

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era revolusi industri 4.0 ini, media elektornik menjadi primadona bagi hampir seluruh lapisan masyarakat, baik orang tua maupun muda, wanita maupun pria, dan mereka yang tinggal di pesisir pantai maupun yang tinggal di pelosok-pelosok kampung. Media elektronik telah menyebabkan pola budaya yang baru dan mulai menentukan pola pikir serta perilaku masyarakat. Perkembangan media elektornik pada era ini begitu pesat sejak adanya media elektronik yang menjadi kebutuhan utama untuk sumber informasi. Misalnya, televisi yang sungguh-sungguh dalam kehebatannya mengatasi jarak, ruang dan waktu, sehingga julukannya sebagai jendela dunia (*window of the world*) menjadi kenyataan, karena kemampuannya menyampaikan banyak peristiwa yang terjadi seantero dunia ke dalam masyarakat tanpa mengenal kelas.<sup>1</sup>

Dalam teknologi pertelevisian yang begitu pesat, batasan suatu negara dengan negara lainnya tidak ada lagi, terlebih lagi setelah satelit untuk memancarkan sinyal televisi digunakan. Hal ini yang disebut globalisasi dalam bidang teknologi informasi, sehingga dengan adanya satelit banyak orang yang memanfaatkannya sebagai alat untuk memunculkan beragam media pertelevisian yang saling berkompetisi dengan menyajikan format siaran baru atau program yang semakin beragam.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Andi Alimuddin Unde, *Televisi dan Masyarakat Pluralistik* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 23.

<sup>2</sup> Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 37.

Eksistensi televisi memungkinkan informasi dari belahan dunia dapat diterima oleh khalayak dengan seketika. Informasi untuk memperluas wawasan sampai mengedukasi masyarakat menjadi santapan sehari-hari. Selain itu, televisi juga berperan dalam penyebaran informasi/berita kepada masyarakat serta kepada pemerintah dalam pembentukan pendapat umum. Seiring perkembangan zaman, semakin banyak stasiun televisi di Indonesia yang mengurangi tayangan bersifat edukatif dan informatif. Sebaliknya, tayangan yang bersifat hiburan semakin meningkat tajam yang disebabkan persaingan untuk mendapatkan keuntungan yang semakin besar. Masing-masing stasiun televisi gencar membuat berbagai macam acara yang dapat meningkatkan rating.<sup>3</sup>

Di dunia pertelevisian, untuk mendapatkan *rating* yang tinggi dan demi memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi, edukasi, dan hiburan, maka berbagai program yang menarik disajikan. Keberagaman program siaran televisi berpengaruh yang positif maupun negatif pada khalayak dengan asumsi bahwa siaran televisi merupakan sumber informasi yang paling berpengaruh terhadap pola pikir dan persepsi khalayak.

Khalayak menjadi sasaran media elektronik karena memiliki perbedaan dalam minat, ekspektasi dan kepentingan. Khalayak sadar akan kebutuhan serta menyadari alasan mereka menggunakan media, sehingga sikapnya terhadap pesan yang disampaikan menjadi selektif. Terkait hal ini, media televisi turut berperan memenuhi kebutuhan informasi khalayak, seperti ditandai dengan

---

<sup>3</sup> Syukriadi Sambas, *Sosiologi Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 49.

menambahkan stasiun televisi swasta di Indonesia yang menimbulkan persaingan.<sup>4</sup>

Bagi pelaku industri, tuntutan kreativitas diharuskan dalam rangka menarik perhatian pemirsa. Saat ini, bukan hanya sinetron, kuis, *talk show*, dan *reality show*, tetapi ada juga *variety show* yang begitu banyak menyita perhatian masyarakat. Perkembangan teknologi di dunia pertelevisian telah mengantarkan media elektronik dapat menjalankan fungsinya dengan baik, meskipun kadang terdapat informasi yang bersifat negatif. Siaran televisi tidak hanya menyampaikan informasi yang mendidik, tetapi juga dapat menjerumuskan dengan berbagai siaran yang tidak berkualitas seperti nuansa pornografi, kekerasan simbolik, budaya hedonistik, konsumerisme hingga nuansa mistis pada konstruksi iklan, film atau sinetron yang dipublikasikan kepada khalayak.<sup>5</sup>

Setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai macam program hiburan seperti sinetron, film, musik, kuis dan *talk show*, tetapi ini tidak berbanding lurus dengan upaya peningkatan kualitas isi siaran televisi. Padahal program siaran televisi strategis dan relatif untuk menentukan arus budaya, gaya hidup (*life style*), kehidupan politik, dan ekonomi masyarakat dunia.<sup>6</sup>

Program *variety show* merupakan program acara televisi yang memadukan berbagai macam jenis hiburan seperti lawak, lagu, dan drama. *Variety show* adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya, seperti *talkshow*, *magazine show*, *quiz*, *gameshow*, musik

---

<sup>4</sup> Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*, 38.

<sup>5</sup> Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), 142.

<sup>6</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 2.

*concert*, drama dan *sitcom* (komedi situasi). Variasi acara tersebut dipadukan dalam sebuah bentuk siaran langsung atau siaran rekaman.<sup>7</sup>

*Stand up comedy* merupakan salah satu acara *variety show* yang di dalamnya mengandung humor yang berkembang di masyarakat. Di Indonesia, *stand up comedy* merupakan salah satu jenis humor yang cukup populer. *Stand up comedy* merupakan monolog yang diungkapkan dengan maksud untuk menyampaikan pesan tersembunyi atau digunakan untuk menyindir. Orang yang melakukan komedi dalam *stand up comedy* disebut dengan *comic* atau komika. Komika sebagai pelaku utama memberikan gambaran mengenai humor, lelucon, sindiran, bahkan kritikan yang dikemas dengan berbagai tuturan dan gerakan. Tujuan utama dari komika adalah menghibur penikmat *stand up comedy* dengan menampilkan lawakan yang cerdas. Para komika ini memberikan cerita humor, lelucon pendek, atau kritik berupa sindiran dengan melakukan gaya komunikasi yang unik.<sup>8</sup>

Komika yang cerdas adalah ketika dia mempunyai pesan dan manfaat bagi yang mendengarkan, tetapi tidak kehilangan sentuhan komedinya. Kecerdasan seorang komedian adalah ketika materinya tidak terdengar lucu saja, tetapi juga mempunyai maksud yang tersirat. Setiap komika menyajikan materi atau konten lawakan dengan berbagai gaya dan model. Kebanyakan orang menyentuh kepada pencerdasan dan ajakan perubahan atau perbaikan secara moral terhadap kondisi yang ada di sekitar, mulai dari hal yang ringan seperti pergaulan anak muda, kebiasaan-kebiasaan aneh, *trend*, *fashion*, film,

---

<sup>7</sup> Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik* 37.

<sup>8</sup> Apri Damai Sagita Krissandi, "Kritik Sosial *Stand Up Comedy* Indonesia dalam Tinjauan Praktekmatik," *Pena Jurnal Pendidikan dan Sastra*, Vol. 7, No.2 (Agustus, 2018): 48, <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5316>

hingga hal-hal yang bersifat agamis yaitu memasukkan unsur dakwah ke dalam materi *Stand up Comedy*.<sup>9</sup>

