

Analisis Wacana Kritis Pemberitaan *People Power* Pada Media Jawa Pos dan Republika Edisi Mei 2019

Laili zulfa

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Sekolah
Tinggi Agama Islam An-Nawawi Purworejo
E-mail: laili.zulfa@gmail.com

Abstract

This study focuses on news on people power in the online media Jawa Pos and Republika May 2019 edition. The research method used is Critical Discourse Analysis which refers to the perspective of Norman Fairclough. The results showed that: the production of people power news texts on republika tended to be negative. While the production of people power news text in Jawa Pos tends to be positive. The consumption of the text of the People's Mind is the reader perceives the same (negative) with the production of texts made by the People's Mind. Whereas the consumption of the text of Republika is the opposite (negative) reader with the production of texts made by Jawa Pos that the news tends to be positive.

Keyword: *people power, Norman Fairclough, Discourse*

Abstrak

Penelitian ini fokus pada pemberitaan *people power* di media online Jawa Pos dan Republika edisi Mei 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis) yang mengacu pada perspektif Norman Fairclough. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: produksi teks berita *people power* pada republika cenderung negatif. Sedangkan produksi teks berita *people power* pada Jawa Pos cenderung positif. Konsumsi teks Jawa Pos adalah pembaca mempersepsi sama (negatif) dengan produksi teks yang dibuat oleh Republika. Sedangkan konsumsi teks Republika adalah pembaca berseberangan (negatif) dengan produksi teks yang dibuat oleh Jawa Pos, bahwa pemberitaan itu cenderung positif.

Kata kunci: *people power, Norman Fairclough, Discourse.*

A. Pendahuluan

People power dalam istilah Politik berarti penggulingan kekuasaan Presiden secara paksa melalui aksi demonstrasi rakyat (<https://kamuslengkap.com/kamus/politik/arti-kata/people-power> 26/05/2019). *People power* juga dapat diartikan sebagai kekuatan masyarakat. Dalam konteks ini, masyarakat berusaha melakukan perlawanan dan bentuk protes terhadap kezaliman dan kesewenangan para penguasa dengan tujuan agar presiden meletakkan jabatannya karena dinilai telah melanggar konstitusi atau melakukan penyimpangan (<https://www.wartaekonomi.co.id/read225169/apa-itu-people-power.html> 26/05/2019). *People power* pertama kali dikenalkan di Philipina pada tahun 1986. Hal ini bertepatan dengan peristiwa revolusi sosial damai jatuhnya presiden Ferdinand Marcos yang telah berkuasa selama 20 tahun. Di Indonesia sendiri istilah *people power* mulai dibicarakan oleh masyarakat pada tahun 1998. Hal ini bertepatan dengan peristiwa jatuhnya rezim Presiden Soeharto yang dituntut oleh masyarakat atas perubahan berupa krisis moneter yang terjadi sejak tahun 1997.

Akhir-akhir ini di negara kita kembali menggemakan diskursus tentang *people power*. Hal ini terjadi tepat pasca Pemilihan Umum (pemilu), dalam hal Presiden-wakil presiden, DPR RI, DPD RI, DPRD Provinsi, dan DPRD Kota yang diselenggarakan pada tanggal 17 April 2019 lalu. Diskursus tersebut meliputi, pengumuman hasil pemilu yang diselenggarakan di waktu tengah malam, perubahan waktu yang tidak diumumkan secara tertulis dan terbuka oleh kedua pasangan calon, doktor Ani yang mengusulkan untuk diotopsinya KPPS yang meninggal, akan tetapi dengan usulan tersebut justru diamcam untuk dipenjara, dan juga aktivis-aktivis yang dikenai pasal makar. Pemerintah dalam menanggapi diskursus tersebut diindikasikan dengan tindakan makar dan berpotensi untuk memecah belahkan rakyat. Dalam hal ini, istilah *people power* tersebut tidak bisa digunakan untuk membatalkan hasil rekapitulasi pemilu yang sudah demokratis dengan memaksakan calon lainnya untuk menjadi pemimpin negara dengan cara yang inkonstitusional disamping hasrat tersebut hanya sebatas ambisi dari segelintir kelompok saja.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk mengkaji berita *people power* tersebut karena berita tersebut saat ini masuk dalam isu kontemporer. Berdasarkan Harrison dalam (Kriyanto, 2012) memberikan defisini bahwa isu adalah berbagai perkembangan, biasanya didalam area publik, jika berlanjut, dapat secara signifikan memengaruhi operasional atau kepentingan jangka Panjang dari organisasi. Begitu pun juga dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), isu adalah masalah yang dikedepankan dan kontemporer adalah pada masa kini. Seingga dengan demikian dapat diartikan suatu persoalan yang menjadi bahan perbincangan, dihindari, solusi dan kebutuhan, berdasarkan keadaan yang semakin serba modern yang terjadi pada lingkungan sekitar maupun mencakup dunia global yang terjadi pada saat ini (www.ayumilaweb.wordpress.com 26/05/2019).

