

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Wacana

Wacana sering digunakan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, seperti politik, antropologi, sosiologi, dan filsafat. Istilah “Wacana” berasal dari bahasa Sanskerta *wac*, *wak*, *vak* yang berarti berkata maupun berucap. Wacana dapat berupa kata, kalimat, paragraf, atau karangan utuh yang lebih besar, seperti buku dan artikel yang berisi amanat lengkap. Bentuk penyampaian wacana bisa lewat lisan maupun tulisan yang bersifat transaksional atau interaksional.

Wacana merupakan seperangkat kalimat yang tersusun mengenai sebuah peristiwa dengan memperhatikan aspek kesatuan dan kepaduan tata bahasa yang dipublikasikan kepada khalayak sehingga memberikan pemahaman tertentu (Farhani, 2020:18). Tarigan (dikutip *Djajasudarma*, 2010:4) mengungkapkan bahwa, wacana adalah satuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat dengan koherensi dan kohesi tinggi yang berkesinambungan, mempunyai awal dan akhir yang nyata, dan disampaikan secara lisan atau tulis. Pemahaman ini memacu kita pada wacana yang kohesif dan koheren. Kohesi merupakan keserasian hubungan unsur-unsur dalam wacana, sedangkan koheren

merupakan kepaduan wacana sehingga komunikatif mengandung suatu ide.

Sejalan dengan pendapat Badudu (dikutip Setianingsih, 2017:46) yang mengungkapkan, "Wacana adalah pertama , rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya. Membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi dalam kalimat-kalimat itu. Kedua, kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat dan klausa dengan kohesi dan koherensi yang tinggi dan disampaikan secara lisan atau tertulis". Darma (2009:3) juga menyatakan bahwa, wacana merupakan rangkaian kalimat ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu perihal dengan disajikan secara teratur, sistematis, dalam satu kesatuan koheren, yang dibentuk oleh unsur-unsur segmental dalam sebuah wacana yang paling besar. Unsur nonsegmental dalam sebuah wacana pada hakikatnya berhubungan dengan situasi, waktu, gambaran, tujuan, makna, intonasi dan tekanan dalam pemakaian bahasa, serta rasa bahasa yang sering kita kenal dengan istilah konteks. Semua itu berada dalam satu rangkaian ujar maupun rangkaian tindak tutur.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa, wacana adalah proses komunikasi secara lisan dan tulisan dengan menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dengan peristiwa-peristiwa di dalam kemasyarakatan luas. Berdasarkan hireraknya, wacana merupakan tataran bahasa yang terbesar, tertinggi,

dan terlengkap. Wacana dikatakan terlengkap karena wacana mencakup tataran di bawahnya, yakni fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan ditunjang oleh unsur lainnya yaitu, situasi pemakaian dalam masyarakat. Wacana dibentuk oleh paragraf-paragraf, sedangkan paragraf-paragraf dibentuk oleh kalimat-kalimat. Dalam membentuk paragraf itu haruslah merangkai kalimat satu dengan kalimat berikutnya yang harus berkaitan sehingga membentuk suatu gagasan selanjutnya. Paragraf-paragraf pun merangkai secara utuh membentuk sebuah wacana yang memiliki tema utuh (Darma, 2009:1).

2. Jenis-Jenis Wacana

Djajasudarma (2010:5) menyatakan, jenis wacana dapat dikaji dari segi eksistensinya (realitasnya), media komunikasi berwujud tuturan dan tulis, pemaparan (wacana naratif, deskriptif, prosedural, ekspositori dan hortarori), dan jenis pemakaian (monolog, dialog, dan polilog) dengan penjelasan sebagai berikut.

a. Realitas Wacana

Realitas wacana dalam hal ini adalah eksistensi wacana yang berupa verbal dan nonverbal. Rangkaian kebahasaan verbal atau *language exist* (kehadiran kebahasaan) dengan kelengkapan struktural bahasa, mengacu pada struktur apa adanya, sedangkan nonverbal atau *language likes* mengacu pada wacana sebagai rangkaian nonbahasa yakni

rangkaian isyarat atau tanda-tanda yang bermakna (bahasa isyarat).

b. Media Komunikasi Wacana

Wujud wacana sebagai media komunikasi berupa rangkaian ujaran (tuturan) lisan dan tulis. Sebagai media komunikasi wacana lisan wujudnya berupa.

- 1) Sebuah percakapan atau dialog yang lengkap dari awal sampai akhir.
- 2) Suatu penggalan ikatan percakapan (rangkaiannya percakapan yang lengkap, biasanya memuat gambaran situasi, maksud, dan rangkaian penggunaan bahasa).
- 3) Sebuah teks/bahan tertulis yang dibentuk oleh lebih dari satu alinea yang mengungkapkan sesuatu secara beruntun dan utuh, misalnya sepucuk surat, sekelumit cerita, sepenggal uraian ilmiah.
- 4) Sebuah alinea yang merupakan wacana, apabila teks hanya terdiri dari sebuah alinea dapat dianggap sebagai satu kesatuan misi korelasi dan situasi yang utuh.

c. Pemaparan Wacana

Pemaparan wacana ini sama dengan tinjauan isi, cara penyusunan, dan sifatnya. Berdasarkan pemaparan, wacana meliputi naratif, prosedural,

hortatori, ekspositori, dan deskriptif (Llamzom dikutip Djajasudarma, 2010:8), dengan penjelasan sebagai berikut.

