

Disiplin ilmu / sub disiplin ilmu	Ilmu Komunikasi/ TV dan Film/ Jurnalistik
Tipe / metode penelitian / pendekatan penelitian / paradigma yang digunakan	Kualitatif / Analisis Wacana Teun Adrianus Van Dijk/ Konstruktivisme
Nama Instansi Penulis	Universitas Padjadjaran

HEGEMONI ISLAM DALAM BERITA “WARTEG SAENI”

Naskah dikirim tanggal 22 Februari 2017

ISLAMIC HEGEMONY IN THE NEWS “WARTEG SAENI”

Abstract. This study will analyze the discourse of the news “Warteg Saeni” at Kompas TV facebook account, this study used discourse analysis of Teun Adrianus van Dijk, and aims to find a meaning of the discourse in the news about “Warteg Saeni” and also learn about the hegemony of Islam in a report about "Warteg Saeni" on social media. The method used is Discourse Analysis Model Teun Adrianus van Dijk with qualitative paradigm – constructivism. Van Dijk Discourse Model mandates a three-step data collection and analysis of data Video uploaded by facebook account Kompas TV all dated June 10 until June 12, 2016. Selection of the deadline was taken before the social movements contribute to Saeni, which made headlines throughout medio June 2016. The spread of mass information or viral occurring at news Saeni lead to biases of information and also a different understanding of each facebookers or netizen. This study will try to analyze the message contained in the video starting from the text, social cognition to the social context through the discourse analysis of Van Dijk

Keywords: Van Dijk, Discourse Analysis, Social Media, Kompas TV, Saeni.

Abstrak. Penelitian ini akan menganalisis Hegemoni Islam Dalam Berita “Saeni”, Analisis Wacana Teun A Van Dijk Terhadap Pemberitaan Razia “Warteg Saeni” Di Akun Facebook Kompas TV, penelitian ini menggunakan analisis wacana dari Teun Adrianus Van Dijk. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pemahaman yang mendalam tentang wacana dalam pemberitaan mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV dan juga

memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap hegemoni Islam dalam berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Wacana Model Teun Adrianus Van Dijk dengan paradigma kualitatif – konstruktivisme. Model Wacana Van Dijk mengamatkan tiga langkah pengumpulan data dan analisis terhadap data Video yang diunggah oleh akun facebook *Kompas TV* sepanjang tanggal 10 Juni hingga 12 Juni 2016. Pemilihan batas waktu merupakan tenggat yang diambil sebelum terjadinya gerakan sosial sumbangan untuk Saeni, yang menjadi pemberitaan hangat sepanjang medio Juni 2016. Penyebaran informasi secara massal atau viral yang terjadi pada pemberitaan Saeni menyebabkan terjadinya bias informasi dan juga pemahaman yang berbeda dari setiap *facebooker* atau netizen. Penelitian ini akan coba membedah pesan yang terkandung dalam video tersebut mulai dari teks, kognisi sosial hingga konteks sosial melalui analisis wacana dari Van Dijk

Kata kunci: Analisis Wacana Van Dijk, Media Sosial, Kompas TV, Saeni.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sosok seorang pedagang warung nasi bernama Saeni menjadi pemberitaan dan perbincangan sejak Jumat, 10 Juni 2016, selama dua minggu, nama ini sulit dipisahkan dari media sosial, baik dari Facebook, Twitter, Path maupun media sosial lainnya. Perbincangan di jagad media sosial ini sedikit banyak mengarah kepada perdebatan seputar apa yang dialami oleh Saeni, yang pada akhirnya menyeret sebuah fenomena baru di media sosial Indonesia, setelah sempat tenang selama dua tahun terakhir pasca Pemilu 2014, dimana perdebatan terjadi antara pendukung dua pasang calon yang akan berkompetisi.

Dalam tayangan video berita *Kompas TV* yang menjadi viral ini, informasinya mengangkat peristiwa razia yang dilakukan oleh satuan polisi pamong praja atau Satpol PP Kota Serang terhadap pedagang warung nasi yang masih beroperasi di Kota Serang. Dasar dari razia ini adalah Peraturan daerah nomor 2 tahun 2010 tentang Pencegahan, Pemberantasan dan penanggulangan Penyakit Masyarakat yang dihubungkan dengan Syariat Islam sesuai proksimitas penduduk Serang.

Proses razia yang berlangsung Kamis, 9 Juni 2016 sekitar pukul 14.00 ini diliput oleh wartawan, baik wartawan elektronik, cetak maupun online, salah satunya adalah wartawan *Kompas TV*, Deden Kurniawan. Redaksi *Kompas TV* menerima berita ini tak lama setelahnya, dan baru ditayangkan di Program *Kompas Pagi*, hari Jumat, 10 Juni 2016 pukul 04.30-05.30 WIB.

Berita ini menjadi perbincangan setelah diunggah ke facebook oleh divisi digital *Kompas TV*, dan mendapatkan respon yang sangat massif yang menjadi viral hanya dalam waktu kurang dari 24 jam. Pada awalnya, sebagian besar netizen mengecam tindakan yang dilakukan oleh Satpol PP yang mereka kategorikan sebagai tindakan tak manusiawi, dengan mengambil paksa makanan yang tengah dijual oleh Saeni.



Sumber: Akun Facebook KompasTV diakses 1 November 2016

Kritik terhadap gerakan sosial yang bersimpati terhadap Saeni juga beredar di Media Sosial, mayoritas menghubungkan Saeni dengan pelanggaran Peraturan Syariat Islam yang terkandung dalam nomor 2 tahun 2010 tentang Pencegahan, Pemberantasan dan penanggulangan Penyakit Masyarakat.

Netizen yang mengkritik Saeni menganggap kasus ini adalah sebuah dukungan terhadap kehidupan syariah yang sudah secara tradisional diterapkan di Kota Serang. Belakangan kritik juga diarahkan kepada *Kompas TV*, asal mula media dimana video yang menjadi viral sempat ditayangkan.

Kondisi perdebatan ini terus berlangsung, bahkan ketika penelitian ini dilakukan, tanggal 21 Juni 2016, jumlah penonton Video yang diunggah oleh akun Facebook Kompas TV mencapai 4,3 Juta orang, belum lagi yang diunggah secara personal, dan komentar yang mengiringinya sudah mencapai kurang lebih 70 ribu komentar.