Dalam artikel ini penulis memilih dua media, yaitu Jawa pos dan Republika, yang mana dalam pemberitaan tentang *people power* di kedua media tersebut bertolak belakang. Hal ini dapat disebabkan karena Harian Jawa pos berdiri dibawah PT. Jawa Pos Koran, yang mana pemilik saham dari Group Jawa Pos adalah Dahlan Iskan, yang tidak lain berada di kubu paslon nomor urut dua. Sedangkan Republika berdiri dibawah PT Abdi Bangsa, yang mana pemilik Mahaka Media adalah Erick Thohir yang berada dikubu paslon nomor urut satu.

Dalam menganalisis wacana dari dua media tersebut, penulis akan menggunakan perangkat dan pelanaran dari salah satu tokoh analisis wacana, Norman Fairclough. Pandangan Fairclough dalam membangun model tersebut ialah mengintegrasikan secara bersama-sama melalui model Fairclough untuk mengetahui wacana yang dibangun dalam pemberitaan *people power* pada media Jawa Pos dan Republika dengan menggunakan struktur atau elemen pada tiga dimensi yang dikemukakan oleh model Fairclough.

B. Metode Penelitian

Penulis mencoba menganalisis wacana berita yang dibangun dari kedua media yaitu Republika dan Jawa Pos, dalam ranah ini, penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang tujuannya untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, atau berbagai realitas fenomena yang ada di masyarakat dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model,

tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, atau pun fenomena tertentu (Bungin,2007). Pandangan Fairclough dalam membangun model tersebut ialah mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistik dan pemikiran sosial dan politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial yang terbagi dalam tiga dimensi yaitu:*text* (analisis penggambaran teks), *discourse practice* (amalan wacana yang melibatkan penghasilan dan penafsiran teks), dan *sociocultural practice* (analisis praktik sosial, dengan penjelasan hubungan antara proses wacana dengan proses sosial) (Eriyanto, 2001: 286).

Norman Fairclough membangun suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistik dan pemikiran sosial dan politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial. Oleh karena itu, model yang dikemukakan oleh Fairclough ini sering juga disebut sebagai model perubahan sosial (*social change*). Fairclough memusatkan perhatian wacana pada bahasa. Pertama, wacana adalah bentuk dari tindakan, seseorang menggunakan bahasa sebagai suatu tindakan pada dunia dan khususnya sebagai bentuk representasi ketika melihat dunia atau realitas (Eriyanto, 2001). Kedua, model mengimplikasikan adanya hubungan timbal balik antara wacana dan struktur sosial, kelas, dan relasi sosial lain yang dihubungkan dengan relasi spesifik dari institusi tertentu seperti pada hukum atau pendidikan, sistem, dan klasifikasi.

Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi (Eriyanto, 2001), yaitu:

1. Teks

Teks dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosa kata, semantik, dan tata kalimat. Ia juga memasukkan koherensi dan kohesivitas, bagaimana antar kata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk perhatian. Semua elemen yang dianalisis tersebut dipakai untuk melihat tiga masalah berikut: ideasional yang merujuk pada representasi tertentu yang ingin ditampilkan dalam teks, yang umumnya membawa muatan ideologis tertentu. Analisis ini pada dasarnya ingin melihat bagaimana sesuatu ditampilkan dalam teks yang bisa jadi membawa muatan ideologi tertentu. Relasi, merujuk pada analisis bagaimana konstruksi hubungan di antara wartawan dengan pembaca, seperti

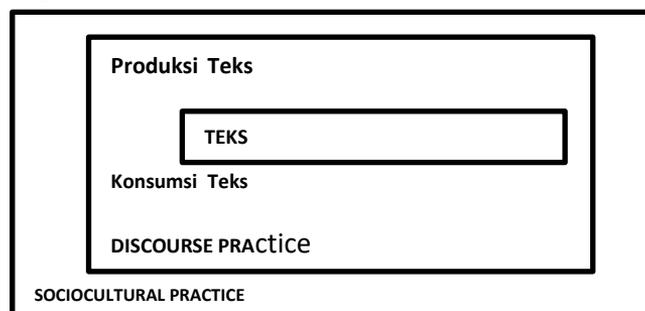
apakah teks disampaikan secara informal atau formal, terbuka, atau tertutup. Identitas, merujuk pada konstruksi tertentu dari identitas wartawan dan pembaca, serta bagaimana personal dan identitas ini hendak ditampilkan.

2. *Discourse practice*

Dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Sebuah teks berita pada dasarnya dihasilkan lewat proses produksi teks yang berbeda, seperti bagaimana pola kerja, bagan kerja, dan rutinitas dalam menghasilkan berita. Teks berita diproduksi dalam cara yang spesifik dengan rutinitas dan pola kerja yang telah terstruktur di mana laporan wartawan di lapangan, atau dari sumber berita yang akan ditulis oleh editor, dan sebagainya. Media yang satu mungkin sekali mempunyai pola kerja dan kebiasaan yang berbeda dibandingkan dengan media lain. proses konsumsi teks bisa jadi juga berbeda dalam konteks sosial yang berbeda pula. Konsumsi juga bisa dihasilkan secara personal ketika seorang konsumsi teks (seperti ketika menikmati puisi) atau secara kolektif (peraturan perundang-undangan dan sebagainya). Sementara dalam distribusi teks, tergantung pada pola dan jenis teks dan bagaimana sifat institusi yang melekat dalam teks tersebut.