- 1) Wacana naratif, merupakan rangkaian tuturan yang menceritakan atau menyajikan hal atau kejadian (peristiwa) melalui penonjolan pelaku (persona I atau III). Isi wacana ditujukan ke arah memperluas pengetahuan pendengar atau pembaca. Kekuatan wacana ini terletak pada urutan cerita berdasarkan waktu, cara-cara bercerita, atau aturan alur/plot.
- 2) Wacana prosedural, merupakan wacana yang dipaparkan dengan rangkaian tuturan yang melukiskan sesuatu secara berurutan dan secara kronologis. Wacana prosedural disusun untuk menjawab pertanyaan bagaimana suatu peristiwa atau pekerjaan dilakukan, dialami, dan dihasilkan.
- 3) Wacana hortatori, merupakan tuturan yang berisi ajakan atau nasihat. Tuturan dapat pula berupa ekspresi yang memperkuat keputusan untuk lebih meyakinkan. Wacana ini digunakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca agar terpicat pada suatu pendapat yang dikemukakan. Isi wacana selalu berusaha untuk memiliki pengikut atau penganut, paling tidak menyetujui pendapat yang dikemukakannya itu, kemudian terdorong untuk melakukan atau mengalaminya.
- 4) Wacana ekspositori, merupakan wacana yang bersifat menjelaskan sesuatu. Biasanya berisi pendapat atau simpulan dari sebuah

pandangan. Contohnya seperti pidato, ceramah, artikel pada majalah dan surat kabar. Wacana ini dapat berupa rangkaian tuturan yang menjelaskan atau memaparkan sesuatu. Isi wacana ini lebih menjelaskan dengan cara menguraikan bagian-bagian pokok pikiran. Tujuan yang ingin dicapai melalui wacana ekspositori adalah tercapainya tingkat pemahaman akan sesuatu. Wacana ekspositori dapat berbentuk ilustrasi dengan contoh, perbandingan, uraian kronologis, dan identifikasi.

- 5) Wacana deskriptif, merupakan rangkaian tuturan yang memaparkan sesuatu atau melukiskan sesuatu, baik berdasarkan pengalaman maupun pengetahuan penuturnya. Wacana ini biasanya bertujuan mencapai penghayatan yang imajinatif terhadap sesuatu sehingga pendengar atau pembaca seolah-olah merasakan atau mengalami sendiri secara langsung. Wacana deskriptif ini, ada yang hanya memaparkan sesuatu secara objektif (bersifat menginformasikan bagaimana adanya) dan ada pula yang memaparkan secara imajinatif (menambah daya hayal seperti novel, cerpen, atau isi karya sastra pada umumnya).

Pemaparan wacana tidak hanya terbatas pada apa yang diungkapkan Llmazon, tetapi dapat pula ditemukan wacana dramatik, epistolari, dan seremonial dengan penjelasan sebagai berikut.

- 1) Wacana dramatik, merupakan wacana yang menyangkut beberapa penutur (personal) dan sedikit bagian naratif, contohnya seperti

pentas drama.

- 2) Wacana epistolari, merupakan wacana yang digunakan dalam surat-surat, dengan sistem dan bentuk tertentu. Wacana ini dimulai dengan alinea pembuka, isi, dan alinea penutup.
- 3) Wacana seremonial, merupakan wacana yang berhubungan dengan upacara adat yang berlaku di masyarakat bahasa. Wacana seremonial dapat berupa nasihat (pidato) pada upacara pernikahan, upacara kematian, upacara syukuran, dan sebagainya.

d. Jenis Pemakaian Wacana

Jenis pemakaian wacana berwujud monolog, dialog, dan polilog dengan penjelasan sebagai berikut.

- 1) Wacana monolog, merupakan wacana yang tidak melibatkan bentuk tutur percakapan atau pembicaraan antara dua pihak yang berkepentingan. Jenis wacana ini berupa surat, bacaan, cerita, dan lain-lain.
- 2) Wacana dialog, merupakan wacana yang berbentuk percakapan atau pembicaraan antara dua pihak, terdapat pada konversasi. Wacana dialog dapat berupa tanya jawab, wawancara, teks drama, dan film.
- 3) Wacana polilog, merupakan wacana yang melibatkan partisipan pembicaraan di dalam konversasi. Partisipan konversasi lebih dari dua orang penutur.

3. Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis atau sering disingkat AWK menyediakan teori dan metode yang bisa digunakan untuk melakukan kajian empiris tentang hubungan- hubungan antara wacana dan perkembangan sosial serta kultural. "Analisis wacana kritis adalah pendekatan yang relatif baru dari sistematika pengetahuan yang timbul dari tradisi teori sosial dan analisis linguistik yang kritis" (Braker dan Galansinski dikutip Darma, 2009:50). Selanjutnya, Menurut Darma (dikutip Alfira, dkk., 2019:22), analisis wacana kritis merupakan proses penguraian bahasa dalam memberikan kejelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Darma (dikutip Firmansyah, 2018:1) menyatakan, "Analisis wacana kritis merupakan proses penguraian atau suatu upaya dalam mengeksplanasi teks (dimensi sosial) yang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang memiliki kecenderungan tujuan untuk memperoleh apa yang diinginkan, sehingga terdapat konteks yang harus disadari akan adanya kepentingan". Oleh sebab itu, analisis yang terbentuk selanjutnya disadari telah dipengaruhi oleh penulis dari berbagai faktor. Selain itu, harus disadari pula bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan perspektif yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Fairclough (dikutip Firmansyah, 2018:2) menjelaskan bahwa,

diskusi-diskusi dengan dasar dan tujuan yang lebih ke arah sosiologis cenderung menggunakan istilah “wacana”. Kajian wacana lebih menekankan pada persoalan “Isi”, “Fungsi”, “Makna sosial” dari penggunaan bahasa. Sementara itu, diskusi-diskusi dengan dasar atau tujuan yang lebih lingual cenderung menggunakan istilah teks. Analisis wacana kritis digunakan untuk menganalisis wacana-wacana kritis, di antaranya politik, ras, gender, kelas sosial, dan hegemoni.

Eriyanto (dikutip Cenderamata dan Darmayanti, 2019:4) pernah mengungkapkan, “Analisis wacana kritis merupakan metodologi dalam paradigma kritis, yang melihat bahwa media bukanlah saluran yang bebas netral. Media justru dimiliki oleh kelompok tertentu dan digunakan untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan”. Nurdin (2014:69) mengungkapkan bahwa, media massa menjalankan fungsi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Pendapat tersebut sejalan dengan pendapat Nida (2014:77) yang menyatakan bahwa, keberhasilan media komunikasi massa dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi tanpa disadari menjadikan media komunikasi massa sebagai kiblat yang dapat memiliki pengaruh besar bagi perubahan sikap, pikiran, dan perilaku masyarakat. Mc Quail (dikutip Kadek, 2021:12) berpendapat, “Yang menjadi premis bagi seluruh penelitian tentang komunikasi massa adalah adanya pengaruh dan efek yang ditimbulkan oleh media massa kepada khalayak atau audiens”. Efek diketahui melalui tanggapan khalayak (*response audience*) yang digunakan sebagai umpan balik (*feed back*).

Dengan kata lain umpan balik ini merupakan sarana untuk mengetahui efek.

Robert (dalam Lestaluhu, 2015:6), efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Berdasarkan pendapat tersebut Chaffe (dikutip Aidin, dkk., 2015:73) juga memberikan penjelasan bahwa, dalam melihat efek pesan yang disampaikan oleh media massa terdapat 3 pendekatan. Pendekatan yang pertama yaitu mempelajari pengaruh media massa, sedangkan pendekatan kedua yaitu melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak seperti perubahan sikap, perasaan, dan perilaku yang dikenal dengan istilah kognitif, afektif, dan behavioral, pendekatan ketiga yaitu observasi terhadap khalayak yang dikenai efek komunikasi.

Dalam penelitian, ini penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Chaffe untuk melakukan analisis wacana opini berdasarkan tiga dimensi efek pesan dalam komunikasi massa yaitu, efek kognitif, efek afektif, dan behavioral dengan penjelasan sebagai berikut.

a. Efek Kognitif

Kognitif adalah seluruh kegiatan mental yang membuat suatu individu bisa menghubungkan, menilai, dan mempertimbangkan suatu peristiwa, sebagai akibatnya individu tersebut akan mendapat pengetahuan setelahnya. Dalam komunikasi terdapat efek yang

ditimbulkan oleh komunikasi kepada khalayak salah satunya yaitu efek kognitif. Menurut Amalia (2015:32), efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatik bagi dirinya. Selanjutnya, Nida (2014:90) menyatakan, "Efek kognitif terjadi bila ada perubahan apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi". Singkatnya, efek ini membahas bagaimana media massa membantu khalayak mendapatkan serta mempelajari berbagai informasi yang bermanfaat, guna mengembangkan keterampilan kognitifnya.

Nurhadi dan Kurniawan (2017:91) berpendapat, efek kognitif adalah efek yang timbul pada diri komunikasi yang menyebabkan dia menjadi tahu mengenai suatu hal yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunikator hanya ingin mengubah pikiran komunikasi. Efek kognitif membahas tentang bagaimana media massa dapat membantuk khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif yang mencakup tingkat pemahaman, pengetahuan, dan pengertian komunikasi. Kehadiran pesan dalam media massa memberikan pengetahuan kepada khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu menjadi yakin, tidak jelas menjadi jelas dan paham bahkan menjadi pengetahuan baru bagi diri komunikasi tersebut.

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa efek kognitif adalah efek yang timbul dalam diri seseorang yang

terkena terpaan media yang bersifat informatif berkaitan dengan kemampuan berpikir dengan melibatkan pengetahuan dan berfokus pada penalaran, pemecahan masalah, penilaian, pertimbangan pada suatu fenomena yang bersifat rasional atau melibatkan akal yang menghasilkan tambahan pengetahuan.

Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa khususnya artikel opini dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat mengembangkan keterampilan kognitif pembacanya. Perhatikan kutipan berikut.

“Untuk menyusuri Kota Tua yang menunjukkan kejayaan Batavia adalah museum Sejarah Jakarta atau lebih dikenal sebagai museum Fatahilah. Dalam sejarahnya, bangunan ini merupakan gedung Stadhius atau pusat pemerintahan VOC yang dibangun pada tahun 1707. Masuk museum dua lantai ini, kita akan dikenakan karcis seharga Rp. 2.000 per orang”

(Sumber: *Sriwijaya Post*, 9 September 2019).

Berdasarkan kutipan tersebut, sesuai dengan pengertian dari efek kognitif, yaitu akibat yang timbul pada diri pembaca yang sifatnya informatif bagi dirinya, efek kognitif yang terdapat dalam wacana tersebut adalah pengetahuan tentang Museum Fatahilah sebelum dialih fungsikan sebagai museum, dulunya merupakan pusat pemerintahan VOC Belanda yang didirikan pada tahun 1770.

b. Efek Afektif

Secara umum afektif adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan sikap, watak, perilaku, emosi, minat, serta nilai yang terdapat dalam diri individu. Menurut beberapa ahli afektif ini erat kaitannya dengan kognitif, karena semakin tinggi tingkat kekuasaan kognitif seseorang semakin mudah untuk memperkirakan perubahan perilakunya. Seperti yang dikemukakan oleh Nurhadi dan Kurniawan (2017:91), "Efek afektif kadarnya lebih tinggi dari efek kognitif. Di sini tujuan komunikator tidak hanya untuk sekedar memberi tahu mengenai suatu hal kepada komunikan, tetapi berusaha agar komunikan tergerak hatinya dengan munculnya sikap atau perasaan tertentu, seperti perasaan iba, sedih, terharu, gembira, marah, dan sebagainya". Nida (2014:90) juga berpendapat bahwa, efek afektif akan timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan sikap, emosi, atau nilai. "Efek afektif dapat diartikan sebagai reaksi emosional khalayak terhadap konten media" (Shanty, 2015:21). Dalam artian efek yang ditimbulkan tidak hanya sekedar khalayak tahu tentang orang, benda, dan peristiwa yang terjadi di dunia sekitar, melainkan khalayak dapat juga merasakannya. Di sini media massa menimbulkan rangsangan emosional pada khalayak.

Menurut Triyaningsih (2020:67), efek afektif adalah efek yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan *attitude* (sikap). Efek afektif adalah efek lanjutan setelah efek kognitif didapatkan oleh khalayak. Informasi yang diterima dari sisi kognitif dapat dirasakan oleh khalayak,

seperti perasaan gelisah, takut dan lain-lain. Perasaan yang tumbuh adalah berdasarkan pengetahuan yang diterima setelah mengkonsumsi media massa. Dampak pesan media massa sampai pada tahap efektif terjadi bila pesan disebarkan media mengubah apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Dampak ini berkaitan dengan perasaan penilaian rangsangan emosional, dan sikap. Dapat kita ketahui pada efek afektif ini tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, melainkan setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa pendapat ahli mengenai efek afektif, dapat disimpulkan bahwa efek afektif merupakan pengaruh dari komunikasi massa yang berkaitan dengan dimensi perasaan untuk menimbulkan pengaruh pada khalayak supaya turut merasakan perasaan iba, terharu, gembira, marah, dan sebagainya. Perhatikan kutipan berikut.

“Budi, Rizal, dan Adi ditahan polisi Poltabes Palembang setelah mencuri seratus buah arloji Casio sedangkan ayah dan ibunya melarikan diri ke Jambi. Ketiga bersaudara ini diwajibkan orang tuanya mencuri setiap hari. Apabila tidak berhasil, mereka tidak diberi makan. Sering kali mereka dikunci dalam kamar, dipukuli sang ayah sampai babak belur, apabila tidak mau melakukan pencurian. Apabila berhasil, kedua kakaknya diberi uang masing-masing sepuluh ribu rupiah sedangkan si bungsu menerima separuhnya.”

(Sumber: *Sriwijaya Post*, 17 Juli 2019)

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat ditemukan efektif, yaitu

akibat yang bertujuan mengajak khalayak untuk turut merasakan perasaan iba, terharu, gembira, marah, dan sebagainya. Efek afektif yang ditimbulkan adalah kita merasa iba dengan ketiga anak di bawah umur tersebut yang dipaksa kedua orang tuanya mencuri setiap hari tanpa bisa membantah. Selain itu, kita menjadi marah pada perbuatan kedua orang tua mereka yang memaksa ketiga anak itu mencuri setiap hari.

