

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media massa sebagai alat untuk menyampaikan berita, penilaian dan gambaran umum tentang banyak hal. Media mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik. Media juga berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan yang direpresentasikan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris.¹ Oleh karena itu, suatu peristiwa yang sama bisa dianggap berbeda oleh berbagai media. Berita dibuat tidak hanya untuk sekedar memberi informasi, tetapi untuk menggiring opini.

Media merupakan sumber informasi sosial dan budaya yang paling dapat dipercaya. Media menentukan agenda publik dan konteks bagi kebanyakan apa yang masyarakat pikirkan dan apa yang diketahui tentang realitas. Sejumlah studi lain telah menunjukkan peran sentral media dalam komunitas dan solidaritas sosial.² Selain menghadirkan informasi wartawan juga memiliki kemampuan untuk menghadirkan opini publik. Sehingga begitu besarnya pengaruh media terhadap masyarakat, menyebabkan sejumlah pemilik modal tidak ragu menginvestasikan dana hingga teriliunan rupiah

¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 31.

² Fathurin Zen, *NU Politik: analisis wacana media*, (Yogyakarta: LKis, 2004), hlm. 94.

dalam bidang ini.³ Setiap media atau pers mempunyai berbagai macam fungsi yang tertuang dalam fungsi pers. Namun, hal tersebut berbenturan dengan banyaknya kepentingan yang menunggangi media pada saat ini. Kepentingan tersebut dapat kita lihat dengan analisis secara detail pada media yang kita konsumsi. Sebuah berita yang dihasilkan media merupakan suatu bentuk komunikasi massa, berita tersebutlah yang dikonsumsi oleh khalayak dan dapat mempengaruhi persepsi dan pola pikir khalayak terhadap suatu hal. Pikiran seseorang secara sadar atau tidak akan terprogram sesuai dengan apa yang dilihat, dibaca dan apa yang didengar terkecuali apabila seseorang bisa menginterpretasi informasi tersebut secara maksimal dan tidak langsung menerima informasi secara mentah.

Meski kebebasan sudah dianut oleh media namun sejatinya kebebasan itu tidak utuh dan terbatas dengan adanya kepentingan.⁴ Para pemimpin agama, lembaga, praktisi, simbol, nilai, praktik dan ide-ide keagamaan semuanya akan terlibat dalam wacana yang tengah berlangsung.⁵ Potensi keterlibatan masyarakat yang besar ini bagi media massa sangat menarik. Hal ini karena media massa menempatkan masyarakat sebagai klien utama dan menjadi bagian strategis dari pengembangan kelembagaannya. Dengan kata lain, masyarakat adalah segalanya dan keberadaannya terutama sebagai klien atau pembaca akan memberikan jaminan pada satu media atas eksistensinya sebagai media publik.

³ Fadhilah Zein, *Kezaliman Media Massa Terhadap Umat Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013), hlm. 7.

⁴ Agus Sudibyo, *Politik Media & Pertarungan Wacana*, (Yogyakarta: LKis, 2001), hlm. 2.

⁵ Fathurin Zen, *op.cit.*, hlm. 95.

Dengan pola kepentingan ini, masyarakat bagi media sesungguhnya ditempatkan lebih sebagai penjamin eksistensi. Penjaminan ini akan memberikan dampak yang besar bagi media dalam menjalankan praktik-praktik bisnisnya. Media massa dengan klaim pembaca besar yang berskala nasional akan menawarkan ruang publikasinya (iklan) lebih mahal dibanding dengan media dengan pembaca relatif kecil dan berskala lokal. Potensi bisnis dalam media massa dengan klaim pembaca besar yang berskala nasional menuntut media massa mengembangkan segmentasinya pada berbagai lapisan dan kelompok masyarakat.

Salah satu cara yang lazim digunakan adalah mobilisasi melalui pengembangan opini yang dikemas agar terlihat memiliki kedekatan (proximity) dengan kelompok sasaran. Kedekatan opini dengan pembaca ini secara ekonomi politik tidak merepresentasikan ideologi keberpihakan media, tetapi lebih sebagai strategi pengembangan pasar. Kepentingan ekonomi politik inilah yang sesungguhnya menjadi basis bagi media massa dalam praktik-praktik pemberitaan.

Membahas tentang agama, tentunya tidak lepas dari pembahasan tentang media massa. Awal mula reformasi pasca turunnya Soeharto sebagai Presiden Republik Indonesia ke-2, media massa pun tumbuh pesat dengan fokus liputan yang beragam. Tak hanya menyoroti isu-isu politik, ekonomi dan budaya, media massa juga menyentuh persoalan sensitif umat manusia, yakni agama. Soal agama adalah soal yang paling rumit diperbincangkan. Pembahasannya memerlukan banyak pendekatan yang menyoal beragam

polemiknya di media massa. Hal ini dikarenakan bahwa soal agama adalah soal keyakinan masing-masing individu.

Agama dalam pengertian luas dipahami sebagai seperangkat kepercayaan atau keyakinan yang memberi bimbingan terhadap seseorang dalam melakukan tindakan-tindakan tertentu. Pada saat agama sebagai spiritual bertemu dengan konstruk agama lain terutama dalam hubungan yang bersifat konfliktual, agama mentransformasikan diri sebagai kekuatan ideologis. Implikasinya agama menjadi anti kritik yang berpotensi meningkatkan sensitivitas nilai-nilai yang dikandungnya. Dalam konteks inilah agama rentan dijadikan sebagai pemicu atas situasi sosial politik yang secara substantif keduanya tidak memiliki hubungan apapun. Perkembangan ke arah ideologi ini secara ekonomi-politik memberikan peluang kepada kelompok tertentu untuk memposisikan agama sebagai “amunisi” dan komoditas yang bisa digunakan sewaktu-waktu.

Isu-isu sosial-politik yang dikemas dalam paket agama mendapat perhatian masyarakat secara luas dan memberikan efek ketegangan yang besar. Keterlibatan emosi dan perasaan ideologis yang sama diduga menjadi alasan utama masyarakat mengambil bagian dari perkembangan isu agama ini. Agama dengan sifat transendensinya diyakini oleh pada pendukungnya memiliki kebenaran mutlak yang final. Pada level berikutnya, agama menjadi kekuatan ideologis yang pada titik tertentu dapat mempertemukan antara kelompok satu dengan yang lain secara berhadap-hadapan. Dalam situasi inilah media massa bisa mengambil keuntungan untuk mengidentifikasi

dirinya menjadi bagian dari ideologi berbasis agama tertentu. Melalui proses identifikasi ini, media massa secara tidak langsung memperoleh segmentasi pasar dari kelompok masyarakat baru atau memperkuat segmentasi lama. Melalui pengembangan opini yang cenderung memproduksi dan mereproduksi kecenderungan ideologis tertentu, identifikasi ini menjadi hal yang lumrah diterima masyarakat.