Selain mengunggah video ini, akun *Kompas TV* juga mengunggah beberapa video lain bertema sama yang ditayangkan dalam program bulletin harian *Kompas TV*. Tema ini mempunyai *angle* berbeda beda untuk menciptakan satu kesatuan berita dari beberapa sisi sebagaimana mana yang diatur dalam Pedoman Penyiaran (P3SPS) dan juga Kode Etik Jurnalistik.

Berdasarkan paparan tersebut, tim peneliti kemudian merumuskan masalah dalam penelitian ini menjadi Bagaimana hegemoni Islam dalam berita “Saeni” yang ditampilkan melalui Teks, Kognisi Sosial dan Konteks Sosial dalam berita akun Facebook *Kompas TV*”

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, memunculkan pertanyaan penelitian, yakni :

1. Bagaimanakah hegemoni Islam dalam wacana yang ditampilkan melalui Teks dalam video terkait “Warteg Saeni” di akun Facebook *Kompas TV*
2. Bagaimanakah hegemoni Islam dalam wacana yang ditampilkan melalui aspek Kognisi Sosial dalam kasus “Warteg Saeni” di akun Facebook *Kompas TV*
3. Bagaimanakah hegemoni Islam dalam wacana yang ditampilkan melalui Konteks Sosial dalam kasus “Warteg Saeni” di akun Facebook *Kompas TV*

Tujuan dan Manfaat Kajian

Berdasarkan latar belakang di atas, memunculkan pertanyaan penelitian, yakni :

1. Untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang wacana dalam berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV

2. Untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap efek pesan viral dalam berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV
3. Untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai Konteks Sosial dalam kasus “Warteg Saeni” di akun Facebook *Kompas TV*

LANDASAN KONSEP

Internet Sebagai Media Komunikasi Tanpa Batas

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini sudah sangat pesat. Terlihat dari munculnya media-media berbasis internet. Internet menawarkan begitu banyak kemudahan-kemudahan melalui fasilitas-fasilitas yang dimilikinya, sehingga berbagai informasi dapat diterima dengan sangat cepat. Teknologi internet ditemukan menjelang abad ke-21 di saat-saat jatuhnya pemerintah komunis Uni Soviet, serta merebaknya paham demokrasi di Eropa Timur, termasuk Rusia dan kawasan Asia. Oleh karenanya, para teknolog idealis yang mengembangkan internet yakin bahwa kehadiran media ini dengan cepat akan menyebarkan nilai-nilai baru untuk memperkuat demokrasi ke seluruh dunia, terutama dalam membangun pemerintahan yang lebih transparan (Tabroni, 2012)

Internet merupakan singkatan dari *international networking* atau *interconnection networking* yang berarti sebuah jaringan komputer global yang menghubungkan jutaan komputer di seluruh dunia sehingga setiap komputer yang terkoneksi di dalamnya dapat berkomunikasi atau bertukar data tanpa dibatasi jarak, waktu, dan tempat.

Internet juga bisa dipandang seperti sebuah kota elektronik yang sangat besar di mana setiap penduduknya memiliki alamat (*internet address*) yang dipakai untuk bertukar informasi. Ia merupakan gudang informasi tanpa batas, sebagai *database* atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap, bahkan internet dianggap duplikasi nyata hanya disajikan dalam bentuk maya. Toffler dan Gun (dalam Tabroni, 2012), menggambarkan bahwa sistem komunikasi komputer akan meningkatkan partisipasi secara luas dan pemerataan dalam kehidupan sosial dengan mengizinkan untuk mengakses informasi dengan mudah.

Internet Sebagai Media Baru

Sebagai media yang berkembang di *millennium* baru, Internet merupakan bagian dari peradaban baru berbasis web yang pada masa kini menjadi media paling mutakhir, berbagai keunggulan Internet dibandingkan media pendahulunya selalu menjadi topik penelitian yang menarik untuk ditelaah. Media baru dapat diartikan perkembangan/kemajuan teknologi media massa. Pemikiran dasar dari new media itu sendiri adalah untuk menggabungkan keunikan dari digital media dengan pemakaian media tradisional untuk mengadopsi dan mengadaptasi teknologi new media. (Flew dan Terry dalam Heryanto, 2013)

Bolter dan Grusin seperti dikutip dalam Gun Gun Heryanto (2013) menjabarkan, konten new media, seperti *world wide web* (situs internet) merupakan sebuah kombinasi dari konten media media yang sudah eksis dengan format yang berbeda, seperti pada tulisan surat kabar, fotografi, film, rekaman music, televisi dan diproduksi ulang dan dikonversikan menjadi media digital setelah mengalami perkembangan generasi.

Newhagen dan Rafaeli (dalam Heryanto, 2013) mengidentifikasi karakteristik yang membedakan internet dengan bentuk bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik tersebut Antara lain *multimedia dan interactivity*. Pavlik (1996) menjelaskan bahwa karakteristik multimedia dapat dipahami sebagai medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi

perpaduan teks, *audio*, *image*, animasi, video dan bentuk konten interaktif. Karakter interaktif ini yang memungkinkan para komunikator untuk berinteraksi diantara mereka, misalnya sekarang ini dikenal banyak situs media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Netlog* dan lain lain yang memungkinkan interaksi secara lebih intensif.

Facebook Sarana Penyampaian Ide dan Pesan

Dalam era internet, jenis media sosial online sangat beragam. Salah satunya yang paling populer adalah *Facebook*. *Facebook* atau situs jejaring sosial ini lahir di Cambridge, Massachusetts 14 Februari 2004 oleh Mahasiswa Harvard bernama Mark Zuckerberg. Menurut data di Alexa, Facebook adalah mesin jejaring sosial nomor satu. Dalam urutan keseluruhan situs di dunia, *Facebook* menempati rangking ke-5 setelah Yahoo, Google, YouTube, dan Windows Live. Kepopuleran Facebook di Indonesia, mulai tahun 2008 dengan jumlah spektakuler pengguna Facebook yakni sebesar 618%.