c. Efek Konatif/Behavioral

Secara umum behavioral berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Efek behavioral ini cenderung memberikan gambaran bagaimana khalayak meniru apa yang telah ia saksikan di televisi atau media massa lainnya. Perilaku dapat tercipta melalui proses belajar, begitu pula dengan efek behavioral. Efek behavioral memiliki tahapan-tahapan terdahulu seperti efek kognitif dan efek afektif. Dari efek-efek tersebut maka terjadilah proses pembelajaran melalui pengalaman dan peniruan atau *modeling*. Menurut Sapanti (2019:44), "Efek komunikasi massa behavioral merupakan peristiwa/informasi yang disampaikan melalui media massa yang mampu membuat khalayak menduplikasi dan membuat masyarakat tersebut melakukan sesuatu sebagai dampak dari apa yang disampaikan karena peristiwa/sosok yang diinformasikan tersebut". Selanjutnya, Rahmat (dikutip Nida, 2014:90) menyatakan, efek behavioral merujuk pada perilaku yang nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan,

atau kebiasaan berperilaku seseorang. Amalia (2015:32) juga berpendapat bahwa, efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Pernyataan-pernyataan tersebut mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku, tindakan dan gerakan khalayak yang tampak dalam kehidupan sehari-hari. perilaku manusia tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti genetika, intelektual, emosi, sikap, budaya, etika, wewenang, hubungan, dan persuasi.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa efek konatif/behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak berhubungan dengan motivasi atau dorongan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan untuk melakukan sesuatu. Perhatikan kutipan sebagai berikut.

"Dr. Fachmi Idris adalah sosok yang menggambarkan semangat kaum muda untuk berani tampil di antara sekat-sekat senioritas. Pada usia 35 tahun, Fachmi berani mencalonkan diri menjadi ketua Pengurus Besar IDI dan terpilih sebagai ketua umum. Fachmi merupakan dokter termuda sepanjang sejarah berdirinya IDI yang menjabat sebagai ketua umum."

(Sumber: *Sriwijaya Post*, 27 Juli 2022)

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat ditemukan efek konatif yaitu akibat yang dapat timbul pada diri khalayak dalam bentuk motivasi untuk melakukan sesuatu atau meniru perilaku Dr. Fachmi Idris yang berani tampil di antara sekat-sekat senioritas untuk mencalonkan diri sebagai ketua Pengurus Besar IDI dan terpilih sebagai ketua umum meskipun

umurnya masih muda.

4. Media Massa

Media massa terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “massa”. Kata media dekat dengan pengertian “medium”, dan “*moderta*” yang berarti tengah, sedang, penengah atau penghubung. Secara sosial-politis, “media” merupakan tempat, wahana, forum, atau lebih tepat lembaga penengah, sedangkan “massa” adalah sesuatu yang tidak pribadi atau tidak personal, melainkan sesuatu yang berhubungan dengan orang banyak.

“Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima” (Tamburaka 2013:9). Sumadiria (2014:35–36) berpendapat bahwa, media komunikasi ada yang berbentuk saluran antarpribadi, media kelompok, dan ada pula dalam bentuk media massa. Selanjutnya, menurut Le Bon (dikutip Tamburaka, 2013:11), “Massa merupakan suatu kumpulan orang banyak, berjumlah ratusan atau ribuan yang berkumpul dan mengadakan saling hubungan untuk sementara waktu karena minat atau kepentingan bersama yang bersifat sementara”. Dengan demikian, media massa merupakan sarana penyimpanan komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula (Tamburaka, 2013:13).

Menurut Makhshun dan Rahman (2018:57), “Media massa adalah alat yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan pesan. Media

massa menjadi penting karena memang memiliki kekuatan. Bukan sekedar mampu menyampaikan pesan kepada khalayak tetapi lebih karena media menjalankan fungsi mendidik, mempengaruhi, menginformasikan dan menghibur". Selanjutnya, Anditya (2020:32) juga menyatakan bahwa, media massa adalah suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melewati media cetak atau elektronik, sehingga pesan informasi yang sama itu dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Berdasarkan beberapa pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media massamerupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasinya secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat luas. Media massa juga perantara bagi pers dalam penyiaran berita dengan beberapa bentuk. Sebagai sarana masyarakat memperoleh informasi, media massa memiliki fungsi atau peranan yang besar dalam membagikan informasi kepada audiensnya, yaitu sebuah sebutan untuk konsumen media. Media massa sendiri kajian ilmunya berasal dari ilmu komunikasi, dimana ilmu komunikasi menjelaskan, sebuah informasi berasal dari komunikator yang memberikan informasi tersebut kepada komunikan. Komunikasi sebagai sebuah sistem bisa juga digunakan masyarakat dalam menyampaikan warisan sosial berupa nilai atau gagasan dari individu ke individu lainnya, bahkan kepadagenerasi lainnya. Melalui penyampaian gagasan tersebut media massa dapat dengan mudah mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu

peristiwa yang selanjutnya akan terjadi.

Media massa dapat dibagi atas tiga jenis yang selama ini sudah tidak asing lagi di mata masyarakat (Putra, 2019:1; Nadie, 2018:37-----38), yaitu meliputi.

- a. Media elektronik, seperti televisi, radio, film, rekaman audio dan visual.
- b. Media cetak, yaitu surat kabar, tabloid, majalah, buletin dan dokumen tekstual lainnya.
- c. Media baru/online/digital, seperti internet, web, *streaming television*, *boarding bulletin*, email, dan lain-lain.