Agama bagi media massa adalah isu strategis yang menjadi instrumen untuk memobilisasi pembaca. Cara yang dilakukan adalah melalui produksi dan reproduksi nilai-nilai ideologis yang bersumber pada pemahaman agama. Implikasi kelompok-kelompok ideologis ini membangun kekuatan komunitasnya melalui pengembangan jaringan sosial politik yang salah satunya dengan media massa. Namun karena media massa dalam era industrialisasi saat ini lebih berorientasi pada kepentingan ekonomi, kolaborasi dengan kelompok ideologis tidak berarti bahwa proses produksi dan reproduksi media massa juga bersifat ideologis. Produksi dan reproduksi wacana agama lebih dijadikan sebagai simbol identifikasi atau bentuk komitmen kolaboratif antara media massa dan kelompok ideologis. Proses simbolisasi ini secara ekonomis akan memberikan keuntungan kapital bagi media massa dengan keterjaminan pasar (pembaca) dari kelompok dan masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan ideologi tertentu.

Dalam konteks media massa, pembicaraan adalah berita yang hadir dalam bentuk bahasa. Bahasa mempunyai kemampuan untuk menghadirkan pemikiran melalui beberapa tahap yang tersentral dalam proses representasi.

Bahasa media massa adalah teks yang mewakili peristiwa atau realitas yang ingin disampaikan kepada publik. Masyarakat mengetahui peristiwa atau realitas melalui teks yang disajikan media massa. Media dalam perspektif wacana kritis bukanlah entitas yang netral, teks yang membahasakan realitas sarat ideologi dan kepentingan dari kelompok dominan. Teks yang membicarakan atau mewacanakan realitas inilah yang kemudian disebut dengan representasi.

Dalam konteks analisis wacana kritis, representasi penting dalam 2 (dua) hal, yaitu pertama, bagaimana menampilkan seseorang, kelompok atau gagasan tertentu dalam media publik. Apakah ditampilkan apa adanya atau dikemas dalam bentuk yang berbeda seperti di “bagus” kan atau di “buruk” kan. Kedua, praktek representasi. Apakah representasi ditampilkan dalam bentuk kata, kalimat, gambar/foto, atau pemberitaan. Persoalan mendasar dalam representasi adalah bagaimana realitas ditampilkan.

Wartawan pembuat teks yang merepresentasikan realitas melewati 3 (tiga) proses, yaitu: pertama, peristiwa yang ditandakan (encode). Peristiwa dihadapi oleh wartawan untuk ditampilkan kepada publik melalui media massa dikonstruksi terlebih dahulu dengan bantuan tanda-tanda seperti foto, gambar, atau grafis. Dalam konstruksi media massa, realitas harus selalu siap untuk ditandakan yang terkadang prosesnya berlangsung sewenang-wenang. Kedua, penggambaran realitas. Dalam bahasa tulis, alat teknis untuk penggambaran adalah teks (kata, kalimat, proposisi), grafik, dll. Pemakaian kata atau kalimat tertentu akan membawa makna spesifik pada saat diterima

khalayak. Ketiga, pengorganisasian peristiwa obyek representasi dalam konvensi-konvensi yang bisa diterima secara ideologis. Dalam tahap-tahap representasi ini, seorang penulis peristiwa tidak bisa menghindar untuk tidak menggunakan ideologinya. Perbedaan ideologi yang dimiliki wartawan akan berpengaruh terhadap representasi yang ditampilkan kepada publik. Determinasi kepentingan kapital dalam tubuh media massa tak jarang memberikan “tontonan” tersendiri bagi masyarakat terutama pada isu-isu agama yang menjadi kontroversi.

Berbicara soal agama, akhir-akhir ini isu intoleransi sangat marak diperbincangkan. Setiap terjadi peristiwa kekerasan berbungkus intoleransi, pondok pesantren selalu menjadi tertuduh utama. Kabar bahwa akar kekerasan tumbuh dan berkembang di pesantren menjadi fakta yang kerap sulit ditolak. Apalagi Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) menyebutkan setidaknya ada 19 pondok pesantren terindikasi mengajarkan radikalisme.⁶ Isu yang berhubungan dengan intoleransi kerap disorot oleh sejumlah media massa salah satunya adalah majalah Tempo.

Majalah Tempo adalah majalah mingguan yang terbit di Jakarta, yang sejatinya dikenal sebagai majalah yang selalu mengangkat berita politik namun kali ini Tempo menyajikan hal yang berbeda. Pada majalah Tempo edisi Islam Jalan Damai periode 4-10 Juli 2016, laporan utama yang disajikan adalah berita yang berkaitan dengan pondok pesantren dan ajaran toleransi didalamnya. Kemudian pada laporan *intermezo* yang seharusnya menjadi

⁶ <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160203201841-20-108711/bnpt-19-pesantren-terindikasi-ajarkan-radikalisme/>

laporan selingan dengan berita-berita yang ringan dan tidak sensitif, namun pada edisi ini Tempo berani mengangkat berita tentang kontroversi kitab fikih Muhammadiyah. Pemberitaan tersebut memicu keresahan ormas Muhammadiyah. Sehingga pada bulan Agustus, Muhammadiyah melakukan klarifikasi atas berita yang ditulis oleh majalah Tempo. Klarifikasi tersebut dikutip oleh majalah milik ormas Muhammadiyah yaitu majalah Suara Muhammadiyah (SM) edisi 15.

Gambar 1.1

Klarifikasi Pihak Muhammadiyah tentang beredarnya Kitab Fikih Jilid Telu



Sumber: Majalah Suara Muhammadiyah

Perbedaan ideologi bukan lagi pemicu terjadinya persaingan antar pers, namun niat untuk memperluas pasar pembaca guna mendatangkan keuntungan finansial.

Cara yang sering dilakukan untuk mewujudkan niat tersebut yaitu dengan mengkonstruksi suatu berita atau membingkai suatu peristiwa dengan berbagai kemasan. Padahal, setiap pesan yang disampaikan media akan mempengaruhi banyak hal dalam diri si pembaca. Peneliti menilai dibalik penulisan berita pada majalah Tempo edisi Islam Jalan Damai periode 4-10 Juli 2016, mengandung wacana tertentu. Maka dari itu, berdasarkan pada pemaparan latar belakang masalah diatas, peneliti mengambil judul **“Wacana Islam Jalan Damai (Analisis Wacana Teun A. van Dijk dalam Liputan Khusus Majalah Tempo Edisi Islam Jalan Damai Periode 4-10 Juli 2016)”**.

