BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil pembahasan mengenai Analisis Wacana Pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus. Pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara mendalam dan dikumpulkan, disusun, dijelaskan kemudian di analisis. Dalam penjelasan pada bab ini peneliti membahas tentang:

1. Deskripsi data informan
2. Deskripsi hasil penelitian
3. Pembahasan

Agar pembahasan lebih terarah dan sistematis, maka analisis hasil penelitian ini dimana lebih terfokus pada pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus. Peneliti membagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Analisis Wacana dari segi Teks
2. Analisis Wacana dari segi Kognisi sosial
3. Analisis Wacana dari segi Konteks.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data berupa berita seputar Persib Bandung yang terdapat di Tabloid Focus.Dalam kurun waktu dari tahun 2009 sejak Honda menjadi sponsor Persib sampai tahun 2013 dan yang diambil dua edisi untuk sampel penelitian yaitu edisi bulan Februari 2011 dan edisi September 2010.

4.1 Deskripsi Data Informan

Pentingnya peran informan dalam penelitian analisis wacana ini membantu peneliti dalam menguatkan dan melengkapi pendapat analisis dari peneliti.Analisis wacana dibentuk oleh konstruksi teks yang terdiri dari beberapa elemen kata, kalimat, dan retorika tertentu.Menurut pandangan Van Dijk pemakaian kata, kalimat, proposisi, dan retorika tertentu merupakan bagian dari strategi wartawan. Pemakaian kata-kata tertentu, kalimat, gaya tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, tetapi dipandang sebagai politik berkomunikasi, suatu cara untuk mempengaruhi pendapat umum, menciptakan dukungan, memperkuat legitimasi dan menyingkirkan lawan atau penentang.

Pers seharusnya menjadi lembaga sosial yang *Independen.*"Pers tidak boleh membawa suatu kepentingan tertentu, dan ia tidak boleh berada dalam tekanan orang perorang atau lembaga-lembaga lainnya". Totok Djuroto, dalam karyanya *Manajemen Penerbitan Pers* sebagai sebuah lembaga, intensitasnya berdiri sendiri. "Pers hidup di tengah–tengah masyarakat, tetapi bukan bagian dari masyarakat itu.Pers berada dalam satu negara, tetapi bukan bagian dari pemerintahan negara itu". Pers dikenal sebagai "lembaga kemasyarakat" (Djuroto, 2000 : 5).

Media pers, dewasa ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan bergulirnya proses reformasi pada tahun 1998 lalu. Pers tumbuh dan berkembang secara *sporadis.*Dengan nada yang cenderung mengarah

kepada hal–hal yang negatif, pendapat ini juga mengungkapkan bahwa pertumbuhan dan perkembangan pers tersebut bergerak secara tidak terkontrol, yang pada akhirnya akan banyak menimbulkan kekhawatiran.

Pers semacam ini dapat dipahami, mengingat salah satu dari beberapa fungsi pers adalah kekuatan untuk mempengaruhi pembacanya, fungsi inilah yang kemudian menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Napoleon pada masa jayanya pernah berkata bahwa "*ia lebih takut kepada empat surat kabar daripada seratus serdadu dengan senapan bersangkur terhunus*".

Surat kabar yang ditakuti ini ialah surat kabar yang Independen, yang bebas menyampaikan pendapat, bebas melakukan *social control,* dan bukan surat kabar yang membawakan *his masteris voice.* Fungsi mempengaruhi dalam surat kabar ini, secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel (Effendy, 2002 : 150).

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi, teori* dan *Praktek,* mengemukakan bahwa :

> "Wacana pers obyektif ini atau pers yang independent disebabkan oleh sebagian pengelola pers itu sendiri yang keluar dari jalur tujuan pendirian lembaga penerbitan. Banyak dari sebagian para pengelola lembaga pers nasional, yang memantapkan tujuan pendirian penerbitannya hanya sekedar untuk kepentingan komersial semata, tanpa menjunjung tinggi nilai–nilai moralitas yang ada dalam ruang lingkup kegiatan– kegiatan pers. Maka diusunglah wacana pers obyektif sebagai sebuah bentuk perlawanan dari gerakan pers komersial dan lagi memihak, dengan harapan terwujudnya pers ideal

> yang menjadi harapan masyarakat. Meskipun, masih banyak pertentangan mengenai pers yang obyektif tersebut".

Informan dalam penelitian ini adalah bapak Iman Firmansyah dan menjabat sebagai wartawan di Tabloid Focus. Karirnya dimulai di tahun 2007 ketika beliau masih tercatat sebagai mahasiswa S1 jurusan ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik Universitas Pasundan (UNPAS) Bandung. Beliau pada saat itu bekerja menjadi tim redaksi Grey, yaitu majalah khusus remaja. Walaupun begitu, sebenarnya beliau lebih tertarik pada dunia olahraga dan menggemari tulisan-tulisan yang menjadi berita di media cetak khusus olahraga. Tetapi takdir berkata lain, karya-karya beliau selama bekerja untuk Grey ternyata sudah memikat hati dari pihak Honda sehingga pada saat beliau selesai menjalani proses kuliahnya Honda pun memanggil dan mengajak bergabung untuk berkontribusi di Tabloid Focus.

Iman Firmansyah bergabung dengan Tabloid Focus pada tahun 2008 dan sampai saat ini beliau terus melakukan terobosan untuk kemajuan informasi yang dibutuhkan oleh penggemar otomotif khususnya roda dua. Beliau bekerja di Tabloid Focus sesuai jam kerja yaitu mulai pada pukul 08.00 WIB dan waktu pulang pada pukul 17.00 WIB.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Analisis Teks

Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung.Ia membagi ke dalam tiga tingkatan. Pertama, struktur makro.Ini merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topic atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita.Kedua, superstruktur.Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh.Ketiga, struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, dan gambar.

Kognisi Sosial

Proses terbentuknya teks tidak hanya bermakna bagaimana suatu teks itu dibentuk, proses ini juga memasukkan informasi yang digunakan untuk menulis dari suatu bentuk wacana tertentu, seperti dari wawancara, laporan, konferensi pers, atau debat parlemen. Jadi, dalam pandangan Van Dijk, produksi berita sebagian besar dan terutama terjadi pada proses mental dalam kognisi seorang wartawan.

Konteks Sosial

Pada aspek ketiga yaitu kritik sosial yang mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Dan pada kritik sosial ini menjadi penghubung dengan aspek sebelumnya yaitu teks dan kognisi

social.Karena wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dijk menggabungkan tiga dimensi wacana tersebut kedalam suatu kesatuan analisis.Dalam teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Kognisi social mempelajari proses induksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan.

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai dua edisi Tabloid Focus yang memuat berita seputar Persib.maka berikut adalah berita pemberitaan Persib Bandung edisi bulan Februari 2011 dan edisi September 2010:

Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera

Empat pemain Persib tak hanya sekedar piawai mengolah si kulit bundar di lapangan hijau. Tapi, Atep, Wildansyah, Airlangga dan legion anyar asal Jepang Matsunaga Shohei pun pintar berekspresi di depan kamera.

Layaknya seorang model terkenal, pilar pasukan Daniel Roekito itu pun sangat piawai berpose ketika fotografer membidik gaya mereka jadi model untuk kepentingan iklan Honda, di kantor PT Daya Adira Mustika (PT DAM), jalan Cibeureum, pada awal Maret. Puluhan gaya, tampak ditunjukkan oleh empat pilar Persib tersebut.

Tak ayal mereka pun rupanya akan semakin terkenal setelah muncul dalam iklan Honda yang diluncurkan oleh PT DAM. Pengalaman unik

tampaknya ditunjukkan oleh legion asing anyar yang sempat menjadi anggota tim Schalke 04 B, anggota Budesliga Jerman, Matsunaga Shohei.

Pasalnya, pemilik nomor punggung 18 ini sangat kaget, baru beberapa hari masuk skuad Persib langsung diajak pemotretan untuk promosi PT DAM-Honda. Namun, rupanya pemain yang akrab disapa ‘Sho’ itu, begitu lihai bergaya di depan kamera.

“Saya kaget ditawari pemotretan untuk Honda (PT DAM). Wah, ini pengalaman baru bagi saya, terus terang di Negara lain saya tak diperlakukan seperti ini. Mudah-mudahan, saya bisa lebih dikenal lagi oleh bobotoh,” ujarnya dengan bahasa Inggris yang fasih.

Bagi Airlangga, Atep, dan Wildansyah, ini bukan pengalaman pertama mereka berpose di depan kamera, khususnya untuk promosi PT DAM-Honda. Saat pertama kalinya PT DAM menyeponsori Persib Bandung pada tahun lalu (LSI 2009-2010), mereka pun terlibat dalam berbagai promosi kegiatan PT DAM-Honda. Termasuk di antaranya dalam promosi PT DAM-Honda, khususnya promosi produk yang dijual PT DAM seperti sepeda motor Honda maupun suku cadangnya.

Sementara itu,sesi pemotretan terhadap empat pemain Persib itu untuk kepentingan promosi Honda sesuai dengan kontrak yang disepakati oleh PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB) bersama PT DAM selaku sponsor utama Persib.