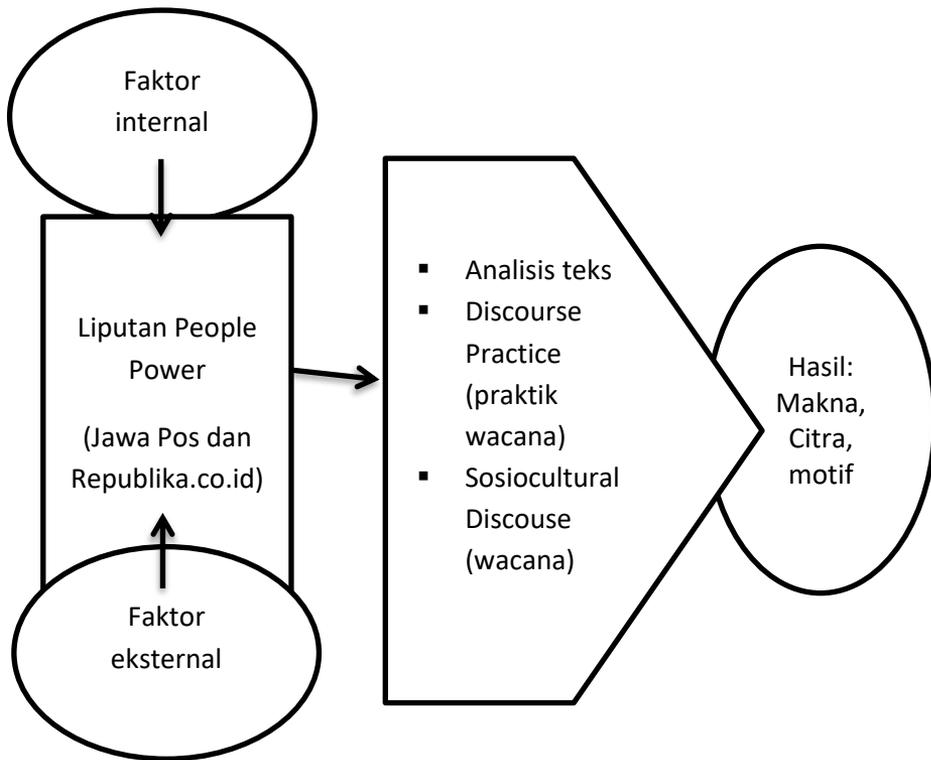
3. *Sociocultural practice*

Dimensi yang berhubungan dengan konteks diluar teks. Konteks disini memasukkan banyak hal, seperti konteks situasi, lebih luas adalah dari konteks praktik institusi dari media sendiri dalam hubungannya dengan media, ekonomi media, atau budaya media tertentu yang berpengaruh terhadap berita yang dihasilkannya. Sehingga ketiga dimensi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: Dimensi Konteks luar Teks

Kerangka kerja penelitian *People power* dalam media Jawa Pos dan Republika, sebagai berikut:



Gambar 2: Kerangka kerja penelitian *People power* dalam media Jawa Pos dan Republika

C. Hasil dan Pembahasan

Media Jawa Pos dalam memberitakan isu *People power* edisi Mei 2019 sebanyak lima belas kali, adapun berita yang akan dikaji oleh penulis sebanyak enam yaitu sebagai berikut: 1) Terbit pada hari Selasa, tanggal 21 Mei 2019, pukul 10:24:41 WIB, dengan judul “Aneka Hoax Pengerahan Massa Terkait *People Power*”. 2) Terbit pada hari Selasa, tanggal 21 Mei 2019, pukul 11:26:18 WIB, dengan judul “Pernyataan Sikap Ormas Ormas Islam Terkait Rencana *People Power*”. 3) Terbit pada hari Jum’at, tanggal 24 Mei 2019, pukul 13:22:00 WIB, dengan judul “Diperiksa Polisi, Amien Rais Tunjukkan Buku ‘Jokowi *People Power*’”. 4) Terbit pada hari Jum’at tanggal 24 Mei 2019, pukul 22:24:44 WIB,

Al-Munzir Vol. 15. No. 1 Mei 2022

dengan judul “Dicecar soal *People Power*, Amien Rais: Maksudnya Bukan Mau Ganti Rezim”. 5) Terbit pada hari Jum’at, tanggal 24 Mei 2019, pukul 13:22:00 WIB, dengan judul “Diperiksa Polisi, amien Rais Tunjukkan Buku ‘Jokowi *People Power*’”. 6) Terbit pada hari Jum’at, tanggal 24 Mei 2019, pukul 22:38:48 WIB, dengan judul “Amien Rais Pesimistis Upaya BPN Melalui MK Bisa Ubah Keadaan”.

Media Republika dalam memberitakan isu *People power* edisi Mei 2019 sebanyak sembilan kali, adapun berita yang akan dikaji oleh penulis sebanyak tiga yaitu sebagai berikut: 1) Terbit pada hari Jum’at, tanggal 24 Mei 2019, pukul 22:51 WIB, dengan judul “Pengacara: Eggi Bilang Tahu *People Power* dari Amien”. 2) Terbit pada hari Rabu, tanggal 22 Mei 2019, pukul 03:52 WIB, dengan judul “*People Power* di Mata Warga Jakarta Pasca-Pengumuman KPU”. 3) Terbit pada hari Jumat, tanggal 24 Mei 2019, pukul 12:39 WIB, dengan judul “Amien Rais Tunjukkan Buku ‘Jokowi *People Power*’”.

C.1 Pemberitaan pada Media Jawa Pos dan Republika sebagai *Public Relations* Politik dalam *People Power* pada produksi teks media dalam memaknai realitas kehadiran media.