Peneliti mendapat bahan acuan dari penelitian yang ditulis oleh Nurul Karima yang merupakan mahasiswi Ilmu Komunikasi UMY (2015), dengan judul penelitian *wacana pemberitaan kandidat presiden jokowi dan prabowo di majalah tempo*. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa pembentukan tentang wacana Prabowo sebagai ancaman bagi Republik Indonesia dan Jokowi sebagai sosok calon pemimpin yang ideal, berkaitan dengan kepentingan Goenawan Mohammad terhadap menangnya kandidat Jokowi. Dominasi kelompok dominan telah berhasil menyebarkan ideologi dan hegemoninya melalui wacana pemberitaan Prabowo Sebagai Ancaman bagi Republik Indonesia dan Jokowi sebagai sosok calon pemimpin yang ideal tersebut. Dalam hal ini dapat dilihat bagaimana media secara masif telah mampu menunjukkan dominasi dan penguasaan mereka atas kepentingan ideologi yang mereka pahami.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan objek yang diteliti yaitu majalah Tempo dan dalam teknik analisis data yang menggunakan teknik analisis wacana kritis. Sedangkan perbedaan penelitian yakni pada penelitian terdahulu penelitian dilakukan untuk menganalisis perbandingan yang diberitakan oleh Tempo terhadap dua kandidat calon presiden namun pada penelitian ini, penulis meneliti representasi ideologi yang ditunjukkan oleh Tempo didalam setiap beritanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah bagaimana wacana Islam jalan damai dalam liputan khusus majalah Tempo edisi Islam jalan damai periode 4-10 juli 2016?

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui wacana Islam jalan damai dalam liputan khusus majalah Tempo edisi Islam jalan damai periode 4-10 juli 2016.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi massa berkaitan dengan analisis teks media khususnya analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*) dalam melihat konstruksi pesan pada sebuah media.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada khalayak tentang wacana yang ditampilkan oleh majalah Tempo mengenai analisis wacana Islam jalan damai dalam liputan khusus majalah Tempo edisi Islam jalan damai periode 4-10 juli 2016. Serta penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi para peminat seputar masalah analisis teks media khususnya pada kajian analisis wacana kritis. Dimana sebagai suatu kajian kritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu membentuk kesadaran sosial masyarakat tentang bagaimana pers tidak hanya menjalankan fungsi dan perannya dalam memberikan informasi kepada publik, akan tetapi pers juga membawa berbagai nilai, ideologi dan kepentingan institusi medianya ataupun kelompok-kelompok tertentu.

E. Kerangka Teori

E.1. Media Massa

Media massa adalah sarana untuk menyampaikan isi pesan atau informasi yang bersifat umum, kepada sejumlah orang yang jumlahnya relatif besar perhatiannya terpusat pada isi pesan yang sama, yaitu pesan

dari Media massa yang sama, dan tidak dapat memberikan arus balik secara langsung pada saat itu juga. Media massa harus diterbitkan atau disiarkan secara periodik, isi pesan harus bersifat umum menyangkut semua permasalahannya, mengutamakan aktualitas, dan disajikan secara berkesinambungan. Termasuk dalam golongan ini adalah Surat Kabar, Majalah, Radio, Televisi dan Film.⁷ Media massa diyakini punya kekuatan yang maha dahsyat untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa bisa menentukan perkembangan masyarakat seperti apa yang akan dibentuk di masa yang akan datang. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan memengaruhi kehidupan di masa kini dan masa datang.

Media massa memiliki lima ciri, yaitu Pertama, komunikasi yang terjadi dalam media massa bersifat searah di mana komunikan tidak dapat memberikan anggapan secara langsung kepada komunikatornya yang biasa disebut dengan tanggapan yang tertunda (delay feedback). Kedua, media massa menyajikan rangkaian atau aneka pilihan materi yang luas, bervariasi. Ini menunjukkan bahwa pesan yang ada dalam media massa berisi rangkaian dan aneka pilihan materi yang luas bagi khalayak atau para komunikannya. Ketiga, media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikan dalam media massa berjumlah besar dan menyebar di mana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal. Keempat, media massa menyajikan materi yang dapat

⁷ Wahyudi. *Komunikasi Jurnalistik: Pengetahuan Praktis Kewartawanan, Surat Kabar Majalah, Radio dan Televisi*. (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1996), hlm. 96.

mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikasi dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Kelima, media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur. Penyelenggara atau pengelola media massa adalah lembaga masyarakat/organisasi yang teratur dan peka terhadap permasalahan kemasyarakatan.⁸

Media massa dapat diklasifikasikan kepada dua kategori yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak terdiri dari sumber bertulis seperti koran, majalah, buku, iklan, memo, formulir bisnis, dll, sedangkan media elektronik terdiri daripada televisi, radio dan juga internet. Belakangan, perkembangan internet yang pesat bahkan telah menjadi pendorong lahirnya beragam bentuk media online. Melalui blog atau situs bahkan telah menjadi media alternative dalam menyebarkan informasi secara lebih cepat tanpa tergantung atau terbatas masalah waktu dan tempat. Media cetak merupakan salah satu jenis media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Media cetak juga dapat di definisikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan proses produksi teks menggunakan tinta, huruf dan kertas, atau bahan cetak lainnya. Media cetak ini dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis yakni surat kabar, majalah berita, dll. Masing-masing jenis itu berbeda satu sama lain dalam penyajian tulisan dan rubriknya.

⁸ Djafar H Assegaf. *Jurnalistik Masa Kini* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991) hlm. 65.

Media cetak memiliki karakteristik, di antaranya media cetak biasanya lebih bersifat fleksibel, mudah dibawa ke mana-mana bisa disimpan (dikliping), bisa dibaca kapan saja, tidak terikat waktu. Dalam hal penyajian iklan, walaupun media cetak dalam banyak hal kalah menarik dan atraktif dibanding media elektronik namun di segi lain bisa disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan spesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Selain itu dalam hal penyampaian kritik sosial melalui media cetak akan lebih berbobot atau lebih efektif karena diulas secara lebih mendalam dan bisa menampung sebanyak mungkin opini pengamat serta aspirasi masyarakat pada umumnya.

