BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Pustaka

Peneliti menggunakan studi terdahulu (telaah pustaka) untuk menemukan gambaran penelitian atau karya ilmiah terdahulu. Penelitian terdahulu dapat memberikan konsep-konsep penting yang digunakan, dapat berupa jurnal, buku, karya ilmiah yang serta penjelasan aspek-aspek yang tercakup di dalamnya.

Kajian kritis atas pembahasan suatu topik yang sudah ditulis oleh para peneliti atau ilmuwan yang terakreditasi (diakui kepakarannya). Kepakaran diakui bila penelitian dipublikasikan melalui jurnal atau seminar bertaraf nasional atau internasional atau dalam bentuk cetakan buku yang representatif. Telaah Pustaka meliputi pelbagai sumber pustaka yang membahas satu topik dan masalah penelitian yang spesifik.

Jadi melakukan Telaah Pustaka membutuhkan lebih dari satu pustaka (bacaan) agar dapat menjadikan sebuah penelitian dan mempunyai mempunyai acuan penelitian terdahulu. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut:

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Telaah pustaka yang menjadi acuan dapat berupa laporan, tesis, esai kajian pustaka yang diterbitkan dalam jurnal ilmiah. Untuk menjadi acuan peneliti menemukan karya yang telah dipublikasikan sebagai berikut:

Tabel 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Jenis	Tahun	Institusi	Judul Penelitian	Metode & Desain
1	Jafry Prabu Prakoso.	Skripsi	Jakarta 2013	Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	"RELASI, BAHASA, KUASA, DAN IDEOLOGI TOKOH DI MEDIA" sub judul (Analisis Wacana Kritis Isu Korupsi Dalam Pemberitaan Dahlan Iskan Melawan Vs Anggota Perwakilan Rakyat di *Koran Tempo*).	Metode Penelitian Kualitatif & Menggunakan 2 pisau analisis yaitu: Analisis Wacana Zhondang Pan Dan Gerald M. Kosicki & Analisis Wacana Kritis Norman Faircough.
	Analisis Perbedaan Penelitiannya sama-sama menggunakan Analisis Wacana Kritis dan juga menggunakan teori dari Norman Fairclough dalam penelitiannya juga mencari relasi, bahasa, kuasa, dan ideologi tokoh di media sehingga dapat membatu penelitian yang sekarang dalam mengarahkan penelitian. **Analisis Kesamaan** Membahas isu korupsi di koran *Tempo.* Peneliti mengambil subjek wakil DPR Fahri Hamzah sedangkan penelitian ini adalah Dahlan Iskan. Objeknya juga berbeda, ia mengambil objek pemberitaaan dalam teks koran *Tempo* sedangkan penelitian ini mengambil objek Tsamara Amani yang pada tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC) di tvOne. **Hasil** Penelitiannya dimaksudkan untuk mengetahui teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya. Serta untuk mengetahui relasi bahasa, kuasa, dan ideologi media terhadap pemberitaan dahlan iskan melawan anggota dpr, di koran tempo. Penelitiannya menganggap bahwa media adalah					

	suatu alat yang penting pula untuk mempengaruhi pembacanya, karena di media tersebut memuat berbagai tulisan, simbol dan bahasa.					
2	*Centre For Strategic And Internationa l Studies* (CSIS)	Survey Nasional Rilis Dan Konferensi Pers	November 2017	*Centre For Strategic And International Studies* (CSIS)	Ada Apa Dengan Generasi Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik	Survey nasional millenial dan non millenial dengan teknik wawancara responden di 34 provinsi seluruh Indonesia : Responden millenial 600 orang dan non millenial 851 (Awal 1000 namun dikeluarkan karena usia nya dibawah 30)
	Perbedaan Jenis penelitiannya adalah survey nasional menggunakan metode wawancara tatap muka saja, pemilihan repondennya menggunakan *multi stage random sampling*. Sedangkan peneliti dalam menentukan narasmber (informan) menggunakan *purposive sampling.* **Kesamaan** Adapun keterkaitan penelitian ini dengan yang sekarang adalah sama-sama mencari esensi dari kaum Millenial, bagaimana Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politiknya sehingga penelitian yang sekarang terbantu atas kesamaan esensi tersebut. **Hasil** Survey dilakuakan untuk mencari data sementara atas perbedaan bagaimana generasi millenial dan non millenial dalam aspek Sosial, Ekonomi dan Politik.					
3	Melvhin Samuel Harapenta	Skripsi	2014	Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi	Representasi Dialektika Hitam dan Putih dalam	Metode Penelitian Kualitatif

				Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas komputer indonesia Bandung	Video Klip Superfine (Studi Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Video Klip Kontemplasi Dini Hari Karya Superfine)	Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough
	Perbedaan Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana makna dialektika hitam dan putih dalam Video Klip Kontemplasi Dini Hari karya Superfine. Memberikan manfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi, secara umum dibidang Jurnalistik maupun secara khusus tentang analisis wacana kritis Norman Fairclough yang terdapat dalam sebuah karya berbentuk Video Klip. Hanya saja perbedaanya penelitian Melvin tidak meggunakan analisis dari isi wacana seperti yang saya teliti yaitu hegemony dari Antonio Gramsci. **Kesamaan** Persamaannya yaitu penelitiannya menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. **Hasil** Penlitiannya hampir mirip hanya penelitian Melvin tidak mengambil figur hegemoni dan ideologi Antonio Gramsci untuk mengupas dari isi wacana tersebut.					
4	Nevita Yuning Astary	Skripsi	2017	Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA BANDUNG	WACANA PENGUATAN KOMISI PEMBERANTASAN KORUPSI (KPK) (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Tajuk Rencana Harian Pikiran Rakyat Edisi	Metode Penelitian Kualitatif Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

					13 Februari 2017).	
	Analisis Perbedaan Penelitian ini membahas teks dalam Tajuk Rencana Harian Pikiran Rakyat Edisi 13 Februari 2017 sedangkan penelitian ini membahas tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC) di tvOne. **Analisis Kesamaan** Dalam penelitiannya sama-sama menggunakan analisis wacana kritis, dengan pembahasannya KPK maka ada relevansinya kedalam penelitian sekarang. **Hasil** Skripsinya bertujuan untuk mengetahui bagaimana wacana penguatan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam tajuk rencana Harian Pikiran Rakyat edisi 13 Februari 2017 jika dilihat dari teks, produksi dan konsumsi teks, serta keadaan sosial budaya yang menyertainya. Hasil penelitian mengenai wacana penguatan KPK dalam tajuk rencana Harian Pikiran Rakyat ini dijelaskan kedalam tiga struktur model Norman Fairclough. Yaitu teks, dimana Pikiran Rakyat mendukung penuh kerjasama KPK dan PPATK sebagaimana tercantum dalam lead tajuk rencana. Produksi teks tajuk rencana di Pikiran Rakyat dilakukan oleh jajaran pimpinan redaksi. Selain faktor aktualitas dan kelayakan, isu yang diangkat dalam tajuk rencana ini sangat berkenaan dengan kepentingan masyarakat. Konsumsi teks dilakukan berdasarkan Hak Angket yang dilakukan DPR terhadap UU No. 30 Tahun 2002 dengan tujuan revisi. Pikiran Rakyat sangat mendukung langkah KPK untuk terus berjuang memberantas tindak korupsi baik di pemerintahan, maupun di sektor privat. Meski banyak pihak yang melakukan upaya pelemahan terhadap lembaga antirasuah tersebut.					

2.2 Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi melalui media massa (Media cetak dan elektronik). Komunikator menyampaikan informasi tanpa harus tahu komunikannya siapa dan dari golongan mana. Penerimaan pesan komunikasi massa tidak hanya dalam jumlah yang besar (heterogen). Namun, komunikannya pun terdiri dari orang-orang yang berbeda, diantaranya usia, agama, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat sosial, dan lain sebagainya. (Skripsi Yuning. 2017:27)

Untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memilki ciri tersendiri. Dalam mendefinisikan komunikasi

massa, para ahli memiliki perbedaan dalam memberikan batasan terhadap pengertian istilah ini.

Pengertian komunikasi massa yang dikemukakan oleh Severin dan Tankard Jr., (1992:3), dalam bukunya Communication Theories: *Origins, Methods, And Uses In The Mass* Media yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy yaitu "Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknikteknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik." (Skripsi Yuning. 2017:28)

Menurut Effendy (1993), komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa moderen, seperti surat kabar, radio, film dan televisi. Melalui media massa sebuah informasi atau pesan dapat disampaikan kepada komunikan yang beragam dan jumlah yang banyak secara serentak. (Skripsi Yuning. 2017:29)

Sementara itu, Djalaludin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan ;

> Komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, melalui media cetak atau elekronik sehinga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat" (Rahkmat, 1993 : 177).

