

## ANALISIS WACANA KRITIS COVID-19 DI AKUN INSTAGRAM

@JRXSID



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**MUHAMMAD NAILU WIQOYATILLAH**  
12730091  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

2020

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Nailu Wiqoyatillah

NIM : 12730091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang sudah pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri, bukan plagiasi dari karya penelitian orang lain.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

Yogyakarta, 25 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Muhammad Nailu Wiqoyatillah

NIM. 12730091



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Nailu Wiqoyatillah  
NIM : 12730091  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**ANALISIS WACANA KRITIS COVID-19 DI AKUN INSTAGRAM @jrxisid**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munajosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 31 Juli 2020

Pembimbing

**Rama Kertamukti, M.Sn**  
NIP 19721026 201101 1 001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-573/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2020

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS WACANA KRITIS COVID-19 DI AKUN INSTAGRAM @JRXSID

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD NAILU WIQOYATILLAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 12730091  
Telah diujikan pada : Selasa, 25 Agustus 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : C

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn  
SIGNED

Valid ID: 5f4ca2f01a20c



Pengaji I

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 5f4c6736693d4



Pengaji II

Drs. Siantari Rihartono, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 5f4b444881956

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 25 Agustus 2020  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 5f4cb82e78040

**MOTTO**

*“Semua akan indah  
pada waktunya”*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk :



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Unggahan Tentang Covid-19 di Akun Instagram @jrxsid”. Tak lupa shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang yang penuh dengan cahaya iman, islam dan ilmu pengetahuan. Semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari kiamat nanti. Amin. Peneliti menyadari pembuatan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam pembuatan skripsi ini:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bapak Dekan yang telah mengharumkan nama FISHUM karena banyak prestasi. Beliau telah banyak membantu peneliti ketika mendapatkan banyak problem akademik.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi. Beliau adalah Kaprodi yang telah membawa Prodi Ilmu Komunikasi mendapatkan akreditasi A.
3. Bunda Rika Lusri Virga, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang senantiasa sabar membimbing peneliti dari masa mahasiswa baru sampai lulus

4. Bapak Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memotivasi peneliti mulai dari awal penelitian hingga penelitian ini selesai.
5. Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos, M.A. selaku Pengaji I yang senantiasa membimbing, memberikan masukan dan nasihat kepada peneliti dalam skripsi.
6. Ibu Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Pengaji 2 yang senantiasa membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan kepada peneliti dalam skripsi.
7. Segenap Dosen-Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada peneliti, semoga bimbingan dan ilmu yang telah diberikan senantiasa menjadi amal jariyah bagi bapak dan ibu sekalian.
8. Kepala Sub Bagian Akademik Ibu Drs. Tri Agustin Nugrahaeni yang telah banyak membantu saya dalam urusan akademik.
9. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu dalam hal perizinan, khususnya Bu Nur Fadila, terima kasih banyak.
10. Bapak dan Ibu yang senantiasa sabar dan tak lelah memberikan do'a dan dukungan serta kasih sayang yang tak terhingga sehingga peneliti bisa meraih gelar sarjana. Semoga peneliti bisa membahagiakan dan menjadi kebanggaan bagi kedua orang tua.

11. Saudara-saudara saya yang selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada peneliti.
12. Teman-teman sekelas Ikom B 2012 yang telah banyak memberi support dan doa.
13. Teman-teman di Masjid Jami'Attaqwa Kota Baru yang telah memberi motivasi,
14. Seluruh teman-teman dan pihak-pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak-pihak yang telah peneliti sebutkan di atas. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran untuk perbaikan dan pengembangan ilmu pengetahuan sangat diharapkan oleh peneliti. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua. Amin.



Yogyakarta, 25 Agustus 2020

Peneliti,

Muhammad Nailu Wiqoyatillah

12730091

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Telaah Pustaka .....	9
F. Landasan Teori.....	13
G. Kerangka Pemikiran.....	30
H. Metode Penelitian.....	31

<b>BAB II : GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>43</b>
A. Instagram .....	43
B. Akun Instagram @jrxsid .....	49
<b>BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
A. Teks .....	55
B. Kognisi Sosial .....	85
C. Konteks Sosial.....	95
<b>BAB IV : KESIMPULAN.....</b>	<b>104</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1</b> Tiga Tingkatan Struktur Teks Menurut van Dijk .....	33
<b>Tabel 2</b> Elemen Wacana Model van Dijk.....	36
<b>Tabel 3</b> Superstruktur Unggahan @jrxsid tentang covid-19 .....	56
<b>Tabel 3.1</b> Struktur Mikro Unggahan @jrxsid tentang Film Contagion.....	62
<b>Tabel 3.2</b> Struktur Mikro Unggahan @jrxsid tentang Bill Gates.....	68
<b>Tabel 3.3</b> Struktur Mikro Unggahan @jrxsid tentang Rockefeller .....	73
<b>Tabel 3.4</b> Struktur Mikro Unggahan @jrxsid tentang Teori Konspirasi .....	77
<b>Tabel 3.5</b> Struktur Mikro Unggahan @jrxsid tentang New Normal .....	82



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Unggahan akun @jrxsid tentang covid-195 .....	5
<b>Gambar 1.2</b> Unggahan akun @jrxsid tentang covid-196 .....	6
<b>Gambar 1.3</b> Unggahan akun @jrxsid tentang covid-197 .....	7
<b>Gambar 2.1</b> Foto Pertama yang diposting di Instagram .....	45
<b>Gambar 2.2</b> Capture Akun Instagram @jrxsid .....	50
<b>Gambar 2.3</b> Foto Pemilik Akun Instagram @jrxsid.....	51
<b>Gambar 3.1</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang Film Contagion .....	61
<b>Gambar 3.2</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang Bill Gates .....	66
<b>Gambar 3.3</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang Rockefeller.....	71
<b>Gambar 3.4</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang Teori Konspirasi .....	76
<b>Gambar 3.5</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang New Normal.....	81
<b>Gambar 3.6</b> Capture wawancara Pemilik Akun @jrxsid dengan Gofar H.....	87
<b>Gambar 3.7</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang Skema Person.....	88
<b>Gambar 3.8</b> Unggahan Akun @jrxsid tentang Skema Person.....	88
Gambar 3.9 Unggahan Akun @jrxsid tentang Skema Person .....	89
Gambar 3.10 Unggahan Akun @jrxsid tentang Skema Diri.....	90

Gambar 3.11 Unggahan Akun @jrxsid tentang Skema Peran .....	92
Gambar 3.12 Capture Wawancara Pemilik Akun @jrxsid dengan Aiman.....	93
Gambar 3.13 Capture Diskusi Pemilik Akun @jrxsid dengan dr. Tirta .....	94
Gambar 3.14 Unggahan Akun @jrxsid tentang Konteks Sosial .....	96
Gambar 3.15 Unggahan Akun @jrxsid tentang Konteks Sosial .....	102
Gambar 3.16 Unggahan tentang kegiatan Sosial yang diselenggarakan oleh pemilik akun @jrxsid .....	103
Gambar 3.17 Unggahan penjualan kaos I Believe in Siti Fadilah yang diinisiasi oleh pemilik akun @jrxsid .....	103



## ABSTRAK

Di Penghujung tahun 2019, masyarakat dunia dikejutkan dengan adanya berita virus corona di Wuhan, China. Virus yang kemudian dikenal dengan istilah Covid-19 menyebar dengan cepat ke negara-negara lain hingga WHO pada 11 Maret 2020 menetapkan virus tersebut sebagai pandemi global. Dan sejak saat itu wacana tentang Covid-19 menjadi viral di media sosial, termasuk di platform Instagram. Wacana tentang Covid-19 sangat beragam, ada yang bermuatan politik, ekonomi, agama dan kesehatan. Salah satu influencer yang aktif berbagi wacana tentang Covid-19 di Instagram adalah akun @jrxisid. Sejak Maret 2020 hingga Juli 2020 akun @jrxisid aktif memproduksi wacana tentang covid-19 di Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna wacana tentang Covid-19 di akun Instagram @jrxisid. Peneliti menggunakan Analisis Wacana Kritis Model Teun Van Dijk. Van Dijk membagi teknis analisis menjadi 3 dimensi : Teks, Kognisi Sosial dan Konteks Sosial.