Fungsi/peranan media cetak diantaranya, Pertama, sebagai media informasi yang mencerahkan. Kedua, Sebagai media pendidikan yang mencerdaskan. Ketiga, Meningkatkan intelektual kehidupan masyarakat. Keempat, membantu memperkuat kesatuan nasional. Jenis-jenis media cetak yaitu, Pertama, Surat kabar harian yaitu jenis media cetak yang terbit setiap hari. Jenis media cetak ini masih dibagi menjadi surat kabar harian nasional, surat kabar harian daerah, dan surat kabar harian lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita *news* atau informasi terkini dan disampaikan dengan sistem *straight news* atau apa adanya. Kedua, Surat kabar mingguan yaitu jenis media cetak yang lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Biasanya berita yang diangkat adalah berita hiburan atau juga *in depth news*. Tulisan dalam media ini banyak bergaya

feature atau deskriptif. Ketiga, Majalah mingguan, jenis majalah ini terbit setiap seminggu sekali. Keempat, Majalah tengah bulanan. Kelima, Majalah bulanan. Keenam, majalah dwibulanan. Ketujuh, majalah tribulanan. Kedelapan, Bulletin, media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu dan media ini biasanya hanya terdiri dari beberapa halaman, serta dibuat konsep sederhana. Bulletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.

E.2. Media dan Proses Produksi Berita

Berita adalah informasi aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. Berita merupakan informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan dalam bentuk cetak, siaran, internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Menurut Sumadiria, “secara sosiologis, berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Dalam gambaran sederhana, seperti dilukiskan dengan baik oleh para pakar jurnalistik, berita adalah apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio, dan apa yang ditayangkan televisi.

Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang, tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil yang dilaporkan”.⁹ Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan,

⁹ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis dan Profesional*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Indonesia, 2005), hlm. 63.

maka laporan tersebut akan menjadi fakta/ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan atau media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak luas karena mengandung unsur-unsur berita. Unsur-unsur layak berita tersebut yaitu akurat, lengkap, objektif, ringkas, jelas, hangat, adil dan berimbang.

Dalam media massa cetak ada beberapa jenis berita yang terdapat didalamnya antara lain yang pertama *Straight News* yaitu berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar atau yang menjadi berita utama (headline) merupakan berita jenis ini. Kedua, *Depth News* adalah berita mendalam yang dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Berikutnya yaitu *Investigation News*, merupakan berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Kemudian *Interpretative News* yaitu berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan. Serta *Opinion News* adalah berita mengenai pendapat seseorang biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa dan sebagainya.¹⁰

Menurut Fishman ada dua kecenderungan studi tentang proses produksi berita. “Pandangan pertama disebut pandangan seleksi berita (*selectivity of news*). Pada dasarnya proses produksi berita adalah proses seleksi. Proses seleksi ini akan dimulai dari wartawan di lapangan yang

¹⁰ Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005), hlm.12.

akan memilih hal-hal atau peristiwa-peristiwa penting yang akan ditulis dalam berita. Setelah berita itu masuk ketangan redaktur, akan diseleksi lagi dan disunting dengan menekankan bagian mana yang perlu dikurangi dan bagian mana yang perlu ditambah. Pendekatan kedua adalah pendekatan pembentukan berita (*creation of news*). Dalam perspektif ini, peristiwa itu bukan diseleksi melainkan dibentuk. wartawanlah yang membentuk peristiwa, mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Pandangan ini melihat bahwa peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi melainkan dikreasi oleh wartawan. Perspektif ini kemudian memunculkan pertanyaan bagaimana wartawan membuat berita. Titik perhatian terutama di fokuskan dalam rutinitas dan nilai-nilai kerja wartawan yang memproduksi berita tertentu. Ketika bekerja, wartawan bertemu dengan seseorang. Wartawan bukanlah perekam yang pasif yang mencatat apa yang terjadi dan apa yang dikatakan seseorang. Melainkan sebaliknya, ia aktif. Wartawan berinteraksi dengan realitas dan dengan orang yang diwawancarai, dan sedikit banyak menentukan bagaimana bentuk dan isi berita yang dihasilkan.¹¹

Menurut Sudibyo, penelitian dalam level produksi berita, seringkali dipusatkan pada proses pembentukan berita atau yang lebih dikenal *newsroom*. *Newsroom* dalam hal ini dipandang sebagai ruang yang hampa, netral, dan seakan akan hanya menyalurkan informasi yang didapat. Proses pembentukan berita merupakan sesuatu yang rumit dan

¹¹ Eriyanto, *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Yogyakarta: LKiS, 2002), hlm. 101.

banyak faktor yang berpotensi untuk mempengaruhi.¹² Dalam hal ini, berita dipandang bukan merupakan cermin dari realitas semata namun merupakan hasil konstruksi dari wartawan. Berita dalam pandangan konstruksi sosial bukan merupakan peristiwa atau fakta yang ditulis begitu saja sebagai cermin dari realitas tetapi dalam hal ini berita adalah produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Realitas diamati oleh wartawan kemudian diserap dalam kesadaran wartawan dan akhirnya dikonstruksi oleh wartawan menjadi sebuah berita yang menarik. Untuk menampilkan berita yang menarik wartawan akan mengambil bagian-bagian yang menarik untuk dikonstruksi menjadi sebuah berita. Pada dasarnya berita-berita yang disajikan dan ditampilkan oleh media dalam pemberitaan yang dimuat merupakan akumulasi dari pengaruh yang beragam dan mempengaruhi konstruksi realitas oleh media. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang pemberitaan. Faktor-faktor itu adalah:

1. Faktor individu

Faktor ini berhubungan dengan latar belakang kehidupan wartawan seperti jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, dan budaya. Faktor ini akan sangat mempengaruhi pola pemberitaan dan pengambilan keputusan oleh wartawan dalam menulis berita. Dalam menurunkan sebuah berita media selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek personal wartawan, dampak dalam hal ini adalah wartawan akan

¹² Agus Sudibyo, *op.cit.*, hlm. 6.

memutuskan realitas mana yang akan dimuat dan mana yang tidak dimuat dalam pemberitaan yang akan disajikan di dalam media.

2. Rutinitas Media

Media dalam menghasilkan sebuah berita sangat dipengaruhi oleh rutinitas yang terjadi selama proses pembentukan berita hingga sampai ketangan pembaca. Rutinitas ini dimulai dari saat wartawan memasukan berita yang ditulis ke meja redaksi dilakukan pemilihan-pemilihan terhadap informasi informasi yang memiliki nilai berita. Proses kerja rutinitas inilah yang menentukan kenapa sebuah peristiwa dihitung sebagai berita dan kenapa peristiwa lain tidak dihitung sebagai berita. Atau dengan kata lain dapat dikatakan bahwa kenapa sebuah peristiwa ditonjolkan pada bagian tertentu dan kenapa peristiwa yang lain tidak ditonjolkan. Kalau media menampilkan aspek tertentu dalam pemberitaannya, bukan berarti media tersebut memerankan peran negatif dalam proses produksi berita untuk mengelabui pembacanya, namun hal ini terjadi sebagai bagian dari rutinitas media dalam melakukan seleksi terhadap realitas yang ada yang akan memunculkan dalam terbitannya. Pada posisi inilah peran redaktur sangat besar dan kuat dalam menentukan pemberitaan, sebab redaktur memiliki otoritas penuh dalam memilih berita yang layak untuk dimuat dalam media massa.