Media Sosial seperti *Facebook* merupakan jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online media*. Menurut Fajar Junaedi (2011), Media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara *online*. Twitter merupakan media untuk berkomunikasi. Disamping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif, pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang bisa merasa nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain.

Melalui media online, aktivitas pengungkapan diri (*self-disclosure*) dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinan komunikasi antarpribadi. Tidak bisa dipungkiri bahwa komunikasi melalui media online telah memungkinkan warga dapat menciptakan solidaritas sosial.

Berdasarkan informasi dari checkfacebook.com, pengguna Facebook mencapai 300 juta orang dan pertambahannya akan terus meningkat di setiap minggunya. Indonesia tergolong negara ke tujuh terbesar pengguna facebook, hampir mencapai 12 juta orang dan jumlah ini terus mengalami pertumbuhan rata-rata 6% per minggu (Juju, 2009).

Pengguna Facebook seringkali disebut *Facebooker*. Mayoritas *Facebooker* menggunakan Facebook untuk terkoneksi dengan keluarga, relasi, dan teman-teman. Facebook menyebabkan jaringan relasi semakin luas karena penemuan-penemuan baru relasi senantiasa tercipta. Tidak hanya itu, Facebook mampu membuka gerbang komunikasi sehingga kontak dapat terus dilakukan. Selain itu, Facebook memiliki fasilitas *newsfeed* yang memudahkan *Facebooker* mengakses informasi dengan terorganisasi dan pengingatnya seperti pemberitahuan aktivitas teman *Facebooker* lain serta pesan-pesan layaknya e-mail cukup digemari banyak *Facebooker*.

Beberapa alasan membuat komunikasi dunia maya menjadi lebih nyaman dan lengkap daripada berkomunikasi langsung dengan bertatap muka pada dunia nyata. Fasilitas Facebook yang mendukung kenyamanan serta kelengkapan komunikasi adalah *chat*, *wall* dan *share*. *Chat* ialah fasilitas Facebook yang dapat digunakan untuk berinteraksi langsung dengan syarat penggunaannya harus terkoneksi dalam jaringan (*online*), sehingga dapat terjadi komunikasi langsung. *Wall* merupakan fasilitas Facebook untuk saling mengirimkan pesan bagi sesama pengguna Facebook, pesan tersebut dapat dilihat secara umum dan tercantum waktu pengirimannya. Bahkan Facebook memungkinkan penggunaannya untuk memberikan kiriman virtual pada rekan di Facebook, yang dimaksud sebagai *share*, baik dalam bentuk tulisan, pesan, video maupun pilihan *gift* yang membutuhkan biaya tambahan.

Facebook dapat menjadi alternatif komunikasi yang digemari banyak orang. Terlebih lagi bagi orang yang memiliki kepribadian tertutup, pemalu, ataupun pendiam. Berkomunikasi melalui Facebook, tidak perlu memperlihatkan diri secara fisik, misalnya saling bertatap muka. Apabila ingin menjalin pertemanan dengan *Facebooker* lain, maka cukup meng-klik

pada fasilitas menambah teman dan melakukan verifikasi. Facebook memiliki keunggulan *clean layout*, yaitu *layout* yang sangat baik walaupun terdapat beberapa menu yang posisinya tidak mudah ditemukan. Disamping itu, Facebook senantiasa mengalami evolusi tampilan dengan selalu melakukan *make over* hampir di setiap tahunnya.

Misi Facebook adalah "*power share*", semua orang yang terkoneksi di Facebook dapat saling berbagi dan berinteraksi maka dari itu beberapa fitur dan produk layanan dibuat (Zuckeberg dalam Juju dan Sulianta, 2010)

Teori Hegemoni

Berdasarkan pemikiran Gramsci dapat dijelaskan bahwa hegemoni merupakan suatu kekuasaan atau dominasi atas nilai-nilai kehidupan, norma, maupun kebudayaan sekelompok masyarakat yang akhirnya berubah menjadi doktrin terhadap kelompok masyarakat lainnya dimana kelompok yang didominasi tersebut secara sadar mengikutinya (Anwar, 2010).

Istilah hegemoni umumnya dipakai oleh para komentator politik untuk menunjuk dominasi kekuasaan dan kepemimpinan. Namun, dalam perkembangannya istilah hegemoni tidak hanya digunakan oleh banyak orang untuk merujuk sebuah dominasi kekuasaan atau kepemimpinan seperti misalnya hegemoni laki-laki terhadap perempuan atau sebaliknya.

Menurut Gramsci, konsep tersebut mengacu kepada pengertian yang kompleks yang di dalamnya bentuk-bentuk politis, kultural, dan ideologis turut membangun kepemimpinan ini secara tawar-menawar bukan dominasi yang bersifat memaksa (Faruk, 2012).

Sebuah dominasi atau hegemonik tidak hanya mengenai proses kultural dalam peranannya yang aktif dan konstitutif, tetapi juga berurusan dengan bentuk-bentuk kultural oposisional dan alternatif yang mungkin menentang tatanan dominan bahkan ketika bentuk-bentuk itu masih terbungkus atau termarginalisasikan oleh batas-batas tekanan hegemonik (Faruk, 2012).

Studi sastra tentang kebudayaan menurut Raymond Williams yaitu masyarakat dan kebudayaan merupakan suatu totalitas yang tidak terpisahkan satu sama lain. Dengan demikian, di dalamnya tidak ditemukan hubungan determinasi antara elemen yang satu dengan elemen lain. Yang ada hanyalah hubungan pembatasan (*setting limits*). Pada gilirannya, untuk mengatasi persoalan determinasi tersebut Williams menggunakan konsep hegemoni Gramscian. Williams, dalam menerapkan teori hegemoni Gramsci, membedakan kebudayaan yang terlibat dengan kekuasaan menjadi tiga kategori: kebudayaan hegemonik atau dominan, bangkit atau emergent, dan endapan atau residual (Faruk, 2012; Harjito, 2002). Teori hegemoni tersebut yang akan menjadi acuan dari analisis penelitian ini.

Dalam penelitian ini, hegemoni Islam membuat pemberitaan Saeni di media sosial Facebook, berada di ruang antara, ruang diskursus hukum/negara dengan Islam. Hegemoni Islam membuat isu UU yang seharusnya menjadi pedoman utama hidup bernegara didebatkan.