Hasil dari penelitian , peneliti memperoleh makna yang ingin disampaikan oleh akun @jrxisid dalam wacana covid-19 yang diproduksinya di instagram, yaitu pemilik akun @jrxisid ingin masyarakat menganggap bahwa covid-19 bukan virus yang berbahaya. Yang membuatnya terlihat berbahaya adalah media yang sudah dikendalikan oleh elit global. Selain itu dia juga mengajak masyarakat untuk menentang protokol kesehatan seperti menjaga jarak dan memakai masker karena menurutnya itu semua hanya bagian dari konspirasi.

Kata Kunci : Analisis Wacana Kritis, Covid-19, Instagram

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

At the end of 2019, the world community was shocked by the news of the corona virus in Wuhan, China. The virus which became known as Covid-19 spread rapidly to other countries until the WHO on March 11, 2020, declared the virus a global pandemic. And since then the discourse about Covid-19 has gone viral on social media, including on the Instagram platform. The discourse about Covid-19 is very diverse, some have political, economic, religious and health issues. One of the influencers who is actively sharing discourse about Covid-19 on Instagram is the @jrxisid account. From March 2020 to July 2020 the @jrxisid account has been actively producing discourse about covid-19 on Instagram.

This study aims to determine the meaning of discourse about Covid-19 on the Instagram account @jrxisid. The researcher used Teun Van Dijk's Model of Critical Discourse Analysis. Van Dijk divides technical analysis into 3 dimensions: Text, Social Cognition and Social Context.

The results of the study showed that the researcher obtained the meaning that the @jrxisid account wanted to convey in the covid-19 discourse that he produced on Instagram, namely the owner of the @jrxisid account wanted the public to think that covid-19 was not a dangerous virus. What makes it look dangerous is the media that is already controlled by the global elite. In addition, he also invited the public to oppose health protocols such as maintaining distance and wearing masks because according to him these were only part of a conspiracy.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Covid-19, Instagram

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sangat pesat.

Jika dulu manusia harus saling bertatap muka dulu untuk proses komunikasi, kini tanpa harus bertatap muka manusia sudah bisa saling bertukar pesan melalui media baru. Media baru membuat kita yang jauh menjadi dekat, karena tanpa harus bertatap muka secara langsung kita dapat dengan mudah bertukar pesan.

Menurut Carey dalam (Denis McQuail, 2012:43) media baru adalah media berbasis internet dengan menggunakan computer atau telepon genggam yang canggih. Denis Mc Quail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2012:43) menyebut jika ciri utama dari media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter terbuka, sifatnya ada di mana-mana, berfungsi sebagai media komunikasi, baik pribadi maupun massa serta dapat diakses oleh individu sebagai komunikator.

Media sosial atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012: 568), media sosial adalah sebuah sarana bagi konsumen untuk

berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social, dari total populasi Indonesia yang berjumlah 272 juta jiwa, ada 175,4 juta pengguna di Indonesia pada tahun 2020. Artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Menariknya, dari 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, ada 160 juta yang menjadi pengguna aktif media sosial. Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun ini We Are Social menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial.

Dilansir dari detik.com, platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo. Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, salah satu perusahaan analis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa Polandia, hingga November 2019 jumlah pengguna aktif bulanan Instagram di Indonesia dilaporkan telah mencapai 61,61 juta. Dengan jumlah pengguna sebanyak itu, Indonesia menempati urutan keempat di bawah Amerika Serikat, Brazil dan India, sebagai negara dengan

pengguna instagram terbanyak di dunia karena ada 22,6 persen atau nyaris seperempat dari total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram seperti dikutip dari bisnis.com

Sebagai media sosial, instagram juga digunakan untuk membagikan wacana kepada orang lain. Menurut Hawthorn (1992) Wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya. Sedangkan menurut Fowler (1997), wacana adalah komunikasi lisan dan tulisan yang dibentuk dari nilai, kepercayaan dan hal-hal lain yang membentuknya. Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, wacana dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dibentuk dari nilai, kepercayaan dan tujuan sosial yang membentuknya. Jadi ketika ada yang membagikan tulisan atau video di instagramnya maka itu termasuk sebuah wacana.

Sebagai seorang muslim, kita dituntut untuk lebih dulu menganalisis kebenaran sebuah wacana ketika mendapatkan wacana yang belum jelas kebenarannya. Terlebih wacana tersebut berasal dari media sosial yang siapapun bebas untuk menulis atau membagikan apapun di sana. Dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 6 Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman :

بِأَيْمَانِ الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَبَيَّنُوهُ أَنْ تُصَبِّيُوهُ قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَقُصِّبُوهُ عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak

*menimpa suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S. Al-Hujurat : 6).*

Di dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan jika ayat ini berkaitan dengan perintah dari Allah SWT untuk meneliti setiap informasi atau kabar yang diterima dari orang fasik. Umat islam diperintahkan untuk tidak begitu saja menerima kabar, akan tetapi setiap kabar yang diterima harus dikritisi terlebih dahulu. Sikap yang demikiran akan menjaga seorang muslim dari kerusakan. Karena besarnya akibat yang ditimbulkan jika mencerna informasi secara mentah-mentah, sebagian ulama melarang menerima kabar dari seseorang yang tidak diketahui profilnya. Meskipun ada pendapat dari ulama lain, bahwa boleh menerima kabar dari orang yang tidak dikenali, akan tetapi harus dipastikan dulu kebenarannya. Melalui Ayat ini, Allah swt memberikan tuntunan kepada kita agar bersikap hati-hati, tidak gegabah dan tidak tergesa-gesa dalam menerima sebuah kabar, khususnya jika kabar tersebut datang dari seorang yang sudah dikenali kefasikannya. Ayat ini juga mengisyaratkan agar kita selalu melakukan analisis terlebih dahulu ketika menerima kabar dari orang yang tidak kita kenali.

Di penghujung tahun 2019, masyarakat dunia dikejutkan dengan adanya berita tentang virus corona pertama kali dimukan di Wuhan, China. Virus yang kemudian dikenal dengan istilah Covid-19 itu menyebar dengan cepat ke negara-negara lain hingga pada 11 Maret 2020 WHO (Badan Kesehatan Dunia) menetapkan virus tersebut sebagai pandemi global. Pada 2

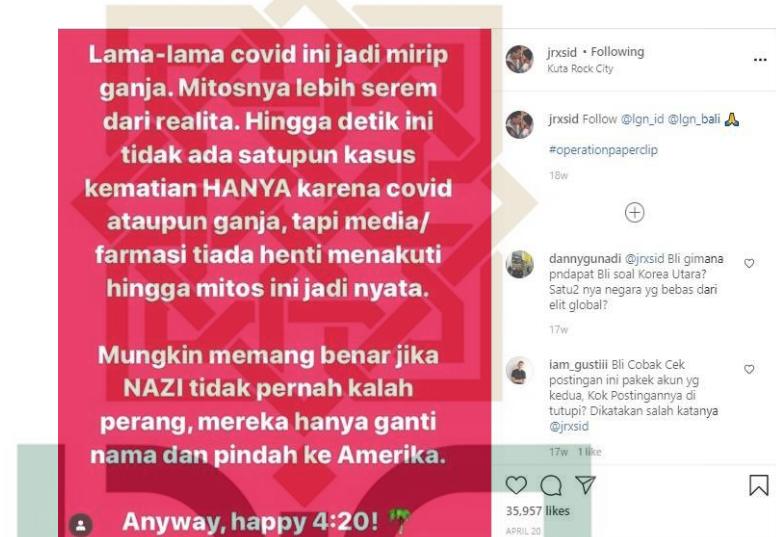
Maret 2020, Presiden Joko Widodo secara resmi mengumumkan kasus pertama covid-19 yang ditemukan di Indonesia. Sejak pengumuman kasus pertama tersebut, wacana tentang covid-19 menjadi viral di berbagai platform media sosial, termasuk salah satunya di platform media sosial instagram. Wacana tentang covid-19 kemudian terus berkembang, mulai dari kesehatan, politik, ekonomi, agama dan lain-lain.

Salah satu influencer di instagram yang aktif membagikan wacana tentang covid-19 adalah akun instagram @jrxsid. Pemilik dari akun yang mempunyai satu juta followers tersebut adalah I Gede Ari Astina atau yang biasa dikenal dengan Jerinx. Sosok yang lebih dikenal publik sebagai musisi dan aktivis tersebut sering memproduksi wacana tentang covid-19 di akun instagramnya. Misalnya pada 9 April 2020, dia mengunggah postingan yang berisi tentang tuduhan bahwa dia percaya covid-19 bukan sepenuhnya merupakan masalah kesehatan, akan tetapi menurutnya covid-19 hanyalah skema bisnis.



