

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Analisis Wacana Kritis

1. Pengertian Analisis Wacana Kritis

Pengertian analisis wacana terdiri dari dua kata, yaitu analisis dan wacana. Analisis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam jaringan (daring) adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).¹ Dalam bahasa latin wacana berasal dari kata *discursus* yang berarti “larian-kemari”. Secara sederhana, wacana ialah cara objek atau ide diperbincangkan secara terbuka kepada publik sehingga menimbulkan pemahaman tertentu yang tersebar luas. Menurut Samsuri, wacana ialah rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi, biasanya terdiri dari seperangkat kalimat yang memiliki kesinambungan dengan kalimat lainnya.² Analisis wacana kritis merupakan teori yang mengkaji tentang teks, lisan, ujaran, pembicaraan, gambar, serta visual untuk mengungkapkan makna yang terkandung dalam satu peristiwa yang berkontribusi pada struktur ideologi dan sosial.³

Analisis wacana kritis adalah studi linguistic yang membahas wacana bukan dari unsur kebahasaan, melainkan juga mengaitkannya dengan konteks. Adapun tujuan utama analisis wacana kritis adalah membuka kesamaran yang ada dalam wacana.

¹ “Ibnu Hamad. 2007. ‘ lebih dekat dengan analisis wacana.’”

² “Alex Sobur, Analisis Teks Media, (Bandung : PT Remaja Rosda, Karya 2012) 11,.”

³ “Rezki Pratami, " Analisis Wacana Kritis Pada Penggunaan Bahasa Asing Dalam Iklan Televisi ‘Floridina’, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume Ii, Agustus 2020,246.”

Untuk menganalisis wacana kritis , ada beberapa pendekatan yang disampaikan para ahli. Pertama pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough menjelaskan bahwa kegiatan berwacana sebagai praktik sosial. Hal ini menyebabkan ada hubungan dialektik antara praktik sosial dan proses terbentuknya wacana, yaitu wacana mempengaruhi tatanan sosial dan tatanan sosial mempengaruhi wacana. Kedua pendekatan analisis wacana kritis yang dibuat Van Leeuwen menjelaskan bagaimana orang-orang tertentu dan aktor sosial (*Social Actors*) dimunculkan dalam wacana. Ketiga, pendekatan analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Van Dijk, yaitu pendekatan Kognitif sosial. Pendekatan ini bukan hanya didasarkan pada analisis bahasa wacana, melainkan juga harus dilihat bagaimana wacana tersebut diproduksi dan mengapa dapat diperoleh wacana seperti itu. Keempat, pendekatan analisis wacana kritis Wodak adalah pendekatan wacana historis yang menjelaskan bahwa untuk melakukan analisis pada sebuah wacana dengan cara melihat faktor historis dalam suatu wacana itu. Kelima, pendekatan analisis wacana kritis Sara Mills adalah perspektif feminis/ feminist stylistics yang memfokuskan seperti apa perempuan dimunculkan dalam wacana karena selama ini perempuan selalu disingkirkan dan berada dalam keadaan yang tidak baik dan para perempuan itu tidak diberikan kesempatan untuk membela diri.

2. Pengertian Komodifikasi Berita

Komodifikasi berasal dari dua kata, yakni komoditi dan modifikasi. Komoditi merupakan barang atau jasa memiliki nilai ekonomi, sedangkan modifikasi adalah perubahan fungsi atau bentuk. Bisa disimpulkan jika komodifikasi adalah perubahan nilai dan fungsi dari suatu barang atau jasa menjadi komoditi (yang memiliki nilai

ekonomi) Komodifikasi dan Komoditas menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan.⁴ Komodifikasi juga bisa dimaknai sebagai transformasi atau perubahan nilai guna pada barang atau jasa menjadi nilai ekonomi.⁵ Dalam konsep ekonomi politik Vincent Mosco, konten berita mengenai konflik kedua Negara tersebut berpotensi mengalami komodifikasi.

