BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico, communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut-sebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip (Mulyana, 2005:41)

Dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Antarmanusia, Joseph A. DeVito mengungkapkan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik

Carl I. hovland mengungkapkan bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate). (Mulyana, 2005:62)

dalam bukunya, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Deddy Mulyana mengungkapkan bahwa komunikasi didefinisikan secara luas sebagai "berbagi pengalaman". Sampai batas tertentu, setiap mahluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman.

Harold Lasswel juga mengatakan, cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah menjawab pertanyaan-pertanyaanberikut. *Who Says What In Which Chanel To Whom With What Effect?,* artinya Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?. (Mulyana, 2005:62).

Berdasarkan definisi Lasswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung, yaitu: Pertama, sumber (source), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*) atao *originator*. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Kedua, pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan/ atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Ketiga, saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk

menyampaikan pesannya kepada penerima. Keempat, penerima (*receiver*) sering juga disebut sasaran/ tujuan (*destination*), komunikate (*communicatee*), penyandi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*). Kelima, efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan keyakinan, perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik tertentu menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu), dan sebagainya.

2.1.2 Model Komunikasi

Model komunikasi Harrold Lasswel berupa ungkapan verbal, yakni

Who
Says What
In Wich Channel
To Whom
With What Effect

unsur-unsur pada model Lasswell ini, yaitu:

sumber (*who*) : merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan

pesan (*says what)* : merupakan bahan untuk analisis isi

saluran komunikasi (*in wich channel*): dikaji dalam analisis media

penerima (*to whom*) : dikaitkan dengan analisis khalayak

pengaruh (*whith what effect*) : berhubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa.

Sumber: (Ardianto, 2007:84)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonym, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini. (Mulyana, 2005:75)

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, menjabarkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym,

melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara dan sesaat. (Rahkmat, 1999:77)

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang terjadi melalui media massa. Jika komunikasi tersebut tidak menggunakan media massa, maka tidak dapat disebut sebagai komunikasi massa.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antar kelompok. Perbedaannya terdapat pada komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator Terlembagakan

   Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik. Apabila pesan itu akan disampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya sebagai berikut: komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya pesan tersebut diperiksa oleh penangung jawab rubric diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama yakni tidak menyalahi

kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah layak, pesan dibuat *setting*-nya, lalu diperiksa oleh korektor, disusun *lay-out man* agar komposisinya bagus, dibuat *plate*, kemudian masuk mesin cetak. Tahap akhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang berisi pesan itu kepada pembacanya.

Apabila media komunikasi yang digunakan adalah televise, tentu akan lebih banyak lagi orang yang terlibat, seperti juru kamera (lebih dari satu), juru lampu, pengarah acara, bagian *make up, floor manager*, dan lain-lain.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditunjukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum.

3. Komunikannya anonym dan heterogen

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti: nama, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikatornya tidak mengenal komunikannya (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Disamping anonim,

komunikan komunikasi massa adalah heterogen karena terdiri dari lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokan berdasarkan factor: usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, agama dan tingkat ekonomi.

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

   Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi Mengutamakan Pesan Ketimbang Hubungan

   Dalam komunikasi antarpersona yang diutamakan adalah unsur hubungan. Semakin saling mengenal antar pelaku komunikasi, maka komunikasi semakin efektif. Sedangkan dalam konteks komunikasi massa, komunikator tidak selalu harus kenal dengan komunikannya, dan sebaliknya. Yang penting, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya dapat memahami isi pesan tersebut. Itulah sebabnya perlu ada penulisan *lead* untuk media cetak, *lead* untuk media elektronik, menulis artikel yang baik dan seterusnya. Semua itu menunjukan pentingnya unsur isi dalam komunikasi massa.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana yang terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

7. Stimulus Alat Indra Terbatas

   Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra pelaku komunikasi dapat digunakan secara maksimal. Pada komunikasi massa, stimulus alat indra bergantung pada media massa.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delay*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

   Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung, dan tertunda. Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, email, atau surat pembaca.

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum antara lain adalah:

1. Fungsi Informasi
2. Fungsi Pendidikan
3. Fungsi Mempengaruhi
4. Proses Pengembangan Mental
5. Fungsi Adaptasi Lingkungan
6. Fungsi Memanipulasi Lingkungan

Fungsi informasi dari media massa adalah penyebar informasi yang merupakan suatu kebutuhan pembaca, pendengar atau pemirsa. Fungsi pendidikan dari media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya, karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik, melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembacanya.

