
**Politik *Entertainment* Selebriti Parlemen Pusat
Dalam Konstruksi Media *Online*
(Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough)**

***Political Entertainment Of Central Parlemen Celebrity
In Online Media Construction
(Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis)***

Indah Suryawati
Universitas Budi Luhur
Alamat:
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260
Email korespondensi: indah.suryawati@budiluhur.ac.id

Diterima : 15 Februari 2021, Direvisi : 25 April 2021, Disetujui : 23 Mei 2021

Abstract

Abstract — *The success of fourteen Indonesian celebrities in becoming members of the People's Representative Council of the Republic of Indonesia (DPR RI) for the 2019-2024 period attracted media attention. Some online news media deliberately package this event in the form of politainment news, namely news that mixes political issues and the entertainment industry (entertainment). Of the fourteen celebrities in the central parliament, Mulan Jameela is the figure most reported by the media regarding her new status as a member of the Indonesian Parliament for the 2019-2024 period. In this regard, this study aims to find out, trace, and describe the discourse construction of Detik.com and Kompas.com in Mulan Jameela's politainment news as a celebrity in the central parliament for the 2019-2024 period. The research method used is the method of Critical Discourse Analysis by Norman Fairclough's Model. The main point is to see language as a practice of power, how language is formed and formed from social relations and certain social contexts. Fairclough offers a discourse model that contains three dimensions of discourse analysis, namely the dimensions of text (microstructural), discourse practice (mesostructural), and sociocultural practice (macrostructural). This research shows Detik.com and Kompas.com tend to focus on raising Mulan's entertainment side as a DPR RI politician in their news content. The only difference is the construction of the news discourse displayed by these two online media. Detik.com's discourse construction emphasizes Mulan's image in a positive way, while Kompas.com negatively constructs Mulan's image through news related to Mulan's act of showing off her endorsement of Gucci glasses.*

Keywords: *news, Norman Fairclough's critical discourse, online media, politainment*

Abstrak

Abstrak — *Keberhasilan empat belas selebriti tanah air menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) periode 2019-2024 menyedot perhatian media. Beberapa media berita online sengaja mengemas peristiwa ini dalam bentuk berita politainment yaitu berita yang mencampurkan antara isu politik dan industri hiburan (entertainment). Dari keempat belas selebriti di*

parlemen pusat, Mulan Jameela adalah sosok yang paling banyak diberitakan oleh media terkait status barunya sebagai anggota DPR RI periode 2019-2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menelusuri, dan mendeskripsikan konstruksi wacana Detik.com dan Kompas.com dalam berita *politainment* Mulan Jameela sebagai selebriti parlemen pusat periode 2019-2024. Metode Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough yang diterapkan dalam penelitian ini. Titik utamanya adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan, bagaimana bahasa itu dibentuk dan terbentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu. Fairclough menawarkan model diskursus yang memuat tiga dimensi analisis wacana, yaitu dimensi *text* (mikrostruktural), *discourse practice* (mesostruktural), dan *sociocultural practice* (makrostruktural). Penelitian ini menunjukkan Detik.com dan Kompas.com cenderung fokus mengangkat sisi *entertainment* Mulan sebagai politikus DPR RI dalam isi beritanya. Hanya yang membedakan adalah konstruksi wacana berita yang ditampilkan oleh dua media online ini. Konstruksi wacana Detik.com lebih menonjolkan citra Mulan secara positif, sedangkan Kompas.com mengkonstruksikan citra Mulan secara negatif melalui pemberitaan terkait tindakan Mulan memamerkan *endorse* kacamata Gucci.

Kata kunci: berita, media *online*, *politainment*, wacana kritis Norman Fairclough

PENDAHULUAN

Pelantikan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) periode 2019-2024 begitu menyedot perhatian media. Sebanyak 575 orang yang telah dipilih oleh rakyat melalui ajang pemilihan umum (pemilu) mengucap sumpah yang dipandu oleh Ketua Mahkamah Agung Hatta Ali. Di antara para anggota DPR RI yang baru tersebut, terdapat empat belas selebriti terkenal tanah air yang ikut dilantik. Mereka berasal dari kalangan penyanyi, penyiar, aktor, aktris hingga pelawak yang wajahnya sering terlihat di televisi sehingga tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Di luar Indonesia, studi soal politik selebriti dan selebriti politik sudah lama berkembang. Misalnya saja, Gamson (1994) yang membahas mengenai selebriti di awal dan akhir abad 20 dan bagaimana produksi dari selebriti terjadi. Ada juga West dan Orman (2003) yang menulis soal evolusi dan dampak dari *celebrity politics* di Amerika Serikat (dalam Darmawan, 2015). Dan studi tentang keterlibatan selebriti kian menarik dikaji karena ada kecenderungan peningkatan jumlah selebriti yang turut serta menjadi *vote getter* partai dalam pemilu legislatif. Penelitian sebelumnya mencatat bahwa terjadi peningkatan jumlah calon legislatif selebriti dari Pemilu 2004 (sebanyak 38 orang), Pemilu 2009 (sebanyak 61 orang), dan pada gelaran Pemilu 2019 sebanyak 91 kandidat selebriti tercatat namanya pada kertas suara calon anggota DPR RI. Bagi partai politik, kepentingan yang diinginkan dalam kandidat

selebriti ini adalah menambah perolehan suara dan mencapai batas minimum *parliamentary threshold* sebesar 4 persen. Sementara bagi para selebriti, kesuksesan dan kegagalan mereka untuk lolos ke Senayan akan sangat bergantung dari upaya mereka selama kampanye. Alhasil, pada Pemilu 2019 ini tercatat sejumlah 14 politisi selebriti yang lolos menjadi anggota DPR (Subandi dan Ubaid, 2020). Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia di Pemilu 2019 lalu tidak hanya memilih kader partai yang sebelumnya malang melintang di dunia politik, tetapi juga memilih figur calon legislatif yang sudah punya nama di dunia *entertainment*.

Sayang, tingginya atensi masyarakat terhadap sepak terjang selebriti dalam dunia politik tidak diikuti dengan upaya media untuk menghadirkan berita politik yang berkualitas. Bahkan media berita *online* cenderung memainkan unsur *entertainment*, seperti gaya berpakaian, hubungan mereka dengan pasangan hidupnya, lagu kesukaan, gaya hidup, hingga kisah buruk mereka di masa lalu. Pengemasan berita politik yang menghibur tersebut dikenal sebagai istilah *politainment*. Remotivi.id (2017) dalam salah satu kajiannya menyebutkan bahwa sejumlah media daring terindikasi menggunakan logika politik *entertainment (politainment)*, yang mengemas berita politik sebagai hiburan. Motif dari pemberitaan *politainment* adalah mendapatkan klik dan persebaran yang tinggi karena sifatnya yang menghibur.

Menurut Hamad (2004), karena sifat dan fakta pekerjaan media massa adalah menceritakan berbagai peristiwa, maka kesibukan utama media massa adalah mengonstruksikan berbagai realitas yang disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi hingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah menyusun realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna. Dengan demikian, seluruh isi media, tiada lain adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*) dalam bentuk wacana yang bermakna.

