

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Youtube

Youtube merupakan salah satu media sosial dari Google yang memiliki fasilitas ke penggunanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna youtube yang lainnya di seluruh penjuru dunia secara gratis dan mudah. Dengan hal ini, youtube menjadi sebuah database video yang terkenal di dalam dunia internet, paling lengkap dan lebih bervariasi. Awalnya, youtube itu bukan situs yang didirikan oleh Google, melainkan, Google membeli situs youtube dan kemudian mengakuisisinya menjadi bagian dari Google. Setelah itu menggabungkan situs youtube ini dengan fitur layanan-layanan yang ada di dalam Google.¹

Youtube adalah situs berbagi video populer yang berdiri pada bulan Februari 2005 yang didirikan oleh Chad Hurley, Jawed Karim, dan Steven Chen. Para pengguna situs youtube bisa memuat video yang dibuatnya, menonton video sesama pengguna situs youtube, dan berbagi klip video secara gratis. Biasanya, video-video yang diunggah ke dalam situs youtube adalah klip musik atau video klip, film, acara TV, dan video hasil karya dari pengguna youtube itu sendiri.²

¹ Dapat dilihat pada <http://pertanyaan.com/apa-itu-youtube>

² Dapat dilihat pada <http://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>

B. Video *Rewind*

Video *Rewind* adalah video yang sebelumnya bernama *Youtube Rewind*. *Youtube Rewind* sendiri pertama kali diproduksi oleh pihak Youtube pada tahun 2010. *Youtube Rewind* adalah video yang dibuat dengan durasi waktu 10 sampai 15 menit, yang di dalamnya terdapat kejadian, peristiwa, dan fenomena yang viral pada tahun pembuatan video tersebut. Youtube membuat video *Youtube Rewind* yaitu pada tahun 2010 dan video tersebut bisa sampai menembus top 10 ke deretan video youtube terpopuler pada saat tahun 2010 itu. Sehingga pada tahun 2011, pihak youtube kembali memproduksi video *Youtube Rewind* lagi dengan bantuan Seedweel dan Portal A Interactive. Semenjak saat itu, mulai bermunculan *Youtube Rewind* dari berbagai negara yang ikut memproduksi video *Youtube Rewind* di negaranya setiap tahun, salah satunya di negara Indonesia.³

Video *Rewind* merupakan video yang diproduksi setiap tahunnya dengan menampilkan hal-hal yang viral selama satu tahun tersebut. Director yang memimpin jalannya produksi video *Rewind* Indonesia bisa berganti setiap tahunnya, untuk director youtube *Rewind* Indonesia di tahun 2021 adalah Chandra Liow dan Aulion. Pembuatan video *Rewind* Indonesia juga didukung

³ Lulu Tuffahati, "*Fenomena Komunitas Youtube Creator Bandung Studi Fenomenologi Dalam Pembuatan Video Youtube Rewind Bandung 2017*", (Skripsi: Universitas Pasundan, Bandung, 2018).

oleh kegiatan kolaborasi dari para konten kreator, artis, dan youtubers di seluruh Indonesia.⁴

C. Pesan

Pengertian pesan menurut Widjaja merupakan penyampaian secara keseluruhan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Pesan itu mempunyai arti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengaruh di dalam usaha untuk mencoba mengubah sikap dan perilaku komunikan (penerima pesan dari komunikator). Penyampaian pesan bisa melalui lisan, bertatap muka secara langsung, dan bisa juga menggunakan media atau saluran untuk menyampaikan informasi tersebut. Adapun bentuk-bentuk pesan itu sendiri diantaranya mempunyai sifat:

1. Informatif

Pesan informatif merupakan suatu pesan yang memiliki sifat pemberitahuan yang berfungsi untuk memberikan keterangan atau fakta-fakta yang membuat lawan bicara mengambil suatu kesimpulan ataupun keputusan. Jadi, seorang komunikan tidak hanya mendapatkan informasinya saja, melainkan seorang komunikan juga bisa berpendapat mengenai informasi yang diberikan oleh seorang komunikator. Pesan ini bisa memiliki bentuk kabar, isu, dan lain-lainya.

⁴ Bisa dilihat di <https://youtube.com/@IndonesianCreators?si=EnSIkaIECMiOmartE>

2. Persuasif

Pesan persuasif merupakan pesan yang mempunyai sifat untuk mengajak, membujuk, atau melakukan rayuan kepada lawan bicara untuk mempengaruhinya, dimana pembicara (komunikator) mempunyai tujuan untuk mendapatkan perubahan sikap dari lawan bicara (komunikan) ketika mengetahui informasi yang diberikan. Perubahan tersebut terjadi tanpa ada paksaan, melainkan terjadi atas kehendak sendiri dari komunikan.