2.3 Tinjauan Tentang Wacana

2.3.1 Pengertian Wacana

Ada yang mengatakan wacana sebagai unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Ada juga yang mengartikan sebagai pembicaraan atau diskursus. Kata wacana juga dipakai oleh berbagai kalangan mulai dari studi bahasa, psikologi, sosiologi, politik, komunikasi, sastra dan sebagainya. Pemakaian istilah ini seringkali diikuti oleh beragamnya istilah, defines, bukan hanya tiap disiplin ilmu mempunyai istilah sendiri, banyak

ahli memberikan definisi dan batasan yang berbeda mengenai wacana tersebut.

Menurut Hawthorn yang dikutip Eriyanto dalam buku "Analisis Wacana"

> "wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah aktifitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya". (Eriyanto, 2001:2)

Menurut Foucault dalam buku yang sama, wacana kadang kala diartikan sebagai bidang dari semua pernyataan (*statement*), kadang kala sebagai sebuah individualisasi kelompok pernyataan, dan kadang kala sebagai praktik regulative yang dilihat dari sejumlah pernyataan.

2.3.2 Ciri-ciri dan Sifat Wacana

Berdasrkan pengertian wacana, kita dapat mengidentifikasi cirri dan sifat sebuah wacana, antara lain sebagai berikut:

1. Wacana dapat berupa rangkaian ujar secara lisan dan tulisan atau rangkaian tindak tutur.
2. Wacana mengungkapkan suatu hal (subjek).
3. Penyajian teratur, sistematis, koheren, dan lengkap dengan semua situasi pendukungnya.

4. Memiliki satu kesatuan misi dalam rangkaian itu.realitas, media komunikasi, cara pemaparan, dan jenis pemakaian. Dalam penyataan wujud dari bentuk wacana itu
5. Dibentuk oleh unsur segmental dan non segmental.

2.4 Tinjauan Analisis Wacana

Analisis wacana adalah istilah umum yang dipakai dalam banyak disiplin ilmu dan dengan berbagai pengertian. Meskipun ada gradasi yang besar dari berbagai definisi, titik singgungnya adalah analisis wacana berhubungan dengan studi mengenai bahasa/pemakaian bahasa.

Menurut Mohammad A. S. Hikam (dalam Eriyanto, 2001:4), paling tidak ada tiga pandangan bahasa mengenai analisis wacana. Pandangan pertama diwakili oleh kaum *positivisme-empiris*. Oleh penganut aliran ini, bahasa dilihat sebagai jembatan antara manusia dengan objek luar dirinya. Pengalaman-pengalaman manusia dianggap dapat secara langsung diekspresikan melalui penggunaan bahasa tanpa ada kendala atau distorsi, sejauh ia dinyatakan dengan memaknai pernyataan-pernyataan yang logis, sintaksis, dan memiliki hubungan dengan pengalaman empiris. Salah satu cirri dari pemikiran ini adalah pemisahan antara pemikiran dan realitas. Dalam kaitannya dengan analisis wacana, konsekuensi logis dari pemahamani ini adalah orang tidak perlu mengetahui makna-makna subjektif atau nilai yang mendasari pernyataannya, sebab yang penting adalah apakah pernyataan itu dilontarkan secara benar menurut kaidah

sintakis dan semantik. Oleh karena, tata bahasa, itu bidang utama dari aliran *positivisme-empiris* tentang wacana. Analisis wacana yang dimaksudkan untuk menggambarkan tata aturan kalimat, bahasa, dan pengertian bersama. Wacana lantas diukur dengan pertimbangan kebenaran/ketidak benaran (menurut sintakis dan semantik).

Pandangan kedua, disebut sebagai *kontruksivisme*. Pandangan ini banyak dipengaruhi oleh fenomenologi. Aliran ini menolak pandangan empirisme/ positivisme yang memisahkan subjek dengan objek bahasa. Dalam pandangan kontruksivisme, bahasa tidak lagi dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objek belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai factor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya. Dalam hal ini, seperti dikatakan A. S. Hikam, subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Bahasa dipahami oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri dari sang pembicara. Oleh karena itu, analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Wacana adalah suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan. Pengungkapan ini dilakukan di antaranya dengan menempatkan diri pada posisi sang pembicara.