Untuk era millenial komunikasi massa memang sangat dibutuhkan sehingga apapun nantinya yang akan disampaikan mempunyai nilai lebih karena target massa nya sangat besar.

2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Elvinaro Ardianto, dkk dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi Massa Suatu Pengantar" menyatakan, bahwa sedikitnya ada delapan karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi massa. Kedelapan karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

- **Komunikator Terlambangkan**

  Ciri komunikasi masa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks. (Ardianto, dkk, 2009:7)

- **Pesan Bersifat Umum**

  Massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. (Ardianto, dkk, 2009:7)

- **Komunikannya Anonim dan Heterogen**

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya mengunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda. (Ardianto, dkk, 2009:8)

- **Media Massa Menimbulkan Keserempakan**

  Effendy mengartikan keserempakan media massa itu sebagai keserempakan konteks dengan sejumlah besar penduduk dalam jumlah yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. (Ardianto, dkk, 2009:9)

- **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**

  Salah satu prinsip komunikasi adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakanya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. (Ardianto, dkk, 2009:9)

- **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah**

  Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif

menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog. (Ardianto, dkk, 2009:10)

- **Stimulasi Alat Indera Terbatas**

  Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar. (Ardianto, dkk, 2009:11)

- **Umpan Balik Tertunda *(Delayed)* dan tidak langsung *(Indirect)***

  Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan Feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan tidak langsung (Indirect), Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi massa. Efektivitas komunikasi sering dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. (Ardianto, dkk, 2009:11)

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Setiap yang dilakukan dengan komunikasi massa pasti ada fungsi fungsi dari komunikasi massa tersebut. Adapun menurut buku Aneka Suara, Satu Dunia *(Many Voices One World),* dengan Mac Bride sebagai editornya, mengemukakan tentang fungsi komunikasi dalam tiap sistem sosial:

1. Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemprosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan seseorang agar dimengerti dan bereaksi terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, serta dapat mengambil keputusan yang tepat.

2. Sosialisasi

   Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan seseorang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya dan berperan aktif di masyarakat.

3. Motivasi

   Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, serta mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama.

4. Perdebatan dan diskusi

   Menyediakan dan saling menukar fakta dan informasi yang diperlukan, sehingga tercapai persetujuan ataumenyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti– bukti yang relevan, untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih

melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

5. Pendidikan

   Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, dan pendidikan keterampilan serta kemahiran.

6. Memajukan kebudayaan

   Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni untuk melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas serta kebutuhan estetikanya.

7. Hiburan

   Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

8. Integrasi

   Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan

mengerti dan menghargai kondisi, pandangan, dan keinginan orang lain. (Skripsi Yuning. 2017:29-32)

Dalam buku Psikologi Komunikasi, Djalaludin Rakhmat menjelaskan tentang fungsi komunikasi massa, yaitu:

1) Bersifat langsung, dengan arti komunikasi massa harus memalui media perantara.
2) Bersifat satu arah, dengan artian tidak ada feedback secara langsung dari komunikan kepada komunikator, dari pesan yang disampaikan.
3) Bersifat terbuka, artinya ditunjau untuk khalayak luas yang tidak terbatas dan bersifat anonim.
4) Mempunyai massa atau komunikan yang secara geografis tersebar atau dalam jarak yang berjauhan. (Rakhkmat dalam Yuning. 2017:32)

2.3 Media Massa

Media massa adalah tempat dimuat atau disiarkannya hasil kerja wartawan. Media massa dibagi menjadi dua kategori, *pertama* media masa cetak seperti surat kabar dan majalah, *kedua* elektronik seperti radio, televisi dan internet *(media online).* Setiap media masa memiliki karakter masing-masing. (Hikmat 2011:75)

2.3.1 Pengertian Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV (Cangara, 2002). Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi (Rakhmat, 2001).

> Ruang media massa termasuk didalamnya televisi dan radio, saat ini cenderung menjadi arena pertarungan di antara pemilik kekuatan ekonomi, politik maupun budaya. Ketidak jelasan visi, misi dan orientasi kebangsaan media mainstream menjauhkan media dari karakter bangsa. Karena itu, hubungan media dan karakter bangsa perlu dirumuskan kembali sesuai dengan kondisi jaman, disosialisasikan dan di implementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Euforia era reformasi dalam melahap informasi masih terus berlangsung, sambil kunjung terbentuk kesadaran bagi para pemilik, pelaku media untuk meneguhkan siapa diri kita sesungguhnya sebagai sebuah bangsa yang bermartabat. (Slamet, 2013 Volum VI: 120)

Sedangkan menurut peneliti media massa adalah suatu bentuk badan usaha yang kerjanya memuat dan menyiarkan berita kepada khalayak. Disebut padan usaha karena media adalah suatu institusi pers yang mempunyai tanggung jawab dan sebagai media bisnis pula. Sehingga media massa adalah tempat mereproduksi suatu informasi baik berupa tayangan visual ataupun non visual.

Sekarang media massa semakin berbeda dari segi efektifitas dan efisiensinya, karena media massa dituntut untuk selalu berubah sesuai perkembangan teknologi dunia. Dulu mudia massa di identikkan dengan

media cetak (koran), radio, dan televisi. Tetapi berbeda dengan kondisi sekarang, dulu media yang digarang-garangkan dapat diakses dengan satu teknologi smartphone sehingga media yang konvensionalpun berubah menjadi media yang mengkonvergensi teknologi sehingga media dapat mempertahankan eksistensi dan keberlangsungannya.

Dalam bukunya Hikmat media massa di identikkan dengan surat kabar *(pers)* sehingga pengertian surat kabar secara tegas dikemukakan effendy (1989:187), yakni pers dalam arti sempit. Media masa cetak (surat kabar) dan media massa elektronik. Media masa elektronik memeiliki perbedaan ciri sebagai berikut: 1) Pesannya dapat diulang, dapat dipelajari dan disimpan untuk dibaca pada tiap kesempatan 2) Pesan-pesan persuasif lebih banayak ditujukan kepada perasaan.

2.3.2 Karakteristik Media Massa

Ardianto dkk (2007) "membandingkan" karakteristik antara surat kabar, majalah, radio, dan televisi sebagai media massa utama sebagai berikut:

Tabel 2

Perbandingan Karakteristik Media Massa

Surat Kabar	Majalah	Radio Siaran	Televisi
Publisitas: Pesan tersebar kepada khalayak tersebar	*Depth Writing:* Pengkajian Lebih Mendalam	Auditori: Pesan komunikasi melalui pendengar	Audiovisual: Acaranya dapat didengar sekaligus dapat dilihat

Periodesitas: Keteraturan terbit (Harian Mingguan, Bulanan)	Aktualitas: Nilai aktualnya lebih lama daripada surat kabar	*Radio Is The Now*: Informasi sangat aktual ketimbang media masa lain	Think in Picture: Berpikir dalam gambar; keselarasan pikiran dengan gambar yang disampaikan
Universalitas: isinya berkenaneka ragam dan dari seluruh dunia	Gambar atau foto lebih banyak dari pada surat kabar	Imajinatif: Mengajak komunikan imajinatif (menghayalka)	Pengoperasian lebih kompleks: sistem penyelenggaraan memerlukan banyak orang dan *high technology*
Aktualitas: Masih hangat, terkini, baru (konteks berita)	Cover menjadi daya tarik utama	Akrab: Terjadi hubungan "intim" dengan mendengar karena dapat dinikmati dalam tempat dan suasana sangat pribadi	
Terdokumentasikan: Dapat didokumentasikan /diarsipkan dalam bentuk kliping		*Conventsational Style:* informasi disampaikan dengan gaya percakapan	
		Menjaga mobilitas: Mendengarkan informasi radio tidak mengganggu aktivitas	

Sumber : (Mahi Hikmat, 2011:76)

Karakteristik yang paling menonjol dari eksistensi media massa adalah dampak yang disampaikan kepada komunikan *(Massa)*. Karena

berbagai kelebihan karakternya sebagaimana tabel 1.6 televisi dianggap paling besar memberikan pengaruh terhadap komunikan jika dibandingkan dengan media massa lainnya. Dari beagam media massa (surat kabar, majalah, radio, televisi), tidak dapat disangkal televisilah yang memeiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga "datang langsung" ke rumah-rumah. Dengan segala kemudahan, masyarakat dengan tidak harus meninggalka rumah dan sambil santai bersama keluarga mennikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar dan dibaca). (Hikmat, 2011:76-77)

Televisi tidak mengenal pembatas daratan dan lautan, gunung-gunung, da lembah-lembah. Bahkan, batasan negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi. Di beberapa wilayah yang terjangkau, kita dapat menyaksikan siaran-siaran dari negara lain. Apalagi jika dilengkappi dengan teknologi yang canggih semua siaran televisi dapat disaksikan dirumah. (Hikmat, 2011:76-77)

2.3.3 Dampak Media Massa

Media massa mempunyai beberapa dampak terhadap komunikan. Menurut Mahi 2011 eampak media massa tehadap komunikan/audien terdiri dari kognitif, ampak emosional, dan ampak konatif/behavior. Kegtiga komponen inilah nantinya membentuk suatu sistem yang disebut sikap komunikan *(mass behavior).*

1. Dampak Kognitif

   Pengguna media massa intuk informasi mengenai urusan publik akan mengarah pada peningkatan pengetahuan mengenai urusan publik, kandidat dan isyu-isyu aktual bagi audien. Hal ini sebagaimana dibuktikan Chaffe, Ward dan Tipton dalam penelitiannya terhadap siswa sekolah menengah dan sekolah tinggi selama kampanye presiden tahun 1968.

