BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Sebagai mahluk sosial setiap manusia secara alamiah memiliki potensi komunikasi, bahkan ketika manusia itu diam manusia itu sedang berkomunikasi, mengkomunikasikan keadaan perasaannya. Baik secara sadar maupun tidak manusia pasti berkomunikasi, komunikasi pun dapat kita temukan di semua sendi-sendi kehidupan, dimana setiap proses interaksi antara manusia dengan manusia lain pasti terdapat komunikasi.

Ilmu Komunikasi merupakan ilmu sosial terapan, bukan ilmu sosial murni, ilmu komunikasi tidak bersifat absolut, sifat ilmu komunikasi dapat berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman, hal tersebut dikarenakan ilmu komunikasi sangat erat kaitannya dengan tindak-tanduk perilaku manusia, sedangkan perilaku atau tingkah laku manusia dapat dipengaruhi oleh lingkungan, termasuk perkembangan zaman.

Sifat ilmu komunikasi adalah interdisipliner atau multidisipliner. Maka dari itu ilmu komunikasi dapat menyisip dan berhubungan erat dengan ilmu sosial lainnya. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu sosial lainnya, terutama ilmu sosial kemasyarakatan.

Banyak definisi dan pengertian tentang komunikasi para ahli komunikasi untuk dapat menjelaskan apa itu komunikasi. Wiryanto dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan bahwa, "Komunikasi mengandung makna bersama-sama *(common).* Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum bersama-sama." (Wiryanto, 2004:5)

Effendy menjelaskan lebih jauh, bahwa dalam perkembangan selanjutnya, komunikasi dapat berlangsung melalui banyak tahap, bahwa sejarah tentang komunikasi massa dianggap tidak tepat lagi karena tidak menjangkau proses komunikasi yang menyeluruh. Penelitian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld, Bernald Berelson, Hazel Gaudet, Elihu Katz, Robert Merton, Frank Stanton, Wilbur Schramm, Everett M. Rogers, dan para cendekiawan lainnya menunjukkan bahwa:

> "Gejala sosial yang diakibatkan oleh media massa tidak hanya berlangsung satu tahap, tetapi banyak tahap. Ini dikenal dengan *two-step flow communication* dan *multistep flow communication*. Pengambilan keputusan banyak dilakukan atas dasar hasil komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*) dan komunikasi kelompok (*group communication*) sebagai kelanjutan dari komunikasi massa (*mass communication*)" (Effendy, 2005 : 4).

Pengertian komunikasi lainnya bila ditinjau dari tujuan manusia berkomunikasi adalah untuk menyampaikan maksud hingga dapat mengubah perilaku orang yang dituju, menurut Mulyana sebagai berikut, "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan

rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain)". (Mulyana, 2003:62).

Selain itu, Joseph A Devito menegaskan bahwa komunikologi adalah ilmu komunikasi, terutama komunikasi oleh dan di antara manusia. Seorang komunikologi adalah ahli ilmu komunikasi. Istilah komunikasi dipergunakan untuk menunjukkan tiga bidang studi yang berbeda: proses komunikasi, pesan yang dikomunikasikan, dan studi mengenai proses komunikasi.

Luasnya komunikasi ini didefinisikan oleh **Devito** sebagai:

> "Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih, yakni kegiatan menyampaikan dan menerima pesan, yang mendapat distorsi dari ganggua-ngangguan, dalam suatu konteks, yang menimbulkan efek dan kesempatan arus balik. Oleh karena itu, kegiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, penerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses *encoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya paling esensial dalam setiap pertimbangan mengenai kegiatan komunikasi. Ini dapat kita namakan kesemestaan komunikasi; Unsur-unsur yang terdapat pada setiap kegiatan komunikasi, apakah itu intra-persona, antarpersona, kelompok kecil, pidato, komunikasi massa atau komunikasi antarbudaya." (Effendy, 2005 : 5)

Menurut **Roger** dan **D Lawrence** (1981), mengatakan bahwa komunikasi adalah:

> "Suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam" (Cangara, 2004 :19)

Sementara **Raymond S Ross,** melihat komunikasi yang berawal dari proses penyampaian suatu lambang:

> "*A transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source*."
>
> (Proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respon yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.) (Rakhmat, 2007:3).

Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

2.1.2. Komponen-komponen Komunikasi

Berdasarkan beberapa pengertian komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen. Menurut Effendy (2005:6), Ruang Lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Untuk itu, Lasswell memberikan paradigma bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.2.1. Komunikator dan Komunikan

Komunikator dan komunikan merupakan salah satu unsur terpenting dalam proses komunikasi. Komunikator sering juga disebut sebagai sumber atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

Hafied Cangara dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi” mengatakan bahwa:

”Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga” (Cangara, 2004:23).