Konstruksi sosial media dihasilkan dari proses ekspresi dan proyeksi sosial pekerja media yang berbentuk siaran, tayangan, dan atau tulisan. Dalam setiap siaran, tayangan, dan tulisan di media mengandung ideologi dan kepentingan pemilik, pemegang saham, redaktur, produser, penulis, atau editornya. Siaran, tayangan, dan tulisan inilah kemudian membangun dalam relasi sosial antara pekerja di media dengan masyarakat sekitar. Relasi sosial, kata Marx Schulman, bagi seorang wartawan dengan orang lain di dalam mediana bertujuannya menyingkap kebenaran (Eriyanto, 2011, dan Bill Kovach dan Tom Rosentiels, 2007). Sementara menurut Bungin (2008), aspek individu tidak memiliki kekuatan konstruksi sosial yang besar, kecuali individu tersebut menggunakan media untuk medium konstruksi sosial. Dengan demikian, kekuatan konstruksi sosial akan berlipat ganda dan mempermudah kepentingan-kepentingan tertentu untuk menggunakannya sebagai alat hegemoni.

Berangkat dari titik ini, penulis mengumpulkan data seberapa banyak media berita *online* menampilkan 14 selebriti anggota DPR RI 2019-2024. Di sini peneliti memfokuskan pada Detik.com dan Kompas.com. Adapun pemilihan dua portal berita ini karena didasari alasan tertentu. *Pertama*, Detik.com dan Kompas.com paling banyak memberitakan terkait berita *politainment* Mulan dan Krisdayanti sebagai anggota parlemen yang baru dilantik. *Kedua*, Detik.com dan Kompas.com selalu menjadi portal berita yang populer dibaca khalayak. Detik.com yang berada dalam naungan grup Trans Corp memiliki *user* mencapai 40.000 per harinya. Sedangkan Kompas.com yang menjadi bagian dalam Kompas Gramedia memiliki *user* mencapai 30.000 per harinya. Berikut tabel jumlah berita yang diproduksi Detik.com dan Kompas.com terkait 14 selebriti

yang dilantik sebagai anggota DPR RI periode 2019-2024:

Tabel 1 Daftar nama selebriti DPR RI yang diberitakan Kompas.com dan Detik.com, Periode Oktober 2019

No	Nama Artis	Kompas.com	Detik.com	Jumlah
1	Mulan Jameela	26	43	74
2	Eko Hendro Purnomo	1	1	2
3	Desy Ratnasari	-	1	2
4	Rano Karno	3	2	6
5	Tommy Kurniawan	2	2	4
6	Arzeti Bilbina	-	-	-
7	Rieke Diah Pitaloka	2	1	4
8	Krisdayanti	20	25	49
9	Muhammad Farhan	3	2	5
10	Nurul Arifin	1	-	2
11	Rachel Maryam Sayidina	1	1	2
12	Nico Siahaan	2	5	9
13	Dede Yusuf Macan Effendi	-	-	-
14	Primus Yustisio	-	-	-
Jumlah		61	83	159

Sumber : data penelitian, 2021

Berdasarkan data tersebut di atas, terlihat selebriti Mulan Jameela yang mendapat porsi terbanyak untuk diberitakan oleh Detik.com dan Kompas.com. Padahal ada selebriti perempuan lain yang juga populer di masyarakat dan bahkan dari mereka sudah terpilih untuk kedua kalinya, seperti Desy Ratnasari, Rieke Diah Pitaloka, Nurul Arifin, Arzeti Bilbina, dan Rachel Maryam Sayidina. Namun pemberitaan terkait Mulan Jameela yang berhasil menduduki kursi sebagai anggota DPR RI jauh lebih disukai khalayak dibandingkan berita terkait politisi selebriti lainnya. Dan khusus berita Mulan Jameela dalam kiprahnya sebagai politisi parlemen pusat cenderung dikemas dengan menggunakan cara jurnalisme *politainment* yang menghibur.

Sejatinya suatu berita patut diangkat selain karena mengandung unsur *news value*, salah satu yang dianggap penting adalah jika kekuasaan politik dan kekuasaan media bersatu, bersinergis, maka uang dengan sendirinya akan mengalir. Inilah rumus sederhana pengusaha media (Iskandar dan Rini, 2016). Oleh karena itu, kalangan kritis beranggapan bahwa berita bukanlah sekedar subyektivitas dari si pembuat berita, melainkan ada suatu kekuatan dominan yang mempengaruhi konstruksinya. Ternyata media bukanlah entitas yang netral, tetapi bisa dikuasai oleh kelompok dominan (Eriyanto, 2012).

Terkait ini, Fiedler (2007) menjelaskan bahwa penelitian tentang media semakin beragam dan melibatkan berbagai disiplin ilmu di luar komunikasi. Ilmu Komunikasi sebagai transdisiplin terlihat pada penelitian media dengan menggunakan berbagai perspektif disiplin ilmu lain. Contohnya ialah kajian ekonomi media

yang menggunakan prinsip-prinsip dasar ilmu ekonomi untuk memahami pengelolaan bisnis media. Contoh lainnya adalah kajian media dan budaya yang menggunakan berbagai perspektif baik sejarah, bahasa, sastra maupun psikologi (dalam Ronda, 2018).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menelusuri, dan mendeskripsikan konstruksi wacana Detik.com dan Kompas.com dalam berita *politainment* Mulan Jameela sebagai selebriti parlemen pusat periode 2019-2024. Adapun kegunaan teoritis penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan dan perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang kajian media *online* dan jurnalisme. Manfaat praktis penelitian ini, minimal bisa memberi sumbangsih positif bagi penelitian analisis isi pesan media, terutama tentang *critical discourse analysis*. Di pihak lain, penelitian ini juga bisa menambah informasi dan wawasan bagi masyarakat dalam memahami wacana tentang *politainment* selebriti yang dikonstruksi oleh media berita *online*. Hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan dan dasar meningkatkan kesadaran masyarakat sehingga menjadi konsumen yang cerdas ketika menerima pesan yang disampaikan oleh media.

KAJIAN PUSTAKA

Politainment

Literatur *review* yang tersedia mengenai *politainment* masih didominasi oleh penelitian di negara demokrasi maju. Sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Lara Zwarun dan Angela Torrey (2011) tentang politisi selebriti *Hollywood* dalam kontestasi Pemilu di Amerika Serikat. Penelitian ini melihat bahwa selebriti dapat menjadi isyarat heuristik atau simbol pengenal yang mudah bagi pemilih. Selebriti merupakan figur yang memiliki popularitas tinggi dan dapat menarik perhatian masyarakat untuk mencurahkan atensi mereka pada proses politik (Zwarun & Torrey, 2011). Penelitian lain dilakukan oleh David Marsh, Paul t'Hart dan Karen Tindall (2010) tentang Politik Selebritis : Politik dalam Masyarakat Kekinian? Penelitian ini melihat bahwa sebagian literatur akademis tentang politik selebriti masih jarang yang sistematis. Lebih sering dangkal dan bersifat anekdot. Penelitian ini memberikan pemahaman yang koheren tentang mekanisme yang mempengaruhi pemerintahan modern dan

demokrasi kontemporer. Ini untuk menjawab bagaimana peran selebriti dalam politik dan apakah pertumbuhan politik selebriti merusak atau justru meningkatkan demokrasi (Marsh, t'Hart dan Tindall, 2010).