Terjadi pertarungan antara hegemoni Islam dengan hegemoni Islam yang condong sekuler, yang merayakan toleransi dan perbedaan. Di level media sosial, Facebook, di mana yang dominan kelas adalah kelas menengah dan terpapar informasi, Saeni menjadi simbol untuk dirayakan sebagai simbol toleransi.

METODE PENELITIAN

Paradigma Konstruktivis

Perkembangan Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Mulyana, 2001) Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat Subjektif dengan upaya interpretatif dan pemaknaan terhadap fenomena yang diteliti.

Perspektif subjektif memiliki beberapa kriteria, antara lain: “sifat realitas (komunikasi) bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah), dikonstruksikan, dan *holistic*; kebenaran realitas bersifat relatif, metode penelitiannya deskriptif (wawancara tak berstruktur/mendalam, pengamat berperan serta), analisis dokumen, studi kasus, studi historis-kritis; penafsiran sangat ditekankan alih alih pengamatan objektif; analisisnya induktif, berkesinambungan sejak awal hingga akhir, mencari model, pola, atau terna serta peran nilai, etika, dan pilihan moral peneliti melekat dalam proses penelitian. (Mulyana, 2001)

Pendekatan konstruktivis adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Delia dan rekan-rekan sejawatnya. Memiliki pengaruh kuat pada bidang komunikasi. Menurut Littlejohn (2011) Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya.

Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi, sesuai dengan pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya.

Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut.

paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretative, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan definisi sosial (Eriyanto 2004).

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dalam paradigma kualitatif-konstruktivisme terhadap isi konten, konteks dan kognisi sosial dalam dalam berita terkait “Warteg Saeni” di akun facebook Kompas TV. Penelitian ini menaruh perhatian pada pengungkapan aspek-aspek tersembunyi dibalik sebuah kenyataan yang tampak (*virtual reality*) guna dilakukan perubahan terhadap struktur sosial. (Hamad, 2004). Ada dua karakteristik penting dari pendekatan konstruksionis, pertama, berkaitan dengan pemaknaan dari teks berita terkait “Warteg Saeni” di akun facebook Kompas TV. Dan aspek selanjutnya perhatian lebih difokuskan pada lingkup yang menyertai teks, berupa kognisi sosial dan konteks berita terkait “Warteg Saeni” di akun facebook Kompas TV.

Analisis Wacana Van Dijk

Menurut Dijk penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanyalah hasil dari suatu praktek produksi yang harus juga diamati, sehingga harus dilihat bagaimana suatu teks diproduksi. Jika ada teks yang

memarginalisasikan perempuan, maka mutu penelitian yang akan melihat bagaimana produksi teks itu bekerja, kenapa teks itu memarginalkan perempuan.

Dari sekian banyak analisis kritik wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli model van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Hal ini kemungkinan karena van Dijk mengkolaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didaya gunakan dan dipakai secara praktis. Model van Dijk ini sering disebut sebagai “*sosial cognition*” (Eriyanto, 2012).

Proses produksi dan pendekatan ini sangat khas van Dijk, yang melibatkan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial. Istilah ini diadopsi dari pendekatan dilapangan dalam ilmu psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks, suatu teks yang cenderung memarginalisasikan posisi perempuan, misalnya muncul karena kognisi atau kesadaran mental diantara penulis, bahkan kesadaran masyarakat yang memandang perempuan secara rendah, sehingga teks disini hanya merupakan bagian terkecil saja dari praktek wacana yang merendahkan perempuan.

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dijk menggabungkan tiga dimensi wacana tersebut kedalam suatu kesatuan analisis. Melalui teks, struktur teks dan strategi wacana dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu adalah hal yang akan diteliti. Kognisi sosial mempelajari proses induksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari penulis dalam hal ini pemberitaan mengenai Saeni. Sedangkan aspek ketiga yaitu kritik sosial yang mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.

Melalui dimensi teks, struktur dari teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu akan diteliti. Pada level kognisi sosial dipelajari proses produksi teks berita yang melibatkan kognisi individu. Sedangkan aspek ketiga mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah.

Menurut Pandangan Van Dijk (dalam Eriyanto, 2012) analisis wacana tidak hanya membatasi perhatiannya pada struktur teks, akan tetapi juga bagaimana suatu teks diproduksi. Van Dijk menawarkan suatu analisis yang disebut sebagai kognisi sosial. Dalam pandangan van Dijk, struktur wacana itu sendiri menunjukkan atau menandakan sejumlah makna, pendapat, dan ideologi. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu penelitian atas representasi kognisi dan strategi dalam memproduksi suatu *post* di Facebook. Bagi Van Dijk Setiap teks pada dasarnya dihasilkan melalui kesadaran, pengetahuan, prasangka atau pengetahuan melalui sebuah peristiwa

Karena setiap teks sendiri pada dasarnya dihasilkan lewat kesadaran, pengetahuan, prasangka, atau pengetahuan tertentu atas suatu peristiwa. Penjelasan lewat kognisi dapat dilihat melalui ingatan atau memori. Pendefinisian mengenai ingatan atau memori secara umum dapat dibagi atas dua bagian. Pertama, memori jangka pendek, yaitu memori yang dipakai untuk mengingat peristiwa, kejadian atau hal ingin kita acui yang terjadi beberapa waktu lalu. Contoh, kita mengingat memori nomor teman yang diberikan beberapa jam yang lalu. Kedua, memori jangka panjang, yakni memori yang dipakai untuk mengingat atau mengacu peristiwa, objek yang terjadi dalam waktu kurun yang lama.

Dimensi ketiga dari Van Dijk adalah menggunakan analisis konteks sosial. Konteks disini merupakan pembahasan situasi yang berkembang disaat proses pembuatan wacana yang diteliti, dalam hal ini pada saat konten facebook diunggah. Wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal di produksi dan di kontruksi dalam masyarakat”. (Eriyanto, 2012)

Titik penting dari analisis ini adalah untuk menunjukkan bagaimana makna yang dihayati bersama, kekuasaan sosial diproduksi lewat praktik diskursus dan legitimasi. Menurut Van Dijk (dalam Eriyanto, 2012) dalam analisis mengenai masyarakat ini, ada dua poin yang penting, yaitu kekuasaan dan akses.