(Gambar 1.1 : Unggahan akun instagram @jrxsid tentang covid-19)

Dalam unggahannya yang lain, akun @jrxsid menyebut jika covid-19 itu bukan penyakit yang berbahaya karena menurutnya belum ada yang meninggal murni karena terkena covid-19. Bahkan dia mengatakan bahwa pemberitaan dari media lah yang membuat covid-19 yang menurutnya hanya sebuah mitos menjadi mengerikan.



(Gambar 1.2 : Unggahan akun instagram @jrxsid tentang covid-19)

Bahkan pada tanggal 4 Mei 2020, akun @jrxsid mengajak masyarakat untuk menolak tes covid-19. Dia menyebut jika tes covid-19 hanya merupakan bagian dari agenda Bill Gates untuk memonopoli dunia. Ada 42.884 orang yang menyukai unggahan tersebut dan ada 1.249 orang yang berkomentar.



(Gambar 1.3: Unggahan akun instagram @jrxsid tentang covid-19)

Sejak bulan Maret 2020 hingga Juli 2020 akun instagram @jrxsid aktif memproduksi wacana tentang covid-19. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan analisis wacana kritis pernyataan kontroversial tentang Covid-19 yang diunggah oleh akun instagram @jrxsid dengan menggunakan analisis wacana kritis model Teun Van Dijk.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti, rumusan masalah dari penelitian tersebut adalah :

1. Bagaimana analisis teks wacana tentang covid-19 di akun instagram @jrxsid periode Maret 2020 hingga Juli 2020?
2. Bagaimana kognisi sosial pemilik akun @jrxsid dalam memproduksi wacana tentang covid-19?
3. Bagaimana konteks sosial yang berkembang di masyarakat terkait covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka tujuan dari peneliti dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui analisis teks wacana tentang covid-19 di akun instagram @jrxsid periode Maret 2020 hingga Juli 2020?
2. Untuk mengetahui kognisi sosial pemilik akun @jrxsid dalam memproduksi wacana tentang covid-19
3. Untuk mengetahui konteks sosial yang berkembang di masyarakat terkait covid-19

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber pengetahuan dan referensi kajian analisis wacana kritis unggahan tentang covid-19 yang diunggah oleh akun instagram @jrxsid dengan menggunakan analisis wacana kritis model Teun Van Dijk.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dalam kajian analisis wacana kritis unggahan tentang Covid-19 yang diunggah oleh akun instagram @jrxsid menggunakan analisis wacana kritis model Teun Van Dijk.

## **E. Telaah Pustaka**

Untuk mengetahui dan membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya diperlukan telaah pustaka, agar peneliti dapat

mengetahui perbedaan antara penelitiannya dengan penelitian lain, dan berikut beberapa judul penelitian yang terkait dengan analisis wacana, diantaranya yaitu:

Pertama skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hastag Crazy Rich Surabayan di Twitter” dengan peneliti Indriya Suciningsih, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dahwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2019. Penelitian ini tentang trending topic #crazyrichsurabayan di twitter yang ramai diperbincangkan setelah ditayangkannya film Crazy Rich Asian. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui wacana yang berkembang dalam hastag #crazyrichsurabayan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Hasil penelitian ini ditemukan wacana yakni wacana sarkasme yang dimana kalimat yang digunakan sangat Hiperbola (melebih-lebihkan keadaan sesungguhnya), ada juga yang bersifat repetisi (kalimat yang diulang-ulang) dan juga bersifat aliteras (mengulangi kata-kata tertentu). Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu adalah sama-sama menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian ini, dimana objek penelitian ini adalah trending topic hastag #crazyrichsurabayan di twitter. Sedangkan objek penelitian yang peneliti teliti adalah akun instagram @jrxsid.

Kedua skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis dalam Bahasa Media Jejaring Sosial (Studi Penggunaan Bahasa Akun Twitter @UINSK

sebagai Akun Lembaga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Pada Periode Desember 2013-Februari 2014)" dengan peneliti Laelatul Pathia, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Yogyakarta 2014. Penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun Van Dijk. Hasil dari penelitian ini adalah admin akun twitter @UINSK terlalu banyak menggunakan bahasa-bahasa non formal, serta terlihat tidak serius dalam menjawab informasi yang dibutuhkan oleh para mahasiswa. Padahal, bahasa merupakan representasi seseorang yang ditampilkan pada publik. Melalui bahasa, public dapat menilai citra atau *image* orang lain, terlebih untuk seorang humas. Walaupun bahasa-bahasa yang disampaikan humas berbentuk sederhana, tetapi dapat memberikan pengaruh besar untuk keberlangsungan humas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu adalah sama-sama menggunakan analisis wacana model Teun Van Dijk. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian, dimana subjek dalam penelitian ini adalah akun twitter @UINSK dan objeknya adalah penggunaan bahasa media di jejaring sosial. Sedangkan subjek yang peneliti teliti adalah akun instagram @jrxisid dan objeknya adalah makna "covid-19" yang dibingkai dan direpresentasikan di akun instagram @jrxisid..

Ketiga skripsi yang berjudul "Twitter sebagai Media Propaganda (Analisis Wacana pada Tweet Akun @ForBali13 sebagai Media Propaganda Tolak Reklamasi Tanjung Benoa Periode 1 Desember 2014-31 Januari 2015)" dengan peneliti Abdul Muiz, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2015. Penelitian ini menggunakan analisis wacana Norman Fairclough. Hasil dari penelitian ini adalah akun twitter @Forbali13 adalah media propaganda untuk memobilisasi massa dan mempengaruhi masyarakat agar menolak reklamasi Teluk Benoa karena rencana tersebut bertentangan dengan kondisi sosial budaya Bali dan masalah lingkungan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu adalah sama-sama menggunakan analisis wacana kritis. Sedangkan perbedaannya terletak pada model analisis wacana kritisnya dan obyek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan analisis wacana model Norman Fairclogh dan objeknya yaitu akun twitter @Forbali13, sedangkan analisis wacana yang digunakan oleh peneliti adalah model Teun Van Dijk dan objek yang diteliti adalah akun instagram @jrxsid.

Keempat Jurnal yang berjudul “Komunikasi Visual : Fantasi Tubuh Wanita Kelas Menengah di Instagram” dengan peneliti Rama Kertamukti, Heru Nugroho (Mahasiswa Pascasarjana Universitas Gajah Mada) dan S. Bayu Wahyono (Mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta). Penelitian ini mengkaji fenomena praktik wanita kelas menengah dalam memperlihatkan perubahan signifikan yang tidak ada batasan ruang dan waktu di ruang Instagram. Teori yang digunakan adalah teori wacana tekstual. Wacana senantiasa melibatkan kondisi sosial dalam memproduksi dan menafsirkannya. Hasil dari penelitian ini adalah dua akun yang diteliti @putrilellyana dan @rosakusumaazhar menghadirkan wacana wanita

mengenai tubuh. Kenyataan yang termanifestasikan dua akun ini bahwa konsumsi dan produksi dalam arena Instagram memberikan pembentukan pola realitas sosial. Instagram menjadi alat pembentuk konstruksi sosial, sekaligus pembentuk wujud kuasa kebenaran dalam realitas sosial, Instagram membuat ruang kendali keseragaman norma-norma kehidupan. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan analisis wacana kritis dan menjadikan instagram sebagai objek penelitiannya. Sedangkan perbedaannya terletak pada model analisis wacana dan objek penelitiannya. Penelitian ini menggunakan teori wacana textual Norman Fairclogh dan objek penelitiannya adalah fantasi tubuh wanita di instagram Sedangkan analisis wacana yang digunakan peneliti adalah model Teun Van Dijk dan objek penelitiannya adalah pernyataan kontroversial tentang Covid-19 yang diunggah oleh akun instagram @jrxisid.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Teori Wacana**

Kata wacana adalah salah satu kata yang paling banyak disebut saat ini selain demokrasi, hak asasi manusia, masyarakat sipil dan lingkungan hidup. Akan tetapi, seperti umumnya banyak kata, semakin banyak disebut dan dipakai kadang arti dari kata tersebut bukan semakin jelas tetapi semakin membingungkan dan rancu. Ada yang mengartikan wacana sebagai unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Ada juga yang mengartikan sebagai pembicaraan atau diskursus. Eriyanto (2011:1) menjelaskan luasnya makna wacana dikarenakan oleh perbedaan lingkup dan disiplin ilmu yang

memakai istilah tersebut. Kata wacana dipakai oleh banyak kalangan mulai dari studi bahasa, psikologi, sosiologi, politik, komunikasi, sastra dan sebagainya. Menurut Hawtron (1992) Wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya. Sedangkan menurut Roger Fowler (1977) Wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai dan kategori yang masuk di dalamnya; kepercayaan di sini mewakili pandangan dunia; sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman. Foucault (1972) menjelaskan jika kadang wacana bisa sebagai bidang dari semua pernyataan (statement), kadang kala juga sebagai sebuah individualisasi kelompok pernyataan dan kadang kala juga sebagai praktik regulatif yang dilihat dari sejumlah pernyataan. (Eriyanto 2011:2).