Meski terdengar seperti istilah baru yang main-main, sebenarnya *politainment* telah dikaji oleh beberapa ahli politik dan komunikasi seperti David Schultz dan Justus Nieland. Menurut David Schultz (2012), dunia *politainment* adalah dunia periklanan yang mana politisi membalut dirinya sebagai seorang selebriti. Bentuk komunikasi ini digunakan untuk melahirkan sebuah berita atau percakapan layaknya perbincangan tentang selebriti pada umumnya agar pesona politisi tersebut dijangkau oleh khalayak.

Konten *politainment* selalu nampak menguntungkan. Bagaimana tidak, *politainment* memberi ruang bagi politisi selebriti untuk tampil serta mengembangkan strategi komunikasinya. Di sisi lain, khalayak pun diuntungkan karena masalah politik bukan lagi masalah serius dan susah untuk dimengerti bagi sebagian masyarakat bahkan anggapan bahwa masalah politik rumit dan tak bisa diperbincangkan, namun dengan adanya bumbu *entertainment* didalamnya, membuat masalah politik diolah dengan penuh drama dan kejutan yang menghibur. Namun di sisi lain, *politainment* juga memiliki masalah yang serius. Bagaimana tidak, *politainment* mereduksi segala hal yang penting sampai mengurangi unsur politik yang sesungguhnya. Politik bukan lagi masalah pemaparan program dan data, bukan lagi terkait kredibilitas dan kapabilitas politisi. Media lebih berfokus pada bagian-bagian tertentu politik yang bisa menjadi hiburan khalayak. Momen-momen dari kehidupan pribadi politisi selebriti sengaja dieksploitasi sedemikian rupa dan dikaitkan dengan aktivitas politik selebriti di parlemen. Semuanya berfokus pada penggambaran citra sang politisi selebriti.

Bila dihubungkan dengan *jurnalisme politainment*, tentu saja ini dinilai bertentangan dengan semangat *jurnalisme* yang seharusnya mampu memberikan informasi untuk membantu warga agar bisa memilih dengan kritis informasi apa yang diterima warga. *Politainment* justru mengajak khalayak untuk melihat suatu peristiwa politik sebagai sesuatu yang remeh temeh, sehingga mengalihkan perhatian dari hal-hal yang lebih serius dan melihat politik sebagai hiburan, tidak lagi sesuatu yang berdampak pada hidup

banyak orang (BBC, 2018). Justus Nieland (2008) dalam bukunya *Feeling Modern: The Eccentricities of Public Life*, menguraikan terdapat empat karakteristik berita *politainment*. Pertama, penggambaran peristiwa dengan sifat menghibur dan menurunkan derajat masalah utama. Kedua, penggunaan tokoh (baik politik maupun nonpolitik) yang tidak memiliki korelasi dalam peristiwa sebagai sumber atau informan dalam berita. Ketiga, penonjolan isu-isu atau istilah populer yang tidak memiliki urgensi tinggi. Keempat, penggunaan judul, lead, atau isi berita yang bersifat mendramatisasi (dalam Fauzan, 2018).

Wacana

Istilah wacana seringkali diartikan sebagai terjemahan dari kata *discourse* yang berasal dari bahasa Inggris. Kata *discourse* berasal dari bahasa Latin *discursus* yang berarti lari kian-kemari (yang diturunkan dari *dis-* 'dari, dalam arah yang berbeda', dan *currere* 'lari').

1. *Komunikasi pikiran dengan kata-kata; ekspresi ide-ide atau gagasan-gagasan; konservasi atau percakapan.*
2. *Komunikasi secara umum, terutama sebagai suatu subyek studi atau pokok telaah.*
3. *Risalat tulis; disertasi formal; kuliah; ceramah; khotbah (Sobur, 2012).*

Sara Mills (1994) mengutip pendapat Foucault, membedakan pengertian wacana menjadi tiga macam, yakni wacana dilihat dari level konseptual teoritis, konteks penggunaan, dan metode penjelasan. Sedangkan menurut Gorys Keraf (1995), pengertian wacana dapat dibatasi dari dua sudut yang berlainan, yakni sudut *bentuk bahasa*, dan kedua dari sudut *tujuan umum* sebuah karangan yang utuh atau sebagai bentuk sebuah komposisi (Sobur, 2012).

Wacana (*discourse*) merupakan kesatuan yang utuh antara teks, konteks, dan praktik sosial. Wacana merupakan cara menghasilkan pengetahuan dan praktik sosialnya, bentuk subjektivitas yang terbentuk darinya, relasi kekuasaan di balik pengetahuan dan praktik sosial tersebut serta kesalingberkaitan di antara semuanya. (Piliang, 2011).

Ibnu Hamad (2010) membedakan pengertian *discourse* dalam dua pengertian. Pertama, *discourse* (dengan d kecil) yang melihat bagaimana bahasa digunakan pada tempatnya

untuk memerankan kegiatan aspek kebahasaan. Kedua, *Discourse* (dengan D besar) yang merangkai unsur *discourse* (dengan d kecil) bersama unsur non-linguistik untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas. Beberapa bentuk non bahasa antara lain ideologi, ekonomi, politik, budaya, dan sebagainya. Dalam politik, analisis wacana adalah praktik pemakaian bahasa, terutama bahasa politik. Ada dua bentuk wacana. Yakni, sebagai rentetan kalimat yang saling berkaitan. Ia menghubungkan proposisi yang satu dengan yang lain sehingga membentuk kesatuan struktur sehingga ada keserasian di antara kalimat-kalimat tersebut. Kedua, wacana sebagai kesatuan bahasa yang tertinggi dan terlengkap.

Secara historis Michel Foucault (1978, 1979) yang menjadi konseptor awal istilah wacana. Istilah wacana ini tidak berdiri sendiri. Ia berkelindan dengan istilah khas lainnya milik Foucault seperti episteme, arkeologi, dan genealogi. Dari sinilah munculnya teori relasi pengetahuan dan kekuasaan atau kekuasaan dan pengetahuan (power/knowledge atau *pouvoir/savoir*). Pengetahuan/kekuasaan berkerja melalui bahasa (Lubis, 2014).