5. Pengertian Opini

Opini merupakan kata yang berarti tanggapan atau jawaban terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, bisa juga berupa perilaku, sikap, tindakan, pandangan, dan tanggapan dari seseorang. Opini adalah bagian dari ekspresi sikap dengan melalui tulisan positif, netral, bahkan negatif. Menurut Munthe (2020:15), opini adalah penilaian, sudut pandang, atau pernyataan yang sifatnya tidak memiliki landasan kepastian. Karena tidak memiliki landasan kepastian, opini bersifat subjektif dan kadang berdasarkan faktor-faktor emosional atau hal-hal lain, terlihat tidak logis atau tidak masuk akal. Selanjutnya, Ratnawati (2018:50) berpendapat, "Opini adalah pendapat, ide atau pikiran untuk menjelaskan kecenderungan atau preferensi tertentu terhadap

perspektif dan ideologi, akan tetapi bersifat tidak objektif karena belum mendapatkan pemastian atau pengujian, dapat pula merupakan sebuah pernyataan tentang sesuatu yang berlaku pada masa depan dan kebenaran atau kesalahannya, serta tidak dapat langsung ditentukan, misalnya menurut pembuktian melalui induksi”.

Sastropetro (dikutip Suhaidy,dkk., 2020:222) menyatakan bahwa, opini adalah suatu ekspresi tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini dapat dipahami sebagai pernyataan atau permasalahan yang kontroversial. Pendapat harus dinyatakan agar dapat dinilai atau ditanggapi oleh publik sehingga mengalami proses komunikasi. Pendapat yang belum dinyatakan merupakan suatu proses dalam diri manusia yang dapat disebut sebagai sikap. Opini seseorang dengan orang lain tidak selamanya sama dan tidak selamanya berbeda. Namun, jika opini tersebut disetujui oleh masyarakat luas/publik, maka dapat disebut dengan opini publik.

Opini dapat dinyatakan secara aktif maupun pasif. Opini dapat dinyatakan secara verbal, terbuka dengan kata-kata yang dapat ditafsirkan secara jelas, ataupun melalui pilihan kata-kata yang sangat halus dan tidak secara langsung dapat diartikan (konotatif). Opini dapat pula dinyatakan melalui perilaku, bahasa tubuh, raut muka, simbol-simbol tertulis, pakaian yang dikenakan, dan oleh tanda-tanda lain yang tak terbilang jumlahnya, melalui referensi, nilai-nilai, pandangan, sikap, dan kesetiaan.

6. Jenis-Jenis Opini

Dalam buku Syahputra (dikutip Munthe, 2020:16–17) yang berjudul *Opini Publik: konsep, pembentukan, dan pengukuran*, menjelaskan tujuh jenis opini, diantaranya akan dijelaskan sebagai berikut.

- a. Opini pribadi atau opini individu, berupa pendapat seseorang mengenai suatu masalah.
- b. Opini individual, merupakan pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat.
- c. Opini kelompok, berupa pendapat kelompok mengenai masalah sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang.
- d. Opini mayoritas, berupa pendapat terbanyak yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro, kontra, atau penilaian lain.
- e. Opini minoritas, berupa pendapat yang jumlahnya relatif sedikit yang berkaitan dengan suatu masalah sosial.
- f. Opini publik, berupa pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.
- g. Opini massa, merupakan opini yang bersifat massa, yang bisa beralih pada tindakan fisik yang destruktif jika tidak berhasil dikontrol atau dikendalikan.

Selain itu, Sumadiria (dikutip Kadek, 2021:21) menyatakan bahwa, jenis opini lazim ditemukan di halaman khusus opini di media massa yaitu artikel, tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom dan surat pembaca.

Berdasarkan pendapat tersebut maka akan diuraikan sebagai berikut.

a. Tajuk Rencana

Pertiwi (2018:1) mengungkapkan, "Tajuk rencana adalah opini redaksi yang berisi aspirasi, pendapat, dan sikap resmi media pers terhadap persoalan potensial, fenomenal, aktual, dan atau kontroversial yang terdapat dalam masyarakat".

Tajuk rencana ini biasanya ditulis oleh petinggi redaksi dan dipublikasikan kepada masyarakat melalui media surat kabar atau yang sering dikenal dengan koran. Tajuk rencana dalam surat kabar memiliki beberapa makna penulisan seperti menjelaskan peristiwa, memberi wawasan kepada pembaca, membuat suatu analisis dan mencari kebenaran atau fakta dalam suatu berita.

b. *Feature*

Williamson (dikutip Tamburaka, 2013:149) merumuskan bahwa, "reportase dalam bentuk berita halus seperti *feature* merupakan sebagai penulisan cerita yang kreatif, subjektif yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca". Penulisan opini dalam bentuk *feature* ini lebih memfokuskan keindahan tulisan jurnalistik dengan tulisan sastra. Opini yang dibahas mengenai peristiwa yang sedang berlangsung di masyarakat menjadi sorotan publik. Penambahan gaya bahasa sastra seperti personifikasi menjadi daya tarik pembaca.