Komodifikasi Konten (isi) adalah proses perubahan nilai guna dari konten atau isi media menjadi nilai tukar yang sangat cocok dijual di pasaran karena sesuai minat pasarnya. Konten atau isi media menjadi nilai tukar karena memuat serangkaian simbol, makna, gambar, informasi, atau hal lainnya.⁶ Tayangan konten media di bungkus semenarik mungkin agar sesuai selera pasar dan mampu bersaing dengan konten sejenis dari perusahaan lain.⁷ Tak mengherankan jika konten media banyak diberi pesan yang berbau sensasional, walaupun terkadang konteks pesannya di luar esensi acara yang ditayangkan. Dampak negatif komodifikasi adalah Hilangnya nilai kekeluargaan di masyarakat sedangkan dampak positifnya bisa meningkatkan pendapatan masyarakat.

3. Pengertian Media Sosial

Di era yang semakin maju, semua yang ada di dalam kehidupan menawarkan segala versi instannya. Tidak terkecualikan dengan kegiatan terpenting sosial manusia, yaitu interaksi sosial. Kehadiran media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan

⁴ Baskoro Suryo Banindro : Kapita Selektia : Pengkaji Seni Rupa, Desain, Media dan Budaya 2018.

⁵ Idi Subandy Ibrahim serta Bachruddin Ali Akhmad Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi 2014.

⁶ “Zera Endezwo Subandi dan Teguh Priyo Sandono Jurnal Komodifikasi, Spesialisasi, dan Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia 2018.”

⁷ “Dionni Ditya Perdana Komodifikasi dalam Tayangan Televisi (Kajian Terhadap Program Indonesian Idol 2014).”

internet, sebagai komunikasi abad modern telah berpengaruh luas.⁸ Teknologi yang semakin maju membawa kemudahan bagi setiap orang untuk hanya memanfaatkan media massa terutama sosial media sebagai sarana bertukar informasi, bertegur sapa, dan berbagai kegiatan interaksi lainnya. Aktivitas mempresentasikan diri, saling mengenal ataupun menambah teman baru dari segala penjuru dunia tidak lagi harus menentukan batasan waktu dan tempat. Dengan memanfaatkan media sosial, setiap individu atau kelompok dapat dengan mudah merealisasikan segala kegiatan hubungan sosial tanpa batasan ruang, waktu dan tempat. Perkembangan teknologi ini juga karena peran masyarakat pula yang membantu. Masyarakat membentuk teknologi sesuai dengan kebutuhan, nilai dan minat akan menggunakan teknologi tersebut.⁹

Lahirnya media sosial akibat perkembangan teknologi yang signifikan saat ini menciptakan adanya istilah masyarakat virtual. Kemunculan media sosial sebagai *new media* membawa banyak pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Dampak yang baik maupun membahayakan tidak dapat terelakkan atau dibendung dengan mudah. Pengaruh besar bagi pengguna media sosial juga disebabkan karena banyaknya pula kebutuhan masyarakat untuk memanfaatkan media. Media telah menjadi sarana utama bagi kebanyakan dari kita untuk mengalami dan belajar tentang berbagai aspek dunia di sekitar kita.¹⁰ Tuntutan batasan ruang dan waktu mengharuskan sebagian besar masyarakat untuk memanfaatkan media sosial. Kapasitas besar penggunaan sudah

⁸ Bustanul Arifin, "Dakwah Cybermedia", *Jurnal IAIT Kediri*, 26, 1 (Januari 2015): 201.

⁹ Sari Anjani, Irwansyah, "Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencer in Communicating Messages using Instagram)", *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*, 16, 2 (2020): 205.

¹⁰ Idi Subandy Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 1.

seperti kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa dihindari dan merasakan pengaruh penggunaannya.

A. Pengertian Media Sosial

Media sosial dikenal dengan media berbasis internet sebagai sarana berkomunikasi secara tidak langsung dan sebagai media berbagi antar pengguna. Melalui media sosial, seorang pengguna bisa dengan mudah berinteraksi dengan khalayak yang luas. Media sosial merupakan platform media yang memperkuat hubungan sosial dengan penggunanya. Media sosial sebagai media online yang mempromosikan aktivitas dan kolaborasi pengguna yang fokus pada kehadiran pengguna. Michael Haenlein dan Andreas Kaplan mengartikan media sosial sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna".¹¹

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerja sama (*cooperation*).¹² Media sosial mempermudah informasi tersebar tanpa batasan ruang dan waktu. Seorang pemilik akun dalam media sosial juga mendapat

¹¹ Tape, Dian Novita Kristiyani, "Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Valbury Asia Futures Semarang dalam Membangun Citra Positif melalui Media Sosial Instagram", *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1, 2 (2022): 213.