3. Institusi Media

Orang-orang yang duduk dalam dewan redaksi atau yang direkrut sebagai pegawai sangat dipengaruhi oleh struktur organisasi media. Dalam hal ini wartawan, editor, layouter, dan fotografer adalah bagian kecil dari institusi media. Pengelola media dan wartawan bukanlah orang tunggal yang menentukan isi sebuah berita. Ada aspek lain yang dapat mempengaruhi isi sebuah berita. Aspek-aspek ini adalah pengiklan dan pemodal. Dalam hal ini kepentingan ekonomi seperti pemilik modal, pengiklan, dan pemasaran selalu mempertimbangkan sebuah peristiwa yang dapat menaikkan angka penjualan atau oplah media. Dalam hal ini terkait dengan wilayah ekonomi.

4. Kekuatan Eksternal Media

Dalam hal ini kita akan melihat bahwa media hanya menjadi bagian kecil dari sistem yang lebih besar dan kompleks dari kehadiran sebuah berita. Dalam hal ini diyakini bahwa kepentingan politik, ekonomi dan budaya merupakan faktor dominan yang mempengaruhi isi berita. Faktor-faktor itu adalah:

a. Faktor yang berasal dari sumber berita

Sumber berita dalam hal ini tidak dilihat sebagai pihak yang netral dalam memberikan informasi untuk bahan berita. Dalam hal ini sumber informasi juga memiliki kepentingan untuk mempengaruhi isi media dengan alasan-alasan tertentu, seperti untuk membangun citra positif terhadap suatu pihak sehingga masyarakat

menjadi ikut dalam mendukung argumentasi yang diberikan sumber kepada media.

b. Sumber penghasilan media

Dalam hal ini terdapat keterkaitan antara keberlangsungan media dengan modal. Untuk menjaga keberlangsungannya, sebuah media membutuhkan dana sebagai sumber untuk membiayai produksinya. Salah satu sumber dana di dalam media adalah iklan. Dengan iklan sebuah media dapat menjaga keberlangsungan hidupnya. Hal ini menyebabkan media menjadi tergantung pada iklan. Ketergantungan ini akan berimplikasi atau berpengaruh pada objektivitas media dalam memberitakan suatu masalah kepada pembaca.

c. Level Ideologi

Dalam konteks ini ideologi diartikan sebagai kerangka berpikir yang dipakai oleh setiap individu/wartawan untuk melihat realitas. Ideologi dalam hal ini adalah suatu konsep yang abstrak yang berhubungan dengan konsepsi individu dalam menafsirkan realitas. Ideologi yang abstrak dipahami sebagai siapa yang berkuasa dan siapa yang menentukan bagaimana media tersebut akan dipahami oleh publik.¹³

¹³ Agus Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. (Yogyakarta: LkiS, 2001), hlm. 7-12.

E.3. Ideologi Media Massa

Istilah ideologi banyak digunakan dalam ilmu sosial untuk menggambarkan ide-ide tertentu yang diungkapkan dalam komunikasi. Ideologi mempunyai 2 (dua) pengertian yang bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsikan sebagai pandangan dunia (world view) yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedang secara negatif, ideologi dilihat sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial.

Media dan ideologi merupakan dua istilah yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Keduanya memiliki hubungan yang sangat erat hingga tidak mungkin membicarakan media tanpa membahas masalah ideologi. Sebagaimana yang diyakini para penganut tradisi kritis, bahwa media memiliki kemampuan dalam melakukan proses produksi melalui tanda-tanda simbolis dan citra-citra yang dipilih dan dikonstruksi hingga memiliki nilai-nilai ideologis. Menurut Gramsci, “media telah memainkan peranan yang sangat penting atas praktik-praktik hegemoni yang dilakukan untuk memperjuangkan kepentingan-kepentingan dari kelas kapitalis. Ia memberikan penekanan khusus pada bagaimana media merupakan tempat dimana terjadi pertarungan ideologi didalamnya antara ideologi hegemonik dan ideologi alternatif atau ideologi tandingan”.¹⁴

¹⁴ Eoin Devereux, *Understanding the Media*. (California: SAGE, 2003), hlm.100.

Konsep ideologi lain yang dinilai relevan dalam mengkaji hubungan antara media dengan pemerintah adalah konsep ideologi sebagaimana dijelaskan oleh Louis Althusser. Ia merupakan salah satu tokoh tradisi kritis yang dipengaruhi oleh aliran Frankfurt School, yang menyakini bahwa media berperan besar dalam mengkonstruksi budaya, khususnya konstruksi atas ide-ide. Menurut aliran ini media merupakan instrumen elit yang digunakan untuk memelihara posisi dominannya tersebut. Tujuannya dicapai dengan cara memanipulasi berbagai citra dan simbol dalam media hingga melahirkan berbagai macam keuntungan bagi kepentingan kelas dominan. Althusser lebih jauh mendefinisikan konsep ideologi sebagai praktik ketimbang ide atau gagasan. Oleh karena itu, untuk mengetahui ideologi media secara detail, perlu diperhatikan tiga aspek yang saling terkait dan berhubungan di dalam media tersebut terkait dengan ideologi yang dibawa. Tiga aspek analisis itu adalah proses produksi dan transmisi pesan, konstruksi pesan media, penangkapan atau pemahaman masyarakat atas pesan media ini. John B. Thompson mengatakan bahwa “tiga aspek ini sangat akurat untuk menganalisa ideologi media”.¹⁵

Dari ketiga aspek inilah dapat diamati dan dianalisis tentang ideologi media. Hal ini dimulai dari proses interpretasi untuk mencari hubungan antara pesan-pesan media terkait dengan proses produksi dan konstruksi pesan dengan hubungan sosial dimana pesan-pesan ini diterima

¹⁵ Eoin Devereux, *ibid*, hlm.104

dan dimengerti oleh individu-individu. Dalam proses ini dapat digali lebih dalam tentang karakter ideologi dari pesan-pesan media. Dimana dapat dikatakan bahwa arti sebuah pesan dikerahkan atau dikonstruksikan dengan pesan khusus dilingkungan tertentu untuk membangun hubungan dominasi. Ideologi dalam teks media juga dapat dilihat melalui struktur wacana didalam isi media tersebut. Hal ini disebabkan analisis wacana kritis memiliki kekuatan untuk memahami ideologi di balik media. Hal ini dilakukan dengan cara menganalisa tentang bagaimana teks media diproduksi dan bagaimana teks media ini dipengaruhi oleh ideologi media.

