BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengartian 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 social 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 social lainnya. Hal itu disebabkan oleh objek materialnya sama dengan 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 *twostep 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, egiatan komunikasi meliputi komponen-komponen sebagai berikut: konteks, sumber, menerima, pesan, saluran, gangguan, proses penyampaian atau proses e*ncoding*, penerimaan atau proses *decoding*, arus balik dan efek. Unsur-unsur tersebut agaknya saling 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)

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.

2.1.3 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 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)

2.2 Tinjauan Tentang Motto

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia, yang dikarang oleh J.S,Badudu disebutkan bahwa motto adalah “kata yang digunakan sebagai semboyan, pedoman, atau prinsip yang menunjukan pendirian atau tujuan”.

Motto adalah “kata atau seruan yang mengambarkan motivasi, semangat, dan tujuan dari suatu organisasi”.(Wikepedia,2007)

Diarru dalam artikelnya yang berjudul “Logo dan Motto Perusahaan” memberikan defenisi bahwa motto adalah “suatu tujuan jangka panjang yang akan dicapai berdasarkan operasional Perusahaan”. (Diarru,2008: diarru.multiply.com)

Motto sering disamakan dengan slogan atau kredo, seperti yang diungkapkan oleh Poerwanto dalam bukunya yang berjudul Budaya Perusahaan, menyebutkan bahwa motto, slogan atau kredo adalah “kata-kata atau kalimat yang mengekspresikan suatu nilai bagi perusahaan secara singkat dan mempunyai makna khusus bagi organisasi secara keseluruhan, karyawan harus menerima sebagai suatu hal yang dapat mengikat secara psikologi maupun sosiologi.(Poerwanto,2008:62)

Slogan adalah “perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu” (Dita, 2008: dita0108axelabsky.multiply.com)

Kredo adalah “pandangan sebuah perusahaan yang hanya dikomunikasikan secara internal perusahaan saja yang berfungsi untuk menyemangati, atau menumbuhkan spirit bekerja para karyawan”. (Fahima,2008: swa.co.id/sekunder/konsultasi/pemasaran/advertising)

"Motto, slogan atau kredo sebaiknya menggunakan kata-kata sederhana dan mengandung pesan secara strategis menyampaikan visi dan nilai-nilai perusahaan". (Poerwanto,2008:64)

2.3 Tinjauan tentang Visi, Misi dan Gol Unikom

a. Visi Unikom

Menjadi Universitas terdepan dibidang Teknologi Informasi & Komputer, berwawasan Global dan menjadi pusat Unggulan dibidang ilmu pengetahuan Teknologi dan seni yang mendukung pembangunan nasional serta berorientasi pada kepentingan masyarakat, bangsa dan Negara.

b. Misi Unikom

Menyelenggarakan Pendidikan tinggi kearah masyarakat Industri maju dengan sistem pendidikan yang kondusif, tenaga pengajar berkualitas dan program-program studi berbasis pada teknologi informasi & komputer dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada, kualitas dan manajemen mutu berdasarkan prinsip Quality Is Our Tradition.

c. Gol Unikom

Menghasilkan Ilmuwan dan berpikiran tinggi maju dibidangnya masing-masing, mahir menggunakan teknologi informasi & komputer dalam bekerja serta beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

2.4 Tinjauan Tentang Wacana

2.4.1 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, gambargambar, 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.

2.4.2 Ciri-ciri dan Sifat Wacana

Berdasrkan pengertian wacana, kita dapat mengidentifikasi ciri dan sifatsebuah wacana, antara lain sebagai berikut:

1. Wacana dapat berupa rangkaian ujar secara lisan dan tulisan atau rangkaian tindak tutur.
2. Wacana mengungkapkan suatu hal (subjek).
3. Penyajian teratur, sistematis, koheren, dan lengkap dengan semua situasi pendukungnya.
4. Memiliki satu kesatuan misi dalam rangkaian itu.realitas, media komunikasi, cara pemaparan, dan jenis pemakaian. Dalam kenyataan wujud dari bentuk wacana itu
5. Dibentuk oleh unsur segmental dan non segmental.

2.4.3 Wujud dan Jenis Wacana

Wujud adalah rupa dan bentuk yang dapat diraba atau nyata. Jenis adalah ciri 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.

2.5 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, misalnya pemakaian 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 acana lisan, oleh penulis dalam wacana tulis.

2.6 Tinjauan Tentang Analisis Wacana Kritis

2.6.1 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 alam setiap proses bahasa: batasanbatasan 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.

2.6.2 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

   Ideologi 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.

2.7 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 social. 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 dapat 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 Sosial

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.