Karena itu, sebagai sponsor utama, PT DAM berhak untuk mengundang pemain-pemain Persib untuk kepentingan promosinya sesuai yang tertera di perjanjian kerja sama.

“Kegiatan pemotretan pemain Persib Bandung untuk promosi Honda, adalah salah satu bentuk sinergi kerja sama antara PT DAM (Honda) dan Persib Bandung.Sebagai sponsor utama Persib Bandung sampai dengan tahun 2013, kerja sama yang salah satunya melalui kegiatan-kegiatan promosi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak akan terus dilakukan,” jelas Demmy Firmansyah, Promotion Sub Dept. Head PT DAM.

Fotografer yang disewa khusus untuk memotret mereka pun menyebutkan, empat pemain Persib itu ternyata sudah tidak gugup lagi jika harus berpose di hadapan kamera.

“wah, ternyata mereka pintar bergaya di depan kamera, sehingga sesi pemotretan tak membutuhkan waktu yang terlalu lama,” ujar sang juru foto. [imf]

Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013

PT Daya Adira Mustika, Main Dealer Sepeda Motor Honda di Jawa Barat, kembali menjadi sponsor utama Persib Bandung hingga tahun 2013. Kesepakatan kontrak kerja sama dilakukan saat konferensi pers yang dilakukan

di Café Pesrib, Jl. Sulanjana No 17 Bandung dan dihadiri lebih dari 40 media massa lokal maupun nasional (Selasa, 21/9).

Dukungan PT Daya Adira Mustika, sebagai distributor utama sepeda motor Honda di Jawa Barat ini diharapkan dapat dijadikan momentum positif untuk kiprah Persib menghadapi kompetisi Indonesia Super League (ISL) hingga nantinya ke level Asia. Berlanjutnya ikatan kerja sama ini karena Persib tetap menunjukkan prestasi yang cukup membanggakan di kompetisi ISL musim lalu.

General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika, Teddy Ramli mengaku bangga Daya-Honda tetap mendampingi Persib. Serah terima sertifikat kontrak kerja sama dilakukan oleh Teddy Ramli dan Vebby Permadi (Direktur Marketing PT Persib Bandung Bertmartabat)

Teddy Ramli mengatakan, “Kami sangat senang dan gembira karena Daya-Honda tetap mendukung perjalanan Persib di kompetisi Liga Indonesia hingga tahun 2013. Semoga dukungan ini dapat menjadi dorongan moril tim Persib untuk mewujudkan impian Bobotoh Persib menjadi juara liga dan juara di level Asia.”

Seperti musim lalu, dengan menjadi sponsor utama Persib Bandung, logo Daya-Honda tertempel pada dada kostum pemain Persib.Logo Daya-Honda tetap terpampang pada iklan *A board* di stadion tempat Persib berlatih dan bertanding. Logo Daya-Honda juga akan terdapat di Logo Daya-Honda juga akan terdapat di seluruh *apparel* pemain dan official Persib, baik itu

kostum tim, celana, jaket, *travel*, *bag*, *sticker*,hingga jadwal pertandingan. Selain itu, Daya-Honda kembali akan mengundang pemain Persib Bandung meramaikan kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Daya-Honda.

Menurut Armand. G. Imanto, General Manager Sales & Marketing PT Daya Adira Mustika, “Keikutsertaan Daya-Honda menjadi sponsor utama tim Persib seiring dengan prestasi yang telah dicapai masing-masing pihak baik Honda maupun Persib yang telah menjadi nomor satu di Jabar, sebab kami menyadari bahwa Persib memiliki bobotohnyang luar biasa banyak dan merupakan tim kesayangan masyarakat Jawa Barat. Selain itu antusiasme bobotoh Persib terhadap timnya selaras dengan kecintaan menggunkan produk-produk Honda yang didistribusikan oleh Daya selaku dealer pusat sepeda motor Honda di Jawa Barat.”

Acara ini pun dihadiri oleh pemain Persib yaitu Eka Ramdani dan Atep.Dukungan setia Daya-Honda terhadap Persib merupakan wujud kecintaan kepada klub yang dicintai oleh masyarakat Bandung dan Jawa Barat ini. Persib memilki kesamaan dengan Honda, yang merupakan merek sepeda motor kesayangan masyarakat Jawa Barat.

4.2.1 Analisis Edisi Februari 2011 (Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera)

Hasil penelitian berdasarkan struktur makro, super struktur, dan struktur mikro.Tematik. Tematik yaitu topik yaitu dikedepankan kedalam suatu berita, skematik yaitu bagaimana bagian dan urutan berita di skemakan dalam teks berita utuh, dan skemantik yaitu makna yang ingin ditekankan dalam teks

berita, misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat suatu eksplisit satu sisi dan mengurangi sisi detil lain yang terdapat pada seputar pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus edisi bulan Febuari 2011 dan dapat dilihat pada tabel 4.1 s/d tabel 4.11 berikut:

4.2.1.1 Analisis Paragraf Pertama

Tabel 4.1

Paragraf pertama edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maksud
Empat pemain Persib tak hanya sekedar piawai mengolah si kulit bundar di lapangan hijau. Tapi, Atep, Wildansyah, Airlangga dan legion anyar asal Jepang Matsunaga Shohei pun pintar berekspresi di depan kamera.	Keempat pemain Persib yaitu Atep, Wlidansyah, Airlangga, dan Matsunaga pintar berekspresi di depan kamera.	Judul dan *lead*berita mempunyai alur dan skema yang baik. Penegasan antara pemain Persib yang pintar berekspresi di depan kamera dengan pemain Persib yang terlibat yaitu Atep, Wildansyah, Airlangga, dan Matsunaga.	Kepintaran beberapa pemain Persib Bandung dalam berekspresi di depan kamera menonjolkan kepribadian lain dari pemain sepak bola yang biasanya identik hanya pintar bermain sepak bola di lapangan.

Dari tabel 4.1 diatas terdapat kiasan atau perumpamaan "piawai mengolah si kulit bundar di lapangan hijau".Perumpamaan mengolah si kulit bundar maksudnya adalah para pemain Persib yang biasanya pintar memainkan bola di lapangan saat bertanding sepak bola. Namun, disini menunjukkan bahwa pemain Persib pintar berekspresi di depan kamera saat dilakukannya proses pemotretan.

Kita bisa melihat dari judul dan *lead*berita mempunyai alur yang menarik dan mempunyai keterkaitan yang baik dengan penegasan antara pemain Persib yang pintar berekspresi di depan kamera dengan pemain Persib yang terlibat yaitu Atep, Wildansyah, Airlangga, dan Matsunaga.

Kognisi Sosial Wartawan

Pada paragraf ini wartawan berpandangan pada kehebatan para pemain Persib dalam berekspresi. Kehebatan pemain Persib yaitu Atep, Wildansyah, Airlangga, dan Matsunaga ini dititikberatkan pada kepintaran keempat pemain Persib tersebut bergaya di depan kamera.Peristiwa pemain Persib Bandung mengikuti sesi pemotretan ini menjadi sasaran objek wartawan untuk dijadikan berita karena menjadi hal unik bagi penggemar Persib bahwa idola mereka menjadi seorang model bintang iklan.

4.2.1.2 Analisis Paragraf Dua

Tabel 4.2

Paragraf kedua edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Layaknya seorang model terkenal, pilar pasukan Daniel Roekito itu pun sangat piawai berpose ketika fotografer membidik gaya mereka jadi model untuk kepentingan	Ke empat pemain Persib tesebut berpose layaknya model terkenal, dan kegiatan ini dilakukan semata-mata untuk kepentingan iklan Honda.	Pada paragraf kedua ini terlihat alur masih berhubungan dengan paragraf pertama. Paragraf ini masih menceritakan para pemain Persib yang pintar	Kepintaran pemain Persib Bandung bergaya di depan kamera ini terlihat dengan tampaknya puluhan gaya yang diperlihatkan oleh ke empat pilar Persib tersebut,

iklan Honda, di kantor PT Daya Adira Mustika (PT DAM), jalan Cibeureum, pada awal Maret. Puluhan gaya, tampak ditunjukkan oleh empat pilar Persib tersebut.		berpose dengan berekspresi di depan kamera untuk kepentingan iklan Honda.	dan mereka melakukan hal baru diluar kebiasaan selain bermain dilapangan hijau. Selain itu juga paragraf ini menjelaskan kegiatan ini dilakukan untuk kepentingan iklan Honda.

Dari tabel 4.2 diatas menjelaskan empat pemain Persib Bandung berpose di depan kamera, dijadikan model untuk kepentingan iklan Honda. Selain itu, dalam paragraf ini juga terdapat kata yang tidak lazim biasa digunakan dalam sebuah surat kabar yaitu kata "*piawai*" dengan arti "*pintar atau pandai*" menunjukkan piawai adalah pintar, kata piawai itu merupakan kata ganti dari pintar atau pandai dan konteksnya disini adalah para pemain Persib Bandung yang pandai berpose layaknya model terkenal, karena dalam pemotretan tersebutpara pemain Persib Bandung seperti sudah terbiasa melakukan kegiatan ini.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis pargaraf ini adalah untuk menjelaskan lebih detail mengenai untuk apa kegiatan pemotretan itu dilakukan, yaitu untuk kepentingan iklan Honda. Tujuan lain dari paragraf ini juga menunjukkan kepiawaian para pemain Persib berpose sebagai model bintang iklan. Dalam kesempatan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan

wartawan Tabloid Focus juga beliau menyebutkan bahwa kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka ikatan kerja sama yang disepakati bersama.