2. Dampak Emosional

   Para peneliti komunikasi politik sepakat bahwa media massa mempunyai Dampak pada pencapaian emosi individu terhadap sistem politik. Beberapa studi melaporkan bahwa terhadap hubungan positif antara penggunaan media massa dan afeksi politik. Hal ini dapat dilihat dalam penelitian Mc. Loed Becker dan Brown bahwa pemilih muda yang secara relatif sering menggunakan surat kabar dan televisi untuk informasi urusan publik, meningkatkan perasaan efikasi politiknya selama mendengarkan sistem Watergate, sedangkan respon lain yang tidak menggunakan kedua media massa tersebut, efikasi politiknya menurun. Sementara itu Chaffe bahwa tidak ada hubunga yang signifikan anatara penggunaaan media dalam menguatkan identifikasi partai atau keyakinan terhadap sistem politik dalam sample total. Akan tetapi peningkatan efikasi politik

secara moderat berhubungan dengan penggunaan media elektronik pada sample sekolah menengah.

3. Dampak Konatif/Prilaku

   Beberapa penelitian mengenai dampak media masa pada prilaku politik lebih dipusatkan pada priode kampanye pemilihan. Namun bukan tidak ada perilaku politik dilluar waktu pemilu. Kecenderungan para peneliti media massa pada periode pemilu karena sangat memungkinkan kesempatan untuk aktivitas politik (misalnya aktif kampanye, voting) sangat besar selama masa kampanye. Sebagaimana dalam afeksi politik, bukti yang berkaitan dengan afek penggunaan media pada perilaku politik sangat beragam misalnya, beberapa penelitian melaporkan penggunaan media mengarah pada peningkatan aktivitas politik. (Hikmat, 2011:798-79)

Karenanya media massa mempunyai kekuatan besar untuk mempengaruhi dan memberikan pesan komunikasi kepada khalayak. Contohnya pada pesta demokrasi 2009 di Indonesia menarik perhatian Firmanzah sehingga ia menulis buku berjudul “PERSAINGAN LEGITIMASI KEKUASAAN, DAN MARKETING POLITIK. Artinya pesta demokrasi yang di ramaikan oleh berbagai media di Indonesia menjadikan bahan yang penting untuk diteliti.

Media massa yang mempunyai kekuatan besar diantaranya adalah Televisi. Kekuasaan kini tidak hanya seolah-olah menjadikan suatu titik

pelayanan kepada masyarakat, tetapi kekuasaan dan ideologi harus didukung dengan kekuatan media massa sehingga para aktor selalu ingin tayang dalam media massa.

2.3.4 Televisi

Dari sekian banyak media, maka televisi merupakan media yang paling populer dikalangan masyarakat indonesia. Dalam bukunya Hikmat televisi mempunyai keunggulan dalam menyampaikan pesan kepada permirsanya, televisi dapat dinikmati dengan berbagai indra manusia seperti satu, dapat dinikmati audio visualnya kedua, dapat dilihat dengan mata kepala. (Hikmat, 2011:76)

Televisi merupakan sarana informasi, hiburan dan alat kontrol pemerntah bagi masyarakat indonesia, meskipun kini rata-rata masyarakat umum lebih banyak menggunaka gadgate daripada televisi. Televisi mempunyai pengaruh besar, sehingga pemberitaannya kadang memihak kepada pemilik media televisi tersebut. Tetapi dalam telaah ini kita tidak terlalu memabahas secara dalam mengenai televisi, karena televisi dalam pembahasan nantinya hanya sebuah medium yang mempertemukan objek dan subjek penelitian sehingga mempunyai korelasi antara orang dan alat komunikasi.

Televisi dianggap paling besar memberikan pengaruh terhadap komunikan jika dibandingkan dengan media massa lainnya. Dari beragam media massa (surat kabar, majalah, radio televisi), tidak dapat

disangkal, televisilah yang memiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga "datang langsung" kerumah-rumah. (Hikmat, 2011:76)

Dengan segala kemudahan masyarakat dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat dinikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan. Televisi tidak mengenal pembata daratan dan lautan, gunung-gunung dan lembah. Bahkan batas negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi.

Karena daya kemampuan daya pikat itulah, pada era ini (khalayak) lebih besar perhatiannya terhadap televisi dunia dam dapat diasksikan di rumah. Bahkan dari sisi segmen khalayak televisi dapat menyerap semua segmen pasar mulai dari anak dewasa, remaja, orang tua. Namun semua media atau dalam hal ini mempunyai dampak kognitif, emosional dan konatif/behavior. (Hikmat, 2011:76)

2.3.4.1 tvOne

Media televisi nasional bernama tvOne merupakan media yang selalu menayangkan program berita pada14 Februari 2008, pukul 19.30 WIB, merupakan saat bersejarah karena untuk pertama kalinya tvOne mengudara. Peresmian dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, tvOne menjadi

stasiun tv pertama di Indonesia yang mendapatkan kesempatan untuk diresmikan dari Istana Presiden Republik Indonesia. tvOne secara progresif menginspirasi masyarakat Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas agar berpikiran maju dan melakukan perbaikan bagi diri sendiri serta masyarakat sekitar melalui berbagai program News and Sports baik Nasional dan Internasional yang dimilikinya. Mengklasifikasikan program-programnya dalam kategori, NEWS, Current Affairs dan SPORTS, tvOne membuktikan keseriusannya dalam menerapkan strategi tersebut dengan menampilkan format-format yang inovatif dalam hal pemberitaan dan penyajian program. (profil. http://www.tvonenews.tv/profil. 01 Agustus 2018)

Diawal tahun berdirinya, tvOne mempunyai Tag Line "MEMANG BEDA", karena menyajikan berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat dengan penyajian yang berbeda dan belum pernah ada sebelumnya seperti Apa Kabar Indonesia, yang merupakan program informasi dalam bentuk diskusi ringan dengan topik-topik terhangat bersama para narasumber dan masyarakat, disiarkan secara langsung pada pagi hari dari studio luar tvOne. Program berita hardnews tvOne dikemas dengan judul : Kabar Terkini, Kabar Pagi, Kabar Pasar, Kabar Siang, Kabar Petang dan Kabar Malam. Kemasan yang berbeda juga disuguhkan oleh Kabar Petang. (profil. 2018 http://www.tvonenews.tv/profil. 01 Agustus 2018)

Nama tvOne dulunya adalah Lativi dan kemudian memulai siaran percobaan di kawasan Jakarta tahun 2001, dan beroperasi secara nasional pada 2002. Seperti pada umumnya stasiun TV swasta, Lativi layaknya supermarket yang menyediakan berbagai jenis hiburan. Program sinetron, film Hollywood, animasi, infotainment, reality show, ada di Lativi. Tayangan animasi Spongebob dan Bioskop Dewasa (film-film Indonesia era 90-an) sempat menjadi andalan stasiun TV milik Abdul Latief ini. (Reyendra,2014. https://www.tabloidbintang.com/extra/top-list/read/8142/5-stasiun-tv-ganti-nama, 01 Agustus 2018)

Pada 14 Februari 2008, Lativi berubah nama jadi tvOne. Abdul Latief tak lagi memiliki saham tvOne. Kini tvOne di bawah naungan Viva Group. Tak lagi hadir sebagai TV hiburan, tvOne memusatkan pada tayangan berita dan olahraga dan saat ini tvOne dipimpin oleh Ahmad R Widarmana sebagai direktur uatamanya dan Karni Ialyas sebagai wakil direktur uatama. (Reyendra,2014. https://www.tabloidbintang.com/extra/top-list/read/8142/5-stasiun-tv-ganti-nama, 01 Agustus 2018)

TV One memang memiliki tayangan yang berseda dari yang lan. Kalau dilihat dalam 24 jam kebanyakan tayangannya adalah *news* dan dialog interaktif, bahkan program dialog Indonesia Lawyer Cub (ILC) tercatat tayangan berdurasi cukup lama.