Tata wacana adalah keseluruhan wilayah konseptual di mana pengetahuan dikonstruksi dan dihasilkan. Wacana dalam konteks ini adalah keseluruhan bidang atau domain di mana bahasa dipakai dalam cara-cara tertentu. Secara luas wacana versi Foucault bisa dipahami sebagai segala sesuatu yang ditulis, segala sesuatu yang dikatakan, dikomunikasikan dengan menggunakan aturan tertentu dan tandatanda terutama tanda bahasa. Sebab bahasa adalah satu-satunya alat untuk memahami realitas dunia. Dalam pengertian Foucault, bahasa sebagai sistem pemikiran; sistem gagasan yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya yang memberi kita pengetahuan (Lubis, 2014).

Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analysis*)

Analisis wacana sering dikaitkan dengan praktik pemakaian bahasa. Menurut pandangan kritis, analisis wacana tidak dipusatkan pada kebenaran atau ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti pada analisis konstruktivis. Analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap sebagai subyek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas

sesuai dengan pikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat. Bahasa dalam pandangan kritis dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subyek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya. Oleh karena itu, analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa: batasan-batasan apa yang diperkenankan menjadi wacana, perspektif yang mesti dipakai, topik apa yang dibicarakan. Wacana melihat bahasa selalu terlibat dalam hubungan kekuasaan, terutama dalam pembentukan subyek, dan berbagai tindakan representasi yang terdapat dalam masyarakat (Eriyanto, 2001).

Agar Analisis Wacana Kritis semakin tajam, orang perlu menganalisis pula hubungan dengan luar teks yang meliputi. Analisis ini membahas bagaimana unsur lain secara intertekstual terkait dengan teks; dan bagaimana suara-suara lain termuat dalam teks; akhirnya, bagaimana teks lain disinggung, diasumsikan, atau didialogkan. Intertekstualitas ini bisa tampak dalam dua bentuk: pertama, kehadiran unsur-unsur dari teks lain dalam suatu teks yang bisa berupa kutipan, acuan, atau isi; kedua, dalam laporan pembicaraan, tulisan atau pikiran, bukan hanya kutipan yang kita jumpai, namun bisa juga ringkasan. Maka teks selalu memiliki asumsi (Haryatmoko, 2016).

Pendekatan kritis terhadap teks media bertujuan membongkar maksud tersembunyi dalam satu berita, misalnya. Pendekatan kritis tidak semata-mata melihat teks sebagai obyek studi bahasa. Ia dipandang sebagai alat dan praktik kekuasaan.

Ada beberapa karakteristik pendekatan analisis wacana kritis (Eriyanto, 2001) yaitu :

Tindakan. Wacana dipahami sebagai tindakan yaitu mengasosiasikan wacana sebagai bentuk interaksi.

1. Konteks. Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks dari sebuah wacana.
2. Historis, menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu sehingga tidak dapat dimengerti jika tanpa konteks.
3. Kekuasaan. Analisis wacana kritis mempertimbangkan elemen kekuasaan.
4. Ideologi adalah salah satu konsep sentral dalam analisis wacana kritis karena setiap

bentuk teks, percakapan dan sebagainya adalah paraktik ideologi atau efek ideologi.

Paradigma kritis mempunyai pandangan tersendiri terhadap berita, yang bersumber pada bagaimana berita tersebut diproduksi dan bagaimana kedudukan wartawan dan media bersangkutan dalam keseluruhan proses produksi berita. Paradigma kritis melihat adanya kekuatan-kekuatan yang berbeda dalam masyarakat yang mengontrol proses komunikasi. Karena itu, pertanyaan utama paradigma kritis adalah siapa yang mengontrol media? Mengapa ia mengontrol? Keuntungan apakah yang dapat diambil dari kontrol tersebut? Kelompok mana yang tidak dominan dan menjadi objek pengontrol? Intinya, paradigma ini percaya bahwa media adalah sarana dimana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan, bahkan memarjinalkan mereka dengan menguasai dan mengontrol media (Eriyanto, 2001).

METODE PENELITIAN

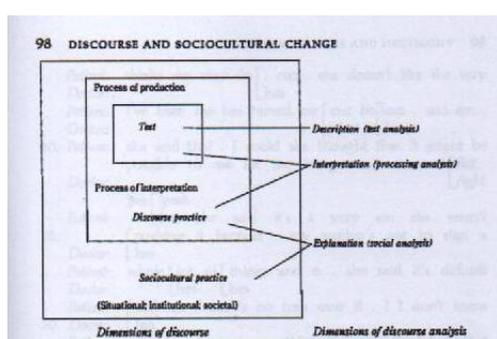
Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis wacana kritis adalah bagian dari analisis isi kualitatif. Metode penelitian yang menggunakan teks sebagai bahan dasar analisisnya. Ini digunakan untuk menganalisis cara media mengkonstruksikan realitas menjadi suatu wacana, serta faktor apa saja yang membuat media tersebut mengkonstruksi realitas yang ada.

Analisis wacana kritis merupakan metodologi dalam paradigma kritis, yang melihat bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral. Media justru dimiliki oleh kelompok tertentu dan digunakan untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan (Eriyanto, 2001).

Fairclough menteoretisasikan konsep wacana yang berupaya menggabungkan beberapa tradisi, yaitu linguistik, tradisi interpretatif, dan sosiologi. Selain itu, Fairclough menawarkan model diskursus yang memuat tiga dimensi analisis wacana, yaitu dimensi *text*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. (a) Dimensi teks (mikrostruktural) dianalisis secara linguistik, yaitu dengan melihat kosakata, semantik, dan sintaksis. (b) *Discourse practice* (mesostruktural) merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. (3) *Sociocultural practice* (makrostruktural) adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks (dalam Eriyanto, 2001).

Ketiga dimensi tersebut kemudian dianalisis menggunakan tiga tahap analisis yang berbeda, yaitu (1) deskripsi digunakan untuk menganalisis teks, meliputi kohesi dan koherensi, tata bahasa, dan diksi, (2) interpretasi digunakan untuk menganalisis interpretasi teks, meliputi produksi, penyebaran, dan konsumsi teks, dan (3) eksplanasi digunakan untuk menganalisis praktik-praktik sosiokultural yang mencakup level situasional, institusional, dan sosial (Fairclough, 1995).

Selanjutnya lihat bagan model analisis wacana kritis Norman Fairclough.



Gambar 1. Dimensi Wacana dan Dimensi Analisis Wacana Norman Fairclough (1995)

Inti dari analisis wacana kritis Norman Fairclough (1995) adalah ingin melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Sebuah kekuasaan tidak mungkin hadir tanpa ideologi. Ideologi, kata Fairclough (1995), adalah makna yang melayani kekuasaan. Meminjam istilah Michel Foucault, dalam bahasa ada selalu hadir kekuasaan. Berarti analisis bahasa adalah untuk membongkar representasi kekuasaan yang ada di media. Sementara untuk membongkar praktik bahasa di tiga level tersebut ada tiga tahap analisis yang harus dilalui yakni, deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi.