Perkembangan *stand up comedy* yang marak mewarnai dunia hiburan (*entertainment*) di tanah air menjadi peluang tersendiri sekaligus menjadi tantangan bagi penggiat dakwah dai. Dikatakan sebagai peluang karena media elektronik seperti televisi dapat dimanfaatkan untuk mengemas pesan-pesan dakwah melalui nuansa khas *stand up comedy*. Sebagai tantangan bagi dai karena *stand up comedy* dalam penyampaian pesan-pesannya terkadang terkesan kurang terkontrol untuk tidak mengatakan jorok atau sembrono atau kurang mengedukasi pemirsa, justru yang disampaikan adalah sindirian-sindiran yang kurang bermakna atau membicarakan perilaku orang lain yang aneh-aneh dan mengandung unsur dosa. Hal ini tidak salah, tetapi nilai pesan yang disampaikan tidak ada. *Audience* yang ada di studio bisa diajak tertawa terbahak-bahak tanpa mengindahkan isi pesan yang sesungguhnya yang bisa menyangkut harga diri dan martabat seseorang. Padahal fungsi media sesungguhnya dalam menyalurkan pesan adalah (1) dapat memberikan edukasi yaitu nilai-nilai pendidikan bagi pemirsa, (2) memberikan pengetahuan, dan (3) menghibur (*entertaint*). Ketiga fungsi tersebut idealnya menjadi satu kesatuan, yang bisa memberikan makna melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Eko Purwanto, "Pembelajaran Anekdote Lebih Menyenangkan dengan Video Stand up Comedy di SMK," *Jateng Pos*, diakses dari <https://jatengpos.co.id/pembelajaran-anekdote-lebih-menyenangkan-dengan-video-stand-up-comedy-di-smk>, pada tanggal 26 Oktober 2021 pukul 08.47 WIB

<sup>10</sup> Nurdin, "Analisis Pengembangan Dakwah Melalui Stand Up Comedy," *Al-Munzir*, Vol. 9, No.1 (Mei, 2016): 146, <http://dx.doi.org/10.31332/am.v9i1.783>.

Masyarakat mungkin memiliki kejenuhan dengan dakwah Islam saat ini, sehingga *stand up comedy* dapat digunakan sebagai sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan, ketika kita ingin menyampaikan kritik terhadap sesuatu yang salah, kita ingin orang lain bisa menerimanya. Keberadaan program acara ini berpengaruh terhadap pemikiran khalayak, karena materi yang dibicarakan berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, mulai dari sosial, politik, budaya, pendidikan, dan dakwah.<sup>11</sup>

*Stand Up Comedy Academy* merupakan ajang kompetisi lawakan tunggal atau *stand up comedy* yang diikuti oleh pelawak tunggal berbakat melalui hasil seleksi audisi dari seluruh wilayah di Indonesia yang diselenggarakan oleh Indosiar.<sup>12</sup> Program acara *Stand up Comedy Academy* di Indosiar tidak hanya menyajikan tontonan yang menghibur, tetapi setiap materi yang ditayangkan ada pesan yang disampaikan secara lucu. *Stand up Comedy Academy* di Indosiar sudah berjalan 4 *season*, tetapi ada hal menarik pada *Stand up Comedy Academy* 3 Babak 20 Besar Grup 5 di Indosiar 2017, karena terdapat pesan dakwah yang disampaikan oleh komika didalamnya, yang tidak terdapat dalam babak dan grup yang lain sepanjang kompetisi *Stand Up Comedy Academy* belangsung di indosiar.

Pada dasarnya *stand up comedy* dan dakwah memiliki artian yang berbeda. Hal ini terlihat dari makna kata dalam kedua istilah tersebut; *stand up comedy* memiliki tujuan untuk menghibur para penonton dengan komedi.

---

<sup>11</sup> Asrizal dan Wasik, "Stand Up Comedy sebagai Media Dakwah," *UIN Sunan Gunung Djati (SGD) Bandung*, diakses dari <https://uinsgd.ac.id/stand-up-comedy-sebagai-media-dakwah-2>, pada tanggal 02 Maret 2020 pukul 21:37 WIB.

<sup>12</sup> Wikipedia, "Stand Up Comedy Academy," *Wikipedia Ensiklopedia Bebas*, diakses dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Stand\\_Up\\_Comedy\\_Academy](https://id.wikipedia.org/wiki/Stand_Up_Comedy_Academy), pada tanggal 6 Desember 2021 pukul 20.07 WIB

Sedangkan dakwah memiliki tujuan untuk mengajak atau mempengaruhi orang lain untuk mengikuti ajaran Allah Swt. Dakwah di sini biasanya disampaikan oleh seorang dai, Ustaz atau kiai dengan penyampaian secara monoton, tegas dan serius, sehingga *audience* yang mendengarkan jenuh dan bosan terhadap dakwah yang disampaikan.