2.3.4.2 Indonesai Lawyer Club (ILC)

Program talkshow yang menampilkan dialog mengenai masalah hukum dan kriminalitas yang lagi hangat diperbincangkan oleh masyarakat setiap minggunya. Acara ini menghadirkan narasumber yang sangat kompeten dalam topik yang diangkat. (Program. 2018. ***"Indonesia Lawyer Club"*** http://www.tvonenews.tv/program.01 Agustus 2018)

Indonesia Lawyers Club (disingkat ILC; sebelumnya bernama Jakarta Lawyers Club) adalah acara talkshow yang disiarkan di tvOne. Acara ini menampilkan dialog mengenai masalah hukum dan kriminalitas selama 210 menit dan dipandu oleh Karni Ilyas. Acara ini disiarkan setiap hari Selasa pukul 19:30 WIB dan hari Sabtu pukul 19:00 WIB.

Acara dialog interaktif Indonesia Lawyer Club (ILC) mengahadirkan orang-orang yang paham akan hukum dan permasalahan yang sedang didiskusikan (pihak terkait). Dengan kehadiran acara diskusi ini maka permasalahan yang sedang terjadi, biasanya kasus nasional *(national case)* akan dibedah berdasarkan pemahaman orang-orang terkait contohnya permasalahan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan Komiasi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang sedang memanas, sehingga pada tangggal 11 Juni 2017

ILC mengambil tema DPR Versus KPK: Semakin Runcing. Dalam perdebatan tersebut menghadirkan pihak DPR seperti fahri Hamzah (Wakil Ketua DPR), Masinton Pasaribu (anggota DPR), Yusril Iza Mahendra (Ahli Hukum tata Negara) dan juga kubu pendukung KPK Tsamara Amani DPP partai PSI, Mahfud MD (mantan ketua MK) dan masih banyak lagi.

Artinya para tamu adalah orang-orang yang mempunyai korelasi dan kompetensi terhadap permasalahan yang sedang didiskusikan. Tidak jarang permasalahan di parlemen terpaksa dibawa dan didiskusikan pada forum ini, bahkan kadang permasalahan pribadi juga ikut terbawa seperti contohnya Ruhut Sitompul mengatakan "Mukak kau mukak monyet" dan mengatakan tentang Meriam Belina yang merupakan mantan pacar pengacara kondang Hotman Paris Hutapea. Ketika perdebatan berlangsung maka keluarlah *statement* seseorang yang sehingga dapat memberikan nilai edukasi kepada penonton. Bahka pada kesempatan lain Jusuf Kalla (Wakil Presiden RI) mengatakan bahwa ia tercerahkan dengan adanya forum ILC, serta memberikan pemahaman tentang hukum.

2.4 Diskursus

Diskursus berasal dari bahasa latin (discursus) yang secara harfiah berarti "berlari bolak-balik" juga merupakan suatu bentuk komunikasi baik secara lisan maupun tulisan. Konsep berfikir diskursus dalam ilmu filsafat

dikembangkan oleh seorang filsuf dari Prancis Michel Faucault yang hadir dalam berbagai karya-karya kritisnya.

Wacana atau yang kerap disebut diskursus *(discourse)* menjadi istilah umum yang dipakai dalam berbagai disiplin, seperti teori kritis, sosiologi, linguistik, filsafat, psikologi sosial, dan berbagai disiplin lainnya. Tiap disiplin dan bahkan banyak ahli memiliki defenisi tersendiri tentang wacana itu sendiri. Hal ini menjadikan wacana mempunyai makna yang luas yang disebabkan oleh perbedaan lingkup dan disiplin ilmu yang memakai istilah wacana tersebut. (Hasanuddin, 2011: kompasiana.com)

Discourse: Percakapan, terutama tentang hakikat yang formal; ekspresi formal dan teratur dalam ucapan dan tulisan; ekspresi dalam bentuk khotbah, risalah, dll; suatu potongan atau unit ucapan/tulisan yang terkait. (Middle English; discours, dari bahasa Latin: tindakan pergi kemana-mana). (Longman Dictionary of English Language, 1984)

Analisis diskursus menekankan struktur bahasa yang diucapkan secara wajar, seperti "diskursus" dalam percakapan, wawancara, komentar dan wicara. Analisis teks memfokuskan pada "teks-teks" seperti esai, ulasan, tanda jalan, dan bab. Tetapi pembedaan ini tidak jelas sama sekali; masih banyak penggunaan lain dari label-label ini. Secara lebih khusus, "diskursus" dan "teks" dapat digunkan dalam arti yang jauh lebih luas yang mencakup semua unit bahasa dengan fungsi komunikasi yang dapat didefinisikan, baik tulisan maupun lisan. (David Crystal, 1987)

2.5 Tinjauan Analiasis Wacana Kritis

2.5.1 Wacana

Kata wacana adalah salah satu kata yang banyak disebut saat ini selain demokrasi, hak asasi manusia, masyarakat sipil, dan lingkungan hidup. Akan tetapi, seperti umumnya banyak kata, semakin tinggi disebut dan dipakai kadang bukan makin jelas tetapi makin membingungkan dan rancu. Ada yang mengartikan wacana sebagai unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Ada juga yang mengartikan sebagai pembicaraan atau diskursus (Eriyanto, 2001: 1)

Wacana menurut J.S. Badudu (2000) merupakan: 1) rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu; 2) kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan kohorensi dan kohesi yang tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis. (Eriyanto, 2009)

Definisi yang relatif penting berkaitan dengan wacana ialah definisi yang dikemukakan oleh Cook, yaitu wacana adalah suatu penggunaan bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan. Halliday dan Hasan berpendapat wacana merupakan satu kesatuan semantik, dan bukan kesatuan gramatikal. Kesatuan yang bukan lantaran bentuknya (morfem, kata, klausa, atau kalimat).

Dalam pengertian linguistik, wacana adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Analisis wacana, kebalikan dari linguistik formal, justru memusatkan perhatian pada level di atas kalimat seperti hubungan gramatikal yang terbentuk pada level yang lebih besar daripada kalimat. Sementara dalam lapangan politik, analisis wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama politik bahasa. Karena bahasa adalah aspek sentral dari penggambaran suatu subjek, dan lewat bahasa ideologi tererap di dalamnya, maka aspek inilah yang dipelajari dalam analisis wacana.

2.5.2 Karakteristik Analisis Wacana Kritis

Dalam analisis wacana kritis (*critical Discourse Anlysis*/CDA), wacana disinitidak dipahami semata sebagai studi bahasa. Pada akhirnya, analisis wacana memang menggunakan bahasa dalam teks untuk dianalisis, tetapi bahasa yang dianalisis sedikit berbeda dengan studi bahasa linguistik tradisional. Bahasa dianalisis bukan dengan mengambarkan semata dari aspek kebahasaan, tetapi juga menghubungkan dengan konteks. Konteks disini berarti bahasa itu dipakai untuk tujua praktik tertentu, termasuk didalamnya praktik kekuasaan.

Menurut Fairclough dan Wadok, analisis wacana kritis melihat wacana pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan sebagai bentuk praktik sosial. Mennggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis antra peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Praktik wacana bisa jadi menampilkan praktik ideologi: ia dapat memproduksinya

dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak seimbang antara kelas sosial, laki-laki dan wanita kelompok mayoritas dan minoritas melalui mana perbedaan itu direpresentasikan dalam posisi sosial yang ditampilkan. Melalui wacana, sebagai contoh, keadaan yang rasis, eksisi atau ketimpangan dari kehidupan sosial dipandang sebagai suatu *common sense,* suatu kewajaran/alamiah, dan memang seperti itu kenyataanya. Analisis wacana kritis melihat bahasa sebagai faktor penting, yakni bagaimana bahasa digunakan untuk melihat ktimpangan kekuasaan dalam masyarakat terjadi. Mengutip Fairclough dab wadok, analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang saling bertarung dan mengajukanversinya masing-masing. (Eriyanto, 2008:7)

Alam analisis wacana kritis, terdapat tiga tingkatan atau level yang diteliti. Mulai dari tingkatan mikro, tingkatan meso, hingga tingkatan makro. Dalam tingkatan mikro, analisisnya dipusatkan hanya pada teksnya dengan melihat bagaimana tekstualitas juga gramtikal yang digunakan dalam suatu teks. Lalu pada tingkatan makro, lebih luas lagi analisisnya dipusatkan pada struktur atau konteks sosial, ideologi, politik, ekonomi, sejarah dan lain –lain yang mempengaruhi isi teks tersebut. sementara itu, tingkatan meso dibuat untuk menjembatani antara tingkatan mikro dengan tingkatan makro.