¹² Aditya Prasanda Ramadhani, "Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon dalam Memberikan Informasi Terupdate Seputar Kota Cilegon", (Skripsi, Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2022), 7.

kesempatan untuk mengirimkan informasi tentang berbagai hal sesuai dengan yang diinginkan. Informasi dan segala hal yang didapatkan media sosial berasal dari berbagai sumber melalui sebuah berita atau fitur-fitur lainnya. Informasi tersebut bisa masuk ke dalam ranah populer dalam situs tertentu secara tidak langsung di media sosial. Platform ini telah menjadi salah satu media dengan berbagai fungsi dan tujuan. Seperti media edukasi ataupun sebagai media hiburan massa. Tidak hanya sebagai media untuk berkomunikasi, kini media sosial sudah menjadi media untuk menuangkan kreatifitas.¹³ Tidak menyalahgunakan kesempatan dalam kemudahan yang ditawarkan pada masa sekarang. Orang-orang kreatif akan menuangkan ide menariknya ke dalam media sosial. Dengan demikian, pengaruh baik dapat diperoleh seseorang yang memanfaatkan media sosial dengan baik pula.

B. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial, antara lain:

- 1) Jaringan (*network*)
- 2) Informasi (*information*)
- 3) Arsip (*archive*)
- 4) Interaksi (*interactivity*)
- 5) Simulasi sosial (*simulation of society*)
- 6) Konten oleh pengguna (*user generated content*).

C. Jenis-Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.

¹³ Thoriq Ramadani, "Pengelolaan Komunikasi Publik", *Jurnal Good Governance*, 15, 1 (2019): 12.

1) Social Networking

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.¹⁴

2) Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.¹⁵

3) Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.¹⁶

4) Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan penggunaanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau Snapfish.¹⁷

5) Social Bookmarking

¹⁴ Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", *Jurnal Common*, 3, 1 (2019): 72.

¹⁵ Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

¹⁶ Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

¹⁷ Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online.¹⁸

6) Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.¹⁹

Sosial media menjadi pilihan banyak orang karena begitu banyak kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan. Jumlah populasi Negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial.²⁰ Kemudahan dalam menjalankan suatu tujuan menjadi sangat dibutuhkan dan menarik bagi kebanyakan orang, seperti berbagi gambar, foto, tulisan, atau video dengan tampilan menarik bisa dengan mudah dilakukan oleh pengguna media sosial.

Tren baru di era *new media* saat ini tidak dapat dibendung lagi. Kaum muda hingga tua tidak melewatkan berbagai kemudahan atas penggunaan berbagai macam fungsi media sosial yang semakin berkembang. Kegiatan yang sudah biasa terjadi dalam kehidupan, yaitu rangkaian kegiatan komunikasi bisa dilakukan oleh seluruh masyarakat penjurus dunia melalui berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan Tiktok. Dunia *marketing*, edukasi, dan hiburan masyarakat dapat dilakukan dengan virtual melalui media sosial yang telah disebutkan tadi. Media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter punya banyak

¹⁸ Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

¹⁹ Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

²⁰ Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

pengguna di Indonesia. Mengutip data *We are Social* dari Statista.com, pada kuartal ketiga 2018, empat media sosial tersebut termasuk media sosial dengan jumlah penetrasi terbesar.²¹

Pengaruh media sosial sangat berdampak pada jutaan masyarakat di dunia. Media sosial yang ada mampu merubah paradigma berkomunikasi tanpa ada batasan jarak, waktu, dan ruang. Bisa terjadi kapan saja, dimana saja dan tanpa harus dilakukan secara langsung atau tatap muka. Beberapa pendekatan ada yang memandang media sebagai pembentuk (*constructors* atau *shapers*), yakni keyakinan bahwa isi yang disebarkan oleh media memiliki kekuatan untuk memengaruhi masa depan masyarakat.²² Perubahan pola perilaku dan pola pikir masyarakat juga dapat ikut terpengaruh oleh adanya media sosial yang sudah membudaya di kalangan masyarakat. Banyak konsekuensi yang akan muncul atas kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial. Sebagai contoh, semakin mudah terbukanya tiap individu sebagai pengguna media memiliki kesempatan untuk mengemukakan pendapat mereka pada media sosial. Cara berkomunikasi pengguna media sosial hingga saat ini telah mengubah pandangan dan memberi kesempatan kepada para penggunanya untuk memberikan suara atau pendapat. Mempertahankan sesuatu yang asli atas kemudahan pengaruh media sosial dalam menciptakan suatu perubahan akan menjaga kebiasaan yang perlu dijaga.