Adapun teks berita yang menjadi objek penelitian adalah teks berita *politainment* dengan *headline* yang menonjolkan Mulan Jameela sebagai anggota DPR RI periode 2019-2024 pada Detik.com dan Kompas.com selama Oktober 2019. Di mana sebanyak tiga berita Detik.com dan sebanyak tiga berita Kompas.com yang terpilih sebagai objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bersatunya unsur politik dan *entertainment* bukannya tanpa kepentingan apa-apa. Dari sisi penyampaian konten, segala pesan bermuatan politis bisa direduksi dan dibuat semenarik

mungkin. Tujuannya agar publik mudah mengerti setiap pesan yang dilontarkan oleh para politisi. Maksud lain dari penyatuan konsep ini adalah kepentingan ekonomi (Sandy, 2017). Industri sebagai penghasil produk apa pun, dari yang sifatnya materi sampai ke nonmateri didistribusikan melalui media massa pada masyarakat untuk memaksimalkan pencapaian keuntungan (Napitupulu, 2020).

Faktanya dari media massa memiliki sifat menceritakan peristiwa-peristiwa, maka dapat dilihat bahwa kesibukan media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan diterbitkan maupun disiarkan. Karena sejatinya, segala upaya “menceritakan” sebuah keadaan, peristiwa, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksikan. Sama halnya dengan setiap hasil laporan merupakan hasil konstruksi realitas atas kejadian yang tengah dilaporkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi proses konstruksi realitas media terhadap suatu peristiwa secara umum berasal dari sistem komunikasi yang berlaku. Dalam sistem komunikasi, dinamika internal dan eksternal pelaku konstruksi serta strategi dalam mengkonstruksi realitas akan mempengaruhi wacana yang dihasilkan. Proses konstruksi realitas tersebut pada awalnya politik, namun akhirnya juga digunakan untuk menganalisis wacana-wacana lain dalam berbagai bentuk mediasi komunikasi (Hamad, 2010)

Dalam suatu konstruksi pemberitaan di media massa, proses produksi berita tidak dapat terlepas dari adanya hegemoni bahasa. Bahasa yang semula digunakan sebagai alat komunikasi sudah bergeser menjadi alat untuk berpolitik, budaya, dan alat untuk mendapatkan kekuasaan. Kini, bahasa dalam suatu wacana dijadikan suatu pembenaran tentang bagaimana suatu pihak mampu menguasai orang lain untuk diperdaya dan menguasai lawannya dengan menggunakan kekuatan bahasa (Mardikantoro, dkk. 2019).

Idealisme media dalam mempresentasikan sebuah berita serta menampilkannya dalam sebuah teks berita setali tiga uang dengan perhatian Fairclough yang mengungkap bahwa “bahasa sebagai praktik sosial”. Pada dua media *online*, Detik.com dan Kompas.com, *politainment* Mulan Jameela sebagai selebriti parlemen pusat periode 2019-2024, terdapat perbedaan penyajian berita dengan menunjukkan sisi/citra positif dan negatif Mulan Jameela. Berikut judul berita *politainment* Mulan Jameela dalam media dan kerangka format analisis wacana kritis Fairclough.

Tabel 2 Objek Penelitian

Media	Data	Judul Berita
Detik.com	1.	Intip Isi Garasi Mulan Jameela yang Kini Jadi Anggota DPR
	2.	Kerja di DPR, Mulan Jameela Pakai Hijab ala Anak Madrasah
	3.	Intip Mulan Jameela Ngantor di DPR
Kompas.com	4.	Mulan Jameela, Kacamata Gucci dan Apa Itu Gratifikasi?
	5.	Polemik Kacamata Gucci Mulan Jameela dan KPK Ingatkan Gratifikasi
	6.	Kacamata Gucci Mulan Jameela, Bolehkah Artis Anggota DPR Terima Endorse?

Sumber : data penelitian, 2021

Analisis Mikrostruktural

Berdasarkan alat kebahasaan yang digunakan Detik.com dan Kompas.com dalam berita *politainment* Mulan Jameela sebagai selebriti parlemen pusat terdapat dua alat yang menandai representasi tema seseorang, yaitu melalui (1) kosakata; diksi (pilihan kosakata formal dan nonformal), dan ungkapan eufimistik; (2) gramatika; tata bahasa; fungsi sintaktis dan bentuk pemberitaan.

Pada data (1) *“Intip Isi Garasi Mulan Jameela yang Kini Jadi Anggota DPR”*, kalimat yang dijadikan judul berita oleh Detik.com jelas merupakan unsur *politainment*. Pilihan kosakata mewakili unsur *entertainment* ---intip isi garasi Mulan Jameela— dan unsur politik ---anggota DPR—, namun ini tak ada urgensi dan kaitannya satu sama lain. Tujuan pemilihan judul ini tampaknya untuk menarik perhatian pembaca secara luas. Hal ini juga terlihat dari pemilihan kata *“intip”*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *intip* artinya mengamati dengan cermat secara diam-diam. Sementara diisi berita, Detik.com memaparkan secara jelas jumlah kekayaan Mulan Jameela dan jenis merk kendaraan yang dimilikinya. Bukan sekedar mengintip tapi menjelaskan secara rinci dan gamblang.

Namun demikian, bentuk wacana berita pada data 1 malah menunjukkan citra positif Mulan Jameela yang melaporkan harta kekayaannya dan tercatat oleh negara. Dalam berita ini pula (data 1), khalayak bisa mengetahui jenis kendaraan apa saja yang dimiliki oleh Mulan dan berapa harga jual kendaraan tersebut di pasaran. Di sini Detik.com mencitrakan Mulan secara positif sebagai sosok selebriti dengan kehidupan yang tidak mewah meski jumlah kekayaan yang dimiliki memungkinkan Mulan untuk hidup mewah. Sebab Mulan dan suaminya, Ahmad Dani, dikenal sebagai musisi papan atas tanah air.

Ini bisa dilihat melalui pilihan kalimat, *“Dikutip Detik.com dari LHKPN, ia tercatat memiliki harta sebesar Rp 15 miliar lebih”*. Selanjutnya Detik.com menuliskan, *“dalam daftar tersebut Mulan memiliki MPV kelas*

menengah seperti Toyota Alphard 2.5 G AT tahun 2016 yang ditaksir punya harga Rp 850 juta, dan satu unit MPV Toyota Sienta V CVT 1.5 tahun 2019 yang ditaksir Rp 260 juta. Mulan memiliki satu unit sepeda motor merek Yamaha 2DP R tahun 2018 yang ditaksir punya harga Rp 27 juta. Semua alat transportasi dan mesin tercatat hasil sendiri”.

Pada data (2) *“Kerja di DPR, Mulan Jameela Pakai Hijab ala Anak Madrasah”*, kalimat yang dijadikan judul berita oleh Detik.com masih mengandung unsur *politainment*. *“Pakai Hijab ala Madrasah”* misalnya, tak lain untuk menarik perhatian pembaca secara luas dengan menggunakan kalimat sensasi. Selain itu, kalimat judul pada data (2) dapat dimaknai sebagai ungkapan eufimistik yang diberikan kepada Mulan yang ditandai dengan hadirnya kosakata *“ala anak madrasah”* yang ternyata dimaknai sebagai gaya hijab zaman dulu, bukan dimaknai sebagai sesuatu untuk mengejek. Ini diperkuat dengan wacana berita sebagai berikut, *“... di sela-sela bekerja sebagai anggota dewan itu, Mulan tampak memakai hijab segi empat warna dusty pink yang ia bentuk menutupi dahi seperti model hijab zaman dulu ala anak madrasah”*.