Wilayah Penelitian

Wilayah kerja Penelitian yang dicakup oleh penelitian yang hendak diteliti, dalam penelitian ini, tempat ataupun lokasi yang akan diteliti berada dalam dunia maya, dalam hal ini laman Facebook, tempat dimana akun Kompas TV melakukan kegiatan komunikasi. Batas waktu penelitian ini berupa waktu *upload* dari Video bertema “Warteg Saeni” yang dilakukan selama rentang 10 Juni pukul 07.00 WIB hingga 12 Juni 2016 pukul 12.00. Penelitian juga akan dilakukan dengan mewawancarai Produser Kompas TV yang menulis berita tentang Saeni ini sesuai dengan model analisis Van Dijk. Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berupa kata dan kalimat serta insert gambar/grafis dalam berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV. Unit analisis ini didapat dari mentranskrip naskah dan meng-*capture* gambar/grafis dalam video yang ditampilkan.

Sumber Data

Dari metode-metode pengumpulan data tersebut didapat data-data yang dibutuhkan dalam meneliti berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV. Data-data tersebut dibedakan menjadi dua, yaitu:

- Data Primer, Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara meneliti teks yang ditampilkan, Studi Kepustakaan maupun melalui *Internet Research*.
- Data Sekunder, Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur artikel Ilmiah maupun hasil wawancara dengan beberapa orang Narasumber sebagai penambah khazanah literatur yang digunakan.

Teknik Analisis Data

Analisis dan pengolahan data yang dibutuhkan, dibagi sesuai identifikasi permasalahannya, sehingga didapat penganalisan dan pemecahan yang efektif dan terarah. Analisis data yang dilakukan adalah:

- Analisis Data Teks dalam berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV.
- Analisis Data Wawancara, Dengan melakukan wawancara mendalam, Peneliti akan mendapatkan khazanah yang berbeda terutama dari sisi Kognisi Sosial dan Konteks Sosial, yang kurang begitu terduga jika hanya membedah teks yang ditampilkan. Analisis wawancara dilakukan dengan:
 - Narasumber 1: Penulis naskah berita, Thomas Joko Atmojo, asal Semarang, 40 tahun, Kristen Katholik, Produser Berita Kompas TV
 - Narasumber 2: Dokter Bedah Plastik, Rani Seprina, asal Bandung, 36 tahun, Islam
 - Narasumber 3: Eksekutif Produser Kompas TV, Bernadetta Nina Melinda, asal Yogyakarta, 37 tahun. Kristen Katholik
 - Narasumber 4: Pensiunan PT.KAI, Ahmad Abadi, asal Bandung, 66 Tahun, Islam

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Teks

Pada bab ini, penelitian akan memaparkan temuan data dan analisis mengenai analisis wacana Van Dijk pada berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis model Teun Adrianus Van Dijk. Model van Dijk ini menganalisis dari tiga elemen, yaitu teks, kognisi sosial serta konteks sosial.

Dalam penelitian ini, tempat ataupun lokasi yang akan diteliti berada dalam dunia maya, dalam hal ini laman Facebook, tempat dimana akun Kompas TV melakukan kegiatan komunikasi. Batas waktu penelitian ini berupa waktu *upload* dari Video bertema “Warteg Saeni” yang dilakukan selama rentang 10 Juni pukul 07.00 WIB hingga 12 Juni 2016 pukul 12.00. Penelitian juga akan dilakukan dengan mewawancarai Produser Kompas TV yang menulis berita tentang Saeni, Thomas Joko Atmodjo sesuai dengan model analisis Van Dijk. Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berupa kata dan kalimat serta insert gambar/grafis dalam berita mengenai “Warteg Saeni” di akun Facebook Kompas TV. Unit analisis ini didapat dari mentranskrip naskah dan meng-capture gambar/grafis dalam video yang ditampilkan, hasil transkripnya dalam durasi 1 menit 33 detik dapat diuraikan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis wacana Van Dijk terhadap berita “Warteg Saeni” yang diposting di akun Facebook Kompas TV, maka dapat diteliti sebagai berikut, Temuan data menunjukkan bahwa secara tematik menunjukkan rangkaian berita yang dipost terkait “Warteg Saeni” ini berisikan informasi mengenai razia yang dilakukan oleh satuan polisi Pamong Praja terhadap warteg milik Saeni.

Ditinjau dari skematik, berita “Warteg Saeni” ini terdiri dari tiga bagian, yaitu judul/*lead*, *story* dan *soundbyte* (wawancara), ketiganya menjelaskan runtutan cerita mulai dari kenapa warung makan dirazia, dampak emosional yang dihasilkan dari razia ini hingga pembenaran adanya Perda syariat yang mengatur operasi razia bagi rumah makan yang masih berjualan siang hari di bulan ramadhan. Dalam naskah berita ini juga menonjolkan visual yang kuat berupa tangisan Saeni yang dimunculkan di awal tayangan, namun di “klarifikasi” melalui pemunculan *soundbyte* Kasatpol PP di akhir berita.

Dari analisis semantik, latar terlihat kuat, yaitu proses razia yang dilakukan oleh Satpol PP berdasarkan Perda Pemkot Serang No 2 Tahun 2010 yang mengatur larangan berdagang makanan di siang hari. Detil yang dimunculkan berupa proses razia, tangisan dan kesedihan Saeni dan penjelasan Satpol PP bahwa meski diwarnai kejadian dramatis, peristiwa razia ini benar secara perda syariat yang berlaku di Kota Serang, Banten.

Ada beberapa kata pengandaian yang sebenarnya menunjukkan keberpihakan si penulisnya, yaitu kata diketahui “nekad”, “terbukti dua piring”, dan “demi terwujudnya” yang secara eksplisit menunjukkan keberpihakan penulis pada aturan syariat yang ditegakkan oleh Satpol PP. Kata kata ini memperkecil peran emosional yang ditampilkan dalam adegan adegan berita yang sebenarnya merujuk pada perasaan kemanusiaan yang lebih terlihat secara visual.