Dalam analisis wacana kritis, bahasa dipandang sebagai faktor yang penting. Bahasa bisa digunakan sebagai alat untuk melihat ketimpangan kekuasaan yang terjadi di masyarakat. Analisis wacana kritis memiliki beberapa karakteristik menurut Teun van Dijk, Fairclough, dan Wodak dalam (Eriyanto, 2011: 8-13), yaitu:

a. Tindakan

Sebagai bentuk interaksi, wacana dapat dipahami sebagai sebuah tindakan (action). Untuk berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain seseorang akan berbicara, menulis, dan menggunakan bahasa. Bahasa bukan ditafsirkan untuk dirinya sendiri, akan tetapi untuk

berinteraksi dengan orang lain. Ketika wacana dipahami sebagai sebuah tindakan, maka akan ada beberapa konsekuensi yang timbul tentang bagimana harus memandang. Pertama wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, apakah untuk mempengaruhi, membujuk, mendebat, menyanggah, bereaksi, dan sebagainya. Tentunya ketika seseorang berbicara atau menulis, maka dia akan mempunyai tujuan dan maksud tertentu, baik kecil maupun besar. Yang kedua, sebagai sesuatu yang diekspresikan wacana dapat dipahami secara sadar, terkontrol, bukan sesuatu yang di luar kendali atau diekspresikan di luar kesadaran.

b. Konteks

Latar, situasi, peristiwa, dan kondisi merupakan konteks dari wacana yang harus dipertimbangkan oleh seseorang ketika melakukan analisis wacana kritis. Wacana dapat diproduksi, dipandang, dimengerti, dan dianalisis pada konteks tertentu. Bahasa bukan suatu objek yang diisolasi dalam ruang tertutup, Bahasa juga tidak dipahami sebagai sebuah mekanisme internal dari linguistik semata, akan tetapi bahasa dipahami dalam konteks secara keseluruhan. Menurut Guy Cook dalam (Eriyanto, 2011: 9-10) dalam pengertian wacana ada tiga hal yang sentral. Yang pertama adalah teks. Teks disini bukan hanya dipandang sebagai sebuah kata-kata yang tertulis di lembaran kertas. Akan tetapi teks adalah semua bentuk bahasa, semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra, dan sebagainya. Yang kedua adalah konteks. Yang dimaksud konteks adalah semua situasi dan hal

yang berada di luar teks yang dapat mempengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan dalam bahasa, situasi dimana teks tersebut diproduksi, fungsi yang dimaksudkan, dan sebagainya. Yang ketiga adalah wacana. Yang dimaksud dengan wacana adalah bagaimana menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam proses komunikasi kemudian dimaknai. Di sini tidak hanya dibutuhkan proses kognisi dalam arti umum, akan tetapi juga dibutuhkan gambaran spesifik dari budaya yang dibawa. Konteks dimasukkan dalam tudi mengenai bahasa karena bahasa selalu berada dalam konteks, tidak ada proses komunikasi tanpa partisipan, interteks, situasi dan sebagainya.

Wacana kritis mendefinisikan teks dan percakapan dalam situasi tertentu. Namun tidak semua konteks dimasukkan dalam analisis, hanya yang berpengaruh atas produksi dan penafsiran teks teks saja yang dianalisis. Ada beberapa konteks yang berpengaruh terhadap produksi wacana. Pertama, partisipan wacana seperti jenis kelamin, umur, pendidikan, kelas sosial, etnis, agama, dalam banyak hal relevan dalam menggambarkan wacana. Beberapa hal tersebut merupakan latar dari yang memproduksi wacana. Kedua, setting sosial tertentu, seperti posisi pembicara dan pendengar, waktu, tempat atau lingkungan fisik. Beberapa hal tersebut merupakan konteks yang berguna untuk mengerti suatu wacana. Setting, seperti dalam suasana formal atau informal, menggunakan tempat privat atau public atau pada ruang tertentu memberikan wacana tertentu pula. Oleh karena itu wacana harus

dipahami dan ditafsirkan dari kondisi dan lingkungan sosial yang mendasarinya. (Eriyanto, 2011: 10)

c. Historis

Pemahaman megenai teks wacana hanya akan diperoleh kalau kita bisa memberikan konteks historis di mana teks itu diciptakan karena salah satu aspek yang penting untuk memahami sebuah wacana adalah dengan menempatkan wacana dalam konteks historis tertentu. Tanpa menyertakan konteks yang menyertainya wacana tidak akan dapat dipahami. Oleh karena itu, pada waktu melakukan analisis diperlukan tinjauan untuk memahami mengapa wacana berkembang atau dikembangkan seperti itu, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu, dan seterusnya (Eriyanto, 2011: 11).

d. Kekuasaan

Elemen kekuasaan juga dipertimbangkan dalam analisis wacana kritis karena kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat. Wacana dalam bentuk teks, percakapan, atau apa pun tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, netral, dan wajar akan tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Pemakai bahasa bukan hanya penulis, pembaca, pembicara dan pendengar, ia juga bagian dari kategori sosial tertentu seperti kemlompok agama, komunitas atau masyarakat tertentu. Dalam hubungannya dengan wacana kekuasaan itu penting untuk melihat kontrol. Kontrol tidak harus dipahami dalam bentuk fisik dan langsung, tetapi juga kontrol

secara mental dan psikis. Kelompok dominan dapat membuat kelompok lain bertindak sesuai dengan keinginannya karena mereka lebih mempunyai akses dibandingkan dengan kelompok yang tidak dominan seperti pengetahuan, uang, dan pendidikan. Bentuk kontrol terhadap wacana bisa dilakukan dengan berbagai amacam cara. Pertama adalah kontrol atas konteks, yang secara mudah dapat dilihat dari siapakah yang boleh dan harus berbicara, siapa pula yang hanya bisa mendengar dan mengiyakan. Kedua kontrol atas struktur wacana. Semakin besar kekuasaan seseorang akan semakin menentukan bagian mana yang harus ditampilkan dan bagian mana yang tidak ditampilkan. Selain itu itu juga dapat menentukan bagaimana ia harus ditampilkan. (Eriyanto, 2011: 11-12).

e. Ideologi

Dalam analisis wacana kritis, ideologi merupakan konsep yang sentral, karena praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu dapat diamati melalui teks, percakapan, dan lainnya. Wacana dalam pendekatan ini dipandang sebagai medium yang mana kelompok dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan produksi kekuasaan dan dominasi yang mereka miliki kepada khalayak, sehingga tampak absah dan benar. Oleh van Dijk (Eriyanto, 2011: 13) fenomena itu disebut dengan “kesadaran palsu”, bagaimana manipulasi ideologi dilakukan oleh kelompok dominan kepada kelompok yang tidak dominan melalui kampanye disinformasi melalui kontrol media. Ada

beberapa implikasi penting dalam ideologi. Pertama, ideologi secara inheren bersifat sosial, tidak personal atau individual, diantara anggota kelompok, organisasi atau kolektivitas dengan orang lainnya ideologi membutuhkan share. Dalam bertindak dan bersikap , hal yang di-share-kan tersebut bagi anggota kelompok digunakan untuk membentuk solidaritas dan kesatuan langkah. Kedua, meskipun bersifat sosial, ideologi digunakan secara internal di antara anggota kelompok atau komunitas. Oleh karena itu ideologi tidak hanya menyediakan fungsi kohesi dan koordinatif, tetapi juga membentuk identitas dalam suatu kelompok untuk membedakan dengan kelompok yang lain. Analisis wacana kritis tidak hanya menempatkan bahasa dalam ruang tertutup, akan tetapi juga harus melihat bagaimana ideologi berperan dalam membentuk wacana.

## 2. Konstruksi Sosial

Bangunan teoritik teori konstruksi sosial (social construction) dirumuskan oleh Peter L Berger dan Thomas Luckmann. Peter L Berger seorang sosiolog dari New School for Social Research, New York, Sementara Thomas Luckman adalah sosiolog dari University of Frankfurt.