3. Koersif

Pesan koersif ini pada umumnya memiliki fungsi yang hampir sama dengan persuasif yakni komunikator mengharapkan terjadinya perubahan sikap dari komunikan. Akan tetapi, pesan koersif ini terdapat sifat memaksa dengan melakukan berbagai cara yang dilakukan, salah satunya komunikator bisa menunjukkan kepada komunikan akibat, konsekuensinya secara masuk akal, sanksi dan hukuman untuk menekan komunikan.⁵ Jadi, seorang komunikator bukan hanya memberikan informasi saja, melainkan juga

⁵ Bisa dilihat di <https://id.linkedin.com/pulse/pesan-atau-informasi-ahmad-fadhil>

memberitahukan apa dampak yang ditimbulkan jika melakukan dan tidak melakukan perbuatan tersebut.⁶

Pengertian pesan menurut Effendy merupakan suatu komponen di dalam proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa, dan lambang-lambang lain yang bisa disampaikan kepada orang lain. Sedangkan menurut Nurudin, pesan merupakan pernyataan yang disampaikan dalam bentuk lambang-lambang atau simbol-simbol yang memiliki makna di dalamnya.⁷

Hal tersebut terdapat berbagai macam bentuk melalui beberapa unsur diantaranya:

1. Verbal yaitu pesan yang diucapkan atau secara tertulis.
2. Non verbal yaitu pesan yang disampaikan secara tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerik garis atau isyarat gambar lukisan dan warna.⁸

Jadi, pesan adalah suatu hal yang dijadikan alat dan sarana sebagai isyarat dalam berkomunikasi dikarenakan dengan adanya suatu pesan, maka hubungan komunikasi seseorang dengan orang yang lainnya akan berjalan

⁶ Lasmini, Sugandi, Kadek Distriana Dwivayani, “*Pesan Heroik pada Foto Tari Perang Suku Dayak Kayan Uma’ Lekan di Desa Miau Baru Kalimantan Timur*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 7, (2019), 235-236.

⁷ Lasmini, Sugandi, Kadek Distriana Dwivayani, “*Pesan Heroik pada Foto Tari Perang Suku Dayak Kayan Uma’ Lekan di Desa Miau Baru Kalimantan Timur*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 7, (2019), 236.

⁸ *Ibid*, 236.

dengan baik dalam rangka untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pesan bisa berupa lambang-lambang yang menjalankan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Bisa juga pesan tersebut berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda, gerak-gerak atau perilaku, dan berbagai bentuk tanda-tanya yang lainnya. Pesan juga bisa terjadi di dalam diri seseorang, bisa terjadi juga di antara dua orang, atau lebih.⁹

Aktivitas manusia dalam kegiatan sehari-hari, sebagian besar diisi dengan kegiatan berkomunikasi, mulai dari mengobrol, membaca koran, mendengarkan radio, menonton televisi, menyaksikan video, dan lain sebagainya. Hal ini menandakan bahwa dalam aktivitas kehidupan bersosialisasi antar sesama manusia, komunikasi telah menjadi denyut nadi dan sendi kehidupan. Dengan berkomunikasi, kita bisa menerima pesan yang disampaikan di dalam aktivitas tersebut. Misalnya, ketika menyaksikan *Rewind Indonesia 2021* ini, ada pesan-pesan yang bisa kita ambil untuk diterapkan dalam kegiatan kita sehari-hari.¹⁰

Pesan komunikasi bisa juga dipakai sebagai suatu bentuk upaya untuk meningkatkan:

1. Kesadaran dan pengetahuan kepada masyarakat.

⁹ Ibid, 236.

¹⁰ Zikri Fachrul Nurhadi, dan Achmad Wildan Kurniawan, “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 3 No. 1, (2017), 90.

2. Mempengaruhi sikap masyarakat (perasaan, motivasi, semangat) ketika menonton video *Rewind* Indonesia 2021.
3. Kecenderungan dalam berperilaku.

Pesan di dalam video *Rewind* Indonesia 2021 bisa memicu kesadaran dan bertambahnya pengetahuan terhadap masyarakat dan mampu diterima dengan baik oleh penonton video tersebut, sehingga bisa diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selain menambah pengetahuan, pesan bisa mempengaruhi perasaan serta memicu motivasi bagi penonton sehingga timbulnya perasaan senang, sedih, takut, marah, gembira, suka, bersemangat ketika menyaksikan video *Rewind* Indonesia 2021.¹¹

D. Heroisme

Kata “heroik” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti sifat pahlawan. Pahlawan merupakan sebuah kata benda. Secara etimologi kata “pahlawan” berasal dari bahasa Sanskerta “*phala*” yang memiliki arti hasil atau buah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pahlawan mempunyai arti orang yang menonjol karena sifat keberanian dan pengorbanannya dalam membela kebenaran, memiliki mental pejuang yang gagah berani. Pahlawan adalah seseorang yang memiliki perilaku yang baik dan perbuatannya berhasil untuk mengutamakan kepentingan orang banyak.