Bentuk opini dikemas dalam bentuk cerita sastra yang indah, tetapi tidak keluar dari fakta peristiwa tersebut.

c. Resensi

Resensi adalah teks yang dihasilkan dari sebuah analisis mendalam terhadap satu hal dengan melibatkan berbagai hal sebagai pertimbangan, sehingga menghadirkan penilaian yang adil dan rasional dari teks tersebut dan teks ulasan memiliki struktur penulisan baku. Resensi memuat tanggapan, tinjauan, dan analisis terhadap buku, literatur, dan karya sastra, baik cerpen, novel, film, drama dan lainnya (Supriyanti, dikutip Ibda, 2020:4). Dapat disimpulkan resensi merupakan karya sastra berupa tulisan atau ulasan dari buku, film, lagu, musik, dan sebagainya. Opini pada resensi berisi tanggapan-tanggapan mengenai isu-isu ringan yang hanya disajikan edisi mingguan pada surat kabar.

d. Artikel

Artikel merupakan karangan yang bersifat faktual yang kemudian dipublikasikan untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Menurut Kuncoro (2009:32), artikel opini adalah tulisan yang berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual atau kontroversi dengan tujuan untuk memberitahu (informatif). Artikel sebagai opini berisi pembahasan mengenai isu-isu terhangat yang sedang berkembang di masyarakat yang berlandaskan pada hasil ide, gagasan,

dan pendapat penulis.

e. Kolom

Kolom adalah sebuah rubrik khusus di media massa cetak yang berisikan karangan atau tulisan pendek dengan pendapat subjektif penulisnya tentang suatu masalah (Samsuldikutip Kuncoro, 2009:33). Seseorang yang berprofesi mengisi tulisan pada bagian kolom dalam surat kabar disebut Kolumnis. Opini pada kolom memiliki tema yang beragam mulai dari pembahasan politik, sosial, ekonomi, olahraga, dan lain sebagainya yang berisi tanggapan berupa opini sesuai pandangan Kolumnis.

f. Esai

“Esai adalah sebuah komposisi prosa singkat yang mengekspresikan opini penulis tentang subjek tertentu” (Kuncoro, 2009:29). Esai merupakan suatu karangan tulisan yang berisi sebuah tanggapan terhadap suatu masalah yang bersifat kontroversial yang berupa analisis, penafsiran, dan uraian. Esai termasuk kedalam sastra karena opini pada esai umumnya membahas masalah kebudayaan. Opini pada esai menggunakan gaya bahasa sastra yang dapat menarik minat baca masyarakat. Tujuan esai adalah untuk mengapresiasi perasaan, kritik, dan kesan terhadap suatu permasalahan terkait budaya.

g. Pojok

Qorib, dkk. (2019:38) berpendapat, "Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat menggusik, menggelitik, dan ada kalanya relatif". Tujuan penulisan pojok adalah untuk mengingatkan, menggugat, kritis namun tetap etis. Sesuai dengan namanya pojok ditempatkan di pojok pada sudut surat kabar.

h. Karikatur

Karikatur adalah gambar atau penggambaran suatu objek konkret dengan cara melebih-lebihkan ciri khas objek tersebut (Tamburaka, 2013:100). Gambar dari karikatur tersebut merupakan gambar dari tokoh yang terlibat dalam peristiwa yang dikartunkan. Dalam hal ini karikatur dibuat untuk melukiskan ucapan pelaku atau rupa yang menekankan ciri khas orang atau tokoh yang disindirnya.

Karikatur digunakan oleh seorang jurnalis sebagai opini redaksi media yang memuat kelucuan atau humor yang ditujukan untuk kritik sosial dan kemudian dipublikasikan kepada khalayak melalui surat kabar. Kecenderungan pembaca yang tidak mempunyai banyak waktu untuk membolak balik lembaran surat kabar lebih suka menikmati karikatur, selain terlihat kocak dan jenaka juga sarat dengan pesan penting yang menimbulkan tanda tanya.

Selain jenis-jenis opini, opini juga bisa dibedakan berdasarkan

sumbernya (Munthe, 2020:17–18), antara lain sebagai berikut.

a. Opini Publik

Opini publik adalah keseluruhan sikap individu atau kepercayaan yang dianut oleh populasi (misalnya kota atau negara).

b. Opini Kelompok

Dalam ilmu sosial, terutama ilmu politik dan psikologi, pendapat kelompok mengacu pada agregasi pendapat yang dikumpulkan dari kelompok subjek, seperti anggota dewan juri, legislatif, komite, atau lembaga pembuat keputusan kolektif lainnya.

c. Opini Ilmiah

Pendapat ilmiah dapat dibandingkan dengan opini publik dan umumnya mengacu pada sejumlah pendapat dari banyak organisasi ilmiah yang berbeda dan entitas juga ilmuwan dalam bidang yang relevan. Tujuan dari opini ilmiah adalah adanya literasi sains, atau pemahaman publik terhadap ilmu pengetahuan, dengan menyediakan alat yang diperlukan untuk tujuan-tujuan ilmiah maupun praktis.

d. Opini Hukum

Sebuah pendapat hukum atau opini tertutup adalah jenis pendapat profesional.

e. Opini Yudisial

Opini yudisial atau opini pengadilan adalah pendapat dari hakim atau kelompok hakim yang menyertai dan menjelaskan atau memutuskan sesuatu kontroversi sebelum pengadilan, untuk meletakkan dasar pemikiran serta prinsip hukum yang digunakan pengadilan untuk membuat keputusan.

f. Opini Editorial

Opini editorial adalah sebuah evaluasi terhadap sebuah topik yang dilakukan oleh sebuah berita yang disampaikan pada halaman editorialnya.