Penelitian dalam kategori produksi teks media, seringkali dipusatkan pada proses pembentukan berita, yaitu dalam proses yang ditampilkan pada saat pembuatan teks, biasanya membawa muatan ideologi tertentu untuk dapat memengaruhi publik. Hal ini dapat dilihat dari hasil Analisis Produksi Teks Jawa Pos, sebuah analisis produksi teks dengan memfokuskan pada faktor yang dapat memengaruhi media ketika melakukan penyusunan teks. Sedangkan pada analisis konsumsi teks, memfokuskan dengan melihat dari pertimbangan pembaca dalam menginterpretasi media massa. Hal ini dapat dilihat melalui praktik wacananya Fairclough yang mana dapat memengaruhi dimuatnya berita tersebut, yaitu wartawan dan ruang redaksi. Faktor lain yang mempengaruhi wartawan Jawa Pos dalam pemberitaan *People Power* adalah sikap wartawan yang memilih untuk berpihak pada *people power*. Seperti pernyataan wartawan yang mengutip perkataan Ahmad Yani yang membenarkan *People power* bukan makar berikut ini [file:///E:/kuliah/jurnalku/jawa%20pos/Amien%20Rais%20Pesimistis%20Upaya%](file:///E:/kuliah/jurnalku/jawa%20pos/Amien%20Rais%20Pesimistis%20Upaya%20)

[20BPN%20Melalui%20MK%20Bisa%20Ubah%20Keadaan.html](#), diakses pada tanggal 25/05/2019, pukul 10:50 WIB:

“Sementara itu, kuasa hukum Amien Rais, Ahmad Yani mengaku, penyidik sempat menanyakan keterkaitan antara pernyataan Amien dengan aksi 21-22 Mei. Namun, pihak Amien membantahnya karena memang tidak ada gerakan makar.”

Pernyataan diatas saling berkaitan dengan pernyataan sebelumnya. Artinnya pengetahuan wartawan Jawa Pos beranggapan bahwa aksi *people power* yang dilakukan oleh massa adalah bukan termasuk tindakan makar, akan tetapi dilindungi oleh undang-undang dan sifatnya tidak merugikan negara atau pun menimbulkan kehancuran. Sehingga dengan demikian pemberitaan yang ditulis pada Jawa Pos akan terlihat positif sesuai dengan mengkritisi jalannya pemerintahan berupa menjalankan kontrol sosial. Pemberitaan Jawa Pos sebagai media yang mempunyai Standar Operasional Prosedur (SOP) bukan hanya sekedar penyebar informasi. Jawa Pos mencoba melakukan kepebihakan terhadap rakyat dengan mengedepankan isu publik. Hal ini terungkap pada kutipan hasil wawancara wartawan Jawa Pos sebagai berikut ([https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/24/05/2019/dicecar-soal-people-power-amien-rais maksudnya-bukan-mau-ganti-rezim/](https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/24/05/2019/dicecar-soal-people-power-amien-rais-maksudnya-bukan-mau-ganti-rezim/), diakses pada tanggal 25/05/2019, pukul 09.30 WIB.):

“Amien menilai *people power* wajar terjadi di negara demokrasi. Apalagi katanya, jika terjadi kecurangan yang bersifat masif dan struktur, maka lumrah bila ada kelompok yang tidak mengakui keputusan penyelenggara pemilu.”

Hasil penelitian pemberitaan *people power* pada Pada Level Discourse Practice (Produksi Teks): Jawa Pos cenderung membentuk positif bagi *people power*.

Analisis Produksi Teks Republika yang melibatkan praktik wacana yang rumit dan kompleks. Sehingga praktik tersebut akan menentukan teks terbentuk. Melihat dari hasil analisis teks sebelumnya, pemberitaan di Republika dalam menampilkan isu *people power* lebih memilih penggambaran dalam sisi negatif, yaitu *people power* tersebut tidak bisa digunakan untuk membatalkan hasil rekapitulasi pemilu yang sudah demokratis dengan memaksakan calon lainnya untuk menjadi pemimpin negara dengan cara yang inkonstitusional disamping hasrat tersebut hanya sebatas

ambisi dari segelintir kelompok saja. Dari penggambaran teks tersebut. Keberadaan pemberitaan negatif *people power* yang besar porsinya dalam berita Republika disebabkan oleh faktor individu wartawan yang kritis dilapangan. Sikap kritis ini memunculkan pertanyaan dari para wartawan kepada narasumber dalam pencarian data berita. Selain itu, sudut pandang laporan liputan akan bersifat kritis terhadap pemerintah. Hal ini terbukti dalam kutipan hasil wawancara berikut ini (<https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/hukum/ps1edo370/ami-en-bawa-buku-jokowi-people-power-ini-kata-pengacara>, diakses pada tanggal 25/05/2019, pukul 12.30 WIB):