Pemilihan judul pada data (2) yang digunakan Detik.com untuk mengecoh pembaca, karena isi berita yang disajikan malah menyajikan wacana positif Mulan. Ini terlihat dari pujian orang-orang yang dikutip Detik.com tentang gaya hijab Mulan yang mirip gaya hijab ala anak madrasah. Di mana mereka melontarkan rasa kagum pada kecantikan Mulan meski saat itu ia menggunakan hijab ala anak madrasah saat berkantor di DPR. *“Teteh dikerudungnya jadi inget masa2 SMP taun 90an to tetep nu geulis mah kerudung jadul oge tetep geulis kabinana,” kata akun @aufaiis61. “Mau jadul kah kikinian kah soal kerudung ga masalah.. Teh Mulan ttep cantik. Mirip wanita Uighur ya si teteh..” kata @ummu_hasan_rachel. “Kerudung style nya kaya jaman2 dulu...cewe2 kosidahan...tapi tetap cantik,” kata akun @ardaywib*. Tak ada satu pun komentar negatif yang dikutip oleh Detik.com.

Data (3) *“Intip Mulan Jameela Ngantor di DPR”*, masih menonjolkan *politainment*. Penggunaan kata *“intip”* tak lain untuk memancing pembaca secara luas. Yang dimaksud *“intip”* oleh Detik.com adalah melihat aktivitas Mulan sebagai anggota DPR RI melalui postingan-postingan Mulan di media sosialnya dan kemudian peristiwa tersebut diceritakan

kembali oleh Detik.com dalam bentuk berita. Sayangnya wacana berita pada data (3) diakhiri dengan kalimat yang memperlihatkan citra negatif Mulan. Kalimat yang dimaksud adalah *“Mulan menjadi wakil rakyat usai menggeser salah satu anggota Caleg Gerindra”*. Padahal di awal berita data (3), wacana Detik.com mencitrakan Mulan positif. Bagaimana Mulan diwacanakan lagi semangat bekerja sebagai anggota parlemen pusat.

Sementara Kompas.com lebih banyak menyoroti Mulan Jameela yang menggunakan kacamata Gucci sebagai *endorse*. Apa yang dilakukan Mulan diketahui publik karena ia memposting peristiwa tersebut dalam akun Instagramnya. Ini jelas merupakan bagian dari *politainment*, di mana unsur politiknya adalah seorang anggota parlemen tidak dibolehkan untuk menerima gratifikasi, dan unsur hiburannya memamerkan kepada publik menggunakan barang mewah dengan merk tertentu sebagai *endorse*. Bahkan data (4) dengan judul berita *“Mulan Jameela, Kacamata Gucci dan Apa Itu Gratifikasi?”* menggiring Mulan ke citra negatif. Padahal dalam susunan berita yang ditulis Kompas.com, hanya beberapa kalimat menceritakan tentang Mulan dengan tiga postingan kacamata Guccinya, sedang sebagian besar isi berita pada data (4) mengutip penjelasan dari sumber situs KPK tentang gratifikasi dan mengutip penjelasan dari Guru Besar Hukum Pidana Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada (UGM), Prof Eddy Omar Syarif.

Tak jauh berbeda dengan data (5) yang berjudul *“Polemik Kacamata Gucci Mulan Jameela dan KPK Ingatkan Gratifikasi”*. Wacana Kompas.com bermakna menggiring Mulan ke citra negatif melalui pilihan diksi *“polemik”* dan *“gratifikasi”*. Bahkan tujuan wacana berita data (5) tidak berbeda jauh dengan wacana berita data (4). Yang membedakan hanyalah pemilihan sumber berita pada berita data (5) yaitu Wakil Ketua KPK, Saut Situmorang. Narasumber ini menyarankan Mulan untuk melaporkan ke Direktorat Gratifikasi KPK segala jenis barang *endorsement* yang diterima, karena statusnya sebagai penyelenggara negara.

Sementara data (6) *“Kacamata Gucci Mulan Jameela, Bolehkah Artis Anggota DPR Terima Endorse?”*, kalimat yang dijadikan judul berita oleh Kompas.com juga merupakan unsur *politainment*. Ada pilihan diksi *“bolehkah”* yang mengandung kontroversi. Maksud kontroversi di sini adalah bukan hanya Mulan sebagai selebritis parlemen pusat yang terlihat menggunakan

barang-barang dari *brand* ternama. Mereka yang anggota parlemen pusat namun bukan dari kalangan selebriti juga menggunakan barang-barang dari *brand* ternama saat bertugas sebagai anggota parlemen. Tapi mengapa ketika Mulan yang menggunakan, sebagian media *memblow up* itu. Khusus Kompas.com, media ini selalu mengaitkan tindakan Mulan tersebut dengan penggunaan kata *“endorse”*. Pemilihan diksi *“bolehkah”* dapat dimaknai sebagai apa yang dilakukan Mulan memamerkan kacamata mewah *endorse* tidak sejalan dengan posisinya sebagai anggota perwakilan rakyat yang seharusnya fokus memperjuangkan aspirasi masyarakat yang telah memilihnya. Bukan dengan memamerkan kemewahan, meski Mulan layak melakukan itu sebagai seorang selebriti papan atas.

Bahkan wacana berita data (6) semakin memojokkan Mulan selain perbuatannya menerima *endorse* dari merk *branded*. Di mana ada paragraf yang menggiring Mulan ke citra negatif : *“Setelah sebelumnya Mulan menjadi perhatian publik akibat caranya masuk sebagai anggota DPR yang banyak dinilai dilakukan dengan cara “tidak biasa”. Mulan juga sempat pula disorot publik karena pendidikannya yang tidak tercantum secara jelas dalam situs DPR RI.”*

Analisis Mesostruktural

Dalam analisis dimensi mesostruktural, interpretasi dilakukan terhadap pemrosesan wacana, seperti penggunaan wacana dan proses penyebaran, cara pekerja media memproduksi teks, profil media, dan prosedur editor.

Media Detik.com

Detik.com merupakan situs berita berbasis internet sistem berdiri sejak tanggal 30 Mei 1998, namun pada tanggal 3 Agustus 2011 detik.com resmi diakuisisi oleh Trans Crop, Chairul Tanjung. Detik.com tidak memiliki edisi cetak, hanya memiliki edisi daring (*online*) saja. Detik.com tidak hanya menyajikan berita-berita dan informasi bagi para pembaca, namun juga menyajikan produk jasa, seperti jasa diskusi (detikForum) dan jasa pasang iklan (iklan Baris).