Pemahaman tentang dimensi wacana dalam teks media adalah aspek penting dalam melakukan analisis ideologi media. Wacana di media didukung oleh ideologi dominan hingga meligitimasi hubungan yang tidak setara dari kekuasaan. Dengan mengamati dan menganalisis teks media di level mikro dengan cara sistematis kita dapat mengetahui bagaimana teks dibentuk sebagai wacana. Selain itu kita juga dapat mengamati apakah wacana dalam teks tersebut mendukung atau tidak, bahkan menjadi lawan dari ideologi dominan. Untuk mengamati tentang produksi dan penangkapan teks media, kita perlu melakukan pemahaman mendalam dan kritik tentang wacana dalam teks media. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa antara wacana dan ideologi adalah hal yang saling melengkapi. Dimana untuk mempelajari ideologi media, kita harus melihat pesan pemberitaan secara tekstual dan kontekstual.

E.4. Media dan Berita Dilihat dari Paradigma Kritis

Dalam paradigma kritis, asumsi yang berlaku terhadap media adalah wacana kecurigaan. Segala bentuk wacana dalam media harus dicurigai pemaknaanya dalam konteks fenomena yang terjadi di masyarakat. Di sini terdapat anggapan bahwa tidak ada yang netral di bumi ini. Segala sesuatu yang terjadi di bumi ini tidak terlepas dari kepentingan, nilai-nilai dan ideologi yang diyakini dan berlaku di masyarakat. Demikian juga pemaknaan tradisi kritis terhadap media dan pers. Media dan segala yang ada di dalamnya termasuk berita yang disampaikan kepada masyarakat tidaklah bebas nilai dan tanpa kepentingan. Berita yang setiap hari kita baca melalui koran, majalah, bulletin, media visual maupun audiovisual lainnya merupakan dialektika antara fenomena yang terjadi dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, termasuk nilai-nilai dan kaedah-kaedah yang berlaku di media masa dan pers itu sendiri.

Tradisi kritis menelisik jauh lebih dalam, mengamati keseluruhan proses yang terjadi di *newsroom*, teks, kontekstual serta nilai-nilai dan ideologi yang bermain dibelakang media. Teori kritis selalu mengkaji kondisi-kondisi sosial dalam usahanya untuk mengungkap struktur-

struktur yang sering tersembunyi.¹⁶ Paradigma kritis mempunyai pandangan tersendiri terhadap berita yang bersumber darimana berita itu bersumber, bagaimana berita tersebut diproduksi dan bagaimana kedudukan wartawan dan media bersangkutan dalam keseluruhan proses produksi berita.¹⁷ Berikut ini adalah pandangan paradigma kritis:

1. Fakta

Bagi kaum kritis, realitas merupakan kenyataan semu yang telah terbentuk oleh proses kekuatan sosial, politik dan ekonomi. Oleh karena itu, mengharapkan realitas apa adanya tidaklah mungkin, karena sudah tercelup oleh kelompok ekonomi dan politik yang dominan. Berita adalah hasil dari pertarungan wacana antara berbagai kekuatan dalam masyarakat yang selalu melibatkan pandangan dan ideologi wartawan atau media.

Persoalan mengenai realitas yang akan diliput oleh media merupakan realitas yang sudah terdistorsi. Di sini, realitas yang hadir sudah melewati proses kontruksi dan konstruksi tersebut ditentukan oleh bagaimana kekuatan yang dominan memberi pengaruh yang besar dalam fakta yang hadir di tengah khalayak.

2. Posisi Media

¹⁶ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. (Jakarta: Kencana, 2008). hlm.259.

¹⁷ Eriyanto, *op.cit.*, hlm. 31.

Pandangan kritis melihat media bukan hanya alat dari kelompok dominan, tetapi juga memproduksi ideologi dominan. Media membantu kelompok dominan menyebarkan gagasannya, mengontrol kelompok lain dan membentuk konsensus antar anggota komunitas. Lewat media adalah, ideologi dominan, apa yang baik dan apa yang buruk dimapankan. Media bukanlah saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan pemihakkannya.

Dalam pandangan kritis, media juga dipandang sebagai wujud dari pertarungan ideologi antara kelompok-kelompok yang ada dalam masyarakat. Disini, media bukan sarana yang netral yang menampilkan kekuatan dan kelompok dalam masyarakat secara apa adanya, tetapi kelompok dan ideologi yang dominan itulah yang akan tampil dalam pemberitaan. Titik penting memahami media menurut paradigma kritis adalah bagaimana media melakukan politik pemaknaan.

3. Posisi Wartawan

Paradigma kritis menilai wartawan dalam menghasilkan pemberitaan di media tidak mungkin menghilangkan aspek etika, moral dan nilai-nilai tertentu. Wartawan bukanlah robot yang meliput apa adanya, apa yang dia lihat. Moral dalam banyak hal berarti keberpihakan pada satu kelompok atau nilai tertentu adalah bagian

yang integral dan tidak dapat terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas.

Wartawan disini bukan hanya pelapor, karena disadari atau tidak ia menjadi partisipan dari keragaman penafsiran dan subjektivitas dalam publik. Karena fungsinya tersebut, wartawan menulis berita bukan hanya sebagai penjelas, tetapi membentuk realitas sesuai dengan kepentingan kelompoknya. Ini karena wartawan tidak dipandang sebagai subjek yang netral dan otonom. Sebaliknya, wartawan adalah bagian dari anggota suatu kelompok masyarakat yang akan menilai sesuatu dengan kepentingan kelompoknya.

4. Hasil Liputan

Pada pendekatan kritis, penilaian hasil kerja seorang wartawan bukanlah pada bagaimana laporan yang baik dan buruk, apakah laporan tersebut mengandung bias atautkah tidak. Akan tetapi, memang demikianlah kenyataannya. Artinya, kalau ada seorang wartawan yang menulis berita dari satu sisi, mewawancarai hanya satu pihak, memasukkan banyak opini pribadi, tidak kemudian dinilai sebagai benar atau salah, tetapi memang wartawan melakukan itu semua dalam kerangka ideologi tertentu. Wartawan adalah bagian dari kelompok dominan yang bertujuan meminggirkan kelompok yang tidak dominan. Oleh karena itu, titik perhatian penelitian harus diarahkan untuk

mencari ideologi wartawan tersebut dan bagaimana ideologi itu dipraktikkan untuk memarjinalkan kelompok lain lewat berita.