"Nah sekarang, kita jadi rakyat bebas merdeka, bisa melakukan apa saja yang kita mau, ekonomi bertumbuh dengan baik, pembangunan tetap jalan, pelayanan masyarakat meningkat, keamanan terjaga. Terus mau ikutan *people power*? Apa tujuannya?," tanyanya.

Faktor ruang redaksi juga menjadi alasan penyebab banyaknya porsi pemberitaan negatif terkait *people power*. Dalam hal ini analisis wacana kritis pemberitaan pada Republika dengan pemilihan narasumber yang beragam. Sehingga dalam berita akan selalu berpandangan negatif. Oleh karena itu, berita yang memuat *people power* akan selalu negatif. Hal ini terbukti dalam kutipan wawancara berikut (<file:///E:/kuliah/jurnalku/republika/People%20Power%20di%20Mata%20Warga%20Jakarta%20PascaPengumuman%20KPU%20%20%20Republika%20Online.html>, diakses pada tanggal 25/05/2019, pukul 11.47 WIB.:

"Ya menilai wacana *people power* muncul hanya karena ada pihak yang tidak bisa menerima hasil Pemilu 2019."

Faktor dalam nilai dasar juga mempengaruhi jalannya setiap media yang mempunyai SOP. Sehingga faktor inilah yang sangat berpengaruh pada hasil pemberitaan Republika. Hal ini terlihat pada saat berita yang ditampilkan oleh Republika Sebagian besar porsi negatif. Hasil penelitian pemberitaan pada Republika dalam hal *people power* pada tingkat *Dicourse Practice* (produksi teks) cenderung membentuk negatif bagi *people power*.

C.2 Pemberitaan pada media Jawa Pos dan Republika sebagai *Public Relations* Politik dalam *People Power* pada konsumsi teks media dalam mengkritisi informasi media.

Analisis konsumsi teks dalam pemberitaan *people power* pada media Jawa Pos dan Republika adalah berupa perbandingan pandangan media (Sebagai proses produksi di satu pihak) dan juga pandangan konsumen media tersebut (Sebagai proses konsumsi teks). Sehingga nantinya akan menghasilkan perbandingan nilai atau ideologi antara keduanya. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana teks berita dimaknai sebagai suatu proses konsumsi teks dengan teknik pengambilan data dalam penelitian ini melalui wawancara yang mendalam terhadap konsumen media tersebut. Dengan demikian latar belakang dari konsumen tersebut akan dapat diketahui seberapa dalam pengetahuan para konsumen media yang mempengaruhi pembacaan dan pemaknaan teks berita tersebut. Bercermin pada penjelasan diatas, maka posisi pembaca berada pada pihak yang mengkritisi *people power*. Hal tersebut dianggap sebagai tindakan makar yang tidak ada manfaatnya sama sekali. Disamping itu, tujuannya pun juga tidak jelas. Bahkan lebih lanjut lagi, menegaskan bahwa *people power* dilaksanakan bukan atas dasar kepentingan rakyat semata akan tetapi kepentingan kelompok yang tidak menerima kekalahan hasil pemilu.

Sikap kritis tersebut dapat ditemukan pada teks berita Republika yang menegatifkan *people power*. Sehingga ada kesamaan antara posisi pembaca dan posisi media yang menyebabkan adanya pembacaan bersifat dominan. Sedangkan pembacaan dalam pemberitaan tersebut akan bersifat oposisi dapat dilihat dari media Jawa Pos. Hal itu disebabkan karena adanya perbedaan antara posisi pembaca dan posisi media (menegatifkan *people power*) dengan pandangan Jawa Pos yang lebih cenderung berpihak pada *people power* yang positif.

C.3 Pemberitaan pada media Jawa Pos dan Republika sebagai *Public Relations* Politik dalam *People Power* pada perspektif sosial (pendekatan politik ekonomi, pendekatan organisasi dan pendekatan kulturalis).