Melalui buku mereka yang berjudul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge* (1966), Peter L. Berger dan Thomas Luckman memperkenalkan istilah konstruksi atas realitas sosial (social construction of reality) yang mana istilah tersebut menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh kedua akademisi tersebut, sebagai suatu kajian

teoritis dan sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.. Margareth Poloma menjelaskan bahwa konstruksi sosial atas realitas adalah suatu proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif secara terus menerus. (Poloma, 1994: 308-310).

Berger dan Luckman (Bungin, 2008:14) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman kenyataan dan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik. Kedua akademisi tersebut mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektis tersebut mempunyai tiga tahapan; Berger menyebutnya sebagai momen. Ada tiga tahap peristiwa. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Pertama, eksternalisasi, yaitu ekspresi diri manusia atau usaha pencurahan diri ke dalam dunia, baik dalam bentuk kegiatan mental maupun fisik. Sifat dasar dari manusia, ia akan selalu mencurahkan diri ke tempat di mana dia berada. Manusia tidak dapat dipahami sebagai makhluk yang tertutup dan lepas dari dunia luarnya. Manusia berusaha menangkap dirinya, dalam proses inilah dihasilkan suatu dunia dengan kata lain, manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia. Kedua,

objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. Hasil itu menghasilkan realitas objektif yang bisa jadi akan menghadapi si penghasil itu sendiri sebagai suatu faktisitas yang berada di luar danberlainan dari manusia yang menghasilkannya. Lewat proses objektivasi ini, masyarakat menjadi suatu realitas suigeneris. Hasil dari eksternalisasi kebudayaan itu misalnya, manusia menciptakan alat demi kemudahan hidupnya atau kebudayaan non-materiil dalam bentuk bahasa. Baik alat tadi maupun bahasa adalah kegiatan eksternalisasi manusia ketika berhadapan dengan dunia, ia adalah hasil dari kegiatan manusia. Setelah dihasilkan, baik benda atau bahasa sebagai produk eksternalisasi tersebut menjadi realitas yang objektif. Bahkan ia dapat menghadapi manusia sebagai penghasil dari produk kebudayaan. Kebudayaan yang telah berstatus sebagai realitas objektif, ada diluar kesadaran manusia, ada “di sana” bagi setiap orang. Realitas objektif itu berbeda dengan kenyataan subjektif perorangan. Ia menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang. Ketiga, internalisasi. Proses internalisasi merupakan penyerapan kembali dsari dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga menjadi individu yang subjektif karena dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Berbagai macam unsur dari dunia yang telah diproses secara objektif tersebut akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadaran manusia, sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi, manusia adalah hasil dari masyarakat. Bagi Berger, realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak

jug sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman semacam ini, realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu dengan konstruksinya masing-masing.

### 3. Media Baru

Menurut Mc Quail (2012:153) media baru adalah tempat di mana seluruh peserta komunikasi terdesentralisasi ; distribusi pesan melalui satelit meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan computer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi semakin meningkat. Munculnya media baru menyebabkan adanya beberapa perubahan utama :

- a. Digitalisasi dan kovergensi atas segala aspek media
- b. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat
- c. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
- d. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
- e. Munculnya beragam bentuk baru pintu (*gateway*) media
- f. Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media

Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama dimana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Menurut McQuail(2012:157), karakteristik yang dapat membedakan antara media baru dari perspektif penggunanya:

- a. Interaktivitas (interactivity): ditunjukkan oleh rasio respon atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap ‘penawaran’ sumber atau pengirim.
- b. Kehadiran sosial (atau sosialibilitas) (social presence or socialiblity): dialami oleh pengguna, berarti kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh pengguna media.
- c. Kekayaan media (media richness): jangkauan dimana media dapat menjabatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak pertunjukan, melibatkan lebih banyak indra dan lebih personal.
- d. Otonomi (autonomy): derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konteks dan pengguna, mandiri dari sumber.
- e. Unsur bermain-main (playfulness): kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
- f. Privasi (privacy): berhubungan dengan kegunaan media dan/atau konten tertentu.
- g. Personalisasi (personalization): derajat dimana konten dan pengguna menjadi personal dan unik.

Dalam new media, terdapat perspektif CMC atau computer mediated communication yang menekankan bagaimana komputer memediasi proses komunikasi. Jadi CMC di definisikan sebagai komunikasi antara dua orang atau lebih yang dimediasi oleh komputer. Holmes(2005:55) menegaskan bahwa empat poin penting perspektif CMC:

- a. Memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di cyberspace.
- b. Lebih mengkhususkan pada term interaksi dibandingkan integrasi yang lebih mengangkat beragam bentuk interaksi individu dibandingkan semua konteks serta ritual sosial dimana interaksi tersebut memiliki makna.
- c. Tidak seperti “media studies” beberapa pembahasan CMC mengungkap bagaimana faktor-faktor eksternal mempengaruhi kegiatan komunikasi. Dengan menganalisis broadcast, kenyataan sangat sedikit yang mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor eksternal tersebut mempengaruhi konten media sementara media konten itu sendiri dinilai dari bagaimana ia merefleksikan segala sesuatunya diluar media atau realitas nonmedia.
- d. Dengan sidikit mengabaikan berbagai bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif CMC, ba hwa perspetif ini memfokuskan pada integrasi informasi dimana komunikasi yang terjadi pada medium komputer berdasarkan pada proses informasi yang dapat dijumpai dalam beragam bentuk ( Nasrullah,2012:94).

Menurut Marc Smith (1995) ada empat aspek penting yang berhubungan dengan interaksi virtual yang dapat membentuk perilaku komunikasi (Nasrullah,2012:95-96).

a. *Virtual Interaction is aspatial*

Jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi.

Kehadiran atau kedekatan jarak tidak menjadi penting selama masing-masing dapat menjalankan fungsinya.

b. *Virtual interaction via system is predominantly asynchronous.*

Pengecualian dalam memakai Chat, MUDs, atau ICQs bahwa komunikasi melalui komputer seperti konferensi system, dan email data dioperasikan berdasarkan waktu dan jadwal yang disingginkan.

c. *CMC is acorporeal because is it primarily a text-only medium.*

Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili dengan teks. Efek dan CMC yang asynchronous dan acorporeal ini, sebagai misal, mampu melakaukan komunikasi dengan melibatkan jumlah individu yang besar.

d. *CMC is astigmatic*

Bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu, sebab komunikasi berdasarkan teks ini sangat sedikit bisa menampilkan gambaran visual tentang status seseorang dibandingkan apabila bertahap muka.

#### 4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya untuk mengedit foto dan videonya dengan berbagai filter. Kata Instagram berasal dari dua kata yaitu

*Insta* dan *Gram*. Kata *Insta* berasal dari kata “instan” terinspirasi dari kamera Paraloid jaman dulu yang biasa dikenal foto instan. Instagram bisa menghasilkan foto secara cepat dan instan seperti kamera Paraloid. Kata *Gram* berasal kata dari “telegram” yang mana alat tersebut dapat mengirimkan informasi yang cepat.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling popular karena mempunyai karakteristik dan keunikannya tersendiri, yakni hanya berisi karya fotografi dari para penggunanya. Meskipun sebenarnya fitur utama dari instagram agak memiliki kemiripan dengan Twitter, seperti penggunaan istilah “followers” untuk akun yang saling mengikuti satu sama lain, kemudian penggunaan istilah mention untuk menandai orang dan hashtag. Saat ini instagram menjadi aplikasi paling digemari untuk *platform* fotografi berjejaring meskipun aplikasi media sosial lain seperti Facebook dan Twitter juga mempunyai fitur untuk berbagi foto.

Instagram memiliki beberapa fitur yang memiliki fungsi yang berbeda-beda. Beberapa fitur-fitur instagram adalah sebagai berikut :

a. Pengikut (*followers*)

Pengikut atau *followers* menjadi salah satu fitur yang penting karena orang yang telah mengikuti sebuah akun, unggahan yang terdapat pada akun tersebut akan masuk ke beranda yang mengikuti, sehingga dengan melihat foto yang bagus akan menginspirasi dan menantang untuk menghasilkan karya yang bagus. Melalui pengikut kita dapat memperoleh jumlah tanda suka dari para pengikut yang bisa sangat mempengaruhi

apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang popular atau tidak.

Fitur *followers* juga membuat penyebaran informasi dari sebuah akun ke akun yang lain menjadi lebih mudah, komunikasi antar pengguna juga dapat terjalin dengan baik. (Bambang, 2012: 63)

b. Unggahan Foto (*Photo Upload*)

Unggahan foto dan video merupakan fitur utama dari instagram.