Begitu pula dengan komunikator atau penerima, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Cangara menjelaskan, ”Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara”. Selain itu, ”dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber”. Cangara pun menekankan:

”Kenalilah khalayakmu adalah prinsip dasar dalam berkomunikasi. Karena mengetahui dan memahami karakteristik penerima (khalayak),

berarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi" (Cangara, 2004:25).

2.1.2.2. Pesan

Pesan yang dalam bahasa Inggris disebut *message*, *content*, atau *information*, salah unsur dalam komunikasi yang teramat penting, karena salah satu tujuan dari komunikasi yaitu menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan itu sendiri. Cangara menjelaskan bahwa:

"Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda" (Cangara, 2004:23).

2.1.2.3. Media

Media dalam proses komunikasi yaitu, "Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima" (Cangara, 2004:23).

Media yang digunakan dalam proses komunikasi bermacam-macam, tergantung dari konteks komunikasi yang berlaku dalam proses komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi misalnya, dalam hal ini media yang digunakan yaitu pancaindera.

Selain itu, "Ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi" (Cangara, 2004:24).

Lebih jelas lagi Cangara menjelaskan, dalam konteks komunikasi massa media, yaitu:

> ”Alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surata kabar, majalah, buku, *leaflet*, brosur, stiker, buletin, *hand out*, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, *video recording*, komputer, *electronic board*, *audio casette*, dan semacamnya” (Cangara, 2004:24).

2.1.2.4. Efek

Efek atau dapat disebut pengaruh, juga merupakan bagian dari proses komunikasi. Namun, efek ini dapat dikatakan sebagai akibat dari proses komunikasi yang telah dilakukan. Seperti yang dijelaskan Cangara, masih dalam bukunya ”Pengantar Ilmu Komunikasi”, pengaruh atau efek adalah:

> ”Perbedaaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang” (De Fleur, 1982, dalam Cangara, 2004:25).

Oleh sebab itu, Cangara mengatakan, ”Pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan” (Cangara, 2004:25).

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami

maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku.

Menurut Onong Uchjana dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, menyebutkan ada beberapa tujuan dalam berkomunikasi, yaitu:

a. perubahan sikap *(attitude change)*
b. Perubahan Pendapat *(opinion change)*
c. Perubahan Perilaku *(behavior change)*
d. Perubahan Sosial *(sosial change).* (Effendy, 2006:8)

Sedangkan Joseph Devito dalam bukunya Komunikasi Antar Manusia menyebutkan bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Menemukan

Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara. Komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar yang dipenuhi oleh objek, peristiwa dan manusia.

b. Untuk Berhubungan

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain

c. Untuk Meyakinkan

Media massa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita.

d. Untuk Bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak (Devito, 1997:31)

2.1.4 Lingkup Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:52), ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari, menelaah dan meneliti kegiatan-kegiatan komunikasi manusia yang luas ruang lingkup (scope)-nya dan banyak dimensinya. Para mahasiswa acap kali mengklasifikasikan aspek-aspek komunikasi ke dalam jenis-jenis yang satu sama lain berbeda konteksnya. Berikut ini adalah penjenisan komunikasi berdasarkan konteksnya.

A. Bidang Komunikasi

Yang dimaksud dengan bidang ini adalah bidang pada kehidupan manusia, dimana diantara jenis kehidupan yang satu dengan jenis kehidupan lain terdapat perbedaan yang khas, dan kekhasan ini menyangkut pula proses komunikasi. Berdasarkan bidangnya, komunikasi meliputi jenis-jenis sebagai berikut:

1) komunikasi sosial *(sosial communication)*
2) komunikasi organisasi atau manajemen *(organizational or management communication)*
3) komunikasi bisnis *(business communication)*
4) komunikasi politik *(political communication)*
5) komunikasi internasional *(international communication)*
6) komunikasi antar budaya *(intercultural communication)*
7) komunikasi pembangunan *(development communication)*
8) komunikasi tradisional *(traditional communication)*

B. Sifat Komunikasi ditinjau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

1. komunikasi verbal *(verbal communicaton)*
    a. komunikasi lisan
    b. komunikasi tulisan
2. komunikasi nirverbal *(nonverbal communication)*
    a. kial *(gestural)*
    b. gambar *(pictorial)*
3. tatap muka *(face to face)*
4. bermedia *(mediated)*

C. Tatanan Komunikasi yang dimaksud dengan tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar. Berdasarkan situasi komunikasi seperti itu, maka diklasifikasikan menjadi bentuk-bentuk sebagai berikut:

a. Komunikasi Pribadi *(Personal Communication)*
    komunikasi intrapribadi *(intrapersonal communication)*
    komunikasi antarpribadi *(interpersonal communication)*
b. Komunikasi Kelompok *(Group Communication)*
    komunikasi kelompok kecil *(small group communication)*
    komunikasi kelompok *besar (big group communication)*
c. Komunikasi Massa *(Mass Communication)*
    komunikasi media massa cetak *(printed mass media)*
    komunikasi media massa elektronik *(electronic mass media)*