Pendekatan ekonomi politik menyatakan bahwa media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Seperti halnya

kepemilikan media, saham, dan pendapatan media yang dianggap lebih menentukan kedepannya isi media tersebut. Sedangkan pada ekonomi media, berkaitan dengan industri-industri media dalam mengalokasikan sumber daya dalam menyajikan informasi yang berisi konten hiburan untuk mempertemukan khalayak, pengiklanan dan lembaga-lembaga sosial lainnya. Posisi industri dalam hal surat kabar menduduki peringkat kedua pada industri media massa tertua di Amerika Serikat, yang sebelumnya adalah industri buku dan sekarang lebih dari tiga abad usianya. Sepanjang sejarah, industri surat kabar telah memainkan peranan penting dalam peran sosial dan ekonomi. (Alexander, Allison, 2004)

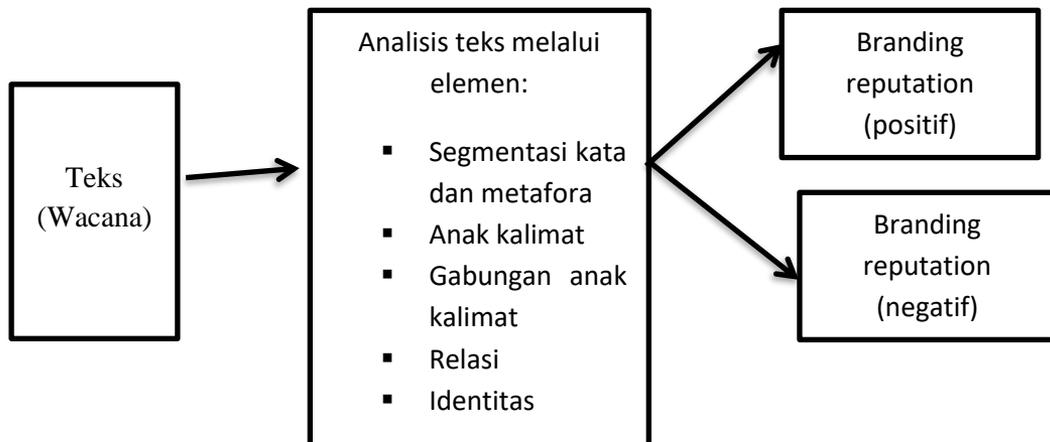
Pada pendekatan organisasi lebih melihat bagaimana pengelolaan media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita. Dalam pendekatan analisis wacana kritis pemberitaan pada Jawa Pos dan Republika ini dapat dilihat berita *people power* merupakan hasil dari mekanisme yang ada dalam ruang redaksi. Praktik kerja, profesionalisme, dan tata aturan (SOP) adalah unsur-unsur yang dinamik. Sehingga dengan demikian dapat mempengaruhi pemberitaan yang disajikan.

Pendekatan kulturalis merupakan gabungan antara ekonomi politik dan organisasi. Artinya proses berita produksi tersebut dapat dilihat sebagai mekanisme yang rumit dengan melibatkan faktor internal media (rutinitas organisasi media), pun secara eksternal diluar diri media. pada saat massa melakukan aksinya *people power* mereka beranggapan bahwa apa yang dilakukannya tersebut adalah merupakan bentuk kekritisannya terhadap sistem pemilu yang dilakukan oleh Indonesia di tahun ini, yang mana masih banyak proseduralnya dan kecurangannya masih tinggi. Sedangkan pemerintah dalam menanggapi hal yang demikian itu bukan termasuk dalam *people power*. Akan tetapi lebih pada tindakan makar. hal ini disebabkan dalam sejarahnya *people power* hanya digunakan untuk menggulingkan rezim yang otoriter bukan protes mekanisme sebelum dan sesudah pemilu. Dengan demikian, situasi dan peristiwa sejarah *people power* tersebut akan menjadi komoditas media massa sebagai bahan pemberitaan. Sehingga situasi dan peristiwa tersebut akan memengaruhi pemberitaan yang akan disesuaikan dengan kepentingan dan proses produksi berita di media massa. Konteks sosial, menekankan teks itu diproduksi dengan memperhatikan aspek situasional pada saat