Detik.com fokus untuk menyediakan berita peristiwa terbaru, namun seiring berjalannya waktu, Detik.com juga menyediakan informasi lainnya seperti bisnis dan keuangan, gaya hidup dan hiburan, olahraga, kesehatan dan informasi makanan. Adapun pemberitaan selebriti pada Detik.com disajikan secara terkini serta dikemas secara santai dengan menggunakan pemilihan kata yang singkat dan mudah dimengerti oleh

pembaca
(<https://id.wikipedia.org/wiki/Detik.com>).

Media Kompas.com

Kompas.com pertama kali hadir pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. Awalnya, *Kompas Online* (KOL) diakses melalui kompas.co.id. Ia hanya menampilkan replika berita-berita koran Kompas yang terbit hari itu. Ia memberi layanan kepada pembaca harian Kompas di tempat-tempat yang sulit dijangkau jaringan Kompas.

Pada 29 Mei 2008, PT Kompas Cyber Media (KCM) me-*rebranding* dirinya menjadi *Kompas.com*, merujuk kembali pada nama besar koran Kompas. Banyak perubahan yang dilakukan termasuk pada kanal berita. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang lebih mutakhir. *Kompas.com* berharap menjadi acuan bagi jurnalisme di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya (<http://inside.kompas.com/about-us>).

Kompas adalah salah satu media yang pernah merasakan dua kali dilarang terbit oleh rezim kekuasaan. Yakni, pada 1965 dan 1978. Dari berbagai pengalaman menghadapi kekuasaan, kisruh internal, dan tekanan massa eksternal, Kompas lebih cenderung berpikir bisnis-ekonomis daripada bermain di wilayah pengawas kekuasaan (*watchdog*) secara keras (Iskandar, 2017).

Analisis Makrostruktural

Demensi ketiga adalah analisis tingkat makrostruktural yang didasarkan pada pendapat bahwa konteks sosial yang ada di luar media sesungguhnya memengaruhi bagaimana sebuah wacana ada dalam media. Praktik sosial-budaya, seperti tingkat situasional, institusional, dan sosial memengaruhi institusi media dan wacananya. Tingkat situasional, berkaitan dengan produksi dan konteks situasinya. Tingkat institusional, berkaitan dengan pengaruh institusi secara internal maupun eksternal. Tingkat sosial, berkaitan dengan situasi yang lebih makro, seperti sistem politik, sistem ekonomi, dan sistem budaya masyarakat (Cendramata dan Darmayanti, 2019).

Dalam pemberitaan Mulan Jameela ini ditemukan tingkat situasional dan institusional. Pada tingkat situasional, peristiwa pelantikan anggota DPR RI periode 2019-2024 menyedot perhatian media dan masyarakat karena jumlah selebriti yang dilantik mengalami peningkatan.

Bahkan diantara mereka adalah wajah baru dalam bidang politik namun dikenal sebagai selebriti papan atas yang belakangan sering diberitakan karena sensasinya, seperti Krisdayanti dan Mulan Jameela.

Pada tingkat institusional, wacana berita Detik.com dan Kompas.com sama-sama melibatkan pihak institusi tertentu yaitu DPR RI. Dan sebagaimana diketahui, DPR RI adalah lembaga perwakilan rakyat yang terdiri dari anggota partai politik peserta pemilihan umum. DPR RI juga salah satu lembaga tinggi Negara. DPR RI pun memiliki fungsi pengawasan, anggaran, dan legislasi. Artinya keberadaan Mulan bukan hanya sebagai selebriti papan atas Indonesia, tapi juga seorang anggota partai politik yang mampu mendulang kepercayaan masyarakat dapilnya untuk tampil menyuarakan aspirasi mereka di lembaga ini.

Sementara tingkat sosial dapat dijelaskan bahwa pemberitaan yang dihasilkan oleh Detik.com dan Kompas.com erat kaitannya dengan eksistensi media itu sendiri dalam mengemas berita *politainment* tentang Mulan Jameela, selebriti papan atas yang jauh dari aktivitas politik namun berhasil dilantik sebagai anggota DPR RI periode 2019-2024. Apalagi keberhasilan Mulan Jameela meraih kursi di DPR RI dianggap sebagai hal yang tidak biasa. Di mana Mulan harus menghadapi proses hukum sebelum dirinya dinyatakan sah sebagai anggota DPR RI. Bahkan dalam wacana Kompas.com pada data (6) kembali mengingatkan pembaca terhadap peristiwa hukum yang dialami Mulan, termasuk pemberitaan miring lainnya yang juga pernah menerpa Mulan sebelumnya. ‘*Setelah sebelumnya Mulan menjadi perhatian publik akibat caranya masuk sebagai anggota DPR yang banyak dinilai dilakukan dengan cara “tidak biasa”.* Mulan juga sempat pula disorot publik karena pendidikannya yang tidak tercantum secara jelas dalam situs DPR RI.’

Selebriti yang memiliki “label” buruk dalam pandangan sebagian masyarakat Indonesia terkait kasusnya sebagai orang ketiga dalam perceraian Ahmad Dani dan Maia Estianti membuat pemberitaan soal Mulan Jameela selalu dikaitkan dengan hal tersebut. Sama halnya ketika sekarang Mulan memutuskan untuk berubah menjadi sosok wakil rakyat yang bisa bekerja profesional menyuarakan aspirasi masyarakat dapilnya, maka hal tersebut akan ramai diperbincangkan. Bahkan diberitakan berbeda-

beda tergantung pada motivasi-motivasi dan opini tertentu yang akan dicitrakan oleh Detik.com dan Kompas.com.

Terlihat bahwa media sengaja memberikan perhatian yang berbeda pada setiap isu yang akan dikemas. Dari berbagai aspek apapun yang hendak di angkat ke permukaan, ada yang meneropongnya dari porsi dan sudut pandang yang terang-terangan serta ada pula dari sisi yang diselipi unsur lain didalamnya yang pada akhirnya menggiring pada sebuah opini yang negatif maupun positif. Yang nantinya pula menimbulkan pengaruh terhadap citra dari suatu peristiwa di mata khalayak.

Bagaimana pun tak ayal jika kalangan kritis memberi tanggapan bahwasannya berita bukanlah hal yang keluar secara subyektivitas dari si pembuat berita, melainkan ada kekuatan dominan yang membuatnya terkonstruksi. Misalnya kekuatan ekonomi dan politik media. Ternyata media bisa dikuasai oleh kelompok dominan yang mungkin saja memilki kepentingan ekonomi dan politik terhadap suatu pemberitaan didalamnya dan diketahui fakta menarik pula bahwa media bukanlah entitas yang netral.

SIMPULAN

Penekanan wacana dalam analisis wacana kritis dimaksudkan sebagai bentuk dari sebuah interaksi, yang mana melalui analisis wacana kritis terlihat bahwa pemakaian tulisan dan bahasa tutur merupakan wujud dari praktik sosial. Praktik sosial sendiri memiliki kaitan dengan analisis wacana kritis, dimana terjadinya peristiwa pasti tercipta dari sebuah realitas dan struktur sosial. Peran media tidak lepas dari praktik ideologi, artinya media dengan variatif menyajikan suatu pemberitaan dengan menggunakan konstruksi tertentu untuk menarik minat pembaca.