Pandangan ketiga disebut pandangan kritis. Pandangan ini ingin mengoreksi pandangan kontruksivisme yang kurang sensitive pada proses produksi dan

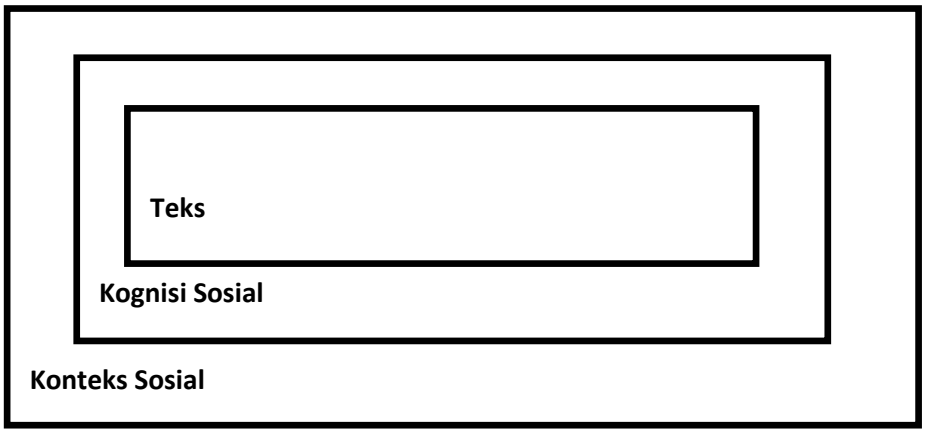
reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional. Pandangan kontruksivisme masih belum menganalisis faktor-faktor hubungan kekuasaan yang inheren dalam setiap wacana, yang pada gilirannya berperan dalam membentuk jenis-jenis subjek tertentu berikut perilaku-perilakunya. Hal inilah yang melahirkan paradigma kritis. Analisis wacana tidak dipusatkan pada kebenaran/ ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti pada analisis kontruksivisme. Analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada konstelansi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial dalam masyarakat. Bahasa di sini tidak dipahami sebagai medium netral yang terletak di luar si pembicara. Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya. Oleh karena itu, analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa: batasan-batasan apa yang diperkenankan menjadi wacana, prespektif yang mesti dipakai, topik apa yang dibicarakan. Dengan pandangan semacam ini, wacana melihat bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam pembentukan subjek, dan berbagai tindakan representasi yang terdapat dalam masyarakat. Karena memakai prespektif kritis, analisis wacana kategori ketiga itu juga disebut analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*/ CDA)

2.5 Kerangka Analisis Wacana Model Teun A. van Dijk

Wacana menurut van Dijk memiliki tiga dimensi atau bangunan, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti dari analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks *tulisan* yang melibatkan kognisi individu dari penulis. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Analisis van Dijk secara keseluruhan menghubungkan antara analsis tekstual yang memusatkan perhatian melulu pada teks, kearah analisis yang komprehensif bagaimana teks *tulisan* itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu *penulis* maupun dari masyarakat. Model analisis van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Analisis Wacana Model Teun A. van Dijk



Sumber: Eriyanto, 2001:225

A. Teks

Melihat suatu teks terdiri dari tiga tingkatan.Pertama struktur makro ini merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepakan dalam suatu *tulisan*. Kedua struktur ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks bagaimana struktur-struktur teks tersusun ke dalam *tulisan* secara utuh. Ketiga, struktur mikro adalah wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat,proposisi, anak kalimat, paraphrase dan gambar.

B. Kognisi Sosial

Dalam kerangka analisis wacana van Dijk, perlu ada penelitian mengenai kognisi sosial: kesadaran wartawan mental wartawan yang membentuk teks tersebut. Kognisi sosial ini penting dan menjadi kerangka yang tidak terpisahkan untuk memahami teks media. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa.

C. Konteks Sosial

Van Dijk memanfaatkan dan mengambil analisis linguistic tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraph untuk menjelaskan dan memaknai suatu teks.Kognisi sosial merupakan dimensi untuk menjelaskan bagaimana suatu teks diproduksi oleh individu atau kelompok pembuat teks.

2.6 Tinjauan tentang *Fan fiction*

Pada tahun 1965 *fan fiction* digunakan dalam science fiction fandom secara amatir, pembuat *science fiction* mempublikasikannya di *science fiction fansinze* (majalah amatir), berbeda dengan penulis profesional yang mempublikasikan karyanya secara profesional.[1]

Tren yang sama juga terjadi di Jepang sekitar tahun 1960 dan 1970, di mana secara independen *manga* dan novel diterbitkan, dikenal dengan nama *dojinshi*, kebanyakan dipublikasikan oleh *dojin circles.* Kebanyakan *dojinshi* dibuar berdasarkan *mangga, anime* dan *video game.*

Fan fiction memiliki berbagai macam genre, di antaranya:

a. *Romance*:

Romance adalah genre cerita yang berisi tentang percintaan. Aura cinta lebih mendominasi pada genre ini.

b. Humor:

Dalam genre ini sudah pasti berisi tentang cerita yang mengandung unsur lucu, yang dapat membuat pembaca tertawa.

c. *Poetry*:

Fan fiction yang dikemas dalam sebuah puisi.