4.2.1.3 Analisis Paragraf Tiga

Tabel 4.3

Paragraf ketiga edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Tak ayal mereka pun rupanya akan semakin terkenal setelah muncul dalam iklan Honda yang diluncurkan oleh PT DAM. Pengalaman unik tampaknya ditunjukkan oleh legion asing anyar yang sempat menjadi anggota tim Schalke 04 B, anggota Budesliga Jerman, Matsunaga Shohei.	Dengan terlibatnya ke empat pilar pemain tersebut dalam kegiatan pemotretan adalah suatu pengalaman unik bagi mereka apalagi bagi seorang Matsunaga yang baru bergabung dengan Persib.	Paragraf ini menunjukkan keterkaitan yang sangat baik karena dengan judul berita yaitu "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" dapat menarik perhatian masyarakat untuk membacanya dengan harapan lain juga dapat membuat para penggemar Persib lebih mengenal sisi lain pemain Persib.	Legion asing yang baru bergabung dengan tim Persib sangat menyita antusias para penggemar Persib, otomatis dengan terlibatnya dia dalam kegiatan pemotretan untuk iklan Honda dapat melaambungkan namanya di mata bobotoh. Dan ke empat pemain Persib yang terlibat pemotretan ini tak ayal akan semakin terkenal setelah muncul dalam iklan Honda.

Dari tabel 4.3 diatas terlihat penyampaian pesan yang menjelaskan bahwa iklan Honda yang diluncurkan PT DAM tampaknya akan semakin melambungkan nama-nama pemain Persib Bandung yang terlibat menjadi model pada sesi pemotretan tersebut. Dan pada paragraf ini terdapat kata yang tidak lazim yaitu

“anyar” pada kalimat “Pengalaman unik tampaknya ditunjukkan oleh legion asing anyar yang sempat menjadi anggota tim Schalke 04 B, anggota Budesliga Jerman, Matsunaga Shohei.” Pada kalimat ini kata “anyar” adalah kata serapan dari bahasa Sunda yang artinya adalah “baru”.Jadi paragraf ini menjelaskan pengalaman unik yang ditunjukkan oleh pemain asing anyar atau pemain asing baru yaitu Matsunaga Shohei.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini adalah selain untuk memperkenalkan pemain asing Persib yang baru yaitu Matsunga, kita bisa cermati pada kalimat awal yaitu “Tak ayal mereka pun rupanya akan semakin terkenal setelah muncul dalam iklan Honda yang diluncurkan oleh PT DAM” disini wartawan berpersepsi untuk menggambarkan bahwa seolah-olah ramalan dari seorang wartawan yang memperkirakan empat pemain Persib Bandung yang terlibat pada sesi pemotretan ini akan semakin terkenal setelah kemunculan mereka pada iklan Honda yang diluncurkan PT DAM.

4.2.1.4 Analisis Paragraf Empat

Tabel 4.4

Paragraf keempat edisi Februari 2011 “Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera” di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Pasalnya, pemilik nomor punggung 18 ini sangat kaget, baru	Matsunaga adalah pemain yang baru bergabung dengan Persib merasa	Alur pada paragraf ke empat ini sangat terlihat jelas yaitu	Walaupun Matsunaga adalah pemain Persib yang baru

beberapa hari masuk skuad Persib langsung diajak pemotretan untuk promosi PT DAM-Honda. Namun, rupanya pemain yang akrab disapa ‘Sho’ itu, begitu lihai bergaya di depan kamera.	kaget diajak pemotretan untuk kegiatan promosi Honda karena dia pada saat itu baru beberapa hari bergabung dengan Persib Bandung.	ditonjolkannya sosok pemain yang baru bergabung dengan Persib Bandung Matsunaga Shohei.	bergabung dan kegiatan pemotretan ini merupakan hal baru bagi Matsunaga,namun “Sho”sapaan akrab dia begitu lihai bergaya di depan kamera.

Dari tabel 4.4 diatas terdapat kalimat pengembang sebagai pengembang dari paragraf sebelumnya.Kalimat pengembang adalah kalimat utama yang diberi penjelasan dan uraian penekanan serta contoh-contoh pada kalimat berikutnya, itulah yang disebut kalimat pengembang.Pada paragraf ini juga terdapat kata “lihai” yaitu juga kata lain dari kata “piawai” yang maknanya sama dengan pintar atau pandai. Kalimat pengembang merupakan penjabaran atau perluasan dari gagasan pokok yang terdapat dalam kalimat utama.Kalimat yang menjadi pokok pembahasan pada paragraf sebelumnya yaitu tentang legion asing anyar yang baru bergabung bersama Persib, Matsunaga Shohei.Dan dalam paragraf ini adalah paragraf penjelas mengenai paragraf sebelumnya yang menjelaskan perasaan kaget seorang Matsunaga yang ketika itu baru beberapa hari bergabung dengan Persib Bandung tetapi sudah diikutsertakan dengan kegiatan pemotretan untuk kepentingan iklan Honda.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam paragraf ini mempunyai tujuan untuk lebih menginformasikan bahwa Matsunaga adalah pemain Persib Bandung yang baru bergabung.Dan kegiatan pemotretan untuk kepentingan iklan Honda ini merupakan hal baru bagi Matsunaga karena "Sho" sapaan akrab Matsunaga tidak diperlakukan seperti ini di negaranya.Penggunaan bahasa yang digunakan oleh penulis dalam menyampaikan sebuah berita dalam paragraf ini bertujuan untuk memberikan kesan rasa kagum dari para penggemar Persib Bandung kepada pemain baru Persib, Matsunaga.

4.2.1.5 Analisis Paragraf Lima

Tabel 4.5

Paragraf kelima edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
"saya kaget ditawari pemotretan Honda (PT DAM). Wah, ini pengalaman baru bagi saya, terus terang di Negara lain saya tak diperlakukan seperti ini.Mudah-mudahan, saya bisa lebih dikenal lagi oleh bobotoh,"ujarnya dengan bahasa Inggris yang fasih.	Pendapat Matsunaga yang merasa sangat kaget luar biasa mendapat tawaran seperti ini di Indonesia karena di negaranya di tak mendapatkan perlakuan seperti ini.	Paragraf kelima ini menunjukkan skema yang beraturan dengan paragraf sebelumnya. Karena paragraf sebelumnya menjelaskan pemain baru yaitu Matsunaga dan pada paragraf ini menegaskan perasaan dari sosok Matsunaga.	Perasaan Matsunaga ini diungkapkan dengan dua kali yaitu Matsunaga merasa kaget dengan tawaran kegiatan pemotretan ini dan ungkapan harapan lain yaitu dia berharap bisa lebih dikenal lagi oleh bobotoh.

Dari tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa paragraf ini adalah sebagai paragraf perulangan. Disebut paragraf perulangan karena tersusun dari kalimat yang berbeda tetapi masih dalam satu makna dan tulisan berita yang sama. Pada paragraf sebelumnya yaitu “Pasalnya, pemilik nomor punggung 18 ini sangat kaget, baru beberapa hari masuk skuad Persib langsung diajak pemotretan untuk promosi PT DAM-Honda. Namun, rupanya pemain yang akrab disapa ‘Sho’ itu, begitu lihai bergaya di depan kamera.” Hal ini mempunyai fungsi dan makna yang sama yaitu tentang perasaan Matsunaga, tetapi yang menjadi perhatian adalah pada paragraf ini mengemukakan langsung pernyataan Matsunaga. Fungsi paragraf perulangan terutama dimaksudkan untuk lebih menekankan efek psikologis yang ingin dicapai dari khalayak pembaca, sekaligus menunjukkan variasi kata dan kalimat. Maksudnya tiada lain supaya khalayak pembaca tetap terjaga, tetap tertarik, dan tetap mengikuti keseluruhan uraian dari sang penulis. Dalam paragraf ini terjadi pengulangan kalimat, kalau pada paragraf sebelumnya adalah perasaan yang dialami seorang Matsunaga maka pada paragraf ini menjelaskan kalimat pernyataan langsung mengenai perasaan Matsunaga Shohei tentang rasa kagetnya yang baru bergabung bersama Persib dan sudah ditawari kesempatan langka ini.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam penulisan paragraf ini adalah mengemukakan pernyataan dari Matsunaga Shohei selaku pemain asing yang baru bergabung dengan Persib.Disini Matsunaga menyatakan rasa kagetnya ketika ditawari pemotretan oleh PT DAM yang faktanya ini adalah hal baru bagi

Matusnga.Dalam paragraf ini menceritakan wawancara langsung dengan menghasilkan pernyataan Matsunaga yang dikemukakan secara utuh dan sudah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia.