Dalam hal ini, tingkatan meso dipusatkan pada orang atau invidu yang membuat atau memproduksi teks. Sebagai suatu analisis, analisis wacana kritis memiliki karakteristik tersendiri. Karakteristik tersebut,

sebagaimana dijelaskan oleh Eriyanto (2001) dalam bukunya yang mengambil dari tulisan Teun A. Van Dijk, Fairclough, dan Wodak, adalah sebagai berikut:

1. Tindakan

   Prinsip pertama, wacana dipahami sebagai sebuah tidakan (action).Dengan pemahaman semacam ini wacana ditempatkan sebagai bentuk interaksi, 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 kendaliataupun ekspresi diluar kesadaran.

2. Konteks

   Analisis 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 Analisis 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 ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu.Teori-teori klasik tentang ideologi di antaranya mengatakan bahwa ideologi dibangun oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka.

2.5.3 Ideologi

2.5.3.1 Sejarah Ideologi

Awalnya, istilah “ideologi” dimaksudkan oleh penciptanya. Destrut de Tracy (1796) dkk, sebagai “Ilmu ide” yang diharapkan mampu membawa perubahan institusional, mulai dari pembaharuan menyeluruh atas sekolah-sekolah di prancis. Tracy memberikan definisi ideologi adalah suatu sistem ide yang mencoba melepaskan diri dari hal-hal metafisis. Para ideolog untuk kurun waktu tertentu

menikmati posisi pembuat kebijakan dalam kelas II (ilmu-ilmu moral dan politik) di Institut nasional.Tetapi pertentangan dengan napoleon, menyebabkan Napoleon Banaparte (penuh mistik) berusaha untuk menghapus usaha pembaharuan dalam institut (1802-1803). Ia memecat anggota-anggotanya sebagai tukang khayal tak berguna dan membuat mereka sebagai bahan cemoohan. Ideologi juga bisa diartikan sebagai seperangkat sistem dan tata nilai dari berbagai kesepakatankesepakatan, yang harus ditaati dalam sebuah kelompok sosial. (Skripsi Putra, 2016:46)

Ideologi adalah motivasi bagi praksis sosial yang memberikan pembenaran dan mendorong suatu tindakan. Ideologi mendorong untuk menunjukkan bahwa kelompok sosial yang diyakininya mempunyai alasan untuk ada. Dalam sejarah pertarungan sosial dan politik dunia, ideologi juga tidak jarang banyak mengorbankan ribuan bahkan jutaan nyawa demi sebuah perjuangan membela ideologi. Apalagi kalau ideologi sudah masuk pada ranah politik dan kekuasaan. Demi sebuah ideologi, 600.000 orang tewas karena terlibat atau tertuduh sebagai PKI dalam aksi “balas dendam” yang legal sehabis tragedi 30 September 1965 di Indonesia. Kemunculan tiga arus besar ideologi dunia (baca: kapitalisme, sosialisme-komunisme, dan fasisme) serta perkembangan dahsyat gerakan sosial dan ilmu pengetahuan yang diikuti oleh munculnya teori-teori baru beserta prediksi-prediksi ilmiah mau tidak mau menyeret

wacana ideologi dalam perbincangan hangat di kalangan kaum intelektual. Tapi menjadi agak mustahil membincangkan ideologi dalam kerangka konseptualnya tanpa memahami lebih dahulu bagaimana sejarah yang telah menyusunnya. Dengan pelan-pelan meski sangat sederhana, mari kita membuka catatan-catan sejarah itu. (Skripsi Putra, 2016:47)

2.5.3.2 Pengertian Ideologi

Menurut Louis Althusser, Marxisme Klasik terlalu menekankan determinisme ekonomi sebagai faktor dominan yang membentuk sekaligus mengikat masyarakat. Determinisme ekonomi yang demikian melupakan pengaruh berbagai institusi yang lain dalam pembentukan masyarakat. Marxisme Klasik berpendapat bahwa masyarakat telah dibelenggu oleh ekonomi/infrastruktur sehingga kaum proletar harus merebut alat-alat produksi agar dapat mewujudkan masyarakat tanpa kelas. Dengan demikian ideologi, menurut Marxisme klasik, adalah representasi dari basis ekonomi (daya dan relasi produksi).Namun menurut Louis Althusser, ekonomi bukanlah satu-satunya faktor yang membentuk masyarakat.Ada berbagai institusi (agama, pendidikan, keluarga, perangkat hukum, dll) yang bekerja membawa ideologi. Ada berbagai kekuatan determinisme (overdetermining) ekonomi, politik, kultural yang salingbekerja dan berkompetisi satu dengan

yang lain dan membentuk sebuah masyarakat yang kompleks. (Skripsi Putra, 2016:47-48)

Jadi Louis Althusser mengkritik Marx yang berpendapat bahwa ideologi hanyalah "sebuah kesadaran palsu" dari faktor ekonomi yang membentuk istitusi-institusi sosial. Karena itu Althusser kemudian memberikan definisi tentang ideologi. Menurut Althusser ideologi bukanlah sebuah kesadaran palsu melainkan perangkat konsep *"through which men interpret, make sense of, experience and "live" the material conditions in which they find themselves"*(Hall, dalam Turner 1996, 24).

Memang ada pengaruh ekonomi di dalamnya, tetapi ekonomi bukan pembentuk ideologi yang dominan.Ideologi bekerja relative otonom dengan caranya sendiri. Dengan demikian ideologi memiliki kekuatan untuk menunjukkan kekuasaannya dengan caranya sendiri terhadap berbagai perkembangan sosial. Ideologi tidak hanya ada dalam hubungan Negara dengan rakyatnya, ataupun antar majikan dengan buruh. Ideologi ada dalam berbagai hubungan, termasuk dalam relasi orang per orang. Ideologi ada dalam tiap orang, meskipun orang tersebut tidak menyadarinya. Jadi, ideologi bukanlah sebuah kesadaran palsu, melainkan sebuah ketidaksadaran yang tertanam di individu. Bahkan ketidaksadaran itu begitu mendalam *(profoundly councious)* sehingga bagaimana prakteknya dalam diri manusia tidak disadari. (Skripsi Putra, 2016:48-49)

Ideologi masuk dan bekerja melalui berbagai sumber yang terkait dengan struktur masyarakat seperti perangkat hukum, keluarga, agama, pendidikan, dan lain-lain.Dengan berdasar pada perangkatnya, dapat dibagi menjadi 2, yakni Repressive State Apparatus (RSA) dan Ideological State Apparatus (ISA). Repressive State Apparatus (RSA) bekerja dengan cara represif dengan memakai kekerasan melalui apparatus/alat negara seperti polisi, militer, pengadilan, penjara. Termasuk juga penculikan/penangkapan para aktivis. Sementara Ideological State Apparatus (ISA) bekerja dengan carapersuasive "memasukkan" ideologi kepada individu melalui pendidikan (sekolah), agama, media, keluarga, industri budaya, dan sebagainya. Bentuk ideologi melalui ISA merupakan bentuk yang dipakai Negara untuk memperkuat represi dan penindasan terhadap rakyatnya.ISA bahkan sering digunakan untuk melanggengkan RSA dan berbagai represi yang dihasilkannya. ISA dapat meyakinkan kelompok yang ter/di-represi bahwa semuanya berjalan baik-baik saja. Termasuk dapat meyakinkan penguasa bahwa represi yang dilakukannya berbeda dengan eksploitasi, dengan demikian ia tidak melakukan kesalahan dan keadaannya juga baik-baik saja. Melalui ISA, ideologi tidak lagihanya sebentuk ide, namun berada dalam praktik material yang hidup, seperti ritual, kebiasaan, pola perilaku, cara berfikir, bahasa, dan sebagainya. (Skripsi Putra, 2016:49-50)

Jadi ideologi dapat membentuk budaya hidup seseorang, serta berpengaruh dalam formasi sosial. Dengan demikian ideologi menginterpelasi subjek. Melalui konsep ideologi yang diperkenalkan Louis Althusser ini, cultural studies dapat mengkaji budaya masyarakat melalui apa yang disebutkan (text) untuk menunjukkan apa yang tidak disebutkan secara langsung (ideologi yang terkandung di dalamnya). (Skripsi Putra, 2016:50)

2.5.3.2 Paksis Ideologi

Ideologi merupakan jalan pikiran manusia yang memuat tujuan-tujuan idealis sesuai apa yang ia terima selama hidupnya. Ideologi penting agar manusia tidak menjadi orang yang labil, disinilah ruang historis mempunyai daya pengaruh yang kuat terhadap aktor politik, tentu tidak semua transparan. Sebagai contoh ideologi Fahri Hamzah tidak mudah dipahami apakah ia seorang nasionalis, ulama atau liberal.

Disaat peneliti menghadiri acara #ngopibarengfahri, ia mengunkapkan bahwa dirinya akan selalu mejadi pembangkang dan ia mencintai itu, hidupnya yang tidak mau diatur dan selalu mengatakan kebebasan adalah hak demokratis maka semakin terlihat bahwa dirinya terkdang masuk kepada pemikiran yang panatik terhadap agama tapi sisi lain ia cinta kebebasan.