Menurut pandangan kritis, wartawan adalah bagian terkecil dari struktur sosial, ekonomi dan politik yang lebih besar. Pengaruh modal dan kepemilikan, politik kelas sangat mempengaruhi fakta apa yang harus diambil dan bagaimana berita itu dibahasakan. Persoalannya bukan wartawan tidak objektif, tetapi struktur di luar diri wartawan tersebut yang mempropagandakan nilai-nilai tertentu. Dalam pandangan kritis, Bahasa jurnalistik tidak merefleksikan realitas. Ada distingsi antara realitas yang sesungguhnya dengan realitas yang direpresentasikan lewat Bahasa.

E.5. Wacana

Istilah wacana berasal dari bahasa Sansekerta yang bermakna “ucapan atau tuturan”. Wacana dipadankan dengan istilah discourse dalam bahasa Inggris dan le discours dalam bahasa Prancis. Kata tersebut berasal dari bahasa Yunani discursus yang bermakna “berlari ke sana ke mari”.¹⁸ Wacana adalah kesatuan yang tatarannya lebih tinggi atau sama dengan kalimat, terdiri atas rangkaian yang membentuk pesan, memiliki awal dan akhir. Hal tersebut hampir sama seperti yang diungkapkan oleh Carlson bahwa wacana merupakan rentangan ujaran yang berkesinambungan.¹⁹

¹⁸ Yayat, Sudaryat. *Makna dalam Wacana (Prinsip-prinsip Semantik dan Pragmatik)* (Bandung: Yrama Widya, 2009), hlm. 110.

¹⁹ Tarigan, Henry Guntur. *Pengkajian Pragmatik*, (Bandung: Angkasa, Tarigan, 2009). hlm. 22.

Wacana ini direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh (novel, buku seri ensiklopedia, dan sebagainya), paragraf, kalimat atau kata yang membawa amanat yang lengkap. Ada delapan unsur penting yang terdapat dalam wacana yaitu satuan bahasa, terlengkap dan terbesar/tertinggi, di atas kalimat/klausa, teratur/rapi/rasa koherensi, lisan dan tulis, awal dan akhir yang nyata.²⁰ Ada tiga pandangan mengenai bahasa, yakni sebagai berikut:

1. Pandangan pertama, diwakili oleh kaum positivisme-empiris/strukturalis menyatakan bahwa bahasa dilihat sebagai jembatan antara manusia dengan objek di luar dirinya. Pengalaman-pengalaman manusia dianggap dapat secara langsung diekspresikan melalui penggunaan bahasa tanpa ada kendala. Pernyataan yang logis, sintaksis dan memiliki hubungan dengan pengalaman empiris. Salah satu ciri dari pemikiran tersebut adalah pemisahan antara pemikiran dan realitas. Dalam kaitannya dengan analisis wacana, konsekuensi logis dari pemahaman tersebut adalah orang tidak perlu memahami makna subjektif atau nilai yang mendasari pernyataannya. Sebab, yang terpenting adalah apakah pernyataan itu dilontarkan secara benar menurut kaidah sintaksis dan semantik. Oleh karena itu, kebenaran sintaksis adalah bidang utama dari aliran tersebut tentang wacana. Analisis wacana dimaksudkan untuk menggambarkan tata aturan

²⁰ Tarigan *op.cit.* hlm 24.

kalimat, bahasa dan pengertian bersama. Wacana dapat diukur dengan pertimbangan kebenaran/ketidakbenaran sintaksis dan semantik.

2. Pandangan kedua, yang diwakili oleh kaum konstruktivisme/fungsionalis. Aliran ini dipengaruhi oleh fenomenologi yang menolak pandangan positivism-empiris tentang subjek dan objek bahasa dipisahkan. Aliran konstruktivisme memandang bahasa tidak lagi dipahami sebagai realitas objek belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pernyataan. Konstruktivisme memandang justru subjek sebagai sentral utama dalam kegiatan wacana.
3. Pandangan kritis, pandangan ini mengoreksi pandangan konstruktivisme yang kurang sensitive pada proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional. Analisis wacana dalam pandangan ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representai yang berperan dalam membentuk subjek dan tema-tema tertentu, serta strategi di dalamnya. Karena memakai respektif kritis, analisis wacana kategori ketiga ini juga disebut sebagai analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis / CDA*). Ini untuk membedakan dengan analisis wacana dalam kategori yang pertama atau kedua (*Discourse Analysis*).²¹

²¹ Eriyanto, *op.cit.*, hlm. 6

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang mana penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya.²² Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit.²³

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deksriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.²⁴

Peneliti menggunakan metode kualitatif deksriptif dengan paradigma kritis dengan menggunakan analisis wacana kritis. Paradigma kritis merupakan sebuah paradigma yang menganggap bahwasannya sebuah realitas media yang dikonstruksi oleh media dan di pengaruhi oleh

²² Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010) hlm.56

²³ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 6.

²⁴ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2003), hlm.63.

berbagai macam kekuatan sosial, politik, budaya, ekonomi, etnik, dan gender. Paradigma kritis juga melihat bahwa media bukanlah sesuatu yang netral karena memihak pada kelompok dominan dan memiliki akses untuk dipengaruhi dan memaknai peristiwa bahwa memarginalkan kelompok yang tidak dominan. Pendekatan analisis wacana kritis merupakan salah satu teori yang tepat untuk melihat teks yang membentuk sebuah wacana dan mengaitkannya dengan praktik *socialcultural* yang ada di masyarakat.

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah pemberitaan yang terdapat pada majalah Tempo edisi Islam Jalan Damai periode 4-10 Juli 2016. Penelitian difokuskan pada beberapa berita dengan judul Berharap Pesantren Jalan Teduh, Penyemai Sejuk Ayat-Ayat Tuhan, Kidung Damai Dari Mlangi, Nyai Pondok Penggores Puisi, Kontroversi Kitab Fiqih Jilid Telu dan Perubahan Fiqih Muhammadiyah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti masuk ke dalam jenis *qualitative study* dengan menggunakan studi pustaka dan dokumentasi (*Tekstual Analysis*).

a. Data Primer

Data diperoleh melalui dokumen yang ada pada majalah Tempo edisi Islam Jalan Damai periode 4-10 Juli 2016.

b. Data Sekunder

Referensi yang digunakan adalah sumber yang diperoleh melalui buku-buku, internet serta sumber lain yang mendukung dan relevan dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Dalam analisis wacana kritis terdapat banyak model yang dapat digunakan. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan model analisis Teun A. van Dijk atau yang lebih dikenal dengan analisis kognisi sosial. Van Dijk memandang bahwa penelitian atas wacana tidak cukup hanya dengan menganalisis teks semata. Hal ini dikarenakan teks merupakan hasil suatu praktek produksi kekuasaan.