4.2.1.6 Analisis Paragraf Enam

Tabel 4.6

Paragraf keenam edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Bagi Airlangga, Atep, dan Wildansyah, ini bukan pengalaman pertama mereka berpose di depan kamera, khususnya untuk promosi PT DAM-Honda. Saat pertama kalinya PT DAM menyeponsori Persib Bandung pada tahun lalu (LSI 2009-2010), mereka pun terlibat dalam berbagai promosi kegiatan PT DAM-Honda. Termasuk di antaranya dalam promosi PT DAM-Honda, khususnya promosi produk yang dijual PT DAM seperti sepeda motor	Kegiatan pemotretan untuk kepentingan promosi Honda ini bukan yang pertama kalinya bagi pemain Persib lainnya yaitu Airlangga, Atep, dan Wildansyah.	Alur cerita pada paragraf ini melanjutkan cerita dari paragraf sebelumnya tentang empat pemain Persib yang terlibat dalam pemotretan ini setelah sebelumnya membahas Matsunaga yang baru pertama kali mengikuti kegiatan ini dan sekarang tiga pemain lain Airlangga, Atep, dan Wildansyah.	Penegasan dari paragraf ini mengenai pengalaman berpose di depan kamera yang bukan untuk pertama kalinya bagi Airlangga, Atep, dan Wildansyah mengikuti kegiatan promosi Honda ini.

Honda maupun suku cadangnya.			

Dari tabel 4.6 diatas menguraikan paragraf deduktif, yaitu kalimat utama yang disusul dengan penjelasan atau uraian secara lebih terperinci dengan mengikuti pola urutan pesan dari umum ke khusus. Kalimat utama dari paragraf ini yaitu "Bagi Airlangga, Atep, dan Wildansyah, ini bukan pengalaman pertama mereka berpose di depan kamera, khususnya untuk promosi PT DAM-Honda". Kemudian penjelasan atau kalimat penjelas dari kalimat utama mengenai kenapa hal ini bukan pengalaman pertama bagi Airlangga, Atep, dan Wildansyah yaitu karena "Saat pertama kalinya PT DAM menyeponsori Persib Bandung pada tahun lalu (LSI 2009-2010), mereka pun terlibat dalam berbagai promosi kegiatan PT DAM-Honda. Termasuk di antaranya dalam promosi PT DAM-Honda".

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan pada paragraf ini adalah ingin menitikberatkan pada masalah beberapa pemain Persib yang bukan pertama kalinya terlibat pada kegiatan Honda ini. Bahwa PT DAM pun bukan pertama kalinya menjadi sponsor utama Persib Bandung karena pada Liga Super Indonesia 2009-2010 Honda juga ikut terlibat menjadi sponsor utama Persib.

Bagi seorang wartawan Tabloid Focus hal ini tentu saja menjadi sesuatu yang menarik karena dengan mengangkat pemberitaan ini menjadi sasaran objek untuk diberitakan kepada khalayak terlebih kepada bobotoh atau penggemar Persib yang berada di Jawa Barat. Dengan memuat pemberitaan bahwa ternyata

bukan pertama kali pemain Persib terlibat dalam kegiatan ini akan menimbulkan *surprise* bagi penggemar Persib tentang rasa kagum mereka terhadap pemain-pemain idolanya.

4.2.1.7 Analisis Paragraf Tujuh

Tabel 4.7

Paragraf ketujuh edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Sementara itu,sesi pemotretan terhadap empat pemain Persib itu untuk kepentingan promosi Honda sesuai dengan kontrak yang disepakati oleh PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB) bersama PT DAM selaku sponsor utama Persib.	Sesi pemotretan terhadap empat pemain Persib tersebut sesuai kontrak kepentingan promosi Honda yang disepakati PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB) bersama PT DAM selaku sponsor utama Persib.	Alur cerita pada paragraf ini sangat terkait dengan paragraf sebelumnya yaitu penegasan kegiatan pemotretan ini untuk kepentingan promosi Honda.	Paragraf ini menjelaskan kenapa kegiatan pemotretan ini dilakukan terhadap pemain keempat Persib karena sesuai kontrak yang disepakati selaku PT DAM dengan PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB).

Dari tabel 4.7 dapat kita cermati bahwa paragraf ini mengemukakan dengan jelas tentang kepentingan promosi Honda yang mengadakan sesi pemotretan terhadap keempat pemain Persib yang sudah resmi dan pihak PT DAM (Honda) pun merasa mempunyai kewenangan tentang kegiatan tersebut.

Dalam pembahasan paragraf ini ada saling keterkaitan dengan paragraf sebelumnya yangmenggunakan Koherensi Kondisional seperti yang dikemukakan Van Dijk dalam buku Analisis Wacana (Eriyanto, 2005:224)

> "Koherensi Kondisional diantaranya di tandai dengan pemakaian anak kalimat sebagai penjelasan. Disini ada dua kalimat, dimana kalimat kedua adalah sebagai penjelas atau keterangan dari proposisi pertama yang dihubungkan dengan kata hubung (konjungsi) seperti "yang", atau "dimana". Kalimat kedua fungsinya dalam kalimat semata hanya penjelas (anak kalimat), sehingga ada atau tidak ada kalimat itu tidak akan mengurangi arti kalimat".

Paragraf sebelumnya menjelaskan bukan pertama kalinya Persib terlibat dengan kegiatan Honda untuk kepentingan promosi dan pada paragraf ini dilanjutkan dengan kata sambung yaitu "sementara itu" dan bermaksud menjelaskan lebih detail mengenai kegiatan kerja sama itu yang sudah sesuai kontrak.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini adalah menyoroti kerja sama yang dilakukan PT DAM dan Persib Bandung. Kerja sama yang dilakukan kedua belah pihak ini sesuai berdasarkan kesepakatan bersama dengan salah satu dari alasan kegiatan pemotretan ini dilakukan karena PT DAM Honda merupakan sponsor utama Persib Bandung.

Wartawan juga berusaha untuk mengungkap hal lain dari yang lain yang dialami oleh Persib. Karena Persib Bandung adalah klub sepak bola yang cukup disegani di Indonesia dan mempunyai banyak penggemar tetapi dalam

pemberitaan di Tabloid Focus mengutamakan sisi menariknya sebuah tim sepak bola professional yang disponsori atau didanai oleh pihak swasta.

4.2.1.8 Analisis Paragraf Delapan

Tabel 4.8

Paragrafkedelapan edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Karena itu, sebagai sponsor utama, PT DAM berhak untuk mengundang pemain-pemain Persib untuk kepentingan promosinya sesuai yang tertera di perjanjian kerja sama.	Daya Adira Mustika (PT DAM) berhak untuk mengundang para pemain Persib untuk kegiatan promosinya sesuai perjanjian kerja sama.	Skema paragraf ini memiliki keterkaitan yang sangat baik dengan paragraf sebelumnya mengenai kegiatan promosi Honda.	Perjanjian kerja sama antara PT DAM dengan PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB) ini melatarbelakangi kegiatan promosi Honda ini dengan memakai pemain Persib sebagi bintang iklannya.

Dari tabel 4.8 diatas dapat kita lihat bahwa paragraf ini memaparkan keterkaitannya dengan paragraf sebelumnya.PT DAM (Honda) merasa berhak mengundang pemain-pemain Persib untuk kepentingan Honda setelah pada paragraf sebelumnya menjelaskan PT DAM mempunyai kewenangan atas kegiatan sesi pemotretan tersebut.

Pada paragraf ini juga di awali dengan dua kata penghubung.Dua kata "Karena itu" merupakan kata penghubung paragraf diatas dengan paragraf sebelumnya yang membahas seputar sponsorship Honda pada Persib.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini memberi penegasan pada perjanjian kerja sama yang dilakukan PT DAM (Honda) dan PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB). Penegasan perjanjian kerja sama ini dinyatakan dengan ungkapan bahwa kepentingan promosi Honda ini sesuai dengan yang tertera dalam perjanjian kerja sama.

Sisi pandangan wartawan diambil dari sisi sebagai penggemar Persib. Penggemar Persib akan antusias pada informasi atau hal-hal yang berkenaan dengan pemberitaan Persib. Tapi ini juga menjadi nilai lebih bagi pengguna atau konsumen Honda yang juga menggemari Persib karena dengan begitu rasa ikatan batin terhadap tim idolanya semakin bertambah.

4.2.1.9 Analisis Paragraf Sembilan

Tabel 4.9

Paragraf ke sembilan edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
"Kegiatan pemotretan pemain Persib Bandung untuk promosi Honda, adalah salah satu. Sebagai sponsor utama Persib bentuk sinergi kerja sama antara PT DAM (Honda) dan Persib Bandung Bandung	Pernyataan Promotion Sub Dept. Head PT DAM tentang sinergi kerja sama antara PT DAM (Honda) dan Persib Bandung melalui kegiatan-kegiatan promosi yang saling menguntungkan akan terus	Paragraf ini mengedepankan pernyataan dari Promotion Sub Dept. Head PT DAM, Demmy Firmansyah mengenai kontrak kerja sama antara PT DAM dan PT PBB.	Dasar dari paragraf ini PT DAM (Honda) sebagai sponsor utama Persib sampai dengan tahun 2013 memiliki kegiatan-kegiatan promosi yang saling menguntungkan salah satunya dengan kegiatan

sampai dengan tahun 2013, kerja sama yang salah satunya melalui kegiatan-kegiatan promosi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak akan terus dilakukan," jelas Demmy Firmansyah, Promotion Sub Dept. Head PT DAM.	dilakukan karena PT DAM selaku sponsor utama Persib sampai dengan tahun 2013.		pemotretan pemain Persib Bandung untuk promosi Honda.