Teknologi media sangat penting karena beberapa alasan utama yaitu :

²¹ Jefferly Helianthusonfri, *Belajar Social Media Marketing* (Jakarta: Gramedia, 2019), 6.

²² Idi Subandy Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 3.

1. Akses Informasi : Teknologi media memungkinkan akses cepat dan luas ke informasi, berita, dan pengetahuan dari seluruh dunia, meningkatkan kesadaran dan pemahaman global.
2. Komunikasi : Media teknologi memfasilitasi komunikasi yang efisien antara individu dan kelompok di seluruh dunia, mendukung hubungan sosial dan profesional.
3. Hiburan : Teknologi media menawarkan berbagai bentuk hiburan, dari film dan musik hingga game dan streaming, yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja
4. Pendidikan : Teknologi media mendukung pembelajaran dan pengajaran dengan menyediakan sumber daya pendidikan yang beragam dan interaktif
5. Partisipasi Sosial : Media sosial dan platform online memungkinkan keterlibatan dalam diskusi sosial, politik, dan komunitas, meningkatkan partisipasi dan aktivisme.

Dengan memanfaatkan teknologi media secara efektif, individu dan organisasi dapat memperoleh manfaat dari kemajuan informasi dan komunikasi yang ditawarkannya.

A. Tiktok

Berbagai macam media sosial yang ada pada saat ini, salah satu nya adalah Tiktok yang mana sedang populer dan digunakan oleh berbagai kalangan dari mulai usia dini sampai dewasa.²³ Tiktok merupakan platform media sosial yang memungkinkan pemakainya menciptakan video berdurasi 15-60 detik disertai dengan berbagai macam

²³ “Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis Vol. 3 No.2 10 juli 2021.”

pilihan fitur seperti music, stiker, filter dan beberapa efek kreatif lainnya. Selain itu, para pemakai media sosial lain yang dimiliki. Tiktok sendiri diperkenalkan sejak September 2016 dan dipublikasikan oleh sebuah perusahaan asal Tiongkok yang bernama *ByteDance*.

Namun mulanya, *ByteDance* meluncurkan aplikasi yang bernama Douyin. Kemudian, dikarenakan aplikasi tersebut dalam waktu kurang lebih setahun telah sukses dan berhasil mempunyai lebih dari 100 juta pengguna dengan kurang lebih berhasil menayangkan satu milyar video setiap hari, membuat *ByteDance* melakukan perluasan ke luar Tiongkok dengan memberi nama aplikasi tersebut menjadi “Tiktok”. Sampai tahun 2021, berdasarkan data yang diperoleh dari Statista, pengguna aktif Tiktok di seluruh dunia diperkirakan hampir mencapai 83 juta pengguna dan sebagian diantaranya berasal dari Indonesia. Tiktok sendiri banyak digunakan oleh berbagai macam umur, dari anak kecil hingga dewasa. Meskipun sudah diterapkan syarat bahwa aplikasi ini dapat digunakan oleh anak-anak dengan minimal umur 12 tahun, namun tetap saja masih terdapat anak di bawah umur tersebut menggunakannya. Banyak konten yang memberikan informasi yang sedang viral yang telah dimodifikasi oleh penggunanya.

Untuk saat ini Tiktok sudah menjadi budaya populer di Indonesia dan juga hampir secara global melalui konten-kontennya yang menarik Tiktok juga dimanfaatkan sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi yang diterima oleh khalayak publik pengguna Tiktok sebagai komunikannya. Aplikasi Tiktok bisa menjadi budaya populer di Indonesia, karena beberapa alasan, yakni :

a). Video pendek yang dekat dengan realitas dan situasi umum, b). Layanan video pendek yang sederhana, c).Antar muka aplikasi yang Friendly, d). Tingkat produksi yang canggih, e). Kebebasan untuk pengguna, f). Konten utama yang membahas trend saat ini, g). Efek selebriti, h). Pemasaran yang menarik.

Tiktok sebagai media populer saat ini dipercaya dapat menyebarkan wacana akan suatu isu. Hal ini di dukung oleh data bahwa tiktok memiliki *engagement rate* yang tinggi.