Dilihat dari analisis wacana kritis Norman Fairclough, di mana Mulan Jameela menjadi objek utama pemberitaan, Detik.com dan Kompas.com memberitakan realitas Mulan Jameela sebagai selebriti parlemen pusat periode 2019-2024 dengan menggunakan pilihan judul *politainment*. Pilihan kalimat pada judul berita Detik.com dan Kompas.com bertujuan untuk meraih pembaca secara luas, meski ada di antaranya yang tidak sesuai antara penggunaan judul yang sensasional dengan isi berita yang biasa-biasa saja. Dengan kata lain, ada kepentingan ekonomi dua media tersebut dibalik pemilihan judul berita *politainment* Mulan.

Selain itu, Detik.com dan Kompas.com cenderung fokus mengangkat sisi *entertainment* Mulan sebagai politikus dalam isi berita. Hanya yang membedakan, adalah wacana berita yang disajikan antara Detik.com dengan Kompas.com. Wacana Detik.com lebih menitikberatkan citra Mulan secara positif, sedangkan wacana berita Kompas.com lebih menitikberatkan Mulan secara negatif.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku

Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Kepuasan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana.

Dua, Mikhael. (2007). *Filsafat Ilmu Pengetahuan: Telaah Analitis, Dinamis dan Dialektis*, Yogyakarta. Titian Galang Printika.

Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta. PT LkiS Printing Cemerlang

_____. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta. PT LkiS Printing Cemerlang.

Fairclough, Norman. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge : Polity Press.

Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.

_____. (2010). *Komunikasi sebagai Wacana*. Jakarta : La Tofi Enterprise.

Haryatmoko. (2016). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Iskandar, Dudi. (2018). *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik dan Etika Jurnalisme*. Jakarta: CV Andi Offset.

_____. (2017). *Post-Journalisme (Representasi Ideologi Kekuasaan Dalam Konvergensi Media : Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2014 di Kompas Grup, Media Grup, dan MNC Grup)*. Disertasi. Universitas Padjajaran Bandung.

_____, dan Rini Lestari. (2016). *Mitos Jurnalisme*. Yogyakarta. CV. Andi Offset

- Kovach, Bill and Tom Rosenstiel. (2007). *The Elements of Journalism*. New York, Amerika Serikat : Three Rivers Press.
- Napitupulu, Frengki. (2020). *Sinterkelas : Natal Dalam Jerat Kapitalisme*. Tangerang: Indigo Media.
- Lubis, Akhyar Yusuf. (2014). *Teori dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Sosial Budaya Kontemporer*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hantu-Hantu Politik dan Matinya Sosial*. Solo: Tiga Serangkai.
- Ronda, Andi Mirza. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Indigo Media.
- Salim, Agus. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta. Tiara Wacana.
- Schultz, David. (2012). *Politainment: The Ten Rules of Contemporary Politics*. New Hampshire: Books Express.
- Sobur, Alex. (2012). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung. PT.Remaja Rosdakarya.
- Jurnal
- Cendramata, Rengganis Citra dan Nani Darmayanti. (2019). *Analisis Wacana Kritis Fairclough Pada Pemberitaan Selebriti di Media Daring*. *Jurnal Literasi*, 2(1), 1-8.
- Darmawan, Ikhsan. (2015). *Keterlibatan Selebriti Dalam Pemilu Indonesia Pasca Orde Baru*. *Jurnal Sosiohumaniora*, 18(3), 236-242.
- Fauzan, Herdanang Ahmad. *Politainment Dalam Kecelakaan Setya Novanto (Analisis Framing dan Penerapan Kode Etik Jurnalistik Indonesia dalam Pemberitaan Kecelakaan Setya Novanto pada Portal Berita Tribunnews.com Periode 16-30 November 2017)*. (2018). Library.uns.ac.id.
- Mardikantoro, Hari Bakti, Muhammad Badrus Siroj, Esti Sudi Utami. (2019). *Wacana Berita Korupsi di Surat Kabar: Kajian Analisis Wacana Kritis Van Dijk Dalam Dimensi Praktik Sosial*. Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES.
- Marsh, David, Paul t'Hart, and Karen Tindall, (2010). *Celebrity Politics: The Politics of The Late Modernity*. *Political Studies Review*, 8(3), 322-340.
- Subandi, HB Habibi, dan Ahmad Hasan Ubaid. (2020). *Selebritis Menjadi Politisi: Studi Tentang Bagaimana Selebritis Menang atau Kalah Dalam Pemilu Legislatif*, *JIP : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(1), file:///C:/Users/admin/Downloads/7311-23417-1-PB.pdf
- Zwarun, L., & Torrey, A. (2011). *Somebody versus nobody: An exploration of the role of celebrity status in an election*. *The Social Science Journal*, Vol. 48(4), page(s) : 672-680
- Sumber online
- Remotivi.id. *Kepada Wartawan: Kenapa Tak Panggil Koruptor Maling Saja*, <http://www.remotivi.or.id/meja-redaksi/436/Kepada-Wartawan-Kenapa-Tak-Panggil-Koruptor-Maling-Saja?> (21 November 2017)
- BBC. (2018, Januari 8). *Perceraian Ahok: Persoalan Privat yang Masuk ke Ranah Publik*. Dipetik September 11, 2019, dari BBC News: <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-42600693>
- Allifiansyah, Sandy. 2017. *Ketika Politik Begitu Menghibur (Studi Politainment dalam Perspektif Ekologi Media di Industri Pertelevisian Indonesia)*. https://www.academia.edu/34574003/KETIKA_POLITIK_BEGITU_MENGHIBUR_Studi_Politainment_dalam_Perspektif_Ekologi_Media_di_Industri_Pertelevisian_Indonesia_?auto=download
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Detik.com>
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Kompas.com>
- <https://kbbi.web.id/intip>
- <http://inside.kompas.com/about-us>
- https://oto.detik.com/mobil/d-4766046/intip-isi-garasi-mulan-jameela-yang-kini-jadi-anggota-dpr?_ga=2.197016234.747604020.1574519746-524871426.1566517492#
- https://wolipop.detik.com/hijab-update/d-4741112/kerja-di-dpr-mulan-jameela-pakai-hijab-ala-anak-madrasah?_ga=2.206238547.1313964001.1575375229-524871426.1566517492
- https://hot.detik.com/celeb/d-4736968/intip-mulan-jameela-ngantor-di-dpr?_ga=2.248127175.1313964001.1575375229-524871426.1566517492
- <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/19/145925465/mulan-jameela-kacamata-gucci-dan-apa-itu-gratifikasi?page=all>

<https://www.kompas.com/hype/read/2019/10/18/142912066/polemik-kacamata-gucci-mulan-jameela-dan-kpk-ingatkan-gratifikasi>

<https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/19/190200865/kacamata-gucci-mulan-jameela-bolehkah-artis-anggota-dpr-terima-endorse?page=all>