Dari tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa paragraf ini mengedepankan pendapat seorang Promotion Sub Dept. Head PT DAM, Demmy Firmansyah. Demmy menjelaskan bentuk kerja sama yang akan dijalankan ke depannya yang intinya untuk mencapai kegiatan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

Menurut Van Dijk dalam buku "Analisis Wacana" mengatakan:

> "Kohersi adalah pertalian atau jalinan antar kata, atau kalimat dalam teks.Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seseorang menghubungkannya"(Eriyanto, 2005:242)

Dalam paragraf diatas terdapat jalinan antar kata yang menggambarkan fakta yang berbeda. Fakta pertama yaitu kegiatan pemotretan pemain Persib Bandung adalah untuk promosi Honda, tetapi bisa saling berhubungan dengan fakta berikutnya bahwa Honda sebagai sponsor utama Persib, membentuk sinergi kerja

sama dengan Persib Bandung. Jalinan antar kata yang membentuk kalimat ini terbentuk menjadi sebuah paragraf dengan proses kohersi.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini bertujuan untuk lebih menonjolkan bentuk kekompakan kerja sama positif yang saling menguntungkan antara masing-masing pihak. Kekompakan PT DAM dan Persib Bandung dalam menjalin kerja sama pada paragraf ini dikemukakan lebih jelas sehingga tujuan memberikan informasi yang menarik bagi khalayak penggemar Persib bias terpenuhi.

4.2.1.10 Analisis Paragraf Sepuluh

Tabel 4.10

Paragraf ke sepuluh edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Fotografer yang disewa khusus untuk memotret mereka pun menyebutkan, empat pemain Persib itu ternyata sudah tidak gugup lagi jika harus berpose di hadapan kamera.	Pendapat dari seorang fotografer yang disewa khusus oleh Honda untuk kegiatan pemotretan ini.	Paragraf ini menceritakan alur pendapat dari seorang fotografer yang memotret para pemain Persib.	Maksud dari paragraf ini menerangkan bahwa fotografer yang dipakai adalah fotografer sewaan Honda yang menyatakan para pemain Persib tersebut sudah tidak gugup berpose di depan kamera.

Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat paragraf ini mengungkapkan bahwa ke empat pemain Persib yang dibidik gayanya itu ternyata sudah tidak gugup lagi menghadapi kamera dan berpose di depannya dengan arahan sang fotografer.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan pada paragraf ini berusaha menjelaskan tentang pendapat seorang fotografer.Paragraf ini juga mengemukakan bahwa fotografer yang dipakai oleh Honda ini juga merupakan fotografer sewaan dan ini mengindikasikan bahwa Honda tidak mau hasil gambarnya hanya setengah-setengah.Tetapi pihak Honda menginginkan hasil gambar yang maksimal agar kepentingan iklan Honda ini mempunyai nilai lebih untuk pencitraan perusahaan yang positif.Dan dengan memakai jasa seorang fotografer sewaan yang profesional ke empat pemain Persib pun tak luput dari pendapatnya.Hal ini mengenai gaya-gaya mereka yang tampak terbiasa dan sudah tidak gugup lagi menghadapi kamera.

4.2.1.11 Analisis Paragraf Sebelas

Tabel 4.11

Paragraf ke sebelas edisi Februari 2011 "Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
"wah, ternyata mereka pintar bergaya di depan kamera, sehingga sesi pemotretan tak membutuhkan waktu yang terlalu	Ungkapan seorang fotografer mengenai pemain Persib yang sudah pintar bergaya di depan kamera.	Dalam paragraf ini masih mengedepankan pernyataan dari seorang fotografer handal yang disewa Honda	Yang mendasari dari paragraf terakhir pada berita Persib dengan judul "Ekspresi Pemain Persib di Depan

lama,” ujar sang juru foto. [imf]		dalam proses kegiatan pemotretan ini.	Kamera” ini yaitu ungkapan fotografer yang merasa kagum dengan gaya-gaya yang ditampilkan pemain Persib dalam berpose di depan kamera.

Dari tabel 4.11 diatas terdapat kata “Wah” yang merupakan kata serapan daribahasa Indonesia dan arti kata depan ini sebagai penegas dari kata awalan dari suatu kalimat.

Dalam paragraf ini mengandung makna “Metafora” seperti yang dikemukakan Van Dijk dalam buku Analisis Wacana (Eriyanto, 2005:259):

> “Dalam suatu wacana, seorang wartawan tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, tetapi juga kiasan. Metafora dimaksud sebagai ornament atau bumbu dari suatu berita. Akan tetapi, pemakaian metafora tertentu bias jadi menjadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. Metafora tertentu dipakai oleh wartawan secara strategis sebagai landasan berpikir, landasan pembenar atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik.Metafora menggunakan kepercayaan masyarakat, ungkapan sehari-hari, peribahasa, pepatah, petuah leluhur, kata-kata kuno, bahkan mungkin ungkapan yang diambil dari ayat-ayat suci.Yang semuanya dipakai untuk memperkuat pesan utama”.

Dengan pemakaian kata “wah” ini menjadi petunjuk utama untuk memahami makna suatu teks pendapat atau gagasan tertentu kepada publik.Dan kata serapan ini diambil dari ungkapan sehari-hari dalam kegiatan berkomunikasi di masyarakat yang fungsinya untuk memperkuat pesan utama yang ingin disampaikan.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan pada penulisan paragraf ini adalah untuk memberikan pandangan terhadap masyarakat tentang profesionalisme dalam memandang kehebatan atau kepintaran para pemain Persib yang berpose di depan kamera. Pandangan subjektif dari seorang fotografer handal, tentang kepiawaian pemain Persib Bandung yang tampak sudah terbiasa berpose di depan kamera layaknya model.

4.2.1.12 Konteks SosialEdisi Februari 2011

Pandangan masyarakat pecinta atau penggemar Persib Bandung di Jawa Barat mengenai pemberitaan Persib di Tabloid Focus akan sangat membawa persepsi atau pandangan yang beragam dari setiap masyarakat. Seperti yang dikemukakan (Effendy, 1986: 122-123) salah satu fungsi surat kabar adalah mempengaruhi.

> "Mempengaruhi adalah fungsi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Funsgi mempengaruhi dari surat kabar secera implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Fungsi mempengaruhi khusus untuk bidang perniagaan pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan".

Kebiasaan pemain Persib adalah bertanding sepak bola di lapangan hijau. Mereka mempunyai trik-trik tersendiri untuk mengendalikan bola saat bertanding dengan tim lawan. Pada saat pertandingan berlangsung akan terlihat kepintaran dan kebolehan pemain ini dalam menggiring dan menggocek bola. Tetapi pada berita yang dimuat oleh Tabloid Focus ini cenderung berbeda dengan pemberitaan Persib di media cetak pada umumnya.

Berita mengenai Persib di Tabloid Focus dengan judul “Ekspresi Pemain Persib di Depan Kamera” ini menjadi hal unik bagi khalayak dan bisa membuat tertarik orang-orang untuk membacanya. Hal ini didasari pada hal baru dan kebiasaan lain yang dilakukan pemain Persib selaku atlet sepak bola dan ternyata pada berita yang dimuat Tabloid Focus ini justru mengangkat sisi lain Persib yaitu pemainnya dilibatkan pada pemotretan sebagai model bintang iklan.

4.2.2 Analisis Edisi September 2010 (Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013)

Hasil penelitian berdasarkan struktur makro, super struktur, dan struktur mikro.Tematik. Tematik yaitu topik dikedepankan kedalam suatu berita, skematik yaitu bagaimana bagian dan urutan berita di skemakan dalam teks berita utuh, dan skemantik yaitu makna yang ingin ditekankan dalam teks berita, misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat suatu eksplisit satu sisi dan mengurangi sisi detil lain yang terdapat pada seputar pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus edisi bulan September 2010 dan dapat dilihat pada tabel 4.12 s/d tabel 4.18 berikut:

4.2.2.1 Analisis Paragraf Pertama

Tabel 4.12

Paragraf pertama edisi September 2010 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
PT Daya Adira Mustika, Main Dealer Sepeda Motor Honda di Jawa Barat, kembali menjadi sponsor utama Persib Bandung hingga tahun 2013. Kesepakatan kontrak kerja sama dilakukan saat konferensi pers yang dilakukan di Café Pesrib, Jl. Sulanjana No 17 Bandung dan dihadiri lebih dari 40 media massa lokal maupun nasional (Selasa, 21/9).	Keterlibatannya PT Daya Adira Mustika (PT DAM) kembali menjadi sponsor utama Persib Bandung hingga tahun 2013.	Pada alur paragraf ini mengemukakan keterlibatan kontrak kerja sama antara Persib Bandung dan Honda yang disepakati kedua belah pihak pada saat konferensi pers yang dilakukan di Café Persib, Jl. Sulanjana No 17 Bandung.	Maksud utama dari paragraf pertama ini adalah kembalinya PT Daya Adira Mustika (Honda) sebagai sponsor utama Persib Bandung sampai tahun 2013 dengan kegiatan konferensi pers dengan pihak media dengan tujuan agar diketahui lebih luas oleh masyarakat.