D. Fungsi Komunikasi

Fungsi Komunikasi antara lain:

a. Menginformasikan *(to Inform)*
b. Mendidik (to educate)
c. Menghibur *(to entertaint)*
d. mempengaruhi *(to influence)* (Effendy, 2003:55)

E. Teknik Komunikasi

Istilah teknik komunikasi berasal dari bahasa Yunani *"technikos"* yang berarti ketrampilan. Berdasarkan ketrampilan komunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi:

a. Komunikasi informastif *(informative communication)*
b. Persuasif *(persuasive)*
c. Pervasif *(pervasive)*
d. Koersif *(coercive)*
e. Instruktif *(instructive)*
f. Hubungan manusiawi *(human relations)* (Effendy, 2003:55)

F. Metode Komunikasi

Istilah metode dalam bahasa Inggris *"Method"* berasal dari bahasa Yunani *"methodos"* yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, mapan, dan logis.

Atas dasar pengertian diatas, metode komunikasi meliputi kegiatan-kegiatan yang teroganisaasi sebagai berikut:

1. Jurnalisme
    a. Jurnalisme cetak
    b. Jurnalisme elektronik
2. Hubungan Masyarakat
    a. Periklanan
    b. Propaganda
    c. Perang urat syaraf
    d. Perpustakaan (Effendy, 2003: 56)

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Untuk memberikan batasan tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki cirri tersendiri. Begitu mendengar istilah komunikasi massa, biasanya yang muncul dibenak seseorang adalah bayangan tentang surat kabar, radio, televisi atau film. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya 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, 1993:77)

Berbeda halnya dengan Effendy yang mendefinisikan komunikasi massa sebagai komunikasi yang melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televise

yang ditujukan kepada kepada umum, dan film yang dipertunjukan gedung-gedung bioskop. (Effendy, 2003:79)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media yang termasuk media massa adalah radio, televisi, surat kabar, majalah, film, dan sebagainya.

2.2.2 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.

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk, *feature*, iklan, artikel, dan sebagainya, dimana khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan di televisi ataupun surat kabar.

Untuk mengembangkan wawasan kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain, karena melalui komunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya. Hal ini sesuai dengan fungsi komunikasi massa, yakni fungsi proses pengembangan mental.

Fungsi adaptasi lingkungan adalah setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut.

Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling mempengaruhi dunia dan orang-orang yang ada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat control utama dan pengaturan lingkungan.

2.2.3 Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa menurut Onong Uchjana Effendy. Yaitu:

a. komunikator pada komunikasi massa melembaga
b. pesan komunikasi massa bersifat umum
c. komunikasi massa menimbulkan keserempakan
d. komunikan pada komunikasi massa bersifat heterogen
e. komunikasi massa berlangsung satu arah (Effendy, 2000:37)

Komunikator melakukan komunikasi atas nama organisasi atau institusi, maupun instansi. Mempunyai struktur organisasi garis tanggung jawab tertentu sesuai dengan kebijakan dan peraturan lembaganya.

Komunikasi massa menyampaikan pesan yang ditujukan kepada umum, karena mengenai kepentingan umum pula. Maka komunikasi yang ditujukan perorangan atau sekelompok orang tertentu tidak termasuk ke dalam komunikasi massa. Komunikasi massa mencapai komunikasn dari berbagai golongan, berbagai tingkat pendidikan, usia, maupun latar belakang kebudayaan yang berbeda.

Komunikasi melalui media massa dapat dinikmati oleh komunikan yang jumlahnya tidak terbatas dan terpisah secara geografis pada saat yang sama. Komunikasi massa menyebarkan pesan yang menyangkut masalah kepentingan umum. Oleh karenanya, siapapun dapat memanfaatkannya. Komunikan tersebar dan terdiri atas berbagai latar belakang yang berbeda beda. Berbeda dengan komunikasi tatap muka, dimana komunikan dapat memberikan respon secara langsung, maka dalam komunikasi massa tidak terdapat arus balik dari komunikasi.

2.3 Tinjauan tentang Jurnalistik

2.3.1 Pengertian dan Sejarah Jurnalistik

Jurnalistik atau *journalism* berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga surat kabar. *Journa*l berasal dari perkataan latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari.

Dari perkataan itulah lahir kata jurnalis, yaitu orang-orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik.

MacDougall dalam buku jurnalistik teori dan praktik, menyebutkan bahwa jurnalisme adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Jurnalisme sangat penting di mana pun dan kapan pun. Jurnalisme sangat diperlukan dalam suatu negara demokratis. Tak peduli perubahan-perubahan apa pun di masa depan, baik perubahan sosial, ekonomi, politik maupun yang lainnya. Tak dapat dibayangkan, akan pernah ada saatnya ketika tiada seorang pun yang fungsinya mencari berita tentang peristiwa yang terjadi dan menyampaikan berita tersebut kepada khalayak ramai, dibarengi dengan penjelasan tentang peristiwa itu.