Ada nominalisasi yang menekankan dramatisasi seperti dalam kata kata “mengangkut semua”, “dua piring nasi...berikut dua gelas”, “semua warung makan”, tanpa perbandingan yang dilakukan terhadap warung makan lain yang ada di Kota Serang, ini menunjukkan keberpihakan penulis naskah pada yang berlawanan dengan apa yang dilakukan oleh Saeni.

Bentuk kalimat yang digunakan padat dan berupa gabungan antara kalimat aktif dan kalimat pasif dan *tone* yang dihasilkan bersifat eksplanatif, menjelaskan bagian per bagian

meskipun sudah jelas terlihat dalam tayangan visual, ini juga dipertegas dengan kata bersifat koherensi seperti Makanan “yang” dijualnya, konsumen “pada” siang hari, himbuan bersama “untuk” menyambut Bulan Suci Ramadhan yang menegaskan saat saat terjadinya peristiwa.

Pemilihan kata atau leksikon merunut pada beberapa kata yang tak lazim digunakan dalam situasi tertentu, seperti “memohon”, yang menunjukkan lemahnya Saeni saat berhadapan dengan aparat, dan berharap agar mendapat ampunan dari apa yang ia lakukan. Penggunaan kata “Sang” sebelum penyebutan Saeni menjadi faktor ironi yang sebenarnya bermaksud sebagai perbandingan betapa lemahnya posisi Saeni.

Penggunaan kata “nekad” juga menunjukkan bahwa Saeni tengah berhadapan dengan sebuah system yang sangat kuat, dan di luar batas kemampuan dirinya untuk melawan. Penggunaan kata ini juga bias memunculkan simpati bagi penonton/pembaca, karena menunjukkan itikad kuat dan pantang menyerah yang dilakukan oleh seorang Saeni.

Berbagai pendekatan retorik juga dimunculkan oleh penulis naskah, dengan memunculkan gambar gambar ekspresif berupa wajah Saeni dan “keberingasan” Satpol PP dan juga “pelanggaran” yang dilakukan oleh Saeni.

Analisis Kognisi Sosial

Berdasarkan hasil analisis kognisi sosial dengan penulis naskah berita “Warteg Saeni” yang diposting di akun Facebook Kompas TV, maka dapat diteliti sebagai berikut, Temuan data menunjukkan bahwa secara tematik menunjukkan rangkaian berita yang dipost terkait “Warteg Saeni” ini berisikan informasi mengenai razia yang dilakukan oleh satuan polisi Pamong Praja terhadap warteg milik Saeni.

Dalam skema Person, Penulis naskah berita ini sekaligus narasumber 1, Thomas Joko Atmodjo merasa bahwa peristiwa ini harus disampaikan pada masyarakat. Dimana ada sebuah produk hukum Pemda, yang mengatur tentang perdagangan makanan saat bulan ramadhan. Perda tersebut diterapkan dengan melakukan razia, dan penyitaan barang dagangan.

Dalam skema diri, Thomas ingin memaparkan bahwa ada suatu ketidakadilan, dimana toleransi antar umat beragama diterapkan dengan produk hukum yang tak toleran. Thomas ingin pemirsa memberikan tanggapan melalui sudut pandang masing-masing.

Dalam Skema Peran, Thomas merasa ia juga berada dalam posisi sebagai warga negara dengan pertanyaan yang selama ini menggelayut. Kenapa ada peraturan daerah seperti ini? Ia juga kerap jengkel karena sulit mencari warung makan yang buka saat ramadhan, (Thomas adalah penganut Kristen Katholik).

Thomas memaknai bahwa toleransi antar umat beragama harus dimaknai dengan sikap yang benar-benar toleran dalam skema peristiwa. Tanpa kekerasan. Tanpa penyitaan.

Analisis Konteks Sosial

Dari Analisis Konteks Sosial, narasumber 2, merasa dalam kaitan praktik kekuasaan, Kompas TV mengakui adanya aturan lokal yang berlaku untuk wilayah Kota Serang, ini berasal dari penelaahan dirinya terhadap isi dari berita yang di-post di akun Facebook Kompas TV. Ada keberpihakan yang sangat kentara terhadap tindakan yang dilakukan oleh Satpol PP yang dirasakan oleh penulisnya, namun mencoba sedikit diimbangi dengan cara memasukan unsur visual menyedihkan dari sosok Saeni. Narasumber 3 merasa bahwa ada hal yang tidak umum dalam pemberitaan ini, karena seharusnya pemberitaan bisa lebih berimbang dan lebih mewakili kedua belah pihak, ia merasa Kompas TV melakukan kelalaian dalam pemberitaan “Warteg Saeni” ini, Kompas TV Menunjukkan keberpihakannya kepada Satpol PP dan hal itu berimplikasi pada berbagai keriuhan yang terjadi di media sosial. Sedangkan narasumber 4 berpendapat Kompas TV mbingkai

peristiwa ini dengan sudut pandang dan pendekatan pro Syariah, karena berulang kali mengeluarkan kata dan kalimat yang cenderung menyudutkan Saeni dan mengesankan bahwa Saeni adalah pelanggar hukum, disamakan dengan pelanggaran lalu lintas yang harus menjalani hukuman. Pelanggar seperti Saeni menurut Kompas sudah seharusnya mendapatkan sanksi, betapapun sebenarnya ada kemungkinan Saeni juga tidak tahu apa aturan yang dilanggarnya.

Sementara terkait akses terhadap wacana, narasumber 2 merasa Kompas TV Sebagai TV yang sudah punya nama dan baru baru ini mengusung diri sebagai TV berita, apa yang dilakukan oleh Kompas TV agak terlalu kasar dan kurang objektif, hal ini berakibat pada banyaknya mispersepsi dalam membaca “Warteg Saeni” ini dan menyebabkan *chaos* terjadi terutama di kalangan netizen yang melihat kejadian ini dari dua kacamata yang berbeda. Sementara narasumber 3 melihat platform media sosial yang digunakan dalam posting Kompas TV ini beresiko mengumbar kelemahan Kompas TV sebagai stasiun televisi yang takluk dengan kekuasaan dan tekanan mayoritas, dalam hal ini kelompok Islam yang memang menjadi mayoritas di Kota Serang, padahal tidak semua mungkin melaksanakan ibadah Puasa, sehingga negara dan media harus melindungi itu. Menurut narasumber 4 yang kebetulan juga pernah menyaksikan tayangannya di TV, ia baru menyadari adanya arah dan maksud berita “Warteg Saeni” setelah menyaksikan tayangannya di media sosial Facebook, dia baru terpengaruh dan merasa kesal terhadap Kompas TV yang seharusnya bisa memberikan hak jawab pada Saeni, dan tak hanya mengeksploitasi kesedihannya belaka.

