menggambarkannya dengan beberapa skema yaitu person, skema diri, skema peran dan skema peristiwa. Skema person yaitu bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain. Skema diri yaitu bagaimana diri sendiri dipandang dan digambarkan oleh seseorang. Skema peran yaitu bagaimana seseorang memandang peranan seseorang dalam masyarakat. Dan skema peristiwa yaitu peristiwa yang kita alami setiap hari dapat ditafsirkan dan dimaknai. Dalam penelitian ini skema yang digunakan peneliti adalah skema peran dan skema peristiwa. Hal ini dikarenakan dalam berita yang peneliti teliti terdapat hal-hal yang berkaitan dengan skema peran dan skema peristiwa. Skema peran yang terdapat dalam berita “Masyarakat Indonesia Sudah Boleh Lepas Masker di Fasilitas Publik” ini merujuk kepada peran wartawan dalam menyusun berita. Sedangkan pada skema peristiwa merujuk kepada peristiwa aturan membuka masker di fasilitas publik yang sudah diperbolehkan oleh pemerintah.

Konteks sosial merupakan analisis yang menunjukkan bagaimana makna yang dihayati bersama, kekuasaan sosial diproduksi lewat praktik diskursus dan legitimasi. Menurut Van Dijk terdapat dua hal penting pada konteks sosial yaitu praktik kekuasaan dan akses dalam mempengaruhi wacana. Praktik kekuasaan yaitu bentuk kepemilikan yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok berpengaruh terhadap yang lain. Kemudian akses dijelaskan bagaimana akses diantara masing-masing kelompok dalam masyarakat yang lebih berkuasa akan memiliki kesempatan lebih besar untuk mempunyai akses pada media dibanding kelompok yang rendah.

Berikut gambaran jelas pada alur penelitian ini:

**Analisis Wacana Kritis Berita Masyarakat Sudah Boleh Lepas Masker di Fasilitas Publik dalam Media Online Pikiranrakyat.com**

**Analisis Wacana Kritis**

**Teun A. Van Dijk**

**Kognisi Sosial**:

1. Skema Peran
2. Skema Peristiwa

**Konteks Sosial:**

1. Kekuasaan
2. Akses

**Teks**:

1. Struktur Makro
2. Superstruktur
3. Struktur Mikro

**Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Penelitian**

Sumber: Modifikasi Peneliti dan Pembimbing 2023