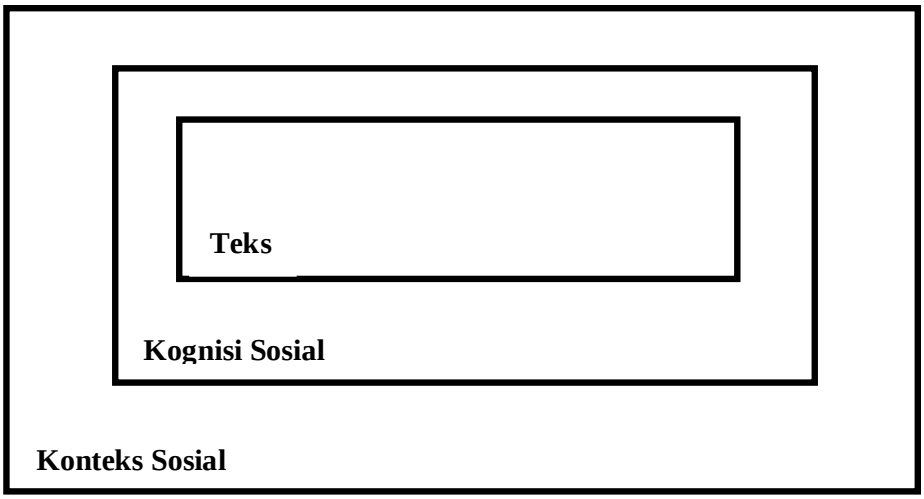
2.8 Kerangka Analisis Wacana Model Teun A. van Dijk

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	Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, nominalisasi

	mengurangi detil sisi lain.	
Strutur Mikro	**SINTAKSIS** 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 motto UNIKOM yang melibatkan pengetahuan atau kognisi pembuat teks(Rektor Unikom). Menganalisis bagaimana kognisi pembuat teks dalam memahami khalayak, dan makna tertentu yang ditulisnya berdasarkan informasi dan pemahaman yang pembuat teks dapatkan.

C. Konteks Sosial

Mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Pada konteks penelitian ini adalah wacana yang berkembang pada masyarakat. 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.

2.9 Kerangka Pemikiran

2.9.1 Kerangka Teoritis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengenai teks motto Universitas komputer Indonesia. Motto sering disamakan dengan slogan atau kredo, seperti yang diungkapkan oleh Poerwanto dalam bukunya yang berjudul Budaya Perusahaan, menyebutkan bahwa motto, slogan atau kredo adalah "kata-kata atau kalimat yang mengekspresikan suatu nilai bagi perusahaan secara singkat dan mempunyai makna khusus bagi organisasi secara keseluruhan, karyawan harus menerima sebagai suatu hal yang dapat mengikat secara psikologi maupun sosiologi."

Motto merupakan gambaran bagi suatu perusahaan untuk menyampaikan makna serta nilai-nilai yang dimiliki oleh perusahaan mengandung perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu.

Dalam penelitian ini, untuk dapat membangun makna yang terkandung dalam teks motto Universitas komputer Indonesia peneliti menggunakan teori analisis wacana kritis Teun A Van Dijk.

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. Melalui berbagai karyanya, van Dijk membuat kerangka

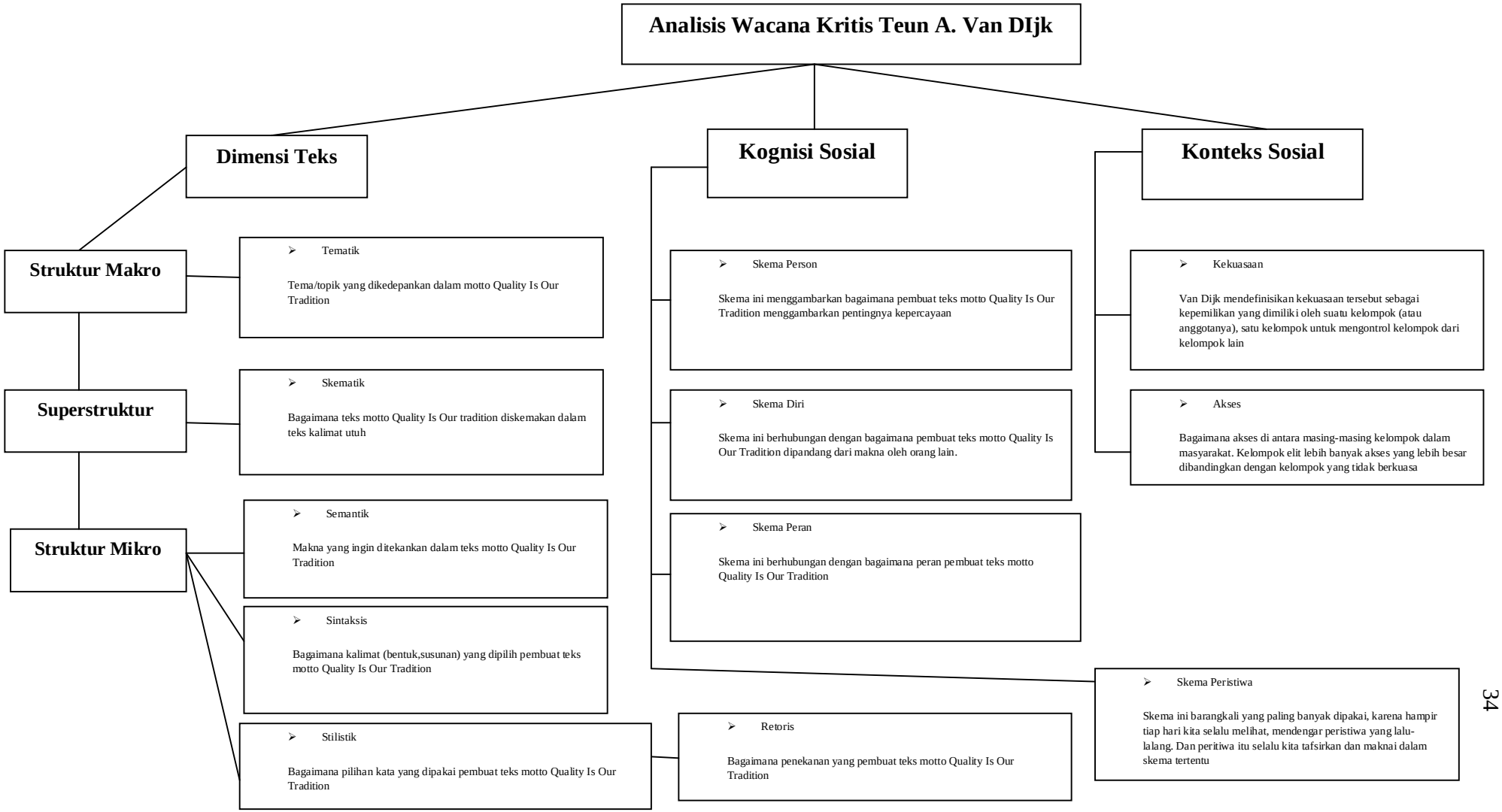
analisis wacana yang dapat didayagunakan. Van Dijk membaginya kedalam tiga tingkatan :