Dalam hal ini, dakwah bukan tidak mungkin untuk tidak melebarkan sayapnya melalui *stand up comedy* dalam upaya menanamkan nilai-nilai ajaran agama Islam kepada khalayak dengan teknik-teknik yang lugas, dan menyenangkan. Dari pernyataan ini tidak ada salahnya dai mulai memperhatikan *stand up comedy* sebagai salah satu teknik dalam berdakwah.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, peneliti akan mengkaji secara mendalam tentang dakwah yang terkandung dalam acara *Stand Up Comedy*, dengan mengangkat judul *Stand Up Comedy Sebagai Media Dakwah (Analisis Wacana Teori Teun A. Van Dijk pada Stand Up Comedy Academy 3 Babak 20 Besar Grup 5 di Indosiar 2017)*.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, peneliti dapat menguraikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana isi materi tayangan *Stand Up Comedy Academy 3* babak 20 besar grup 5 di Indosiar 2017?

2. Bagaimana pesan dakwah yang disampaikan pada acara *Stand Up Comedy Academy 3* babak 20 besar grup 5 di Indosiar 2017 menurut analisis wacana teori Teun A. Van Dijk?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana rumusan masalah di atas, peneliti dapat merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan gambaran materi tayangan *Stand Up Comedy Academy 3* babak 20 besar grup 5 di Indosiar 2017.
2. Untuk mendeskripsikan penyampaian pesan dakwah dalam program *Stand Up Comedy Academy 3* babak 20 besar grup 5 di Indosiar 2017.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi masukan bagi ilmu pengetahuan, terutama pengetahuan tentang analisis wacana pada *stand up comedy* sebagai media dakwah. Selain itu, penelitian ini juga menambah khazanah pustaka yang terkait dengan pesan dakwah didalamnya yang akan mengembangkan kualitas keilmuan dalam menggunakan pesan dakwah yang baik.

2. Secara praktis

- a. Bagi Institut

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi penambahan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan bacaan di Perpustakaan IAIN Madura, sehingga bisa dijadikan referensi oleh mahasiswa.

- b. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengetahui pesan dakwah yang terdandung dalam *stand up comedy* dan cara menganalisis sebuah *stand up comedy* dengan analisis wacana, sehingga penelitian ini bisa dijadikan acuan apabila ingin mengangkat tema yang sama dengan materi yang berbeda.

c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan terhadap analisis wacana, termasuk menafsirkan pesan tersembunyi yang ada pada *stand up comedy* khususnya pesan dakwah serta dapat berguna bagi peneliti selanjutnya.

## E. Definisi Istilah

### 1. Analisis Wacana

Analisis wacana merupakan suatu proses dalam menguraikan atau menafsirkan sebuah wacana baik dalam bentuk tulis ataupun lisan, sehingga dapat diketahui makna yang ingin disampaikan di dalam wacana tersebut.

### 2. Dakwah

Dakwah adalah aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru atau mengajak kepada orang lain untuk beriman dan mematuhi ajaran Allah sesuai dengan garis akidah, syariat dan akhlak Islam.

### 3. *Stand Up Comedy*

*Stand up comedy* adalah sebuah bentuk pertunjukan seni komedi modern. Dalam *stand up comedy* seorang komedian atau disebut “*comic*”

tampil di depan para penonton membawakan *jokes* (lawakan) dan berbicara langsung kepada penonton.

## F. Kajian Terdahulu

Peneliti melakukan penelitian dengan mengikutsertakan kajian terdahulu sebagai bahan perbandingan dan tolak ukur, supaya penelitian ini lebih terarah, serta untuk menghindari duplikasi terhadap kajian terdahulu. Oleh karenanya, berikut adalah kajian penelitian terdahulu yang pernah dilakukan.