¹¹ Soraya Fadlal, dkk, “*Media, Komunikasi dan Informasi di Masa Pandemi Covid-19*”, (Yogyakarta: MBridge Press, 2020), 8.

Perilaku yang dilakukannya itu memiliki dampak dan pengaruh terhadap tingkah laku orang lain mengenai dirinya, karena mereka menilai pahlawan itu merupakan sosok yang mulia dan bermanfaat bagi kepentingan masyarakat, bangsa, maupun umat manusia.¹²

Menurut teori dan konsep dari *Verywellmind*, heroisme adalah sosok seorang pahlawan yang memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain, seorang pahlawan yang mempunyai pengetahuan (pintar) dalam melihat sesuatu menurut sudut pandang orang lain, seorang pahlawan merupakan seseorang yang berkompeten, memiliki rasa kepercayaan diri, seorang pahlawan mempunyai nilai moral yang kuat, seorang pahlawan mempunyai keterampilan dan kekuatan yang dapat bermanfaat untuk orang lain, dan seorang pahlawan memiliki semangat berjuang yang tangguh dan kuat untuk terus berjalan bahkan ketika menghadapi rasa ketakutan di dalam dirinya.¹³

Heroisme adalah sebuah gambaran tindakan atau sikap kepahlawanan yang terdapat di dalam diri seseorang dalam berjuang. Pahlawan merupakan sosok yang senantiasa membela kebenaran dan membela orang-orang yang lemah. Sehingga pahlawan itu adalah perbuatan seseorang yang berhasil memperjuangkan kepentingan orang banyak yang perbuatannya bisa berpengaruh ke orang lain, karena apa yang dilakukannya memiliki nilai

¹² Bisa dilihat di <https://kbbi.web.id/heroik.html>

¹³ Lasmini, Sugandi, Kadek Distriana Dwivayani, “Pesan Heroik pada Foto Tari Perang Suku Dayak Kayan Uma’ Lekan di Desa Miau Baru Kalimantan Timur”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 7, (2019), 236.

kemuliaan dan bisa bermanfaat untuk kepentingan masyarakat, bangsa, negara, dan umat manusia.¹⁴

Kondisi dan situasi yang berada di sekitar kita, memungkinkan setiap orang untuk menjadi penonton tindak kejahatan, namun di sisi lain kondisi seperti ini juga dapat menimbulkan dan membangkitkan rasa dan sifat kepahlawanan seseorang yang berada di dalam dirinya. Zeno Franco dan Philip Zimbardo merupakan pakar terkemuka di kalangan akademisi psikolog Amerika. Mereka berpendapat bahwa setiap orang mampu untuk melakukan hal-hal yang bersifat heroik dalam kehidupan sehari-hari.¹⁵

Zeno Franco dan Philip Zimbardo menjumpai sebuah istilah baru, yaitu konsep kedangkalan sikap heroisme (*the banality of heroism concept*) yang menyatakan bahwa setiap orang mempunyai potensi untuk melakukan perbuatan heroik, dimana perbuatan itu akan datang dalam kehidupan ketika lingkungan di sekitarnya menyatakan untuk membutuhkan tindakan perbuatan heroik. Keputusan untuk melakukan tindakan heroik merupakan sebuah pilihan, dimana seseorang akan terpanggil jiwa dan raganya untuk melakukan tindakan heroik pada suatu waktu.¹⁶

Dengan menumbuhkan perbuatan heroisme yang menjadi sebuah atribut universal dari sikap dan perbuatan manusia, dan tidak menjadi suatu ciri yang langka dari setiap individu, maka perbuatan heroisme bisa menjadi hal

¹⁴ Sriwulandari, S. "Heroisme dalam "Michel Strogoff" Karya Jules Verne", (Skripsi: Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin, 2021).

¹⁵ Winda Primasari, "Heroisme Amerika Dalam Film", *Jurnal Makna*, Vol. 4, No. 2, (2014), 7.

¹⁶ Winda Primasari, "Heroisme Amerika Dalam Film", *Jurnal Makna*, Vol. 4 No. 2, (2014), 7.

yang patut untuk dilakukan dalam jangkauan perilaku yang umum dan biasa dilakukan manusia pada umumnya, dan mungkin perbuatan heroik kita bisa memberikan inspirasi pada individu yang lainnya agar mampu melakukan hal yang sama seperti yang kita lakukan.¹⁷

Menurut Franco dan Zimbardo, heroisme menurut sejarah sering dikaitkan dengan dunia militer, yang mencakup perjuangan melewati bahaya fisik yang seringkali tidak dapat diantisipasi. Seperti seorang tentara yang bertugas untuk membasmi penjahat. Ketika bertugas ada salah satu rekannya yang terluka. Dia membantu temannya agar bisa diselamatkan dan berusaha untuk membantu temannya yang terluka. Berikut ini ada empat dimensi independen yang dapat membentuk heroisme, diantaranya sebagai berikut:

1. Heroisme melibatkan pencarian, pencarian yang dimulai pemeliharaan hidup. Seperti penyelamatan warga yang terdampak banjir, membantu korban keluar dari rumahnya yang terendam banjir dan mencari tempat yang aman.
2. Heroisme mempunyai bentuk nyata dan antisipasi atas pengorbanan atau resiko, yang dapat membahayakan fisik, atau pengorbanan sosial. Seperti resiko fisik yang harus dipikul oleh petugas pemadam kebakaran saat menjalankan tugas, memiliki karakter heroik untuk memadamkan api merupakan sebuah pengorbanan untuk masyarakat yang merupakan sudah menjadi resiko yang hampir

¹⁷ Ibid, 7-8.

tidak bisa dihindari dan sudah menjadi resiko yang harus dihadapi agar api bisa segera dipadamkan agar tidak menyebar kemana-mana.

3. Tindakan heroik memiliki sifat pasif atau aktif. Seringkali banyak orang memiliki pemahaman bahwa tindakan heroik merupakan tindakan yang harus membutuhkan keberanian untuk melakukannya, karena hal tersebut bisa dilihat dan diamati secara jelas. Akan tetapi, beberapa bentuk heroisme dengan melibatkan daya tahan yang sering dinilai sebagai tindakan pasif atau keinginan untuk tidak tergerak (melakukan tindakan).
4. Heroisme dapat dilakukan saat itu juga (secara cepat dan mendadak), tindakan tersebut bisa terjadi dalam kurun waktu tertentu. Sehingga bisa dipahami bahwa heroisme adalah sebuah reaksi yang nyaris langsung dalam situasi dan kondisi tertentu.¹⁸

E. Pesan Heroisme

Pesan merupakan suatu hal yang menjadi isyarat dalam kegiatan berkomunikasi dikarenakan dengan adanya suatu pesan maka hubungan komunikasi seseorang dengan orang yang lainnya akan berjalan dengan baik dalam rangka untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Ketika ada pesan, berarti ada yang ingin disampaikan dan bisa menjadi informasi antara komunikator dan

¹⁸ Winda Primasari, "Heroisme Amerika Dalam Film", *Jurnal Makna*, Vol. 4 No. 2, (2014), 8.

komunikasikan. Pesan itu dapat berupa lambang-lambang yang mampu untuk menjalankan suatu ide/gagasan, sikap, perasaan, serta memicu tindakan. Pesan bisa juga berbentuk kata-kata yang tertulis, lisan/ucapan, gambar-gambar, angka-angka, benda, gerak-gerak atau perilaku dan berbagai bentuk tanda-tanda yang lainnya. Pesan bisa terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, atau lebih.

Kata “heroik” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah bersifat pahlawan. Pahlawan merupakan sebuah kata benda. Secara etimologi kata “pahlawan” berasal dari bahasa Sanskerta “*phala*” yang mempunyai arti hasil atau buah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pahlawan terdapat arti seseorang yang menonjol karena mempunyai rasa keberanian dan pengorbanannya untuk membela kebenaran, pejuang yang tangguh dan gagah berani. Pahlawan adalah sosok seseorang yang memiliki suatu perbuatan yang bertujuan untuk mengutamakan kepentingan orang banyak. Perilaku yang dilakukannya terdapat pengaruh yang besar terhadap tingkah laku dan mempengaruhi pandangan orang lain mengenai dirinya, karena mereka menilai bahwa seorang pahlawan itu merupakan sosok yang mulia dan bisa bermanfaat untuk kepentingan masyarakat, bangsa, maupun umat manusia.

Berdasarkan penjelasan dari pesan dan heroisme di atas, dapat disimpulkan bahwa pesan heroisme adalah suatu komponen dalam proses berkomunikasi yang dikirimkan secara langsung oleh pengirim pesan (komunikator) ke penerima pesan (komunikan), perpaduan antara pikiran dan

perasaan seseorang dengan menggunakan bahasa atau lambang-lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain, yang digambarkan karena keberanian dan pengorbanan seseorang dalam membela kebenaran, memiliki sifat pejuang yang tangguh, dan memiliki sifat seorang pahlawan yaitu rendah hati kepada orang lain dan tidak menganggapnya paling hebat dari orang lain.¹⁹

Pesan heroisme dalam konteks kekinian adalah pesan yang bisa memberikan dorongan munculnya sikap untuk berjuang dan semangat mencapai sesuatu yang diinginkan. Misalnya, sebagai seorang manusia kita harus berusaha sekuat tenaga untuk mendapatkan apa yang kita inginkan dan berdoa kepada Tuhan Yang Maha Esa agar prosesnya lancar yang membuat semangat untuk meraih usaha dan impian kita dengan baik dan bisa tercapai. Contoh lainnya yaitu kita sebagai generasi muda Indonesia harus memiliki semangat nasionalisme dan cinta tanah air yang tinggi untuk berjuang memajukan Indonesia seperti yang dialami oleh para pahlawan bangsa Indonesia dulu yang rela berkorban harta dan nyawanya demi Indonesia.²⁰

F. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Norman Fairclough melakukan upaya untuk merekonstruksi teori wacana sebagai kritik sebuah teori yang sudah ada dengan cenderung timpang dan parsial berdasar pada pengalaman dan pengetahuan masing-masing.