Untuk mengunggah sebuah foto di instagram, pengguna dapat mengambil foto melalui kamera ponsel ataupun foto yang sudah ada didalam galeri ponsel. (Bambang, 2012: 42)

c. Judul Foto (*Caption*)

Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul atau tulisan yang sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pemguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori. Tidak ada aturan baku dalam membuat judul foto, namun pada umumnya *caption* lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan dalam foto tersebut. (Bambang, 2010: 52)

d. Arroba

Seperti Facebook dan Twitter, instagram juga memiliki fitur arroba (@). Penggunanya dapat menyinggung pengguna lainnya dengan fitur ini. Selain itu pengguna juga memanggil pengguna lain yang dapat diterapkan pada caption maupun dikolom komentar dengan menggunakan tanda arroba (@). (Bambang. 2012: 64)

e. Pagar (*hastag*)

Hastag atau Pagar yang disimbolkan dengan tanda (#) yang letaknya biasanya berada di awal kata adalah fitur yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan menggunakan “kata kunci”. Bila para pengguna memberikan tanda hastag pada sebuah foto, maka foto dapat lebih mudah untuk ditemukan. Hastag juga dapat digunakan dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan sebuah foto. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, atau untuk memberitakan sebuah acara. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan hastag sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Para penggiat media sosial di Indonesia menerjemahkan kata *hastag* menjadi tagar yang merupakan singkatan dari tanda pagar. (Bambang, 2012: 64)

f. Tanda Suka

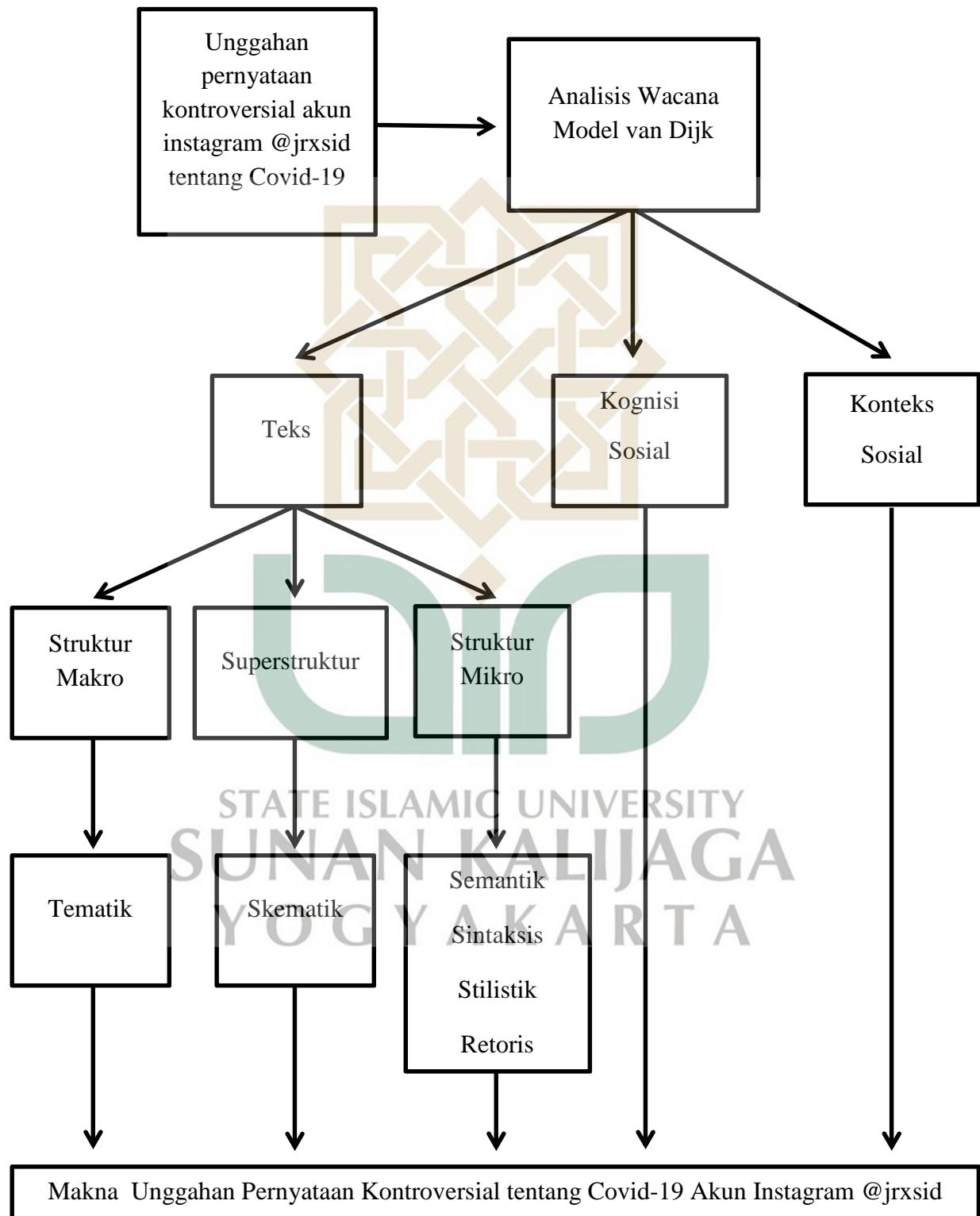
Fitur tanda suka yang berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah ke instagram. Jumlah suka pada sebuah foto didalam instagram dapat menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Cara menggunakan fitur ini adalah dengan cara menekan tanda *like* di kiri bawah foto sebelah tanda komentar dan dengan mengetuk dua kali (*double tap*) pada foto yang disukai (Bambang, 2012: 63)

g. Popular

Fitur popular merupakan tempat di mana kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Dengan fitur ini foto pengguna akan dapat dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah menjadi lebih banyak. (Bambang, 2012)



## G. Kerangka Pemikiran



## **H. Metode Penelitian**

Metode penelitian dibutuhkan agar penelitian dapat berjalan secara sistematis dan menghasilkan penjelasan yang lebih akurat. Yang dimaksud dengan metode penelitian adalah mengemukakan secara teknis tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian (Sedarmayanti & Hidayat, 2011:25), dimana metode penelitian merupakan prosedur atau cara dalam melakukan penelitian untuk menjawab penelitian yang diteliti oleh peneliti (Pujileksono, 2015:3). Berikut penjelasan metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti:

### **1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, jenis penelitian yang akan peneliti gunakan yaitu studi deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mencoba memahami fenomena dalam setting dan konteks naturalnya (bukan di dalam laboratorium) di mana peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi fenomena yang diamati (Leedy & Ormrod 2005; Patton 2001; Saunders, Lewis 7 Thornhill 2007 dalam Sarosa, 2012:7). Penelitian dengan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) situasi atau kelompok tertentu (Ruslan, 2006: 12).

Alasan peneliti menggunakan jenis dan metode tersebut karena jenis dan metode di atas sesuai dengan penelitian yang peneliti teliti, dimana peneliti ingin mendeskripsikan makna dari unggahan tentang

covid-19 di akun instagram @jrxisd menggunakan analisis wacana kritis model Teun Van Dijk. Perihal-perihal tersebut digali secara mendalam dari narasumber dan kemudian disajikan dengan jelas dan terperinci.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian menurut Amirin dalam (Idrus, 2009: 91) adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin di peroleh keterangan dan dalam penelitian yang peneliti kaji subyek penelitiannya adalah akun instagram @jrxisd.

### **b. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah fokus masalah yang akan dicari jawabannya melalui penelitian. Objek penelitian harus dirumuskan secara tajam dan jelas sehingga tidak menimbulkan kesalah pahaman bagi orang lain (Tim Penyusun Buku Panduan Skripsi, 2013: 18). Maka dari itu objek penelitian dari penelitian ini pernyataan kontroversial tentang Covid-19 di akun instagram @jrxisd periode Maret 2020 hingga Juli 2020.

## **3. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan pengumpulan dokumentasi unggahan akun instagram @jrxisd periode Maret 2020 hingga Juli 2020. Teknik seperti ini digunakan untuk mencari data yang berkaitan dengan penelitian yang

diteliti. Ada dua sumber data yang akan digunakan penulis dalam penelitiannya, yaitu data primer dan data sekunder (Bungin, 2001 : 129):

- a. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari dokumentasi unggahan kontroversial tentang Covid-19 di akun instagram @jrxsid periode Maret 2020 hingga Juli 2020.
- b. Data sekunder merupakan sumber data tambahan yang digunakan peneliti. Sumber data ini berkaitan dengan teori-teori seperti teks buku, jurnal, makalah, media online, wawancara dll, sebagai tambahan data serta pendukung analisis dalam penelitiannya.