Bagaimana dengan ideologi seorang Tsamra yang merupakan manusia baru, generasi baru *(millennials)* mampu mengkritik Fahri Hamzah, apa yang ia fikirkan tetap pada ruang historis dimana ia mempunyai kedekatan dengan mantan gubernur DKI Jakrta Basuki Tjhaja Purnama, dan masuk dalam patai anak muda dan mempunyai kedekatan pula dengan AHOK.

Kekuasaan Rezim Orde Baru adalah contoh tepat tentang adanya sisi praktik ideologis dalam tatanan kenegaraan. Sebagai representasi negara, Rezim Orde Baru tentunya mempunyai kuasa untuk menerapkan sistem-sistem baru. Secara represif, ia melakukannya dalam kapasitas aparat negara melalui ideologi. (Yutriana 2014 :58)

Secara ringkas, konsepsi ideologi atau keyakinan terhadap gagasan pada Rezim Orde Baru bertumpu pada dua kekuatan yakni pembangunisme (developmentalism) dan keyakinan akan dwifungsi ABRI. Orde Baru sebenarnya ingin memberangus ideologi dengan melarang ideologi lain selain Pancasila. Namun, tulis R William Lidlle, keyakinan itu muncul karena kesalahan menafsirkan apa yang disebut ideologi. Liddle menilai, masyarakat tanpa ideologi sama dengan masyarakat tanpa konflik dan harapan. Ideologi sendiri sebenarnya menghasilkan peta realitas sosial yang bisa membedakan penyebab penting perilaku manusia dari yang tidak penting dan

menjelaskan bagaimana masa lalu membentuk masa kini dan bagaimana masa kini membentuk masa depan. (Yutriana 2014 :58)

Ideologi, Kesadaran Manusia, dan Kapitalisme Althusser memang mengatakan bahwa bukan eknomi saja yang menjadi titik penting dari dunia struktur dan supra struktur. Pada perkembangannya saat ini, banyak hal yang lalu dikaitkan erat dengan ekonomi. Banyak orang yang tidak menyadari ini dan baru memahaminya ketika mereka depresi, bahkan banyak pula yang malah menenggelamkan diri dalam kenikmatan dunia tanpa menyadari siapa mereka. (Yutriana 2014 :59)

Kemunculan ideologi tidak sepenuhnya membunuh eksistensialisme sebagai dasar subjektif kesadaran manusia. Ideologi memang bergerak dalam tatanan ketidaksadaran yang meniadakkan kesadaran. Meskipun demikian, hal ini bukan berarti bahwa manusia harus tunduk pada ideologi saja. Ia harus tahu dan berpikir tentang apa yang ada dibalik setiap hal karena tidak ada hal yang hadir begitu saja tanpa ada tujuannya. Kita mungkin tidak bisa lepas dari ideologi, namun berpikir tentang adanya ideologi adalah jalan keluar bagi pembentukan diri yang lebih baik. (Yutriana 2014 :59)

2.6 Generasi *Millennial*

2.6.1 Pengertian Generasi *Millennial*

Lebih dari 35% penduduk Indonesia tahun 2015 adalah penduduk muda yang berusia 15-3 tahun. Bahkan yang daerah perkotaan seperti DKI Jakarta, penduduk mudanya bisa mencapai lebih dari 40%. Mereka adalah penduduk yang lahir antara 1990 sampai 2000-an, atau dikenal sebagai generasi *millennial*. *Millenial* (juga dikenal sebagagai Generasi *millnial* atau gemerasi Y) adalah kelompok demografis *(chort)* setelah Generasi x yang lahir tahun 1960-1980. (Ali, 2017:xvii)

Hasil riset yang dirilis oleh Pew Research Center misalnya, secara gamblang menjelaskan keunikan generasi *millennial* dibanding generasi-generasi sebelumnya. Yang mencolok dari Generasi *millennial* dibanding generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop atau musik. Generasi *millenial* tidak bisa dilepaskan dari teknologi, terutama internet dan hiburan, karena sudah menjadi kebuutuhan pokok bagi mereka. (Ali, 2017:xvii)

Menurut data BPS yang dikeluarkan pada 2013, jumlah *millennial* Indonesia diperkirakan mencapai 33% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Artinya total populasi *millennial* pada 2015 mencapai 83 juta jiwa. Di tahun 2020, proporsi *millennial* Indonesia bisa mencapai 34% dan mereka akan berada pada usia 20 sampai 40 tahun. Pad tahun tersebut mereka akan jadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena mulai

berkurangnya Generasi-X (20%) dan baby Boomer (13%). (Ali, 2017:10-11)

Sebelum generasi Y didahului dengan generasi X yang mana mereka dulu masih ditandai dengan kepercayaan mistik yang melekat dan teknologi yang kurang canggih, maka berbeda dengan generasi millenial saat ini, beberapa penelitian di Amerika Serikat misalnya mereka dikatakan lebih percaya diri, liberal, ceria dan terbuka untuk berubah. Mereka lebih etnis dan rasial, mereka juga kurang religius dan kurang berminat segi militer.

Banyak istilah popular tentang generasi ini; connected / digital *generation* atau *gen why* yang identik dengan karakter berani, inovatif, kreatif, dan modern. Generasi *millennial* merupakan generasi modern yang aktif bekerja, penelitian, dan berpikir inovatif tentang organisasi, memiliki rasa optimisme dan kemauan untuk bekerja dengan kompetitif, terbuka, dan fleksibel.

Berbeda dengan generasi *Baby Boomers*, Generasi *millennial* mempunyai harapan yang sangat berbeda tentang permasalahan ekonomi, lingkungan, hingga persoalan sosial politik. Secara merata Generasi *millennial* mempunyai pendidikan yang lebih baik dari para Baby Boomers, mereka cukup terbiasa dengan teknologi bahkan sebagian besar dari mereka sangat ahli dengan teknologi. Dengan kepercayaan diri yang tinggi, Generasi *millennial* mampu bekerja kreatif

dan selalu mempunyai energi positif di berbagai bidang, salah satunya adalah bidang sosial politik.

Era *millennial* berbasis digital application dewasa ini menjadi isu utama dalam berbagai lini. Akan tetapi di sisi lain, generasi *millennial* rentan akan social media *harassment* hingga persoalan *cybercrime* yang memberikan pengaruh negatif terhadap kematangan pikir generasi muda. Dalam perkembangannya, media sosial telah berperan tidak hanya sebagai online interaction namun juga berfungsi sebagai sarana komunikasi politik. Munculnya berbagai komunitas online atau media sosial menjadi fasilitator sosio-politik yang aktif digalakkan kaum muda generasi *millennial.*

2.6.1 Karakteristik Generasi *Millennial*

Ciri dan karakter generasi *millennial* setidaknya ada tiga, yang pertama adalah *confidence.* Mereka adalah orang yang sangat percaya diri, berani mengemukakan pendapat dan tidak sungkan dalam mengemukakan pendapat dan tidak sungkan dalam berdebat di depan publik. Kedua, *creative* mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box,* kaya akan ide dan gagasan, serta mampu mengkomunikasikan ide dan gagasan itu dengan cemerlang. Ketiga, *connected,* mereka adalah pribadi yang pandai bersosialisai terutama dalam komunitas yang mereka ikuti, serta aktif dalam berselancar di media sosial dan internet. (Ali, 2017:xix)

Bagian pembahasan di bukunya Hasanuddin Ali yang berjudul "*Millennial* Nusantara" dibagi menjadi enam bagian sebagai berikut:

1. Populasi *millennial*.
2. Generasi *millennial* dan Internet.
3. Karakter *millennial*.
4. *Millennial* dan Keuangan.
5. *Millennial* dan Politik.
6. *Millennial* dan Religiositas.

Dalam klasifikasinya Ali membagi generasi menjadi empat bagian seperi dalam tabel berikut.

Tabel 3

Klasifikasi Generasi

Baby Boomer	**Gen-X**	***Millennials***	**Gen-Z**
1946-1964	1965-1980	1981-2000	2001-Sekarang

Sumber: Hasanuddin Ali

Berikut keterangan klasifikasi tabel diatas :

1. Generasi *Baby Boomer* mereka adalah orang-orang merepresentasikan generasi *baby boomer* yang usianya diatas 50 tahun dalam hal selera musik mereka mempunyai ciri khas sendiri contoh sosok generasi *baby boomer*, Iwan Fals, Rhoma Irama dan Elvy Sulaesih.