¹⁹ Lasmini, Sugandi, Kadek Distriana Dwivayani, “*Pesan Heroik pada Foto Tari Perang Suku Dayak Kayan Uma’ Lekan di Desa Miau Baru Kalimantan Timur*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 7, (2019), 236.

²⁰ Bisa dilihat di <https://cariustadz.id/artikel/detail/aktualisasi-nilai-kepahlawanan-dalam-konteks-kekinian> yang diakses pada tanggal 27 September 2023.

Norman Fairclough membuat tiga tradisi, yaitu tradisi linguistik, tradisi interpretatif, dan tradisi sosiologi. Kemudian, Norman Fairclough menawarkan berbagai model diskursus yang memuat tiga dimensi, yaitu praktik teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Masing-masing dimensi memiliki wilayah, proses, dan model analisis yang berbeda.²¹

Praktik teks yaitu suatu kegiatan pengamatan sebuah teks yang ada di dalam video *Rewind* Indonesia 2021, kemudian praktik diskursif digunakan sebagai penunjuk cara berbicara yang memberikan makna terhadap pengalaman-pengalaman dari perspektif tertentu. Sedangkan, praktik sosial adalah dampak terhadap pembangunan struktur sosial dan sekaligus memiliki kontribusi dalam menciptakan kontinuitas sosial atau perubahan sosial setelah menyaksikan video *Rewind* Indonesia 2021.²²

Istilah analisis wacana menggunakan berbagai macam cara dalam literatur yang sesuai. Begitu juga dengan istilah analisis wacana kritis (*critical discourse analysis/CDA*) yang tidak menyembunyikan suatu metode yang homogen dalam analisis wacana. Sehingga, bisa diuraikan bahwa analisis wacana yang terdiri dari latar belakang teoritis umum, asumsi dasar, dan keseluruhan tujuannya. Namun, metodologinya hanya dapat disajikan dengan

²¹ Elya Munfarida, “Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough”, *Jurnal komunika*, Vol. 8, No. 1, (2014), 1.

²² Elya Munfarida, “Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough”, *Jurnal komunika*, Vol. 8, No. 1, (2014), 5-7.

mengacu pada pendekatan khusus dan juga menggunakan latar belakang teoritisnya.²³

CDA memiliki sifat ‘kritis’ yang dapat dilihat dari dua makna, makna yang pertama berdasarkan kepada gagasan Mazhab Frankfurt dan makna lainnya yang memiliki dasar pada tradisi bersama yang disebut dengan linguistik kritis (*critical linguistics*).²⁴

Istilah ‘Linguistik kritis’ muncul pertama kali yang terkait dengan kajian Hallidayan yang menjelaskan tentang penggunaan bahasa dalam kegiatan organisasi. Munculnya perspektif kritis ke dalam linguistik hendaknya dipahami sebagai reaksi dari pragmatik kontemporer.²⁵

Prinsip umum CDA dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. CDA yang berhubungan dengan permasalahan sosial.
2. Relasi berhubungan dengan wacana, CDA meneliti tentang kekuasaan dalam wacana, dan atas wacana.
3. Budaya dan masyarakat secara bahasa yang berhubungan dengan wacana: masyarakat dan budaya dibentuk oleh wacana dan sekaligus menyusun wacana.
4. Pemakaian bahasa yang mempunyai sifat ideologis, dengan cara melakukan analisis interpretasi, penerimaan, dan efek sosialnya.

²³ Stefan Titscher, dkk, *Metode Analisis Teks & Wacana*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 235.

²⁴ Ibid, 236.

²⁵ Stefan Titscher, dkk, *Metode Analisis Teks & Wacana*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 236.

5. Wacana yang bersifat historis dan hanya bisa dipahami yang berhubungan dengan konteksnya. Namun, wacana tidak hanya terdapat dalam suatu ideologi, sejarah, atau budaya tertentu, akan tetapi juga terdapat hubungan dengan wacana-wacana yang lainnya secara intertekstual.
6. Hubungan antara teks dan masyarakat mempunyai sifat tidak langsung, namun bisa terwujud melalui perantara, seperti model sosio-kognitif yang kita kembangkan, sebagaimana yang dikemukakan dalam model pemahaman teks secara sosio-psikologis.
7. Analisis wacana bersifat interpretatif dan eksplanatoris.
8. Wacana yang merupakan bentuk perilaku sosial.²⁶

Norman Fairclough memiliki dasar pertimbangan teoritis dan skema analisisnya pada definisi sejumlah konsep yang cukup khusus. Istilah-istilah penting berikut ini yang bisa membantu untuk memahami pendekatan yang digunakan:

1. Wacana (kata benda abstrak) – “penggunaan bahasa dianggap sebagai praktik sosial”.
2. Peristiwa diskursif – “penggunaan bahasa, di analisis sebagai teks, praktik diskursif, dan praktik sosial”.
3. Teks – “Bahasa tulis dan lisan yang dihasilkan dalam suatu peristiwa diskursif”. Intinya, memberikan penekanan ke dalam sifat teks yang multi-

²⁶ Stefan Titscher, dkk, *Metode Analisis Teks & Wacana*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 238-239.

semiotik dengan menambahkan citra visual dan bunyi. Contohnya penggunaan bahasa televisi. Sebagai bentuk semiotik lainnya yang bias secara bersamaan muncul dalam teks.

4. Interdiskursivitas yakni menyusun teks dari berbagai macam wacana dan genre.

5. Wacana (kata benda yang bisa dihitung) – merupakan cara menjelaskan pengalaman dari sudut pandangan tertentu.

6. Genre merupakan penggunaan bahasa yang berhubungan dengan aktivitas sosial tertentu,

7. Tatanan wacana merupakan totalitas praktik diskurtif suatu institusi dan hubungan-hubungan diantara praktik-praktik tersebut.²⁷

Fairclough memiliki pemahaman terkait analisis wacana kritis mempunyai kaitan dengan penelitian tentang ketegangan antara dua asumsi mengenai penggunaan bahasa, bahwasanya bahasa itu menyusun dan tersusun secara sosial. Dia mendasarkan gagasan ini kepada teori linguistik fungsional yang diwujudkan dalam “linguistik fungsional-sistemik” yang disampaikan oleh Halliday. Halliday berkata setiap teks terdapat kegunaan ‘ideasional’ melalui representasi atas pengalaman dan representasi atas dunia ini.²⁸

²⁷ Stefan Titscher, dkk, *Metode Analisis Teks & Wacana*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 241-242.

²⁸ Stefan Titscher, dkk, *Metode Analisis Teks & Wacana*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 242.

Selain itu, teks menghasilkan interaksi-interaksi sosial antar partisipan dalam wacana. Dengan demikian, teks dapat menampilkan fungsi ‘interpersonal’. Terakhir, teks juga terdapat fungsi ‘tekstual’, bahwa teks menyatukan komponen-komponen yang terpisah ke dalam suatu keutuhan dan menggabungkannya dengan konteks-konteks situasional, misalnya dengan menggunakan dieksis situasional.²⁹

Melalui gagasan multifungsionalitas bahasa dalam teks, Fairclough memberikan asumsi teoritis bahwa teks dan wacana secara bersamaan merupakan suatu hal yang tersusun secara sosial. Pemakaian bahasa secara beriringan tersusun atas; identitas sosial, relasi sosial, dan sistem pengetahuan dan keyakinan.³⁰

Dalam rangka untuk operasionalisasi pertimbangan teoretis, Fairclough mengembangkan sebuah kerangka analitis dan mengaitkannya dengan konsep interdiskursivitas (merupakan kombinasi genre dan wacana yang terdapat dalam suatu teks) dan hegemoni (keunggulan dominasi dominan politik, ideologis, dan budaya dalam suatu masyarakat). Fairclough dalam melaksanakan analisisnya sesuai dengan prinsip tiga dimensi pada setiap peristiwa diskursif. Diantaranya peristiwa diskursif secara bersama-sama adalah teks, praktik diskursif yang memiliki cakupan pemroduksian dan interpretasi teks, dan praktik sosial.³¹

²⁹ Ibid, 242.

³⁰ Ibid, 243.

³¹ Stefan Titscher, dkk, *Metode Analisis Teks & Wacana*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 244-245.

Tataran praktik diskursif merupakan hubungan antara teks dan praktik sosial. Aspek tersebut terbentuk dengan adanya praktik sosial dan membantu dalam pembentukannya, di sisi lain berkaitan dengan tataran tekstual yang merupakan pemroduksian teks meninggalkan apa yang dimaksud dengan isyarat (*clue*) dalam suatu teks dan penginterpretasian terjadi berdasarkan unsur-unsur tekstual. Oleh sebab itu, analisis praktik diskursif tidak hanya mencakup penjelasan yang tepat tentang cara partisipan menginterpretasikan dan menghasilkan teks dalam suatu interaksi, namun berhubungan juga dengan peristiwa-peristiwa diskursif dengan tatanan wacana, yang merupakan masalah interdiskursivitas.³²