Sejarah jurnalistik dimulai ketika tiga ribu tahun yang lalu, Firaun di Mesir, Amentop III, mengirimkan ratusan pesan kepada para perwiranya di provinsi-provinsi untuk memberitahukan apa yang terjadi di ibukota. Di Roma dua ribu tahun yang lalu

Asal mula istilah jurnalistik berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *"de jour"* yang berarti hari, istilah tersebut karena pada masa itu dalm politik Yunani terdapat suatu lembara-lembaran yang berisikan kejadian-kejadian pada hari itu yang setiap harinya ditulis dan ditempelkan di pusat-pusat keramaian kota untuk diberitakan. pada masa yang lain, istilah lain tentang jurnalistik pun muncul pada zaman Romawi kuno yaitu *"Acta Diurna"*, yang berarti lembaran yang ditempelkan di dinding yang berisikan peraturan-

peraturan yang dibuat oleh senator, dan dari situlah asal muasal munculnya media massa.

2.4 Tinjauan Tentang Teks Pidato

2.4.1 Pengertian Tentang Retorika

Pidato atau retorika titik tolaknya adalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai tujuan tertentu (misalnya memberikan informasi atau member motivasi). Berbicara adalah salah satu kemampuan khusus pada manusia. Oleh karena itu pembicaraan itu setua umur bangsa manusia. Bahasa dan pembicaraan itu muncul, ketika manusia mengungkapkan dan menyampaikan pikirannya kepada manusia lain.

Retorika berarti kesenian untuk berbicara baik yang dicapai berdasarkan bakat alam dan ketrampilan teknis. Belakangan ini retorika diartikan sebagai kesenian untuk berbicara baik, yang digunakan dalam proses komunikasi antarmanusia.

Kesenian berbicara ini bukan hanya berarti berbicara lancer tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan suatu kemampuan untuk berbicara dan berpidato secara singkat, jelas, padat dan mengesankan. Retorika modern mencakup ingatan yang kuat, daya kreasi dan fantasi yang tinggi teknik pengungkapan yang tepat dan daya pembuktian serta penilaian yang tepat.

Retorika modern adalah gabungan yang serasi antara pengetahuan , pikiran, kesenian dan kesanggupan berbicara. Dalam bahasa percakapan atau bahasa popular retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan. Itu berarti orang harus dapat berbicara jelas, singkat, efektif. Jelas supaya mudah dipahami, singkat untuk menghemat waktu dan sebagai tanda kepintaran, dan efektif karena apa gunanya berbicara kalau tidak membawa efek?.

Dalam konteks ini sebuah pepatah Cina mengatakan “orang yang menembak banyak belum tentu seorang penembak yang baik. Orang berbicara banyak belum tentu seorang yang pandai berbicara.

2.4.2 Tipe-tipe Pidato

Sebelumnya telah dikemukakan bahwa kunci pidato yang berhasil salah satunya adalah persiapan. Dalam hal ini Bung Karno mempersiapkan pidatonya sendiri, dengan pemikiran yang tidak asal, termasuk pemilihan kata yang akan digunakan diperhatikan betul oleh Bung Karno. Namun sebelum kita melangkah ke tahap tahap persiapan perlu kiranya kita mengetahui tipe-tipe pidato. Dengan mengetahui tipe-tipe pidato, diharapkan kita akan bisa menentukan tipe pidato macam apa yang yang paling tepat berdasarkan pesan atau tema yang akan kita sampaikan pada momen tertentu dan dengan khalayak tertentu pula.

Pidato dan presentasi adalah sarana yang strategis untuk menyampaikan informasi, meyakinkan klien atau publik, disamping menghibur, menyampaikan hal-hal yang bersifat teknis, atau sekedar menyampaikan ucapan selamat dan terima kasih.

Empat pidato formal ada empat, yaitu: informatif, persuasif, menghibur (rekreatif), dan teknis. Sedangkan ada satu lagi pidato yang tidak formal, biasanya biasa disebut pidato singkat *(brief remarks).*

Pidato informatif; pidato informatif umumnya (tapi tidak selalu) menggunakan bantuan visual. Poko persoalannya adalah bagaimana informasi bisa dengan mudah dipahami oleh khalayak dengan sedikit atau tanpa latar belakang persoalan itu. Pidato informatif bermaksud memberiktahukan informasi baru agar dipahami oleh khalayak. Pidato ini biasanya disampaikan oleh kepala suatu organisasi dalam pertemuan tahunan atau saat seorang dosen memberikan kuliah kepada mahasiswanya.