#### 4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis wacana kritis model van Dijk karena model tersebut adalah model yang paling banyak dipakai dari sekian banyak model analisis wacana yang ada. Model van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis. Karena karakteristik pendekatan yang diperkenalkan van Dijk, model ini juga sering disebut dengan "kognisi sosial". Menurut van Dijk dalam (Eriyanto, 2011: 221) penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, namun harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga dapat memperoleh pengetahuan kenapa suatu teks bisa semacam itu. Teks bukanlah sesuatu yang datang dari ruang hampa, akan tetapi teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktik wacana. Van Dijk (Eriyanto, 2011: 226) membagi teks menjadi tiga

struktur atau tingkatan, yang mana diantara tiga struktur tersebut satu sama lain saling mendukung. Pertama adalah struktur makro yang merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua adalah superstruktur yang merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Ketiga struktur mikro yang berhubungan dengan makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase dan gambar. Meskipun terdiri dari beberapa struktur, semua struktur tersebut merupakan suatu kesatuan yang saling mendukung dan berhubungan satu sama lainnya. Makna global dari suatu teks didukung oleh kerangka teks, pilihan kata dan pilihan kalimat yang dipakai.

Tabel 1  
Tiga Tingkatan Struktur Teks Menurut van Dijk

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

Dikutip dari buku *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* karya Eriyanto, Yogyakarta :LKiS, 2011, Halaman 227

Untuk melakukan analisis wacana kritis, van Dijk membagi teknik analisis ke dalam tiga elemen, yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan analisis konteks sosial (Eriyanto, 2011 : 229-274).

## 1. Struktur Teks

### a. Tematik

Berhubungan dengan tema/topik yang dikedepankan dalam suatu berita. Topik berita baru bisa disimpulkan setelah tuntas membaca, mendengar, atau menonton berita tersebut. Gagasan penting van Dijk, wacana umumnya dibentuk dalam tata aturan umum. Teks tidak hanya didefinisikan tetapi suatu pandangan umum yang koheren, yaitu bagian-bagian dalam teks menunjuk pada satu titik gagasan umum, dan bagian-bagian tersebut saling mendukung satu sama lain untuk menggambarkan topik umum tersebut.

### b. Skematik

Berhubungan dengan bagaimana bagian dan urutan suatu berita diskemakan dalam teks berita yang utuh. Menurut van Dijk, arti penting dari skematik adalah strategi wartawan untuk mendukung teori tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skematik memberikan tekanan bagian mana yang didahulukan dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi menyembunyikan informasi penting. Teks atau wacana pada umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai

akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan hingga membentuk kesatuan arti.

c. Semantik

Berhubungan dengan makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Makna yang ingin ditekankan dalam teks dapat dilihat dari beberapa hal seperti latar, detil, maksud, dan praanggapan. Latar, detil dan maksud berhubungan dengan informasi mana yang ditekankan dan mendapatkan porsi lebih banyak. Sementara itu elemen praanggapan merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks.

d. Sintaksis

Berhubungan dengan bagaimana kalimat yang dipilih. Sintaksis dapat dilihat dari koherensi, pengingkaran, bentuk kalimat, dan kata ganti.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Berhubungan dengan bagaimana pilihan kata yang digunakan dalam teks berita. Elemen stilistik dikenal dengan leksikon. Pada dasarnya leksikon menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata dari sekian banyak pilihan yang ada.

f. Retoris

Berhubungan dengan bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan. Retoris dapat dilihat dari penggunaan grafis, metafora serta ekspresi. Grafis melihat penggunaan grafik, gambar, atau tabel untuk mendukung arti penting suatu pesan. Elemen grafik memberikan efek kognitif, dalam arti ia mengontrol perhatian dan ketertarikan secara intensif dan menunjukkan bahwa informasi tersebut penting dan harus diperhatikan.

Tabel 2  
Elemen Wacana Model van Dijk

Struktur	Hal yang Diamati	Elemen Wacana
Struktur Makro	<b>TEMATIK</b> Tema/topic yang dikedepankan dalam suatu berita	Topik
Superstruktur	<b>SKEMATIK</b> Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks yang utuh	Skema
Struktur Mikro	<b>SEMANTIK</b> Bagaimana makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi yang lain	Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, Nominalisasi

Struktur Mikro	<b>SINTAKSIS</b> Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih	Bentuk kalimat, Koherensi, Kata Ganti
Struktur Mikro	<b>STILISTIK</b> Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita	Leksikon
Struktur Mikro	<b>RETORIS</b> Bagaimana dan dengan apa cara penekanan dilakukan	Grafis, Metafora, Ekspresi

Dikutip dari buku *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* karya Eriyanto, Yogyakarta :LKiS, 2011, Halaman 228-229

## 2. Kognisi Sosial

Kognisi sosial melihat bagaimana suatu teks diproduksi.

Kognisi sosial berkaitan dengan kesadaran mental wartawan yang membentuk teks tersebut. Van Dijk berangkat dari gagasan bahwa teks sendiri tidak mempunyai makna, melainkan diberikan oleh proses kesadaran mental dari pemakai bahasa. Wartawan tidak dipandang sebagai individu yang netral, tetapi individu yang mempunyai bermacam-macam nilai, pengalaman, dan pengaruh ideologi yang didapat dari kehidupannya. Van Dijk menyebutkan bahwa peristiwa dipahami dan dimengerti berdasarkan skema. Skema dikonseptualisasikan sebagai struktur mental di mana di dalamnya tercakup bagaimana kita memandang manusia, peranan sosial, dan

peristiwa. Ada beberapa macam skema/model yang dapat digambarkan berikut ini:

a. Skema Person

Berhubungan dengan bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain. Misalnya bagaimana wartawan Islam memandang dan memahami orang Kristen akan berpengaruh terhadap teks berita yang ia tulis.

b. Skema Diri

Berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami dan digambarkan oleh seseorang.

c. Skema Peran

Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat. Misalnya bagaimana posisi laki-laki dan wanita dalam masyarakat. Pandangan mengenai peran yang harus dijalankan seseorang dalam masyarakat sedikit banyak akan berpengaruh juga dalam pemberitaan.

d. Skema Peristiwa

Skema ini barangkali paling banyak dipakai, karena hampir setiap hari kita selalu melihat dan mendengar peristiwa. Dan setiap peristiwa selalu ditafsirkan dan dimaknai dalam skema

tertentu. Umumnya, skema peristiwa inilah yang paling banyak dipakai oleh wartawan.

### 3. Konteks Sosial

Dalam konteks sosial, suatu wacana merupakan bagian dari wacana yang berkembang di masyarakat, sehingga setelah meneliti teks diperlukan penelitian yang berkaitan dengan bagaimana wacana dalam suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat (Eriyanto, 2011 : 271). Menurut van Dijk dalam (Eriyanto, 2011 : 272) untuk mengetahui konteks sosial, ada dua faktor penting yang harus dianalisis oleh seorang peneliti, yakni kekuasaan dan akses.

#### a. Praktik kekuasaan

Menurut van Dijk dalam (Eriyanto, 2011 : 272) menjelaskan jika kekuasaan adalah kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok, yang mana kepemilikan tersebut bisa mengontrol kelompok lain. Kekuasaan ini umumnya didasarkan pada kepemilikan atau sumber-sumber yang bernilai seperti uang, status dan pengetahuan. Kekuasaan tidak hanya diperoleh melalui kontrol fisik, tetapi juga melalui tidak persuasif dengan jalan mempengaruhi kondisi mental seperti kepercayaan, sikap, dan pengetahuan. Analisis wacana memberikan perhatian kepada dominasi. Dominasi direproduksi oleh pemberian akses yang khusus pada satu kelompok dibandingkan kelompok lain. Ia juga memberi perhatian atas proses produksi lewat legitimasi melalui bentuk kontrol pikiran.

### b. Akses mempengaruhi wacana

Analisis wacana memberikan perhatian pada akses, bagaimana akses di antara masing-masing kelompok dalam masyarakat. Kelompok elit mempunyai akses yang lebih besar dibandingkan dengan kelompok yang tidak berkuasa. Oleh karena itu, mereka yang lebih berkuasa mempunyai kesempatan lebih besar untuk mempunyai akses pada media, dan kesempatan lebih besar untuk mempengaruhi kesadaran khalayak melalui kontrol atas topik dan isi wacana.

## 5. Metode Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan upaya untuk menunjukkan validitas dan reabilitas data penelitian. Konsep validitas penelitian ini bermakna adanya kesesuaian hasil- hasil simpulan sebuah penelitian dengan kondisi senyatanya di lapangan, sedangkan reabilitas merupakan ketepatan atau *consistency* atau dapat dipercaya (Idrus, 2009 : 145).