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Noer Ikhsan dengan judul *Stand Up Comedy Sebagai Media Dakwah & Kritik Sosial Terhadap Karya Dzawin Nur Ikram* yang membahas tentang *stand up comedy* Dzawin Nur Ikram yang kritis dan mempunyai pesan dakwah terhadap isu-isu sosial, seperti pada materi *stand up comedy* yang bertemakan “Pemilu” dibungkus dalam lawakan sebuah pertunjukan *stand up comedy* yang lucu dan mengandung pesan moral di dalamnya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan ilmu komunikasi serta menggunakan teori dakwah dan kritik sosial. Temuan dari penelitian ini yaitu: (1) dengan adanya *stand up comedy* dapat melahirkan insan yang dapat menumbuhkan girah berdakwah serta kritis terhadap gejolak yang terjadi di masyarakat. Isi materi yang berkualitas, cerdas dan dapat dipahami oleh penikmatnya. (2) pesan dakwah yang disampaikan oleh Ikram melalui *stand up comedy* yaitu mengenai pentingnya menutup aurat, tentang penyakit hati, buruknya sifat riya, menghindari sifat sombong, bangun malam untuk salat tahajut dibandingkan menonton bola, pentingnya salat wajib<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Muhammad Noer Ikhsan, “*Stand Up Comedy Sebagai Media Dakwah & Kritik Sosial Terhadap Karya Dzawin Nur Ikram*,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2021).

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Juanda dan A.M Fahrurrozi mahasiswa dan dosen UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dengan judul *Dakwah Melalui Stand Up Comedy* yang membahas tentang dakwah melalui *stand up comedy* yang disampaikan oleh Komunitas *stand up comedy* UIN Banten yang selalu memberikan nilai moral ketika berada di atas panggung. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Temuan dari penelitian ini yaitu: (1) dalam penyampaian pesan dakwah komunitas *stand up comedy* dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan berhubungan dengan materi dakwah yaitu masalah akidah, masalah syariat dan masalah akhlak. Dari ketiga aspek tersebut, materi yang disampaikan lebih banyak kepada aspek yang berkaitan tentang akhlak dibandingkan dengan materi syariat dan akidah. (2) efek dakwah yang dilakukan oleh komunitas *stand up comedy* UIN Banten yaitu dari uraian efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral lebih dominan kepada efek kognitif dan efek afektifnya hanya sedikit kepada efek behavioral. Jadi, hadirnya *stand up comedy* UIN Banten ini lebih fokus kepada pengetahuan dan motivasi saja, tidak sampai merubah perilakunya.<sup>14</sup>

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Adik Triwulan Purnomo mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul *Pengaruh Tayangan “Stand up Comedy” terhadap Wawasan Mahasiswa Mengenai Masalah Sosial*. Yang membahas tentang pengaruh tayangan “*Stand Up Comedy Show*” di Metro TV terhadap wawasan mahasiswa Ilmu Komunikasi

---

<sup>14</sup> Juanda dan AM. Fahrurrozi, “Dakwah Melalui *Stand Up Comedy*,” *Adzikra*, Vol. 10 No. 1 (Januari-Juni 2019): <http://dx.doi.org/10.32678/adzikra.v10i1.3800>.

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2008 mengenai masalah sosial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif (kusioner sebagai alat ukur) dan menggunakan pendekatan eksperimen. Temuan dalam penelitian ini yaitu: (1) melalui hasil analisis data yang telah dihitung berdasarkan aspek masalah sosial yaitu aspek sosial ekonomi, sosial budaya, dan sosial politik, diketahui nilai rata-rata wawasan mahasiswa mengenai masalah sosial pada kelompok eksperimen sebesar: (a) Aspek Sosial-Ekonomi: 42,755 (b) Aspek Sosial-Budaya: 44,055 (c) Aspek Sosial-Politik: 42,900. (2) sedangkan nilai rata-rata wawasan mahasiswa mengenai masalah sosial pada kelompok kontrol sebesar: (a) Aspek Sosial-Ekonomi: 38,155 (b) Aspek Sosial-Budaya: 39,700 (c) Aspek Sosial-Politik: 37,665. Dari hasil tersebut, tayangan *Stand Up Comedy Show* Metro TV berpengaruh terhadap peningkatan wawasan tentang masalah sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2008. Hal tersebut dapat diketahui dari hasil tabulasi jawaban responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan.<sup>15</sup>