Pidato persuasif; pidato persuasif berupaya untuk menjual suatu ide, pribad, aksi, atau barang. Ia digunakan untuk mempengaruhi atau meyakinkan khalayak untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Ia juga bisa digunkan untuk mempromosikan produk atau jasa tertentu. Pidato politik dalam gedung parlemen atau saat kampanye politik termasuk kategori ini.

Pidato menghibur; presentasi yang disengaja dirancang terutama untuk menghibur, seperti pidato yang disampaikan setelah acara makan bersama atau saat ulang tahun. Di sisni pembicara mencoba membangun suasana

kegembiraan dan setelah pidato bisa meninggalkan khalayak dengan kesan yang menyenangkan.

Pidato teknis; presentasi yang bersifat teknis yang hampir selalu melibatkan alat bantu visual atau handout yang tercetak. Presentasi ini memang bersifat informatif, namun informasinya sangat bersifat teknis. Presentasi hasil temuan dari seorang ahli, presentasi cara penggunaan alat baru dalam suatu organisasi, atau presentasi di parlemen yang menjelaskan secara rinci kerangka perundangan yang baru oleh suatu kelompok ahli, termasuk kategori ini.

Pidato singkat; ekspresi ucapan terima kasih. Penyampaian ucapan selamat ulang datang atau penerimaan. Sebagai ucapan terimakasih atas keanggotaan baru biasanya ketua si anggota yang bersangkutan adiminta untuk menyampaikan beberapa patah kata. Ketika seseorang atlet atau artis menerima penghargaan kadang-kadang ia juga diminta memberikan komentar singkat. Ini adalah contoh pidato singkat, yang tidak perlu berpanjang-panjang.

Dalam kenyataanya, pidato informatif yang baik pun perlu sentuhan hiburan atau humor untuk membuat suasana menjadi cair. Begitupun pidato rekreatif (yang bersifat menghibur) tidak perlu melulu komedi atau humor, cerita yang bagus dan disampaikan dengan baik juga bisa menjadi pidato yang menghibur.

2.5 Tinjauan Tentang Wacana

2.5.1 Pengertian Tentang Wacana

Sudah lama bahasa menjadi unsur kajian ilmu pengetahuan, bahkan sejak zaman Yunani Kuno, walaupun bukan untuk kepentingan kebahasaan dan komunikasi. Pada saat itu alas an mengapa bahasa perlu untuk dikaji karena bahasa dianggap sebagai sebuah alat yang tepat untuk mengungkapkan konsep-konsep berpikir dan hasil pemikiran filosofis.

Bahasa merupakan alat komunikasi yang penting bagi manusia sehingga dalam kenyataannya bahasa menjadi aspek penting dalam melakukan sosialisasi atau berinteraksi sosial dengan bahasa manusia dapat menyampaikan berbagai berita, pikiran, pengalaman, gagasan, pendapat, perasaan, keinginan, dan lain-lain kepada orang lain. (Kurniawan dalam Darma, 2009:1). Bahasa meliputi tataran fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan wacana. Berdasarkan hierarkinya, wacana merupakan tataran bahasa terbesar, tertinggi dan terlengkap.

Pembahasan wacana adalah rangkaian kesatuan situasi atau dengan kata lain, makna suatu bahasa berada dalam konteks dan situasi. Wacana dikatakan terlengkap karena wacana mencakup tataran dibawahnya, yakni fonologi, morfologi, sintaksis, semantik, dan ditunjang oleh unsur lainnya, yaitu situasi pemakaian dalam masyarakat.

Alex Sobur dalam Darma mengatakan, “wacana adalah rangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (subjek) yang disajikan

secara teratur, sistematis, dalam kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa." Jadi, wacana adalah proses komunikasi menggunakan symbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa di dalam system kemasyarakatan yang luas. Melalui pesan wacana, pesan-pesan komunikasi seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar, dan lain-lain, tidak bersifat netral atau steril. Eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya, konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatarbelakangi keberadaannya, dan lain-lain. Kesemuanya itu dapat berupa nilai-nilai, ideologi, emosi, kepentingan-kepentingan, dan lain-lain.

2.5.2 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 komunikas, cara pemaparan, dan jenis pemakaian. Dalam kenyataan wujud dari bentuk wacana itu
5. Dibentuk oleh unsur segmental dan non segmental.

2.5.3 Wujud dan Jenis Wacana

Wujud adalah rupa dan bentuk yang dapat diraba atau nyata. Jenis adalah cirri khusus. Jadi wujud wacana mempunyai rupa atau bentuk wacana yang nyata dan dapat kita lihatstrukturnya secara nyata. Sedangkan jenis wacana mempunyai arti bahwa wacana itu memiliki sifat-sifat atau cirri-ciri khas yang dapat dibedakan dari bentuk bahasa lain.