[1] http://en.wikipedia.org/wiki/Fan_fiction, 19 Maret 2012, 15.30

d. *Mistery*:

Teknis cerita yang melibatkan karakter cerita dalam sebuah kasus dimana ia mencoba untuk menemukan potongan informasi penting yang disembunyikan sampai klimaks. Pembaca diminta untuk ikut berpikir dan menebak-nebak hasil akhirnya. Biasanya cerita detektif.

e. Horror:

Cerita yang menciptakan teror yang membuat pembaca merasakan perasaan takut dan mencekam.

f. Parodi:

Hampir sama dengan humor, hanya saja unsur lucunya terletak di akhir cerita dan tidak disangka olah pembaca. Parodi biasanya digunakan untuk menyindir karakter, plot, bahkan realita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

g. *Angst*:

Fan fiction yang melibatkan tingkat kecemasan tinggi dengan permainan emosional yang membuat pembacanya dapat merasakan perasan yang sesak dan menitikkan air mata.

h. *Sci-fi*:

Kependekan dari "*science-fiction*". Sebuah fiksi yang mengandung unsur ilmiah yang melibatkan teknologi dan hal-hal yang modern.

i. *Fantasy*:

Fan fiction di mana penulis menciptakan dunianya sendiri. Sebuah dunia yang

berada dalam legenda atau mitos zaman dulu. Biasanya melibatkan sihir, unsur mistis, atau hal-hal supranatural. Contoh: dongeng-dongeng.

j. *Family*:

Berkisar mengenai masalah yang terjadi dalam kehidupan keluarga.

2.7 Kerangka Pemikiran

2.7.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi yang dirumuskan Teun A. van Dijk. Wacana yang dikemukakan oleh van Dijk memiliki tiga dimensi, yaitu teks, kognisi sosial dan konteks sosial.

Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu, untuk menggambarkan sebuah cerita dalam suatu tulisan tertentu. Memanfaatkan dan mengambil analisis linguistik tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraf.

Pada level kognisi sosial di pelajari proses produksi yang melibatkan kognisi individu dari pembuat teks. Pengetahuan yang dimiliki individu tersebut akan mempengahuri teks yang ia buat. Sedangkan aspek ketiga, yaitu konteks sosial mempelajari bangunan wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu serta perkembangan di realitas sosial.

Penelitian ini termasuk ke dalam lingkup media massa karena menggunankan media (dalam hal ini situs *online*) dalam proses

komunikasinya. Teori wacana ini tidak hanya dipergunakan untuk menganalisis pemberitaan berupa teks pada media massa, tetapi juga bentuk lain selain teks baik produk media massa maupun juga produk di luar media massa. Produk itu berupa film, teks dialog film, lirik lagu, dan lain sebagainya.

2.7.2 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini saya akan melihat bagaimana analisis wacana *fan fiction*. Sumber pesan berasal dari *fan fiction* yang dimuat di Forum *Online So Nyeo Shi Dae* Indonesia yang mana dalam teks tersebut selalu terdapat pesan yang disampaikan kepada pembaca agar setelah membacanya, pembaca lebih mengetahui dan mengenal karakter serta menumbuhkan kecintaan terhadap idolanya dalam hal ini dalah grup *So Nyeo Shi Dae*.

Setiap teks yang disampaikan melalui media massa pada khalayak akan menciptakan efek, baik itu persepsi ataupun aksi. Ketika membuat tulisan tersebut, penulis harus benar-benar membuat tulisan yang menarik agar pembaca dapat menikmati karyanya tersebut.

Dengan merujuk pada teori wacana Teun A. Van Dijk, saya mengaplikasikan kerangka pemikiran konseptual pada penelitian ini sebagai berikut:

Dalam **dimensi teks**, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu, untuk menggambarkan sebuah cerita dalam suatu tulisan tertentu. Memanfaatkan dan mengambil analisis linguistik tentang kosakata, kalimat, proposisi, dan paragraf. Bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai oleh penulis *fan fiction* untuk menegaskan suatu tema tertentu yang ingin dia kemukakan, untuk menggambarkan seseorang, dan peristiwa dalam tulisannya

Pada level **kognisi sosial** dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari pembuat teks. Menganalisis bagaimana kognisi pembuat teks dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu yang ditulisnya. Dimana produksi teks *fan fiction* di forum *online So Nyeo Shi Dae* Indonesia yang melibatkan penulis *fan fiction*. Menganalisis bagaimana penulis *fan fiction* memahami karakter dan peristiwa dalam tulisannya.

Pada aspek dimensi ketiga, **konteks sosial** mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Melihat bagaimana suatu teks dihubungkan lebih jauh dengan struktur sosial dan pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat (dalam hal ini pembaca *fan fiction*) atas suatu wacana, menganalisis bagaimana proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa tertentu digambarkan. Bagaimana pula perkembangan yang terjadi di realitas sosial.