B. Kajian Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah sebagai berikut.

1. Penelitian Irfan Farhani (2020), mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul Skripsi "Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Berita Festival Cisadane di Koran Satelit *News*". Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dari segi teks, koran harian Satelit *News* menekankan akan akulturasi budaya dalam pemberitaan mengenai Festival Cisadane. Setidaknya tiga paragraf dalam berita yang

menunjukkan mengenai akulturasi budaya dan tiga paragraf yang menegaskan bahwa Festival Cisadane adalah proyek pengembangan wisata. Pada tahap analisis wacana koran *Satelit News*, dalam mengerjakan pemberitaan mengenai Festival Cisadane dibebankan kepada salah seorang wartawan. Beberapa hari sebelum peliputan wartawan tersebut ditugaskan untuk melakukan riset atau pengumpulan data terkait Festival Cisadane. Pada akhirnya dipilihlah berita tentang festival itu karena dianggap memenuhi nilai berita unik, aktual, dan menyangkut kedekatan dengan pembaca. Kondisi sosial yang terjadi pada saat pemberitaan dimuat oleh koran *Satelit News* ialah kurang tatariknya masyarakat menyaksikan pertunjukan budaya. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang analisis wacana kritis. Perbedaannya adalah peneliti terdahulu mengkaji pemberitaan mengenai Festival Cisadane yang dimuat surat kabar, sedangkan penulis mengkaji artikel opini pada surat kabar.

2. Penelitian Riri Amanda Fitriana, Erizal Gani, Syahrul Ramadhan (2019), mahasiswa Universitas Negeri Padang, dengan judul "Analisis Wacana Kritis Berita Online Kasus Penipuan Travel Umrah (Model Teun A. van Dijk)", dalam *Jurnal Basindo*, Volume 3 Nomor 1, Tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan analisis wacana kritis berita online kasus penipuan travel umrah di Indonesia. Metode dokumentasi dan analisis isi teks media digunakan untuk

menganalisis data penelitian. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan ditemukan kalimat wacana memenuhi sebagian besar unsur makro dan mikro. Unsur yang tidak ditemukan adalah unsur mikro retorik elemen ekspresi. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang analisis wacana kritis. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu mengkaji berita online, sedangkan peneliti mengkaji opini.

3. Penelitian Rengganis Citra Cenderamata, Nani Darmayanti (2019), mahasiswa Universitas Negeri Padang, dengan judul "Analisis Wacana Kritis Fairclough pada Pemberitaan Selebriti di Media Daring", dalam jurnal Literasi, Volume 3 Nomor 1, Tahun 2019. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis wacana kritis dari pemberitaan tentang hijrahnya Mulan Jameela yang dipublikasikan empat media daring, yaitu detik.com, liputan6.com, tempo.co, dan tribunnews.com. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan disajikan secara kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan isi pada pemberitaan selebriti di empat media daring; detik.com, liputan6.com, tempo.co, dan tribunnews.com. Masing-masing media menyajikan topic berita yang sama, dengan pembingkaiian yang berbeda-beda sesuai dengan motivasi dan idealisme media tersebut. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang analisis wacana kritis. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu

mengkaji berita, sedangkan peneliti mengkaji opini.

4. Penelitian Angger Siswanto Poppy Febriana (2017), mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, dengan judul “Representasi Indonesia dalam Stand Up Comedy (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Pertunjukan Spesial Pandji Pragiwaksono “Mesakke Bangsaku”)", dalam jurnal kanal Volume 5 Nomor 2, Tahun 2017. Tujuan penelitian ini memaparkan representasi Indonesia melalui materi lawakan yang disampaikan oleh Pandji Pragiwaksono dalam sebuah pertunjukan spesial bertema “Mesakke Bangsaku”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan dukungan kajian pustaka dan observasi guna memperkaya data. Hasil penelitian menunjukkan adanya temuan mengenai representasi Indonesia yang digambarkan melalui *Stand Up Comedy* dalam pertunjukan spesial “Mesakke Bangsaku” Pandji Pragiwaksono. Materi lawakan Pandji Pragiwaksono dalam pertunjukan spesial Mesakke Bangsaku merepresentasikan Indonesia dalam tiga bidang yaitu, agama, pendidikan, dan politik. Dalam bidang agama, Indonesia direpresentasikan sebagai negara yang memiliki rasa toleransi yang tinggi terhadap umat beragama. Pada bidang pendidikan, Indonesia direpresentasikan sebagai negara yang tertinggal dari negara Eropa. Sedangkan dibidang politik, Indonesia direpresentasikan sebagai negara yang masyarakatnya memiliki pemahaman politik yang masih rendah, sehingga diperlukan gerakan pendidikan politik oleh pemerintah dan partai politik.

Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti tentang analisis wacana kritis. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu mengkaji *Stand Up Comedy*, sedangkan peneliti mengkaji opini.