Ketiga penelitian tersebut memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini dalam beberapa hal berikut:

1. Persamaan: penelitian ini dan ketiga penelitian dahulu di atas sama-sama membahas tentang *stand up comedy* yang dimanfaatkan oleh sebagian besar

---

<sup>15</sup> Adik Triwulan Purnomo, "Pengaruh Tayangan "Stand Up Comedy" Terhadap Wawasan Mahasiswa Mengenai Masalah Sosial," (Naskah Publikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2013).

pelakunya atau komika untuk menyampaikan pesan-pesan moral, kritik sosial, dan dakwah melalui stasiun televisi.

2. Perbedaan: ketiga penelitian di atas tidak menggunakan teori analisis wacana teori Teun A. Van Dijk, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis wacana teori Teun A. Van Dijk yang datanya diperoleh dari laman media sosial atau website yakni dari YouTube. Penelitian ini juga fokus pada *Stand up Comedy Academy* 3 babak 20 besar grup 5 di Indosiar 2017.

## G. Kajian Pustaka

### 1. Pengertian Analisis Wacana

Frasa analisis wacana terdiri dari dua kata yaitu analisis dan wacana. Analisis menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa, penjelasan sesudah dikaji sebaik-baiknya, penguraian suatu pokok atas berbagai bagian, serta penguraian karya sastra atau unsurnya untuk memahami pertalian antar unsur tersebut.<sup>16</sup>

Wacana berasal dari kosakata Sansekerta *vacana* yang artinya ‘bacaan’. Kata *vacana* kemudian masuk ke dalam bahasa Jawa kuno dan bahasa Jawa baru yang diganti menjadi kata wacana yang berarti bicara, kata, atau ucapan. Kata wacana dalam bahasa Jawa baru itu diserap ke dalam bahasa Indonesia wacana yang berarti ucapan, percakapan, kuliah. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pengertian itu ditegaskan kembali, yakni wacana adalah komunikasi verbal atau percakapan; atau pertukaran ide

---

<sup>16</sup> Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), 32.

secara verbal. Di situ juga dicatat bahwa wacana adalah keseluruhan tutur yang merupakan satu kesatuan.<sup>17</sup>

Analisis adalah suatu hal yang mengkaji, meneliti dan menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Analisis wacana merupakan kajian bahasa yang dilakukan dengan mengamati cara manusia memakai bahasa untuk berkomunikasi, khususnya metode para pembicara menyusun pesan linguistik untuk kawan bicara dan seperti apa lawan bicara menggarap pesan linguistik tersebut untuk ditafsirkan.<sup>18</sup>

Sejalan dengan hal tersebut, analisis wacana adalah analisis bahasa dalam penggunaan yang sebenarnya. Analisis wacana tidak dapat dibatasi hanya pada deskripsi bentuk-bentuk linguistik yang terpisah dari tujuan dan fungsi bahasa dalam proses interaksi antar manusia. Jika para linguis formal memusatkan perhatian pada ciri-ciri formal dari suatu bahasa, analisis wacana berusaha mencari jawaban atas pertanyaan “untuk apa bahasa digunakan oleh manusia”<sup>19</sup>

## 2. Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Dari sekian banyak model analisis wacana yang dipaparkan oleh para ahli, model wacana Teun A. Van Dijk (1943-sekarang) yang paling sering digunakan, karena Van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana, sehingga dapat didayagunakan dan dipakai secara praktis.<sup>20</sup> Model

---

<sup>17</sup> Antonius Nesi & Ventianus Sarwoyo, *Analisis Wacana Logis Berwacana dan Santun Bertutur* (Flores: Nusa Indah, 2012), 20.