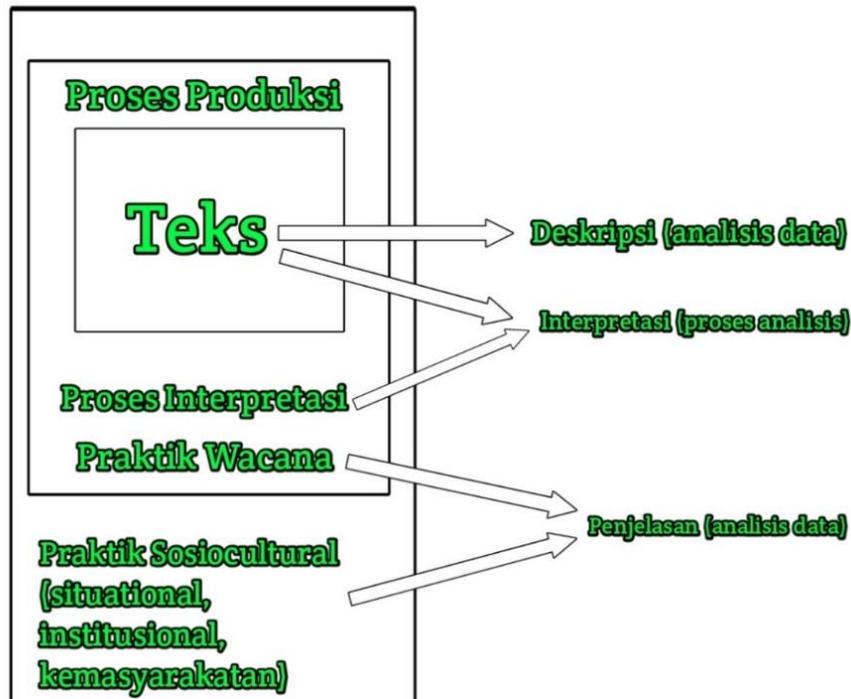
Menurut pendapat Fairclough, interdiskursivitas dalam analisis teks memiliki fungsi mediasi antara teks dan konteks. Hal ini berhubungan dengan penjelasan tentang cara repertoar genre dan wacana itu dieksploitasi dalam tatanan wacana untuk memproduksi dan menginterpretasikan teks. Bagaimana wacana dan genre dikombinasikan, atau bagaimana teks akhirnya diproduksi dan diinterpretasikan, tergantung pada konteks sosialnya.³³

Menurut Fairclough, pemahaman mengenai analisis teks yaitu analisis isi dan tekstur. Memberikan penyeimbang kepada tipe-tipe analisis sosial yang sangat skematis yang hampir tidak menjelaskan mekanisme

³² Ibid, 245.

³³ Ibid, 246.

perubahan. Bentuk dari dimensi wacana dan analisis wacana adalah sebagai berikut:³⁴

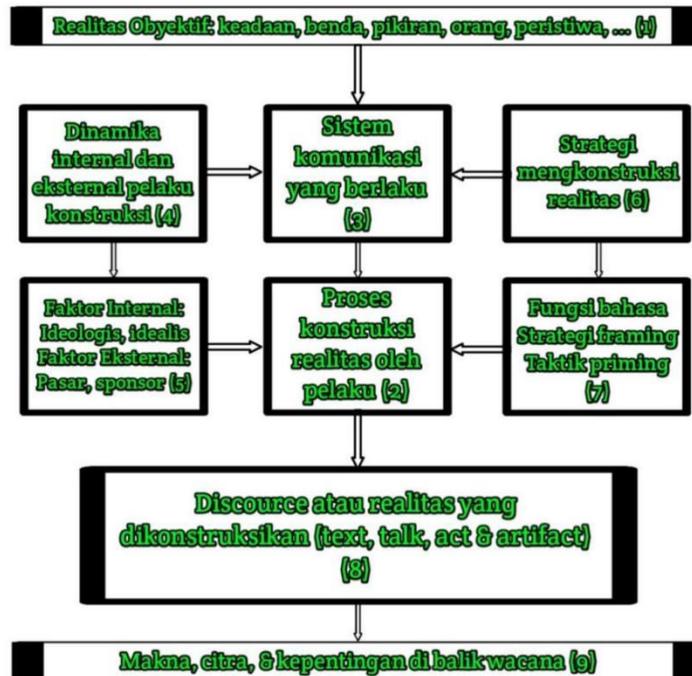


Untuk memahami dan menerapkan analisis wacana diperlukan adanya penyerapan terlebih dahulu hubungan antara teori dan analisis wacana. Sebagai sebuah pendekatan penelitian, analisis wacana terdapat sejumlah metode analisis wacana dan metode-metode analisis wacana itu adalah teori wacana, bahkan adalah teori sosial. Kita mengetahui bahwa teori wacana sendiri adalah bidang kajian linguistik, sehingga untuk mendapatkan hasil analisis wacana sebaiknya melakukan pendalaman teori wacana yang relevan dengan metode yang digunakan.³⁵

³⁴ Ibid, 249.

³⁵ Ibnu Hamad, "Lebih Dekat dengan Analisis Wacana", *Jurnal Komunikasi Mediator*, Vol. 8 No.2, (2007), 326.