Dari tabel 4.1 diatas mengemukakan bahwa adanya kejadian atau peristiwa penting mengenai Persib Bandung. Paragraf ini menjelaskan kembalinya PT DAM (Honda) menjadi sponsor utama Persib untuk 2010 sampai dengan tahun 2013. Pentingnya peristiwa ini menjadi menarik karena Persib merupakan tim sepak bola yang besar namanya di Indonesia yang untuk kedua kalinya disponsori

oleh Honda. Beberapa tahun sebelumnya dana yang dimiliki Persib berasal dari kucuran dan APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Dengan kembalinya PT DAM menjadi sponsor utama Persib ini semakin memantapkan manajemen tim Persib Bandung menjadi lebih independen dan mandiri.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini lebih berusaha mengedepankan informasi bagi pembaca tentang kembalinya Persib didanai dari Honda sebagai sponsor utama. Pemilihan kata secara tegas membuat kalimat di awal paragraf ini lebih mudah dibaca dan dicerna dengan tujuan pemahaman yang disepakati oleh semua pembaca dengan makna yang sama.

4.2.2.2 Analisis Paragraf Dua

Tabel 4.13

Paragraf kedua edisi September 2010 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Dukungan PT Daya Adira Mustika, sebagai distributor utama sepeda motor Honda di Jawa Barat ini diharapkan dapat dijadikan momentum positif untuk kiprah Persib menghadapi kompetisi	Sponsorship yang dilakukan PT DAM ini diharapkan dapat menjadi momentum positif untuk kiprah Persib Bandung menghadapi kompetisi Indonesia Super League (ISL).	Pada paragraf ketiga menegaskan bahwa ikatan kerja sama antara Persib dengan PT DAM (Honda) berlanjut dengan harapan dapat terus maningkat sampai level Asia.	Ikatan kerja sama yang terjadi antara Persib Bandung dan PT DAM ini dapat berlanjut dikarenakan prestasi Persib di kompetsi ISL musim lalu yang cukup membanggkan.

Indonesia Super League (ISL) hingga nantinya ke level Asia. Berlanjutnya ikatan kerja sama ini karena Persib tetap menunjukkan prestasi yang cukup membanggakan di kompetisi ISL musim lalu.			

Dalam paragraf ini mengandung makna “Maksud” seperti yang dikemukakan Van Dijk dalam buku Analisis Wacana (Eriyanto, 2005:239):

> “Elemen maskud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas.Sebaliknya. Informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi. Tujuan akhirnya adalah publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.Informasi yang menguntungkan disajikan secara jelas, dengan kata-kata yang tegas, dan menunjukkan langsung pada fakta. Elemen maksud menunjukkan bagaimana secara implicit dan tersembunyi bagaimana wartawan menggunakan praktik bahasa tertentu untuk menonjolkan basis kebenarannya dan secara implicit pula menyingkirkan versi kebenaran lain”.

Terdapat kalimat ”Dukungan PT Daya Adira Mustika, sebagai distributor utama sepeda motor Honda di Jawa Barat ini diharapkan dapat dijadikan momentum positif untuk kiprah Persib menghadapi kompetisi Indonesia Super League (ISL) hingga nantinya ke level Asia” informasi PT Daya Adira Mustika sebagai distributor utama sepeda motor Honda di Jawa Barat menguntungkan

salah satu pihak yang menampilkan betapa besarnya sebuah perusahaan Honda ini di Jawa Barat. Disamping itu, sebenarnya masih banyak merk sepeda motor lain yang beroperasi di Jawa Barat sebagai kompetitor sepeda motor Honda.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan pada paragraf ini seakan-akan mengajak para khalayak pembaca untuk ikut membayangkan dalam harapan Persib menjadi juara setelah kembalinya Honda untuk kedua kalinya menjadi sponsor utama Persib. Paragraf ini juga menerangkan bahwa kembali Honda mejadi sponsor Persib adalah momentum positif yang dirasakan mayarakat Jawa Barat.

Dukungan Honda terhadap Persib merupakan kabar baik bagi pecinta Persib dan umumnya bagi warga Jawa Barat. Karena dengan adanya sponsor bagi Persib adalah motivasi lebih untuk mengejar target menjadi juara Liga Super Indonesia.

4.2.2.3 Analisis Paragraf Tiga

Tabel 4.14

Paragraf ke tiga edisi September 2010 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika, Teddy Ramli mengaku bangga Daya-Honda tetap mendampingi Persib. Serah terima sertifikat kontrak kerja	Dengan kembalinya Honda menjadi sponsor Persib, General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika merasa bangga.	Keterkaitan paragraf ini dengan paragraf sebelumnya menunjukkan keterangan yang cukup jelas, karena disertai dengan ungkapan seseorang sebagai	Menegaskan bahwa siapa saja orang yang terlibat dalam acara tersebut, karena dilengkapi dengan pernyataan Daya-Honda mengaku bangga tetap mendampingi

sama dilakukan oleh Teddy Ramli dan Vebby Permadi (Direktur Marketing PT Persib Bandung Bertmartabat)		orang yang berkepentingan dalam kegiatan kerja sama tersebut.	Persib. Selain itu juga menjelaskan kegiatan serah terima sertifikat kontrak kerja sama oleh Teddy Ramli General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika, dan Vebby Permadi Direktur Marketing PT Persib Bandung Bertmartabat.

Dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat paragraf ini memakai paragraf campuran yang merupakan gabungan beberapa unsur paragraf deduktif dan paragraf induktif.Dengan demikian penempatan kalimat utama seolah-olah tersembunyi pada bagian tengah paragraf.Bahasa jurnalistik kurang menyukai paragraf campuran karena cenderung menyulitkan pembaca, pendengar, atau pemirsa untuk cepat mengambil kesimpulan mengenai pokok pikiran yang terdapat dalam suatu paragraf.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini mengutamakan informasi yang ingin diberikan kepada khalayak oleh penulis tentang rasa bangga yang dirasakan pihak Honda untuk kedua kalinya menjadi sponsor utama tim kebanggaan masyarakat Jawa Barat, Persib Bandung.

4.2.2.4 Analisis Paragraf Empat

Tabel 4.15

Paragraf ke empat edisi Februari 2011 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Teddy Ramli mengatakan, "Kami sangat senang dan gembira karena Daya-Honda tetap mendukung perjalanan Persib di kompetisi Liga Indonesia hingga tahun 2013. Semoga dukungan ini dapat menjadi dorongan moril tim Persib untuk mewujudkan impian Bobotoh Persib menjadi juara liga dan juara di level Asia."	Pernyataan dari seorang General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika, Teddy Ramli tentang perasaannya mengenai kegiatan tersebut.	Skema yang ditampilkan dalam paragraf ini sesuai dengan paragraf sebelumnya yaitu pernyataan langsung dari seseorang.	Persib Bandung menjadi juara liga dan juara di level Asia adalah harapan semua orang terlebih Bobotoh, dan dengan kembalinya PT DAM (Honda) menjadi sponsor Persib ini juga menjadi bentuk dukungan moril karena Teddy Ramli selaku General Manager Promosi PT Daya Adira Mustika juga merasa senang dan gembira.

Dalam paragraf ini mengandung muatan "Praanggapan" seperti yang dikemukakan Van Dijk dalam buku Analisis Wacana (Eriyanto, 2005:256):

> "Praanggapan atau elemen wacana praanggapan (*Presupposition*) merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks.Praanggapan akan hadir dengan pernyataan yang di pandang terpercaya sehingga tidak perlu dipertanyakan".

Pernyataan dari salah seorang pejabat pihak Honda beranggapan bahwa beliau sebagai perwakilan dari Honda merasa senang dan gembira karena Honda tetap mendukung Persib untuk musim komtepetisi 2010-2013. Dan sebelumnya kita dapat mengira kalau tidak semuanya pihak Honda setuju dengan kembalinya Honda menjadi sponsor Persib ini. Tetapi dengan pernyataan langsung yang dikeluarkan Teddy Ramli selaku Manager Promosi PT Daya Adira Mustika, kita tidak perlu lagi mempertanyakan hal itu karena dipandang dapat dipercaya.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini menguatkan pendapat dari seseorang mengenai keikutsertaan Honda kembali menjadi sponsor utama. Dan terbentuknya teks dalam paragraf ini masih berhubungan dengan paragraf sebelumnya.