2. Gen-X adalah mereka yang saat ini berperan sebagai ayah dan ibu yang memiliki anak usia SD, SMP, serta SMA. Dalam pekerjaan saat ini Generasi-X menduduki posisi penting, baik dalam perusahaan maupun pemerintahan. Generasi X lahir pada 1965-1980, contohnya Ahmad Dhani, Rossa, Dian Sastro bahkan Fahri Hamzah yang lahir pada tahun 1971.
3. Gen-*millennial* mereka yang saat ini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orang tua muda. *Millennial* saat ini (pada tahun 2017) adalah mereka yang berusia 17-36 tahun. *Millennial* lahir antara 1981-2000 artinaya Tsamara Amani merupakan Generasi *millennial*, sama dengan Afgan, Raisa, Raffi Ahmad dan Agnes Monica.
4. Gen-Z mereka saat ini berusia kurang dari 17 tahun, seperti remaja dan anak-anak yang berstatus sebagai siswa SMP, SMA, SD danyang masih berusia balita.

Karakteristik Milenial berbeda-beda berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Namun, generasi ini umumnya ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Di sebagian besar belahan dunia, pengaruh mereka ditandai dengan peningkatan liberalisasi politik dan ekonomi; meskipun pengaruhnya masih diperdebatkan. Masa Resesi Besar *(The Great Recession)* memiliki dampak yang besar pada generasi ini yang mengakibatkan tingkat pengangguran yang tinggi di kalangan anak

muda, dan menimbulkan spekulasi tentang kemungkinan krisis sosial-ekonomi jangka panjang yang merusak generasi ini.

Dikutip dari *hipwee.com* Studi mengenai kaum *millennial* pun terus dilakukan demi memahami karakteristik dan perilaku mereka. Salah satunya studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) bersama *University of Berkley* tahun 2011 di Amerika. Studi ini mengambil tema *American Millennials*: *Deciphering the Enigma Generation.* Di tahun sebelumnya, *Pew Research Center* juga merilis laporan riset dengan judul *Millennials: A Portrait of Generation Next.* Sebenarnya masih banyak lagi penelitian serta riset yang dilakukan, tapi kita pun bisa mengambil benang merah dari beberapa studi yang ada. Berikut Hipwee coba rangkum apa saja karakteristik dari Generasi Y.

1. *User Generated Content* (UGC) lebih dipercaya oleh kaum *millennials* ketimbang informasi satu arah.
2. *Millennial* wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi.
3. Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat smartphone mereka.
4. *Millennial* pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam
5. *Millennial* menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka. (Aditya, 2017.

https://www.hipwee.com/feature/inilah-5-ciri-generasi-millennial-yang-sebenarnya-sulit-sih-buat-nggak-mengakui/)

2.7 Kerangka Pemikiran

2.7.1 Hegemoni

Dalam penelitian menggunakan analisis wacana kritis untuk digunakan sebagai metode, tetapi untuk membongkar isi wacana pada tema ini, peneliti menggunakakan prespektif Antonio Gramsci agar kita tidak hanya menganalisis suatu wacana dari segi tekstual atau linguistiknya saja. Tetapi juga menganalisis bagaimana konteks- konteks sosial yang ada dalam masyarakat seperti ideologi, politik, ekonomi, kekuasaan, historis, dominasi, dan lain-lain mempengaruhi wacana yang dibuat atau digulirkan.

Hal tersebut menyebabkan dalam pandangan analisis wacana kritis ini, wacana dibuat untuk menjadi alat bagi suatu kelompok untuk mendominasi atau menyebarkan ideologinya kepada kelompok yang lain. Terlebih ketika yang diteliti merupakan wacana yang berwujudkan berita. Maka dari itu, wacana atau yang dalam hal ini berita dijadikan suatu alat atau instrumen untuk melakukan hegemoni. Ketika berbicara mengenai hegemoni, kita tidak akan terlepas dari konsepsi hegemoni dari Antonio Gramsci. Karena beliau lah yang berjasa dalam mempopulerkan istilah hegemoni ini.

> “Hegemoni menekankan pada bentuk ekspresi, cara penerapan, mekanisme yang dijalankan untuk mempertahankan,

> dan mengembangkan diri melalui kepatuhan para korbannya, sehingga upaya itu berhasil mempengaruhi dan membentuk alam pikiran mereka. Proses itu terjadi dan berlangsung melalui pengaruh budaya yang disebarkan secara sadar dan dapat meresap, serta berperan dalam menafsirkan pengalaman tentang kebudayaan." (Latif dalam Subandy Ibrahim dan Djamaludin, 1997:294; Eriyanto, 2001:104)

Salah satu kekuatan hegemoni adalah bagaimana ia menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan, yang dianggap benar, sementara wacana lain dianggap salah. Ada suatu nilai atau konsensus yang dianggap memang benar, sehingga ketika ada wacana lain dianggap tidak benar. (Eriyanto, 2001:105)

Bagi Gramsci, akan menjelaskan mengapa suatu kelompok atau kelas secara sukarela atau dengan konsensus mau menundukkan diri pada kelompok atau kelas yang lain. Teori hegemoni Gramci adalah salah sebuah teori politik paling penting abad XX. Teori ini dibangun diatas premis pentingnya ide dan tidak mencukupinya kekuatan fisik belaka dalam kontrol sosial politik. Di mata Gramsci, agar yang dikuasai mematuhi penguasa, yang dikuasai tidak hanya harus merasa mempunyai dan menginternalisasi nilai-nilai serta norma penguasa, lebih dari itu mereka juga harus memberi persetujuan atas subordinasi mereka.Inilah yang dimaksud Gramsci dengan "hegemoni" atau menguasi dengan "kepemimpinan moral dan intelektual" secara konsensual.

Gramsci membagi keberadaan hegemoni dalam dua wilayah super struktur, yaitu masyarakat sipil dan masyarakat politik atau negara. Dalam kamus marxis orthodox bahwa basic struktur pasti akan

mempengarui super struktur. Inilah yang kemudian ditolak Gramsci, Gramsci melihat arti penting "ruh" dan "ide" seperti halnya dalam filsafat Hegel dalam mempengaruhi kesadaran manusia dalam wilayah super struktur yang ternyata mampu mempertahankan bentuk basic struktur. Kapitalisme dapat bertahan karena kaum borjuis mampu membangun dan mempertahankan hegemoninya terhadap kelas pekerja, sedangkan kaum intelektual proletariat (partai, fungsi partai adalah mengintegralkan intelektual secara massal) yang memiliki wilayah hegemoni bagi kelas pekerja ternyata gagal menggerakan kelas pekerja untuk melakukan perjuangan kelas dan revolusi akibat direduksinya.

Pada tahun 1917 terjadi pemberontakan secara tiba-tiba di Turin dan Gramsci terpilih sebagai komite sementara Partai Sosialis. Pemikiran dan ide-ide Gramsci sangat berperan dalam konsep revolusi, setelah pecahnya Partai Sosialis Gramsci terpilih sebagai pengurus pusat Partai Komunia Italia disitu Gramsci bersebrangan dengan konsep Fasisme yang didirikan oleh mantan pemimpin Sosialis Benito Musolini, sebab menurut Gramsci dalam konsep kekuasaan Fasis bukan hanya berbahaya tetapi cenderung berkuasa sehingga dalam karya-karya Gramsci selalu melawan kekuasaan yang dianggap membahayakan. (Santoso, 2007:74)

Pemikiran kiri Gramsci yang merupakan turunan dari pemikiran Marxian dari seorang filsuf Karl Marx menjadi bentuk Darwinisme dan Determinisme, yang percaya akan keruntuhan kapitalisme dan keniscayaan revolusi akan terjadi dengan sendirinya dalam sebuah

“hukum besi sejarah”. Serta meletakan kesadaran dan strategi perjuangan pada perspektif determinan ekonomi.

Hal ini didasarkan atas filsafat Materialisme Dialektika Historis, yang melihat bahwasejarah dan perkembangan masyarakat ditentukan oleh alat produksi yang kemudian disebut sebagai basic structure sebagai bagian bawah yang mempengaruhi bangunan atas atau super strucure (negara, moral, idelogi, politik). Di sini kemudian Gramsci melihat arti penting intelektual sebagai alat organizer bagi hegemoni.Bagaimana Hegemoni diciptakan, agar resistensi rakyat terhadap kelompok dominan dapat diminimalisir. Bagi Gramsci titik tolak pembangunan Hegemoni adalah konsensus, penerimaan konsensus ini bagi proletariat dilakukan dengan persetujuan dan kesadaran, namun hal itu bisa terjadi bagi Gramsci lebih dikarenakan kurangnya basis konseptual yang dimiliki kelas pekerja sehingga permasalahan sesungguhnya bias dimanipulasi.