G. Proses Konstruksi Realitas Dalam Membentuk Wacana



Yang disebut proses kontruksi realitas. (Lihat gambar 1. Uraian lengkap lihat, Hamad, “Communication as Discourse”. Hasil dari proses ini adalah bentuk wacana (naskah) berupa teks (wacana dalam wujud tulisan/grafis), talks (wacana dalam wujud ucapan), act (wacana dalam wujud tindakan), dan artifact (wacana dalam wujud jejak). Berdasarkan penelitian, sebuah wacana muncul dari proses konstruksi realitas oleh

pelaku (2) yang dimulai dengan adanya realitas pertama berupa keadaan, benda, pikiran, orang, peristiwa, dan lain-lain (1).³⁶

Secara umum, sistem komunikasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seorang pelaku dalam membuat wacana. Dalam sistem komunikasi yang bebas (libertarian), wacana yang terbentuk akan memiliki perbedaan dalam sistem komunikasi yang terkekang (otoritarian). Secara lebih khusus, dinamika internal dan eksternal (4) yang mengenai diri pelaku konstruksi tentu saja sangat mempengaruhi proses konstruksi. Hal ini juga menunjukkan bahwa pembentukan wacana tidak berada dalam ruang vakum. Pengaruh itu bisa datang dari seseorang yang membuat wacana itu dalam bentuk kepentingan idealis, ideologis, dan sebagainya maupun dari kepentingan eksternal dari menasarkankan khalayak sebagai pasar, sponsor, dan sebagainya (5).³⁷

Menurut Wilbur Schram, beliau memberikan pendapatnya bahwa komunikasi adalah suatu perwujudan untuk bertindak yang memiliki persamaan maksud dan makna antara komunikator dan komunikan. Komunikasi tidak hanya bertukar pendapat, akan tetapi mencakup lebih luas. Artinya, suatu proses penyampaian pesan di mana seseorang atau lembaga tersebut berusaha untuk mengubah pendapat atau perilaku pelaku penerima pesan ataupun pelaku penerima informasi.³⁸

³⁶ Ibnu Hamad, "Lebih Dekat dengan Analisis Wacana", *Jurnal Komunikasi Mediator*, Vol. 8 No. 2, 2007), 327-328.

³⁷ Ibid, 327-328.

³⁸ Astari Clara Sari, dkk, "Komunikasi dan Media Sosial", *Jurnal The Messenger*, Vol. 3 No. 2, (2018), 2.

Sistem seringkali diartikan sebagai suatu aktivitas di mana semua komponen atau unsur pendukungnya saling berinteraksi satu sama lain untuk menghasilkan seperangkat komponen yang saling bergantung satu sama lain. Suatu sistem komunikasi memerlukan sifat yang sistematis, yaitu menyeluruh, saling bergantung, berurutan, mengontrol dirinya, seimbang, berubah, adaptif, dan memiliki tujuan. Menyeluruh berarti semua komponen yang membangun sistem itu merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan satu sama lainnya. Oleh karena itu, dalam proses kerjanya semua komponen saling berinteraksi.³⁹

Dari segi bentuknya, sistem ini dibedakan menjadi dua macam, diantaranya yaitu sistem terbuka (*open system*), dan sistem tertutup (*closed system*). Sistem terbuka merupakan sebuah sistem dimana proses yang dilakukan dengan cara terbuka dari pengaruh lingkungan yang ada di sekitarnya, sedangkan sistem yang tertutup merupakan sebuah sistem yang prosesnya dilakukan secara tertutup dari pengaruh luar (lingkungan).⁴⁰

Untuk melakukan konstruksi realitas, pelakunya menggunakan suatu strategi tertentu (6). Tidak terlepas dari pengaruh eksternal dan internal, strategi konstruksi ini mencakup pilihan bahasa mulai dari kata hingga paragraf, pilihan fakta yang akan dimasukkan/dikeluarkan dari wacana yang populer disebut strategi framing, dan

³⁹ Astari Clara Sari, dkk, “Komunikasi dan Media Sosial”, *Jurnal The Messenger*, Vol. 3 No. 2, (2018), 4.

⁴⁰ Ibid, 4.

pilihan teknik menampilkan wacana di depan publik misalnya di halaman muka/dalam, di prime time/ bukan atau taktik priming (7).⁴¹

Selanjutnya, hasil dari proses ini adalah wacana (discourse) atau realitas yang dikonstruksikan (8) berupa tulisan (text), ucapan (talk) atau peninggalan (artifact). Oleh karena discourse yang terbentuk ini telah dipengaruhi oleh berbagai faktor, kita dapat mengatakan bahwa di balik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan (9).⁴²

⁴¹ Ibnu Hamad, *"Lebih Dekat dengan Analisis Wacana"*, *Jurnal Komunikasi Mediator*, Vol. 8 No. 2, 2007), 327-328.

⁴² Ibid, 327-328.