teks tersebut diproduksi. Kemudian teks dihasilkan dengan keadaan yang khas dan unik. Sehingga hasil berita yang dihasilkan dari masing-masing media akan berbeda. Jika wacana dalam pemahamannya di pahami sebagai suatu tindakan , maka tindakan tersebut merupakan upaya untuk merespons situasi atau konteks sosail tertentu. Oleh karenanya strategi dalam komunikasi media *relations* yang dilakukan oleh *Public Relations people power* mempunyai pengaruh dalam menciptakan teks yang diproduksi.

C.4 Bentuk Model *Branding Reputation* melalui analisis wacana pada Level Teks.

Dalam mengkaji analisis teks menggunakan sejumlah elemen yaitu: representasi kata, dan metafora, anak kalimat, gabungan anak kalimat, gabungan antar anak kalimat, relasi, indentitas, maka akan terlihat sejauh mana representasi citra dan reputasi sumber berita yang tersaji dalam teks berita di media. Analisis teks representasi *branding reputation* narasumber, dalam hal ini *people power*, ditelusuri dari pemberitaan *people power* di Jawa Pos dan Republika, sehingga dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3: Model Reputasi melalui Analisis Kritis Wacana pada Level Teks

D. Penutup

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari pemberitaan *People Power* pada media Jawa Pos dan Republika sebagai *Public Relations* Politik produksi teks media dalam memaknai realitas kehadiran media adalah pada level *Discourse Practice* (Produksi Teks): Jawa Pos cenderung membentuk positif bagi *people power*. Sedangkan pada Republika cenderung negatif. Pada konsumsi teks media dalam mengkritisi informasi media adalah ada kesamaan antara posisi pembaca dan posisi media yang menyebabkan adanya pembacaan bersifat dominan, sedangkan pembacaan dalam pemberitaan tersebut akan bersifat oposisi dapat dilihat dari media Jawa Pos. Hal itu disebabkan karena adanya perbedaan antara posisi pembaca dan posisi media (menegatifkan *people power*) dengan pandangan Jawa Pos yang lebih cenderung berpihak pada *people power* yang positif. Selain itu pada perspektif sosial (pendekatan politik ekonomi, pendekatan organisasi dan pendekatan kulturalis), hasil berita yang dihasilkan dari masing-masing media akan berbeda. Jika wacana dalam pemahamannya di pahami sebagai suatu tindakan, maka tindakan tersebut merupakan upaya untuk merespons situasi atau konteks sosial tertentu. Oleh karena itu strategi dalam komunikasi media *relations* yang dilakukan oleh *Public Relations people power* mempunyai pengaruh dalam menciptakan teks yang diproduksi.

Referensi

- Alexander, Allison, et al, 2004, *Media Economics, Theory and Practice*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, London.
- Ardianto, Elvinaro. 2012. *Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat dan Harian Kompas Sebagai Public Relations Politik Dalam Membentuk Branding Reputation Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY)*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No.1, April ISSN: 2088-981X.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Budaya*. Jakarta: Kencana Media Group.

Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Cetakan Kedua LkiS. Yogyakarta.

Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)*. Makara, Sosial Humaniora, Vol. 8, No 1, April. No. 1, APRIL 2004.

<https://kamuslengkap.com/kamus/politik/arti-kata/people-power>.

<https://www.wartaekonomi.co.id/read225169/apa-itu-people-power.html>

<https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/hukum/ps1edo370/amien-bawa-buku-jokowi-people-power-ini-kata-pengacara>

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/hukum/19/05/24/ps0mpq377-pengacara-eggi-bilang-tahu-people-power-dari-amien>

<https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/24/05/2019/dicecar-soal-people-power-amien-rais-maksudnya-bukan-mau-ganti-rezim/>

<https://www.jawapos.com/photo/pernyataan-sikap-ormas-ormas-islam-terkait-rencana-people-power/>

<https://www.jawapos.com/nasional/hukum-kriminal/24/05/2019/diperiksa-polisi-amien-rais-tunjukkan-buku-jokowi-people-power/>