Ada dua hal mendasar menurut Gramsci menjadi biang keladinya, yaitu pendidikan di satu pihak dan mekanisme kelembagaan di lain pihak. Untuk itu Gramsci mengatakan bahwa pendidikan yang ada tidak pernah menyediakan kemungkinan membangkitkan kemampuan untuk berpikir secara kritis dan sistematis bagi kaum buruh. Di lain pihak, mekanisme kelembagaan (sekolah, gereja, parpol, media massa dan sebagainya) menjadi “tangan-tangan” kelompok yang berkuasa untuk menentukan ideologi yang mendominir. Bahasa menjadi sarana penting untuk melayani fungsi hegemonis.Konflik sosial yang ada dibatasi baik

intensitas maupun ruang lingkupnya, karena ideologi yang ada membentuk keinginankeinginan, nilai-nilai dan harapanmenurut sistem yang telah ditentukan.

Bagi Gramsci politik bukanlah sekedar cara untuk mencapai kekuasaan, tetapi lebih dari itu, politik adalah bagaimana kita mampu mengakomodasikan semua kepentingan dari kelompok-kelompok masyarakat tersebut dalam sebuah aktivitas yang mempunyai sinergitas. (Santoso, 2007:82)

Negara adalah alat yang menjamin kedudukan kelas atas yang fungsinya secara politik meredam usaha-usaha kelas bawah untuk membebaskan diri dari penghisapan kelas atas. Sedangkan "superstruktur ideologis" istilah marxis bagi pandangan moral, filsafat, hukum, agama, estetika dan lain sebagainya berfungsi untuk memberikan legitimasi pada hubungan kekuasaan itu (Suseno pada Santoso 2007:82)

Titik tekan deskripsi Gramsci (1976:10) tentang intelektual organik tidak terletak pada kefasihan berbicara penampilan dan semacamnya, tetapi dalam partisipasi aktif dalam kehidupan praktis, sebagai pembangun, organisator, penasehat tetap, namun juga unggul dalam semangat matematis yang abstrak. (Santoso 2007:85)

Ideologi harus menjadi suatu kesadaran kolektif yang mampu mengakomodasikan kepentingan kelompok lain dan menarik kelompok lain itu kelompok hegemoni. Terlihat disini bias kepentingan kekuasaan.

Tujuan sosialisme Gramsci adalah terbentuknya masyarakat sosialis itu sendiri. Maka kelompok atau partai sosialis harus menjadikan dirinya inklusif serta mampu melakukan perubahan secara berkelanjutan.

2.7.1.1 Praksis Hegemoni

Hegemoni merupakan sebuah pemikiran untuk bagaimana mempengaruhi orang lain dengan jalan pemikirannya. Bagi Fahri Hamzah kekuasaan bukan sega-galanya, tapi pada praktisnya dia menggunakan kekuasaan untuk mempengaruhi Generasi *millennial*, memang sekilas tak terlihat bagaimana hegemoni yang ia ciptakan mempunyai tujuan tertentu tetapi pada kenyatannya hegemoni yang selalu ia produksi untuk persuasi agar memuluskan jalan politiknya pada periode selanjutnya.

Bagaimana dengan Tsamara? Nah disini praktis hegemoni sangat transparan, mengkritik seorang aktor politikus kawakan untuk meruntuhkan berbagai doktrin Fahri Hamzah dan begitu pula dengan belangnya pemikiran Tsamara membuat dobrakan hegemoni yang ia ciptakan sangat transparan dan *to the point* sehingga dalam pemulusan politiknya berhasil membuatnya semakin populer.

Disatu sisi hantaman argumen ditujukan kepada Fahri, dan sisi yang lain menghantam lembaga kekuasaaannya. Tidak mudah melihat ini hanya dalam berkekecimpung dalam dunia politik selalu dibumbui dengan dinding-dinding kekuasaan. Kekuasaan KPK dianggap mutlak

dan Fahri mencoba mendobrak ruang tersebut, kedua aktor sedang berhegemoni dengan caranya masing-masing. Jika pada zaman orde baru mengkritik dan berpendapa bukan sesuatu yang diperbolehkan tapi pada zaman sekarang setelah reformasi semuanya bebas hanya disekat dengan dinding konstitusi.

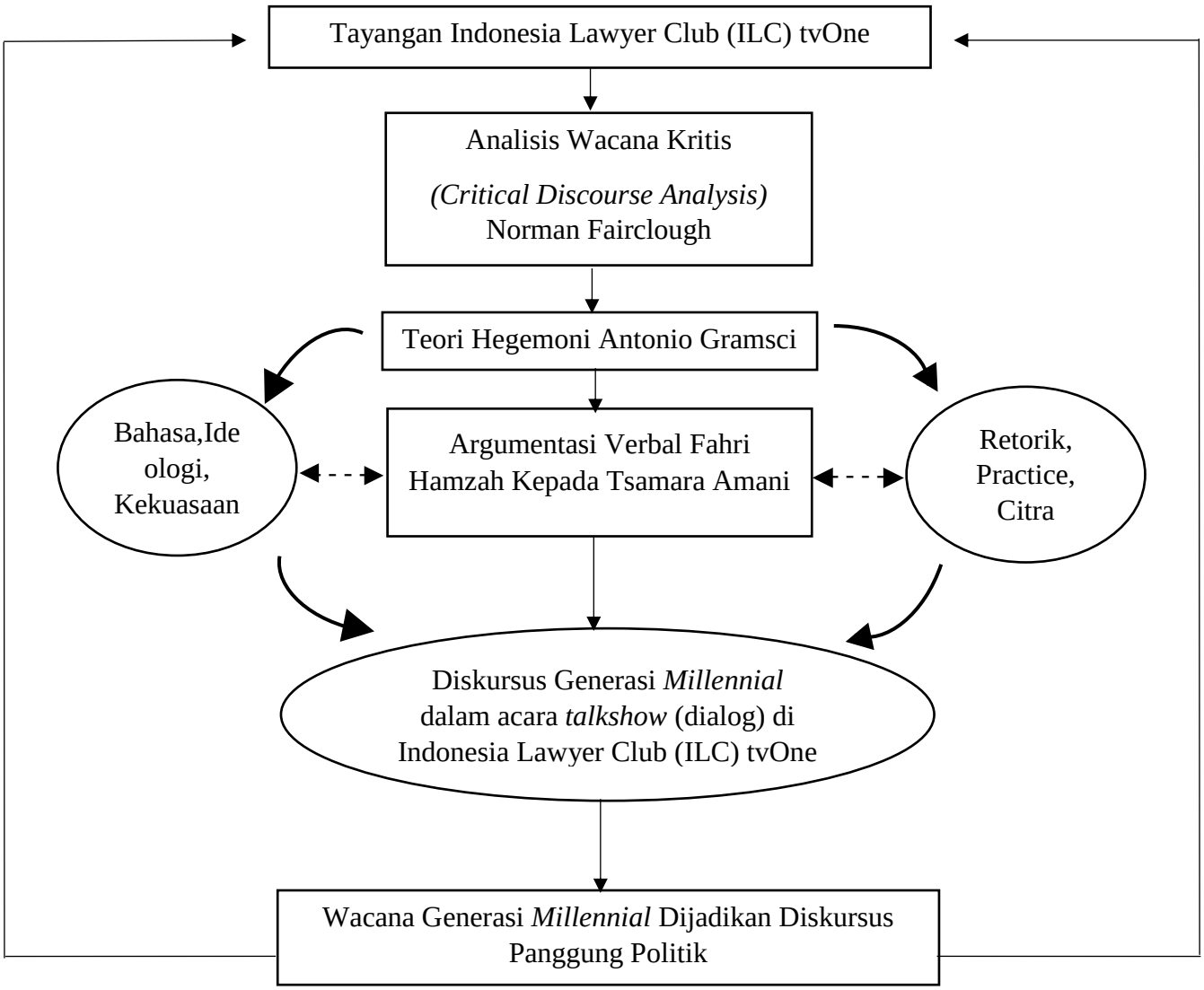
2.7.2 Model Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mengemukakan alur berpikir peneliti berdasarkan teori yang relevan dengan masalah yang diambil peneliti. Tujuannya adalah agar tercipta sebuah kesamaan alur pikir antara peneliti dengan orang lain yang membaca peneitian ini. Penelitan ini akan dilakukan dengan merujuk pada teori wacana yang dikemukakan oleh Norman Fairclough. Metode yang digunakan yaitu analisis wacana kritis (AWK) atau Critical Discourse Analysis (CDA).

Suatu peristiwa komunikasi antara dua aktor politik, dimana keduanya mempunyai pandangan dan interpretasi berbeda dalam kasus DPR Versus KPK: Semakiln Runcing. Argumentasi mereka seolah didesain agar mempengaruhi orang lain sehiningga penliti tidak hanya menggunakan teori kritis dari Fairclough tetapi juga menggunakan pandangan seorang filsuf hegemoni yaitu Antonio Gramsci.

Gambar 1
Kerangka Pikir

Analisis Wacana Kritis **"Diskursus Generasi *Millennial* Dalam Tayangan Indonesia Lawyer Club (ILC) tvOne"**



Sumber: Peneliti 2018