Pada dasarnya, wujud dan jenis wacana dapat ditinjau dari sudut realitas, media komunikasi, cara pemaparan, dan jenis pemakaian. Dalam kenyataannya wujud wacana itu dapat dilihat dalam beragam buah karya si pembuat wacana, yaitu: teks (wacana dalam wujud tulisan/grafis) antara lain dalam bentuk berita, *feature*, artikel, opini, cerpen, novel, dsb. Talk (wacana dalam wujud ucapan) antara lain dalam wujud rekaman wawancara, obrolan, pidato, dsb. Act (wacana dalam wujud tindakan) antara lain dalam wujud lakon drama, tarian, film, *defile*, demonstrasi, dsb. *Artifact* (wacana dalam wujud jejak) antara lain dalam wujud bangunan, lanskap, *fashion*, puing, dsb.

2.6 Tinjauan Tentang Analisis Wacana

Analisis wacana muncul sebagai suatu reaksi terhadap linguistik murni yang tidak bisa mengungkap hakikat bahasa secara sempurna. Dalam hal ini para pakar analisis wacana mencoba untuk memberikan alternatif dalam memahami bahasa tersebut. Analisis wacana mengkaji bahasa secara terpadu, dalam arti tidak terpisah-pisah seperti dalam linguistic, semua unsur bahasa terikat pada konteks

pemakaian. Oleh karena itu, analisis wacana sangat penting untuk memahami hakikat bahasa dan perilaku berbahasa termasuk belajar bahasa.

Menurut Stubbs dalam Darma (2009:15), “wacana adalah suatu disiplin ilmu yang berusaha mengkaji penggunaan bahasa yang nyata dalam komunikasi”. Bahwa analisis wacana merupakan suatu kajian yang meniliti dan menganalisis bahasa yang digunkan secara alamiah, baik lisan atau tulis, misalnyapemakaian bahasa dalam komunikasi sehari-hari. Analisis wacana menekankan kajiannya pada penggunaan bahasa dalam konteks sosial, khususnya dalam penggunaan bahasa antarpenutur. Jadi, jalasnya analisis wacana bertujuan untuk mencari keteraturan, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan keberterimaan penggunaan bahasa di masyarakat secara realita dan cenderung tidak merumuskan kaidah bahasa seperti dalam tata bahasa.

Sedangkan Kartomiharjo dalam Darma (2009:15), mengungkapkan bahawa analisis wacana merupakan cabang ilmu bahasa yang dikembangkan untuk menganalisis suatu unit bahasa yang lebih besar daripada kalimat. Analisis wacana lazim digunakan untuk menemukan makna wacana yang persis sama atau pailing tidak sangat ketat dengan makna yang dimaksud oleh pembicara dalam wacana lisan, oleh penulis dalam wacana tulis.

2.7 Tinjauan Tentang Analisis Wacana Kritis

2.7.1 Pengertian Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis dalam pandangan kritis, bahwa pandangan kritis ingin mengoreksi pandangan konstruksivisme yang kurang sensitif pada proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional. Pandangan konstruktivisme 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 paradigm kritis.

Analisis wacana tidak dipusatkan pada kebenaran/ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti pada analisis konstruktifisme. Analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan fikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekeuatan sosial yang ada dalam masyarakat. Bahasa disini tidak dipahami sebagai medium netral yang terletak diluar diri si pembicara.

Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai refresenatsi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi didalamnya. Oleh karena itu, analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa: batasan-batasan apa yang diperkenankan yang jadi wacana, perspektif yang mesti dipakai, topik apa yang dibicarakan. Dengan pandangan semacam ini, wacana

melihat bahasa selalu terlibat dalam hubunngan kekuasaan, terutama dalam pembentukan subjek, dan berbagaia tindakan representasi yang terdapat dalam masyarakat. Karena memkai perspektif kritis, analisi wacana kategori ini disebut sebagai analisis wacana kritis (CDA). Ini untuk membedakan dengan analisis wacana kategori sebelumnya.

2.7.2 Karakteristik Analsis Wacana Kritis

Dalam analisis wacana kritis *(Critical Discourse Analisis / CDA)* wacana disini tidak dipahami semata sebagai studi bahasa. Pada akhirnya, analisis wacana memang menggunakan bahasa dalam teks untuk dianalisis, tetapi bahasa yang dianalisis di sini agak berbeda dengan studi bahasa dalam pengertian linguistic tradisional. Bahasa dianalisis bukan dengan menggambarkan semata dari aspek kebahasaan, tetapi juga menghubungkan dengan konteks. Konteks di sini berarti bahasa itu dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan.

Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis melihat wacana (pemakaian bahasa dalam tutur dan tulisan) sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial yang menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya.

Praktik wacana pun bisa jadi menampilkan ideologi, wacana dapat memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak imbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita, kelompok mayoritas dan minoritas

melalui mana perbedaan itu direpresentasikan dalam posisi sosial yang ditampilkan. Sebagai contoh, melalui wacana, bahwa keadaan yang rasis, seksis, atau ketimpangan dalam kehidupan sosial dianggap sebagai suatu *common sense*, suatu kewajaran atau alamiah, dan memang seperti itu kenyataannya.