<sup>18</sup> Nurlaksana Eko Rusminto, *Analisis Wacana; Kajian Teoritis dan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 4.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 48.

analisis wacana Van Dijk sering disebut sebagai “kognisi sosial”. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati.<sup>21</sup> Di sini, proses produksi suatu teks juga dilihat, sehingga kita memperoleh suatu pengetahuan kepada teks bisa semacam itu.

Analisis Wacana Van Dijk digambarkan memiliki tiga dimensi atau bangunan, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti dari analisis ini menggabungkan ketiga dimensi tersebut dalam sebuah kesatuan analisis. Dalam dimensi pertama, yaitu teks, yang diteliti adalah struktur teks dan strategi wacana dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Kedua, kognisi sosial adalah proses produksi teks yang melibatkan kognisi individu yang dapat dipelajari. Ketiga, konteks sosial. Aspek ini mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat atas sebuah masalah.<sup>22</sup>

Model analisis wacana Van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut:<sup>23</sup>

a) Teks

Van Dijk melihat dimensi teks terdiri atas tiga tingkatan yang masing-masing bagiannya saling mendukung. Tingkatan pertama

---

<sup>21</sup> Yoce Aliah Darma, *Analisis Wacana Kritis* (Bandung: Yrama Widya, 2009), 86.

<sup>22</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS Group, 2011), 227.

<sup>23</sup> Desvira Jufanny dan Lasmery Rm Girsang, “Toxic Masculinity dalam Sistem Patriarki (Analisis Wacana Kritis Van Dijk dalam Film “Posesif”),” *Jurnal Semiotika*, Vol.14, No.1, (2020): 10, <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v14i1.2194>

adalah struktur makro. Struktur ini merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks. Tingkatan kedua adalah superstruktur. Superstruktur merupakan struktur yang berhubungan dengan kerangka utuh suatu teks mulai dari pendahuluan, isi, hingga penutup. Tingkatan ketiga adalah struktur mikro. Struktur mikro makna lokal dari sebuah teks yang dapat diamati dari struktur-struktur kecil sebuah teks seperti: pilihan kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrasa, dan gambar.

Ketiga tingkatan atau struktur dalam dimensi teks masing-masing memiliki elemen-elemen, tetapi meskipun terdiri atas berbagai elemen. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan, membentuk kesatuan, dan mendukung satu sama lainnya yakni struktur makro, superstruktur dan struktur mikro.

**Tabel 1.**

**Struktur teks wacana Van Dijk**

<b>No.</b>	<b>Struktur teks</b>	<b>Penjelasan</b>
1	Struktur makro	Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks.
2	Super Struktur	Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.

3	Struktur mikro	Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.
---	----------------	--

b) Kognisi Sosial

Analisis wacana tidak hanya terbatas pada struktur teks, tetapi perlu ada penelitian mengenai representasi kognisi dan strategi produsen teks dalam memproduksi sebuah teks atau yang disebut kognisi sosial. Kognisi sosial adalah kesadaran, pengetahuan, prasangka, dan pengetahuan tertentu produsen teks terhadap suatu peristiwa. Kognisi sosial adalah bagian penting dan kerangka tidak terpisahkan dalam memahami teks media.

c) Konteks Sosial

Dimensi ketiga dari analisis Van Dijk adalah analisis sosial. Wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat serta makna yang dihayati bersama

3. Elemen-elemen Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Ada berbagai macam elemen yang harus diamati dalam analisis wacana Van Dijk yang merupakan satu kesatuan, saling berhubungan dan mendukung satu sama lainnya. Untuk memperoleh gambaran dari elemen-

elemen yang harus diamati tersebut,<sup>24</sup> adalah penjelasan singkatnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Teori analisis wacana Van Dijk**

No.	Struktur wacana	Hal yang diamati	Elemen
1	Struktur makro	Tematik (apa yang disampaikan)	Topik
2	Super Struktur	Skematik (bagaimana pendapat disusun dan dirangkai)	Skema
3	Struktur mikro	Semantik (makna yang ingin ditekankan dalam teks berita)	Latar, detail, dan maksud.
		Sintaksis (Bagaimana pendapat disampaikan)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti.
		Stilistik (pilihan kata apa yang dipakai)	Leksikon
		Retoris (bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan)	Grafis

<sup>24</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS Group, 2011), 229.