PENUTUP

Simpulan

Ada sebuah kecenderungan tertentu dari berita yang diunggah oleh Kompas TV terkait “Warteg Saeni” ini. Temuan data menunjukkan bahwa secara tematik tayangan berita “Warteg Saeni” ini memberikan dukungan terhadap keberadaan perda syariat yang berlaku di Kota Serang, Banten. Artinya, perda dibentuk untuk melayani kepentingan masyarakat secara khusus, termasuk mengakomodir penghormatan terhadap muslim yang tengah berpuasa di bulan Ramadhan.

Ada tiga wacana yang dibangun dalam tayangan ini, Wacana pertama dapat ditinjau dari temuan data tematik menunjukkan rangkaian kata yang disusun menjelaskan runtutan cerita mulai dari kenapa warung makan dirazia, dampak emosional yang dihasilkan dari razia ini hingga pembenaran adanya Perda syariat yang mengatur operasi razia bagi rumah makan yang masih berjualan siang hari di bulan ramadhan. Visual yang kuat berupa tangisan Saeni yang dimunculkan di awal tayangan, menjadi alibi untuk menetralsir dukungan yang diberikan pada keseluruhan isi tayangan.

Dari analisis semantik, terdapat penegasan bahwa peristiwa razia yang dilakukan terhadap warung makan milik Saeni ini benar secara perda syariat yang berlaku di Kota Serang, Banten. Ada beberapa kata pengandaian yang sebenarnya menunjukkan keberpihakan si penulisnya yang secara eksplisit menunjukkan keberpihakan penulis pada aturan syariat yang ditegakkan oleh Satpol PP. Kata kata ini memperkecil peran emosional yang ditampilkan dalam adegan adegan berita yang sebenarnya merujuk pada perasaan kemanusiaan yang lebih terlihat secara visual.

Pemilihan kata atau leksikon merunut pada pembentukan drama dan opini secara lembut yang dilakukan oleh penulis, beberapa kata yang tak lazim digunakan dalam situasi tertentu, seperti “memohon”, yang menunjukkan lemahnya Saeni saat berhadapan dengan aparat, dan berharap agar mendapat ampunan dari apa yang ia lakukan. Penggunaan kata “Sang” sebelum penyebutan Saeni menjadi faktor ironi yang sebenarnya bermaksud sebagai

perbandingan betapa lemahnya posisi Saeni, Penggunaan kata “nekad” juga menunjukkan bahwa Saeni tengah berhadapan dengan sebuah system yang sangat kuat, dan di luar batas kemampuan dirinya untuk melawan. Penggunaan kata ini juga bias memunculkan simpati bagi penonton/pembaca, karena menunjukkan itikad kuat dan pantang menyerah yang dilakukan oleh seorang Saeni.

Wacana kedua yang ditampilkan adalah kekusaran penulis dalam hal ini Thomas Joko Atmodjo terhadap sistem yang berlaku di Kota Serang ini. *Frame of reference* dan *Field Of Experience* Thomas sebagai non muslim juga sedikit banyak mempengaruhi pemikiran dan pola logika yang ia bangun dalam tayangan ini. Thomas merasa bahwa peristiwa ini harus disampaikan pada masyarakat, adanya perasaan “ketidakadilan” bagi warga yang tidak berpuasa di Kota Serang, dan hal ini ditunjukkan dengan tindakan represif atas nama undang undang daerah yang berlaku.

Thomas ingin memaparkan bahwa ada suatu ketidakadilan, dimana toleransi antar umat beragama diterapkan dengan produk hukum yang tak toleran. Thomas ingin pemirsa memberikan tanggapan melalui sudut pandang masing-masing. Thomas memaknai bahwa toleransi antar umat beragama harus dimaknai dengan sikap yang benar-benar toleran. Tanpa kekerasan. Tanpa penyitaan.

Namun yang menarik adalah cara Thomas menyampaikan ini, secara halus Thomas justru menunjukkan perspektif sebaliknya dalam penyampaian pesan, Thomas menunjukan hegemoni Islam yang sangat kuat dengan menunjukkan keberpihakan justru pada pemberlakuan perda syariat, dan menjadikan Saeni sebagai pusat dari kemalangan, yang mungkin secara efek “berhasil” menciptakan kebingungan dan multi persepsi dari penonton. Thomas justru menjadikan sikapnya yang pro Islam dalam naskah berita menjadi semacam ironi untuk pesan sebaliknya di benak penonton Kompas TV.

Wacana yang kemudian dibangun melalui kognisi sosial membuktikan apa yang diupayakan Thomas ini berhasil, karena dari ketiga narasumber, ketiganya melihat posisi Kompas TV berada di wilayah pembelaan dari apa yang dilakukan oleh Satpol PP, namun tumbuh semacam simpati terhadap Saeni, yang dihasilkan dari keberpihakan ini, dan membuat narasumber merasa sebaiknya Perda Syariat di Kota Serang ditinjau ulang, baik kontennya maupun penerapannya.

Wacana yang terakhir dibangun adalah wacana konteks sosial, narasumber 2 melihat bahwa dalam praktik kekuasaan, Kompas TV mengakui adanya aturan lokal yang berlaku untuk wilayah Kota Serang, ini berasal dari penelaahan dirinya terhadap isi dari berita yang di-post di akun Facebook Kompas TV. Ada keberpihakan yang sangat kentara terhadap tindakan yang dilakukan oleh Satpol PP yang dirasakan oleh penulisnya, namun mencoba sedikit diimbangi dengan cara memasukan unsur visual menyedihkan dari sosok Saeni. Sebagai TV yang sudah punya nama dan baru baru ini mengusung diri sebagai TV berita, apa yang dilakukan oleh Kompas TV agak terlalu kasar dan kurang objektif, hal ini berakibat pada banyaknya mispersepsi dalam membaca “Warteg Saeni” ini dan menyebabkan *chaos* terjadi terutama di kalangan netizen yang melihat kejadian ini dari dua kacamata yang berbeda.