Analisis wacana kritis melihat wacana sebagai factor penting, yaitu bagaimana bahasa digunakan untuk memperlihatkan ketimpangan kekuasaan yang terjadi dalam masyarakat. Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing. Dan karakteristik penting dari analisis wacana kritis yang diambil dari tulisan Teun A. van Dijk, Fairclough, dan Wodak, sebagai berikut:

1. Tindakan

   Prinsip pertama, wacana dipahami sebagai sebuah tidakan *(action)*. Dengan pemahaman semacam ini wacana ditempatkan sebagai bentuk interasi, wacana bukan ditempatkan seperti dalam ruang tertutup internal. Bahwa seseorang berbicara atau menulis mempunyai maksud tertentu, baik besar maupun kecil. Selain itu wacana dipahami sebagai sesuatu bentuk ekspresi sadar dan terkontrol, bukan sesuatu diluar kendali ataupun ekspresi diluar kesadaran.

2. Konteks

Analsiss wacana kritis memperhatikan konteks dari wacana, seperti latar, situasi, peristiwa, dan kondisi. Wacana dipandang, diproduksi, dimengerti, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Wacana dianggap dibentuk sehingga harus ditafsirkan dalam situasi dan kondisi yang khusus. Wacana kritis mendefinisikan teks dan percakapan pada situasi tertentu, bahwa wacana berada dalam situasi sosial tertentu.

3. Historis

Menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu, berarti wacana diproduksi dalam konteks tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyertakan konteks yang menyertainya. Salah satu aspek penting untuk bisa mengerti teks adalah dengan menempatkan wacana dalam konteks historis tertentu.

4. Kekuasaan

Analsis wacana kritis juga mempertimbangkan elemen kekuasaan (power) dalam analisisnya. Bahwa setiap wacana yang muncul, dalam bentuk teks, percakapan, atau apa pun, tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar dan netral, tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat.

5. Ideologi

Ideology juga konsep yang sentral dalam analisis wacana yang bersifat kritis. Hal ini karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideology atau pencerminan dari ideology tertentu. Teori-teori klasik tentang ideology di antaranya mengatakan bahwa ideology dibangun oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka.

2.8 Analisis Wacana Kritis Model Teun A. van Dijk

Model analisis wacana van Dijk adalah model yang mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis. Model yang dipakai van Dijk ini sering disebut dengat model “kognisi sosial”. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Proses produksi itu, dan pendekatan ini sangat khas van Dijk, melibatkan suatu proses yang disebut kognisi sosial.

Penelitian tentang wacana tidak dapt mengeksklusi seakan-akan teks adalah bidang yang kosong, sebaliknya bahwa teks adalah bagian kecil dari struktur besar masyarakat. Pendekatan yang dikenal kognisi sosial ini membantu memetakan bagaimana produksi teks yang melibatkan proses yang kompleks tersebut dapat dipelajari dan dijelaskan.

a. Teks

Teks bukan sesuatu yang datang dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi teks dibentuk dalam suatu diskursus, suatu praktik wacana. Van dijk membuat suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial tersebut dengan elemen wacana yang mikro dengan sebuah dimensi yang disebut kognisi sosial.

b. Kognisi Sosial

Kognisi sosial pun dapat memiliki dua arti. Pada satu sisi menunjukan bagaimana proses teks tersebut diproduksi berdasarkan informasi dan pemahaman si pembuat teks. Pada sisi lain menggambarkan bagaimana nilai-nilai yang telah menyebar dalam kehidupan sosial masyarakat itu diserap oleh kognisi si pembuat, dan akhirnya keduanya digunakan untuk membuat suatu teks.

c. Konteks

Van Dijk pun melihat bagaimana struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi (pikiran) dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap suatu teks tertentu.

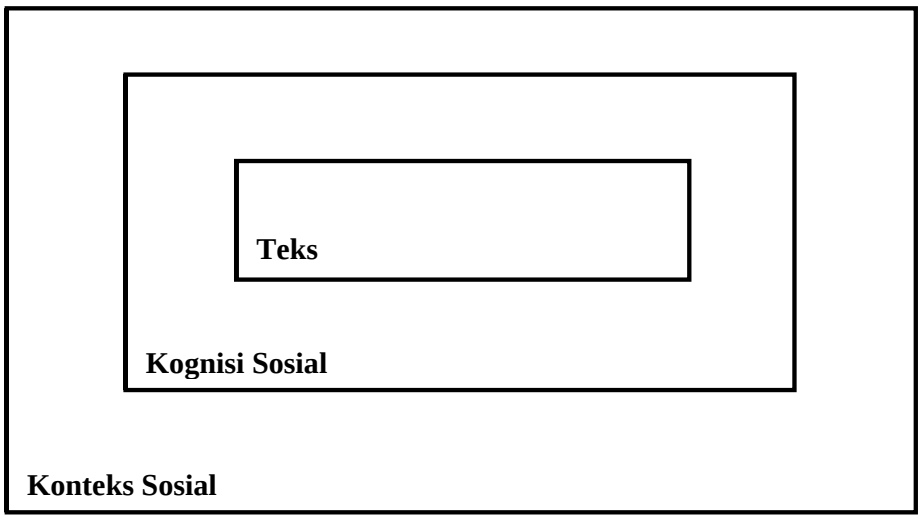
2.9 Kerangka Analisis Wacana Model Teun A. van Dijk