Metode keabsahan data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber (triangulasi data) adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda (Kriyantono, 2006: 70-71). Proses triangulasi dilakukan secara terus menerus sepanjang proses pengumpulan data dan analisis data, sehingga peneliti merasa yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan informasi maupun sesuatu yang perlu di konfirmasi kepada informan (Bungin, 2007: 252). Peneliti akan menguji data yang

diperoleh dari berbagai sumber, baik dari data yang diperoleh dari dokumentasi, literatur maupun observasi yang telah dilakukan sehingga data yang diperoleh valid dan teruji kebenaranya.



## **BAB IV**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti pada unggahan akun instagram @jrxisid tentang covid-19 mulai Maret 2020 hingga Juli 2020, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Pada dimensi analisis teks peneliti telah menemukan struktur makro, superstruktur dan struktur mikro dari wacana terkait covid-19 yang diproduksi oleh akun @jrxisid di instagram mulai Maret 2020 hingga Juli 2020. Struktur makro, tema yang dibahas oleh pemilik akun @jrxisid adalah tentang teori konspirasi covid-19. Superstruktur, pemilik akun @jrxisid awalnya berusaha menjelaskan keganjilan film Contagion yang dirilis pada tahun 2011 yang menurutnya bisa meramal masa depan. Ia kemudian menuduh beberapa pihak yang disebutnya terlibat dalam skema covid-19 seperti Bill Gates, Rockefeller, Elit Global, WHO dan jaringan pedofilia Gedung Putih. Ia juga berusaha meyakinkan orang-orang untuk percaya bahwa covid-19 adalah virus yang tidak berbahaya. Menurutnya yang membuat covid-19 terlihat berbahaya hanyalah media mainstream yang sudah dikendalikan oleh elit global. Akhirnya ia melakukan propaganda untuk menolak vaksin, menolak rapid/swab test, penggiringan opini jika masker dan jaga jarak merupakan bagian dari konspirasi penguasa untuk mengontrol apa saja. Sementara itu struktur mikro dari wacana tentang covid-19 yang diproduksi oleh akun instagram @jrxisid, peneliti menemukan bahwa pemilik akun menggunakan kata tertentu untuk menunjukkan

sikap dan ideologinya terkait covid-19. Sikap dan ideologinya adalah anti WHO, anti Bill Gates, anti vaksin, anti rapid test dan anti protokoler kesehatan seperti menjaga jarak dan memakai masker. Selain itu peneliti juga menemukan bahwa pemilik akun @jrxisid menggunakan berbagai metafora, ungkapan dan gambar-gambar tertentu untuk memberikan penekanan pada pesan-pesan yang ingin disampaikannya kepada masyarakat melalui media sosial.

Pada dimensi Kognisi Sosial peneliti menggunakan beberapa model/skema untuk mengetahui kognisi pemilik akun @jrxisid dalam memahami seseorang atau peristiwa yang dia tulis dalam beberapa unggahannya di instagram. Dalam skema person, pemilik akun @jrxisid memandang orang yang tidak percaya dengan teori konspirasi adalah bodoh. Dalam skema diri, pemilik akun @jrxisid menggambarkan bagaimana media memberi stigma kriminal, miskin dan bodoh pada orang-orang yang menyukai teori konspirasi seperti dirinya. Dalam skema peran peneliti menemukan bahwa pemilik akun @jrxisid memposisikan dirinya sebagai pihak yang menentang narasi media mainstream terkait covid-19 yang menurutnya menyebarkan ketakutan. Dalam skema peristiwa pemilik akun @jrxisid meyakini jika setiap peristiwa termasuk pandemi covid-19, selalu ada konspirasi yang bermain di belakangnya.

Pada dimensi Konteks Sosial, peneliti menemukan bahwa wacana yang diproduksi oleh pemilik akun @jrxisid terkait covid-19 terpengaruh oleh wacana yang diproduksi oleh orang lain. Selain itu dalam memproduksi wacana terkait covid-19, peneliti menemukan bahwa pemilik akun @jrxisid terpengaruh dengan beberapa informasi hoaks yang beredar di berbagai platform media sosial.

Dari beberapa kesimpulan di atas peneliti dapat memperoleh makna unggahan tentang covid-19 di akun instagram @jrxsid, yaitu dia ingin masyarakat menganggap bahwa covid-19 bukan virus yang berbahaya. Yang membuatnya terlihat berbahaya adalah media yang sudah dikendalikan oleh elit global. Selain itu dia juga mengajak masyarakat untuk menentang protokol kesehatan seperti menjaga jarak dan memakai masker karena menurutnya itu semua hanya bagian dari konspirasi.

Sebagai seorang muslim, ketika mendapat berbagai macam wacana di media sosial, termasuk tentang covid-19, kita dituntut untuk lebih dulu menganalisis kebenaran sebuah wacana karena setiap orang bebas membagikan sesuatu di media sosial, padahal wacana tersebut belum jelas kebenarannya. Kita juga belum tahu bagaimana wacana tersebut diproduksi oleh seseorang. Bisa jadi wacana yang diproduksi seseorang terpengaruh oleh orang lain atau terpengaruh oleh berbagai informasi hoaks. Seperti wacana terkait covid-19 yang diproduksi oleh akun @jrxsid di instagram. Wacana teori konspirasi di balik covid-19 yang diproduksi oleh akun @jrxsid di instagram sangat berbahaya jika ditelan mentah-mentah oleh masyarakat karena mengajak masyarakat meremehkan covid-19 yang terbukti sudah memakan banyak korban. Bahkan wacana tersebut juga mengajak masyarakat mengabaikan protokoler kesehatan, seperti memakai masker dan menjaga jarak. Oleh karena dari itu, maka penting bagi kita untuk bersikap kritis dan melakukan analisis terlebih dahulu setiap menerima wacana yang beredar di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemahannya. 2012. Diterjemahkan oleh Tim Lajnah Pentafshihan Mushaf Al Qur'an. Bandung: PT. Sygma Examedia Akanleema
- Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita
- Bugin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Cetakan Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bisnis.com. (2019, 29 Juni). "Daftar Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia di Urutan Berapa?". Diakses pada 12 Agustus 2020, dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20190629/84/939306/daftar-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia-indonesia-di-urutan-berapa>
- Britannica.com. (2016, 5 Mei). "Conspiracy Theory". Diakses pada 12 Agustus 2020, dari <https://www.britannica.com/topic/conspiracy-theory>
- Detik.com. (2020, 20 Februari). "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia". Diakses pada 12 Agustus 2020, dari <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Eriyanto. 2011. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis Group.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Kompas.com (2019, 10 Oktober). "Hari Ini dalam Sejarah: Instagram Diluncurkan, Bagaimana Kisah Awalnya?". Diakses pada 12 Agustus 2020 dari <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/06/064200765/hari-ini-dalam-sejarah--instagram-diluncurkan-bagaimana-kisah-awalnya->
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa edisi VI buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Muiz, Abdul. 2015. "Twitter sebagai Media Propaganda (Analisis Wacana pada Tweet Akun @ForBali13 sebagai Media Propaganda Tolak Reklamasi Tanjung Benoa Periode 1 Desember 2014-31 Januari 2015)". Skripsi.

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* . Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Pathia, Laelatul. 2014. “Analisis Wacana Kritis dalam Bahasa Media Jejaring Sosial (Studi Penggunaan Bahasa Akun Twitter @UINSK Sebagai Akun Lembaga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Periode Desember 2013-Februari 2014)”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jawa Timur: Kelompok Intrans Publising

Rama Kertamukti, Heru Nugroho, S, Bayu Wahyono. 2018. “Komunikasi Visual : Fantasi Tubuh Wanita Kelas Menengah di Instagram”. Jurnal Kajian Komunikasi Volume 6, Universitas Padjadjaran Bandung.

Setyanto, DW. 2015. “Makna dan Ideologi Punk”. Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia Uinversitas Dian Nuswantoro Semarang.

Sobur, Alex. 2015. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Suciningsih, Indriya. 2019. “Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hastag Crazy Rich Surabayan di Twitter”. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya

Tribun Jogja.(2011, 5 November). “Jerinx: Tidak Menjadi Keharusan Seorang Punk Menjadi Anarkis”. Diakses pada 12 Agustus 2020 dari <https://jogja.tribunnews.com/2011/11/05/jerinx-tidak-menjadi-keharusan-seorang-punk-menjadi-anarkis>