Senada dengan narasumber 2, narasumber 3 merasa bahwa ada hal yang tidak umum dalam pemberitaan ini, karena seharusnya pemberitaan bisa lebih berimbang dan lebih mewakili kedua belah pihak, ia merasa Kompas TV melakukan kelalaian dalam pemberitaan “Warteg Saeni” ini, Kompas TV Menunjukkan keberpihakannya kepada Satpol PP dan hal itu berimplikasi pada berbagai keriuhan yang terjadi di media sosial.

Yang Terakhir, narasumber 4 yang kebetulan juga pernah menyaksikan tayangannya di TV, ia baru menyadari adanya arah dan maksud berita “Warteg Saeni” setelah menyaksikan tayangannya di media sosial Facebook, dia baru terpengaruh dan merasa kesal terhadap Kompas TV yang seharusnya bisa memberikan hak jawab pada Saeni, dan tak hanya

mengeksploitasi kesedihannya belaka.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Ahyar. (2010) *Teori Sosial Sastra*. Jakarta: Penerbit Ombak.
- Eriyanto. (2004) *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Penerbit LIKS.
- _____. (2012) *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT LKiS Printing Cemerlang.
- Faruk, H.T. (2012) *Pengantar Sosiologi Sastra dan Strukturalisme Genetik Sampai Post-Modernisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harjito. (2002) *Student Hijo Karya Marco Kartodikromo Analisis Hegemoni Gramscian*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Hamad, Ibnu. (2004) *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa. Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Heryanto, Gun Gun. (2013) *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Juju, Domikus. (2009) *Teknik Makeover Blogspot*. Jakarta, Elex Media Komputindo
- Junaedi, Fajar. (2011) *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Littlejohn, Stephen. (2011) *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- William L, Jay W. Jensen, Theodore Peterson. (2003) *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Edisi Kedua. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. (2001) *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pavlik, Jhon V. (1996) *New Media Technology, 2nd edition*. Columbia: Columbia University.
- Tabroni, Roni (2012) *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Facebook akun Kompas TV diakses tanggal 1 November 2016

COPYRIGHT TRANSFER FORM

Title : Islamic hegemony in the news "Warteg Saeni"
Author : Dr. Aceng Abdullah, Drs, M.Si

This article is original and the author transferred the copyright of the above cited article to The Journal of Communication Research of BPPKI Bandung if and when the article is approved for publication.

Each person listed as author in this article has contributed toward the intellectual and the substance of the article and therefore should be accountable to the public. Should there be copyright infringement in the future, the author will fully responsible and hold harmless to The Journal of Communication Research of BPPKI Bandung.

This article contains a previously unpublished work and not currently being considered to be published elsewhere.

Bandung 6 March 2017



Dr. Aceng Abdullah, Drs, M.Si

Co-Author:

Name	Signature
Lilis Puspitasari S.Sos, M.I.Kom	
Abie Besman S.Sos, M.Si	

This form should be signed by all of the authors and returned to Editorial Office. The form can be sent through email or by air mail to:

Editorial Executive of The Journal of Communication Research
BPPKI Bandung Jl. Pajajaran No. 88 Bandung 40173 Telp. (022) 6017493 Fax. (022) 6021470

To :
Editorial Office
The Journal of Communication Research BPPKI Bandung
Jl. Pajajaran No. 88 Bandung 40173

ETHICAL STATEMENT

Regarding the article submission to be published in The Journal of Communication Research, I hereby:

Name : Dr. Aceng Abdullah, Drs, M.Si
Unit/Institution : Communication Faculty, Padjadjaran University
Title of the article : Islamic hegemony in the news "Warteg Saeni"

Declare that the submitted article is my own work or with my team, and that of:

- The content is **original** or not containing: a) fabrication; b) falsification; c) plagiarism; d) duplication; e) fragmentation; and f) copyright infringement of data/content.
- Should the content acquired through scientific meetings, it is required to be **valid** and completely free from: a) made-up scientific meeting; and b) unattended scientific meeting.
- Has not been previously published in other media.

This statement is made in honest and responsible manner in accordance to the Regulations of The Chief of LIPI No. 06/E/2013 on Researcher Code of Conduct.

Bandung, 6 March, 2017

Requestor,



Dr. Aceng Abdullah, Drs, M.Si

Co-Author:

Name	Signature
Lilis Puspitasari S.Sos, M.I.Kom	
Abie Besman S.Sos, M.Si	

FORMULIR *COPYRIGHT TRANSFER*

Judul Naskah : Hegemoni Islam dalam berita “Warteg Saeni”
Penulis : Dr. Aceng Abdullah, Drs, M.Si

Naskah ini asli dan penulis mengalih Hak Cipta naskah di atas kepada Jurnal Penelitian Komunikasi BPPKI Bandung jika dan ketika naskah ini diterima untuk dipublikasikan.

Setiap orang yang terdaftar sebagai penulis pada naskah ini telah berkontribusi terhadap substansi dan intelektual dan harus bertanggung jawab kepada publik. Jika di masa mendatang terdapat pemberitahuan pelanggaran Hak Cipta merupakan tanggung jawab Penulis, bukan tanggung jawab Jurnal Penelitian Komunikasi BPPKI Bandung.

Naskah ini berisi karya yang belum pernah diterbitkan sebelumnya dan tidak sedang dipertimbangkan untuk publikasi di Jurnal lain.

Bandung, 6 Maret 2017



Dr. Aceng Abdullah, Drs, M.Si

Rekan Penulis:

Nama	Tanda tangan
Lilis Puspitasari S.Sos, M.I.Kom	
Abie Besman S.Sos, M.Si	

Formulir ini harus ditandatangani oleh semua penulis dan dikembalikan ke Dewan Redaksi. Formulir dapat dikirimkan melalui email atau pos dengan alamat:

Redaktur Pelaksana Jurnal Penelitian Komunikasi

BPPKI Bandung Jl. Pajajaran No. 88 Bandung 40173 Telp. (022) 6017493 Fax. (022) 6021470