1. Stuktur makro. Ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
2. Superstuktur, adalah kerangka suatu teks : bagaimana stuktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
3. Stuktur mikro, adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisa kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebagainya.

2.9.2 Kerangka Konseptual

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa motto merupakan suatu teks yang menggambarkan visi serta nilai dari suatu perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti mengetahui adanya makna dibalik sebuah tesk motto dan bagaimana membangun makna tersebut sehingga menjadi sebuah teks yang menggambarkan jati diri suatu perusahaan. Peneliti dalam penelitian ini meneliti motto yang dimiliki Universitas Komputer Indonesia. Sebab, seiring berjalannya waktu Universitas Komputer Indonesia dengan umurnya yang masih muda sudah menunjukan kualitasnya di dunia pendidikan.

Peneliti menggunaka teori analisis wacana kritis agar bisa mengupas satu per satu makna dari teks motto Unikom, mulai dari dimensi teks, dimensi kognisi sosial, sampai dimensi konteks sosialnya yang pada akhrinya tebangunlah makna dari motto Universitas Komputer Indonesia *"Quality Is Our Tradition"*.


Analisis Wacana Kritis Teun A. Van DIjk
Dimensi Teks
Kognisi Sosial
Konteks Sosial
Struktur Makro
Superstruktur
Struktur Mikro
Tematik
Tema/topik yang dikedepankan dalam motto Quality Is Our Tradition
Skematik
Bagaimana teks motto Quality Is Our tradition diskemakan dalam teks kalimat utuh
Semantik
Makna yang ingin ditekankan dalam teks motto Quality Is Our Tradition
Sintaksis
Bagaimana kalimat (bentuk,susunan) yang dipilih pembuat teks motto Quality Is Our Tradition
Stilistik
Bagaimana pilihan kata yang dipakai pembuat teks motto Quality Is Our Tradition
Skema Person
Skema ini menggambarkan bagaimana pembuat teks motto Quality Is Our Tradition menggambarkan pentingnya kepercayaan
Skema Diri
Skema ini berhubungan dengan bagaimana pembuat teks motto Quality Is Our Tradition dipandang dari makna oleh orang lain.
Skema Peran
Skema ini berhubungan dengan bagaimana peran pembuat teks motto Quality Is Our Tradition
Retoris
Bagaimana penekanan yang pembuat teks motto Quality Is Our Tradition
Kekuasaan
Van Dijk mendefinisikan kekuasaan tersebut sebagai kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok (atau anggotanya), satu kelompok untuk mengontrol kelompok dari kelompok lain
Akses
Bagaimana akses di antara masing-masing kelompok dalam masyarakat. Kelompok elit lebih banyak akses yang lebih besar dibandingkan dengan kelompok yang tidak berkuasa
Skema Peristiwa
Skema ini barangkali yang paling banyak dipakai, karena hampir tiap hari kita selalu melihat, mendengar peristiwa yang lalu-lalang. Dan peritiwa itu selalu kita tafsirkan dan maknai dalam skema tertentu