Berdasarkan tabel di atas, ada enam hal yang harus diamati dalam analisis wacana Van Dijk yaitu sebagai berikut:

a) Tematik

Kata tematik berasal dari kata Yunani *thitenai* yang berarti “menempatkan atau meletakkan”. Elemen tematik menunjukkan gambaran umum dari suatu teks yang disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks, naskah, dan film. Secara harfiah, tema berarti “suatu yang telah diuraikan” atau “sesuatu yang telah ditempatkan”. Dilihat dari sudut sebuah tulisan yang telah selesai, tema adalah suatu amanat utama yang disampaikan oleh penulis melalui tulisannya.<sup>25</sup>

b) Skematik

Elemen skematik merupakan kerangka suatu teks struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh. Dalam sebuah naskah, teks umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan, isi sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti.<sup>26</sup>

c) Semantik

Elemen semantik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna suatu lingual, baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Semantik (arti) dalam skema Van Dijk dikategorikan sebagai suatu

---

<sup>25</sup> Nurul Musyafa'ah, “Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk “Siswa Berprestasi Jadi Pembunuh”,” *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI* Vol.4, No.2 (September, 2017): 206,

<sup>26</sup> Ibid.

makna lokal (*local meaning*), yakni makna yang muncul dari hubungan antarkalimat, hubungan antar proposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks yang terdiri dari latar, detail, dan maksud.<sup>27</sup>

Berikut adalah definisi dari bangunan teks yang terdiri dari latar, detail dan maksud:

- 1) Latar merupakan elemen yang berguna untuk membongkar maksud yang disampaikan. Latar itu dipakai untuk menentukan arah mana pandangan khalayak hendak dibawa
- 2) Detail berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan oleh komunikator. Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya, ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) kalau hal itu merugikan kedudukannya.
- 3) Maksud yaitu pengungkapan informasi dari penulis secara eksplisit atau jelas dan digunakan untuk mendukung makna dari suatu teks supaya dapat memberikan premis yang dapat dipercaya kebenarannya.

d) Sintaksis

Secara etimologis, kata sintaksis berasal dari kata Yunani (*sun* = “dengan” dan *tattein* = “menempatkan”). Jadi, kata sintaksis secara etimologis berarti menempatkan kata-kata bersama-sama menjadi

---

<sup>27</sup> Ibid.

kelompok kata atau kalimat. Sintaksis merupakan bagian atau cabang dari ilmu bahasa yang membicarakan seluk beluk wacana, kalimat, klausa, dan frasa.<sup>28</sup> Sintaksis disini terdiri dari koherensi, bentuk kalimat dan kata ganti. Dimana hal tersebut untuk memanipulasi lawan dengan cara penggunaan sintaksis (kalimat).<sup>29</sup>

e) Stilistik

Pusat perhatian stilistik adalah *style* atau gaya, yaitu cara yang digunakan seseorang penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. *Style* bisa diartikan sebagai gaya dalam berbahasa. Elemen ini menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Seperti kata “meninggal” yang memiliki kata lain seperti wafat atau mati..<sup>30</sup>

f) Retoris

Strategi dalam level retorik disini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya dengan pemakaian kata yang berlebihan (hiperbolis), atau bertele-tele. Retorik mempunyai fungsi untuk membujuk secara halus (persuasif), dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Pemakaiannya di antaranya dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaanya sama seperti bunyi sajak), garis miring atau cetakan tebal pada tulisan, tanda

---

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung:Remaja Rosdakarya,2015), 82.

<sup>30</sup> Ibid., 207.

petik dan lain sebagainya, sebagai suatu strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Ibid.