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 berita yang melibatkan kognisi individu dari wartawan. 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 berita itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat. Model analisis van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Analisis Wacana Model Teun A. van Dijk



Sumber: Eriyanto, 2009:225

A. Teks

Van Dijk melihat suatu teks terdiri dari atas beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing saling mendukung. Ia membaginya ke dalam tiga tingkatan. **Pertama**, struktur makro. Ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita.

Kedua, superstruktur. 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, parafrase, dan gambar.

Menurut van Dijk, meskipun terdiri dari berbagai elemen, semua elemen tersebut merupakan satu kesatuan, saling berhubungan dan mendukung satu sama lainnya. Makna global dari suatu teks (tema) didukung oleh kerangka teks dan pada akhirnya pilihan kata dan kalimat yang dipakai. Bahwa antar bagian teks dalam model van Dijk dilihat saling mendukung, mengandung arti yang koheren satu sama lain. Hal ini karena semua teks dipandang oleh van Dijk mempunyai suatu aturan yang dapat dilihat sebagai suatu piramida.

Makna global dari suatu teks didukung oleh kata, kalimat, dan proposisi yang dipakai. Pernyataan atau tema pada level umum didukung oleh pilihan kata, kalimat, atau retorika tertentu. Prinsip ini membantu peneliti untuk mengamati bagaimana suatu teks terbangun lewat elemen-elemen yang lebih kecil.skema ini juga memberikan peta untuk mempelajari suatu teks. Kita tidak Cuma mengerti apa isi dari suatu teks, tetapi juga elemen yang membentuk teks berita, kata, kalimat, paragraph, dan preposisi. Dan kalau digambarkan maka struktur teks adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Struktur Teks Pada Dimensi Teks Kerangka Analisis van Dijk

Struktur Makro Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks.
Superstruktur Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
Struktur Mikro Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat, gaya yang dipakai dalam suatu teks

Sumber : Eriyanto, 2009:227

Pemakaian kata, kalimat, proposisi, retorika, tertentu dipahami oleh van Dijk sebagai bagian dari strategi si pembuat teks. Pemakaian kata –kata tertentu, kalimat dan gaya tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi semata, tetapi dipandang sebagai politik berkomunikasi, yaitu suatu cara untuk mempengaruhi pendapat umum, menciptakan dukungan, memperkuat legitimasi, dan menyingkirkanlawan atau penentang. Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seorang menyampaikan pesan. Kata-kata tertentu mungkin dipilih untuk mempertegas pilihan dan sikap, membentuk kesadaran politik dan sebagainya. Berikut akan diuraikan satu per satu elemen wacana van Dijk tersebut.

Tabel 2.2
Elemen Wacana Pada Struktur Wacana van Dijk

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur Makro	**TEMATIK** Tema / topik yang dikedepankan dalam suatu teks	Topik
Superstruktur	**SKEMATIK** Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	Skema
Struktur Mikro	**SEMANTIK** Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Missal dengan member detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.	Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, nominalisasi
Strutur Mikro	**SNTAKSIS** Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih	Bentuk Klimat, Koherensi, Kata Ganti
	STILISTIK Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
	RETORIS Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora, Ekspresi

Sumber : Eriyanto, 2009:228-229

B. Kognisi Sosial

Dimana proses produksi teks pledoi Indonesia Menggugat yang melibatkan pengetahuan atau kognisi individu Bung Karno sebagai pembuat teks. Menganalisis bagaimana kognisi Bung Karno dalam memahami seseorang, peristiwa dan faham tertentu yang ditulisnya berdasarkan informasi dan pemahaman yang Bung Karno dapatkan.

C. Konteks Sosial

Mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Pada konteks penelitian ini adalah wacana yang berkembang pada masyarakat Nusantara masa sebelum kemerdekaan sekitar tahun1930. Melihat bagaimana suatu teks dihubungkan lebih jauh dengan struktur sosial dan pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat atas suatu wacana, pada penelitian ini struktur sosial dan pengetahuan yang dianut oleh masyarakat Nusantara. Menganalisis bagaimana proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa tertentu digambarkan oleh relaitas yang dipercaya oleh masyarakat pada waktu itu.