Penguatan pemberitaan yang menjadi objek utama adalah keikutsertaan PT Daya Adira Mustika (Honda) menjadi sponsor utama Persib. Pernyataan yang dikemukakan pada paragraf ini menjadi informasi lebih yang berusaha ditampilkan oleh wartawan Tabloid Focus.

4.2.2.5 Analisis Paragraf Lima

Tabel 4.16

Paragraf ke lima edisi September 2010 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Seperti musim lalu, dengan	Logo Daya-Honda akan menempel	Paragraph kelima ini mempunyai	Menjelaskan apa saja yang akan

menjadi sponsor utama Persib Bandung, logo Daya-Honda tertempel pada dada kostum pemain Persib. Logo Daya-Honda tetap terpampang pada iklan *A board* di stadion tempat Persib berlatih dan bertanding. Logo Daya-Honda juga akan terdapat di Logo Daya-Honda juga akan terdapat di seluruh *apparel* pemain dan *official* Persib, baik itu kostum tim, celana, jaket, *travel bag*, *sticker*,hingga jadwal pertandingan. Selain itu, Daya-Honda kembali akan mengundang pemain Persib Bandung meramaikan kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Daya-Honda.	pada dada kostum pemain, iklan, *apparel* pemain dan official Persib dan pemain Persib akan terlibat pada kegiatan-kegiatan di Kota Bandung yang diadakan Honda.	penjelasan lebih mengenai penjelasan sebelumnya.	dilakukan tentang kegiatan kerja sama antara Honda dan Persib ini, seperti logo Honda yang akan menempel di dada pemain Persib dan produk *apparel*seluruh pemain dan *official* Persib. Kemudian pemain Persib yang akan dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan Honda.

Dari tabel 4.16 terdapat kata "*A Board*", "*apparel"*, "*travel bag"*, dan "*sticker"* yang kesemuanya itu diambil dari kata serapan dari bahasa Inggris. Kata "*Board"* mengandung arti papan, dan papan dimaksud adalah papan iklan.Setelah itu ada "*apparel"* yang mengandung arti pakaian atau kebutuhan pakaian.Ada

kata "*official*" yang mengndung arti pegawai atau karyawan yang bekerja untuk kepentingan dan kebutuhan Persib.Kata "Travel bag" terdiri dari dua kata serapan dari bahasa Inggris yaitu "*Travel"* dan "*Bag"*. "Travel" sendiri mengandung arti perjalanan, dan kata "*Bag*" mengandung arti tas atau koper, dan jika digabungkan mengandung arti tas atau koper perjalanan. Kemudian yang terakhir ada kata "*sticker"* yang mengandung arti pelekat atau tempelan dan sering dikenal dengan gambar tempel. Dari paparan mengenai kata-kata serapan bahasa Inggris diatas dapat disimpulkan bahwa logo Daya-Honda akan terpasang pada papan iklan, pakaian kostum, celana, jaket, dan koperpemain dan official Persib. Selain itu logo Daya-Honda juga terpasang pada tempelan atau gambar tempel.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan pada paragraf ini lebih mengedepankan informasi bagi pembaca terhadap logo Daya-Honda yang akan menghiasi sejumlah atribut yang akan dipakai oleh pemain Persib. Wartawan sebagai penulis berusaha mengemukakan secara detail tentang bukti kerja sama Honda sebagai sponsor utama, dan hal ini akan terlihat jelas pada logo Daya-Honda yang menempel di setiap pakaian atau atribut yang dikenakan pemain.

4.2.2.6 Analisi Paragraf Enam

Tabel 4.17

Paragraf ke enam edisi September 2010 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Menurut Armand. G. Imanto, General Manager Sales & Marketing PT Daya Adira Mustika, "Keikutsertaan Daya-Honda menjadi sponsor utama tim Persib seiring dengan prestasi yang telah dicapai masing-masing pihak baik Honda maupun Persib yang telah menjadi nomor satu di Jabar, sebab kami menyadari bahwa Persib memiliki bobotoh yang luar biasa banyak dan merupakan tim kesayangan masyarakat Jawa Barat. Selain itu antusiasme bobotoh Persib terhadap timnya selaras dengan kecintaan menggunkan produk-produk Honda yang didistribusikan oleh Daya selaku	Keikutsertaan Daya-Honda menjadi sponsor Persib.	Alur pada paragraph ini menampilkan pernyataan dari seseorang yaitu dari Armand. G. Imanto, General Manager Sales & Marketing PT Daya Adira Mustika, tentang keikutsertaan Daya-Honda menjadi sponsor Persib.	Alasan dukungan menjadi sponsor Persib yang dilakukan PT DAM (Honda) karena Persib telah menjadi nomor satu di Jabar dan memilki banyak bobotoh. Begitu pun produk Honda yang penjualannya sangat baik di area Jabar.

dealer pusat sepeda motor Honda di Jawa Barat.”			

Dari tabel 4.17 diatas dapat dicermati bahwa paragraf ini dibentuk oleh pendapat atau pandangan dari seseorang yang menyatakan kegiatan sponsorship ini selaras dengan prestasi Persib dan prestasi Honda di Jawa Barat.Prestasi Persib Bandung di musim kompetisi lalu yang cukup membanggakan dan juga prestasi Honda yang masih diminati produk-produknya oleh masyarakat di Jawa Barat.

Dalam paragraf ini mengandung makna “Maksud” seperti yang dikemukakan Van Dijk dalam buku Analisis Wacana (Eriyanto, 2005:239):

> “Elemen maskud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas.Sebaliknya. Informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, imlplisit, dan tersembunyi. Tujuan akhirnya adalah publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.Informasi yang menguntungkan disajikan secara jelas, dengan kata-kata yang tegas, dan menunjukkan langsung pada fakta. Elemen maksud menunjukkan bagaimana secara implicit dan tersembunyi bagaimana wartawan menggunakan praktik bahasa tertentu untuk menonjolkan basis kebenarannya dan secara implicit pula menyingkirkan versi kebenaran lain”.

Informasi yang menguntungkan bagi komunikator yaitu wartawan Honda untuk menaikkan pamor *brand image* sepeda motor Honda di Jawa Barat dengan pengungkapan prestasi Honda yang menyamai Persib. Informasi yang merugikan atau informasi yang tersamar pun tak terungkap bahwa sebenarnya merk sepeda motor yang populer di Jawa Barat bukan hanya Honda saja tetapi masih banyak

kompetitor lain. Bahkan pada kenyataannya penggemar Persib pun bukan hanya konsumen dari Honda saja.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragaf ini menekankan pada pernyataan sesorang dengan pemilihan kata yang baik dan berusaha menampilkan perasaan bangga dari salah seoarang petinggi di Honda yang menyatakan mengakui kehebatan Persib Bandung sebagai tim kesayangan dan tim kebanggan masyarakat Jawa Barat. Dan hal ini juga menjadi perasaan senasib yang dialami Honda sebagai produk sepeda motor di Indonesia yang cukup baik diterima oleh masyarakat Bandung dan lebih luas Jawa Barat.

4.2.2.7 Analisis Paragraf Tujuh

Tabel 4.18

Paragraf ke tujuh edisi September 2010 "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" di Tabloid Focus

Paragraf	Struktur makro/topik	Super struktur/skema	Struktur mikro/latar dan maskud
Acara ini pun dihadiri oleh pemain Persib yaitu Eka Ramdani dan Atep. Dukungan setia Daya-Honda terhadap Persib merupakan wujud kecintaan kepada klub yang dicintai oleh masyarakat Bandung dan Jawa Barat ini. Persib	Wujud dukungan yang dilakukan Daya-Honda kepada Persib Bandung sebagai tim kebanggan masyarakat Jawa Barat.	Skema pada paragraf ke tujuh ini sangat berhubungan dengan paragraf ke enam yang menjelaskan pernyataan dari Armand. G. Imanto, General Manager Sales & Marketing PT Daya Adira Mustika sebagai	Kegiatan kerja sama yang dilakukan Daya-Honda dan Persib ini didasari dari merek Honda yang cukup diterima dengan baik oleh masyarakat Jawa Barat dan Persib Bandung merupakan tim kesayangan Kota

memilki kesamaan dengan Honda, yang merupakan merek sepeda motor kesayangan masyarakat Jawa Barat.[imf]		pihak sponsor. Dan jika dikaitkan dengan paragraf ini menjelaskan lebih detail mengenai siapa pemain Persib yang hadir pada kesempatan itu serta menjelaskan wujud dukungan setia Honda kepada Persib yang merupakan tim kebanggan Jawa Barat.	Bandung dan warga Jawa Barat. Oleh karena itu dengan prestasi masing-masing yang telah dicapai di Jawa Barat maka tercetuslah inisiatif untuk melakukan kontrak kerja sama ini.

Dari tabel 4.18 diatas merupakan paragraf akhir dari berita yang dimuat. Paragraf ini diakhiri dengan kalimat penegas dan pemilihan kata yang berujung pada keseimbangan nilai berita dan tanpa mengambang di akhir cerita

Dalam paragraf ini mengandung makna "Bentuk Kalimat" seperti yang dikemukakan Van Dijk dalam buku Analisis Wacana (Eriyanto, 2005:251):

> "Bentuk kalimat adalah bentuk sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Dimana ia menyatakan apakah A yang menjelaskan B, ataukah B yang menjelaskan A. Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat".