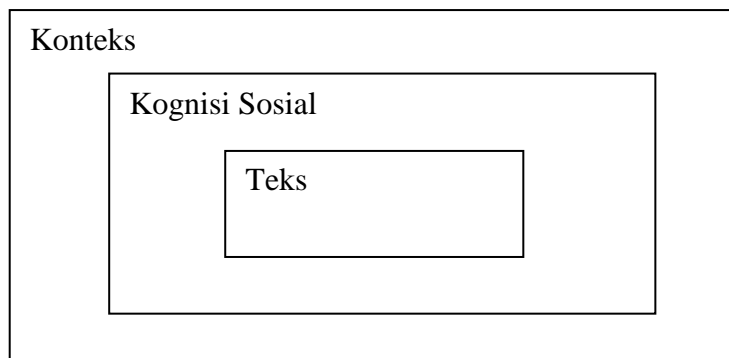
Eriyanto mengungkapkan, “Teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktek wacana”.²⁵ Disini, van Dijk membuat suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial dengan elemen wacana mikro dengan sebuah dimensi yang dinamakan kognisi sosial. Dalam hal ini kognisi sosial memiliki dua arti. Satu sisi menunjukkan bagaimana proses teks tersebut diproduksi oleh media di sisi lain bagaimana nilai-nilai yang ada didalam masyarakat diserap oleh kognisi wartawan yang kemudian digunakan untuk menulis teks berita.

²⁵ Eriyanto, *op.cit*, hlm.222.

Van Dijk menggambarkan wacana memiliki tiga dimensi yang menjadi perhatian utama itu adalah teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Pada dasarnya analisis van Dijk ini menggabungkan ketiga dimensi itu kedalam suatu kesatuan analisis. Ketiga dimensi itu memiliki pusat perhatian masing-masing. Dimensi teks meneliti bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Dimensi kognisi sosial meneliti proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. Aspek ketiga yaitu konteks sosial mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu hal atau suatu permasalahan. Model analisis van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.2

Model Analisis van Dijk



Sumber: Eriyanto (2012: 225)

1. Analisis Teks

Struktur yang digunakan untuk menganalisis teks adalah dengan struktur analisis van Dijk. Dalam hal ini terdapat beberapa hal

yang harus diperhatikan yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Struktur makro adalah makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks. Superstruktur adalah kerangka suatu teks seperti bagian pendahuluan, isi, penutup dan kesimpulan. Struktur mikro adalah makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai dalam suatu teks. Elemennya adalah skematik, semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik.

2. Analisis Kognisi Sosial

Dalam pandangan van Dijk, kognisi sosial terutama dihubungkan dengan proses produksi media. Titik kunci dalam memahami produksi media adalah dengan meneliti proses terbentuknya teks. Proses terbentuknya teks ini tidak hanya bermakna bagaimana suatu teks itu dibentuk, proses ini juga memasukkan informasi yang digunakan untuk menulis dari suatu bentuk wacana tertentu. Seperti dari wawancara, laporan, konferensi pers, atau debat parlemen. Proses itu juga memasukkan didalamnya bagaimana peristiwa ditafsirkan, disimpulkan dan dimaknai oleh wartawan yang akan ditulis dalam sebuah berita.²⁶

Pada kajian penelitian ini, kognisi sosial dari produksi dan reproduksi teks oleh Tempo dilakukan dengan menggunakan interteks.

²⁶ Eriyanto, *op.cit.*, hlm.266

Melalui teks dan literatur yang dianggap relevan, peneliti berupaya menganalisis dan memahami produksi berita hingga proses terbentuknya teks dengan melihat wacana dominan dibalik pesan yang disampaikan.

3. Analisis Konteks Sosial

Pada wilayah analisis konteks sosial, peneliti akan melakukan studi literatur, sejarah dan penelusuran kepustakaan. Analisis konteks sosial berfungsi untuk menganalisis bagaimana masyarakat melakukan produksi dan reproduksi wacana. Analisis konteks sosial berusaha menganalisis dan mengaitkan wacana di satu sisi dengan masyarakat di sisi lain. Van Dijk mengatakan bahwa titik penting dari analisis ini adalah menunjukkan bagaimana makna yang dihayati bersama, kekuasaan sosial diproduksi lewat diskursus dan legitimasi.²⁷

Berikut ini adalah bagan model van Dijk yang akan dianalisis dalam penelitian ini:

Tabel 1.1

Analisis Wacana Model Teun Van Dijk

Teks	Obyek Peneliti adalah Majalah Tempo edisi lebaran periode 4-10 Juli 2016.
-------------	---

²⁷ Eriyanto, *op.cit.*, hlm.271.

Dengan *Headline* pemberitaan “Islam Jalan Damai” yang didalamnya banyak artikel yang membahas tentang pondok pesantren.

1. Opini

(berisi pandangan Tempo tentang harapan bahwa pondok pesantren mampu menjadi jalan teduh).

2. Penyemai Sejuk Ayat-Ayat Tuhan

(dalam judul besar tersebut terdapat banyak artikel yang membahas beberapa pondok pesantren yang memasukkan muatan toleransi dan keberagaman dalam kurikulum pelajaran).

3. Kontroversi Kitab Fikih Muhammadiyah

(didalamnya banyak artikel pemberitaan yang membahas tentang kontroversi kitab Fikih Jilid Telu dan perubahan fikih Muhammadiyah)

Teks yang dianalisis melihat dari

	elemen teks tersebut yaitu skematik, semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik.
Kognisi Sosial	Untuk mengetahui kognisi sosial dari pemberitaan tersebut akan dilakukan dengan teknik melihat interteks dari berita yang disajikan oleh Tempo
Konteks Sosial	Melihat konteks situasi dan konteks dari praktik institusi dari Tempo dalam hubungannya dengan masyarakat, budaya atau politik tertentu.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memudahkan penyajian dari hasil analisis data dan memudahkan proses analisis penelitian. Untuk itu, tulisan ini akan disusun secara sistematis yang terdiri dari empat bab, adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Menyajikan gambaran umum objek penelitian yang berisikan profil dari Tempo.

Bab III Berisikan penyajian data dan analisis data yang telah diperoleh dengan penjelasan dan analisis model Teun A. Van Dijk.

Bab IV Penutup, yang berisikan hasil penelitian dan juga saran untuk penelitian selanjutnya.