Bentuk kalimat yang saling berhubungan yaitu adanya ungkapan yang saling menjelaskan. Seperti kalimat "Acara ini pun dihadiri oleh pemain Persib yaitu Eka Ramdani dan Atep" yang disusul dengan kalimat "Dukungan setia Daya-Honda terhadap Persib merupakan wujud kecintaan kepada klub yang dicintai oleh

masyarakat Bandung dan Jawa Barat ini". Kalimat tersebut merupakan penjelasan pada kalimat terakhir bahwa "Persib memilki kesamaan dengan Honda, yang merupakan merek sepeda motor kesayangan masyarakat Jawa Barat".Dengan demikian kalimat-kalimat diatas saling berhubungan dan terbentuk menjadi sebuah susunan bentuk kalimat yang mudah dipahami.

Kognisi Sosial Wartawan

Pandangan wartawan dalam menulis paragraf ini menguraikan bentuk rasa kebanggaan pada Persib dari pihak Honda sebagai sponsor. Hal ini seiring dengan prestasi Persib yang diakui oleh masyarakat Jawa Barat dan Honda pun ikut menyetujui dengan prestasi Persib yang patut diacungi jempol karena PT DAM sendiri sebagai perwakilan dari Honda pusat berada di wilayah Jawa Barat dan konsumennya juga banyak yang menjadi penggemar Persib Bandung.

Dukungan terhadap Persib ini adalah suatu kebanggan bagi Honda bisa memberikan dukungan penuh. Hal ini sesuai dengan perbincangan yang dilakukan peneliti dengan wartawan Tabloid Focus ketika proses wawancara. Beliau menambahkan bahwa PT Daya Adira Mustika (Honda) yang sudah beoperasi berpuluh-puluh tahun di Jawa Barat merasa bangga karena ada ikatan batin tersendiri Honda juga yang sebagian banyak pekerja atau karyawannya adalah warga asli Jawa Barat khususnya kota Bandung.

4.2.2.8 KonteksSosial Edisi September 2010

Setelah proses analisa dua berita mengenai analisis wacana pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus ini dilakukan peneliti berpendapat bahwa

persepsi dari sudut pandang masyarakat dapat menganggap dalam setiap pemberitaan Persib Bandung di Tabloid Focus akan sangat membawa pengaruh yang beragam dari setiap penggemar atau pecinta Persib Bandung. Seperti penjelasan berikut:

> "Mempengaruhi adalah fungsi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implisit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Fungsi mempengaruhi khusus untuk bidang perniagaan pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan."(Effendy, 1986:122-123)

Pada berita yang dimuat Tabloid Focus dengan judul "Daya-Honda Sponsor Utama Persib 2010-2013" ini menginformasikan kabar baik yang berkelanjutan.Pasalnya, bila musim lalu (2009-2010) kontrak sponsor hanya untuk semusim kompetisi, kontrak kali ini untuk tiga musim kompetisi yaitu dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Dan nyatanya, meski Persib gagal menjadi juara pada musim kompetisi lalu baik di ajang Liga Super Indonesia (LSI) maupun Copa Indonesia, namun tidak menyurutkan Daya-Honda untuk kembali mendukung tim kebanggaan masyarakat Jawa Barat itu. Dengan begitu akan menambah pembentukan citra yang positif bagi Persib karena tim sekelas Persib yang tadinya adalah tim sepak bola yang masih didanai dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan sekarang berubah menjadi tim sepak bola yang lebih profesioanal. Hal ini sesuai dengan menghindari akibat buruk dari wacana yang berkembang tentang di tahun 2013 mendatang, semua klub sepak bola profesional di Indonesia tidak boleh lagi menggunakan dana APBD untuk pembiayaannya. Pasalnya, kini pemerintah sedang mengkaji

sebuah peraturan pemerintah (PP) yang akan melarang pendanaan klub-klub sepak bola profesional dari dana APBD. Dan rencananya, PP itu akan keluar pada 2012 mendatang.

4.3 Pembahasan

Dari sekian banyak model analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli, model Van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Hal ini kemungkinan karena Van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bias didayagunakan dan dipakai secara praktis. Model yang dipakai Van Dijk ini sering disebut sebagai "kognisi social".Nama pendekatan semacam ini tidak dapat dilepaskan dari karakteristik pendekatan yang diperkenalkan oleh Van Dijk. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Disini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu.

Dalam pelaksanaannya Tabloid Focus mengedepankan informasi seputar otomotif di kota Bandung dan disisipi pemberitaan seputar Persib Bandung sebagai salah satu *icon*Jawa Barat. Pemilihan kata untuk membentuk konstruksi teks dalam pemberitaan Persib ini kurang baik dan tidak terlalu bersifat umum, dan hal ini tidak sesuai dengan sasaran pembacanya bahwa Tabloid Focus bukan hanya untuk kalangan intern perusahaan Honda tetapi juga untuk masyarakat

Jawa Barat dan bobotoh Persib yang menjadi konsumen Honda dan non Honda atau tidak memakai sepeda motor Honda.

Analisis wacana kritis (AWK) adalah sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk member penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang mau atau sedang dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Artinya, dalam sebuah konteks harus disadari akan adanya kepentingan. Oleh karena itu, analisis yang terbentuk nantinya disadari telah dipengaruhi oleh si penulis dari berbagai factor.Selain itu harus disadari pula bahwa dibalik wacana itu terdapatmakna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Wacana adalah proses pengembangan dari komunikasi yang menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa di dalam system kemasyarakatan yang luas. Melalui pendekatan wacana pesan-pesan komunikasi, seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar, dan lain-lain, eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya, misalnya konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatar belakangi keberadaannya, dan lain-lain.Kesemuanya itu dapat berupa nilai-nilai, ideologi, emosi, kepentingan-kepentingan, dan lain-lain.

Jadi, analisis wacana yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subjek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Pengungkapan dilakukan dengan

menempatkan diri pada posisi sang penulis yang mengikuti struktur makna dari sang penulis sehingga bentuk distribusi dan produksi ideologi yang disamarkan dalam wacana dapat diketahui. Jadi, wacana dapat dilihat dari bentuk hubungan kekuasaan terutama dalam pembentukan subjek dan berbagai tindakan representasi.

Peneliti menangkap pesan tersembunyi bahwa prestasi Persib di tingkat nasional dan telah mempunyai banyak penggemar ini dihubungkan pula dengan prestasi merk sepeda motor Honda yang telah diterima cukup baik oleh masyarakat Jawa Barat.Sehingga pandangan wartawan dalam setiap pemberitaan Persib di Tabloid Focus ini selalu dikaitkan dengan prestasi yang telah dicapai oleh masing-masing.

Dari segi teks, pemilihan kata yang ada pada pemberitaan Persib di Tabloid Focus masih ada beberapa istilah atau kata yang tidak lazim digunakan untuk menguatkan pesan utama yang ingin disampaikan.Kata yang tidak lazim biasanya diambil dari kata serapan bahasa Inggris atau bahasa Sunda yang tujuannya adalah untuk lebih mendekatkan secara emosinal dengan pembacanya dan lebih menguatkan pesan.Struktur teks yang ditampilkan pun masih banyak yang dilengkapi pendapat seseorang sebagai narasumber.Teks yang dipakai pun masih terkesan masih banyak yang bersifat intern perusahaan dan hal ini bisa terjadi karena Tabloid Focus sendiri masih berada dalam divisi *Corporate Communication* PT Daya Adira Mustika.

Kognisi sosial wartawan Tabloid Focus pada penulisan seputar pemberitaan Persib adalah sesuai dalam proses wawancara. Ketika peneliti melakukan tanya jawab dengan wartawan Tabloid Focus, Bapak Iman Firmansyah menjelaskan bahwa pemberitaan seputar Persib Bandung pada tabloid ini lebih berusaha untuk netral pada pemberitaannya. Adapun sesekali tampak pandangan berlebihan tentang pemberitaan Persib hal ini bisa terjadi karena rasa saling memiliki terhadap Persib yang menjadi *icon*JawaBarat khususnya kota Bandung.

Konteks pemberitaan Persib yang dimuat Tabloid Focus sangat menarik untuk disimak. Pasalnya, terlepas dari PT Daya Adira Mustika sendiri adalah sponsor utama Persib, dalam penyajiannya Tabloid Focus hanya membahas sisi lain dari kegiatan yang dilakukan Persib atau pemain Persib. Sisi lain dari Persib yang diungkap yaitu seputar kegiatan lain yang dilakukan Persib seperti para pemainnya yang dilibatkan pemotretan untuk kegiatan sponsorship, acara makan bareng dengan para bobotoh Persib yang beruntung, atau manajemen tim Persib yang melakukan kerja sama dengan pihak swasta yakni Honda dan lepas dari dana APBD. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri dan menjadi ciri khas dari Tabloid Focus yang dapat membuat pembacanya setia dan tetap mengikuti informasi seputar Persib yang dimuat Tabloid Focus.