

ABSTRAK

Elvi Susanti. 2015. Analisis Wacana Kritis: Hegemoni Media Sosial Twitter mengenai Isu-isu Nasional di Indonesia dan Implikasinya pada Mata Kuliah Analisis Wacana di Perguruan Tinggi.

Penelitian ini bersinggungan dengan media sosial Twitter, di mana Twitter adalah salah satu layanan media sosial di Internet yang sangat populer saat ini di dunia, termasuk di Indonesia. Pada umumnya Twitter digunakan orang untuk menyiarkan status atau kegiatannya secara seketika, berbagi informasi dan tautan dan berdiskusi soal kebijakan politik, ekonomi dan sosial, termasuk melakukan gerakan atau kampanye tertentu. Penelitian ini penting dilakukan mengingat Twitter merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan secara tepat dan cepat. Melalui Twitter, bahkan semua orang bisa berperan sebagai ‘wartawan’ dan mampu membentuk opini secara cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji munculnya akar hegemoni berdasarkan analisis teks yang terkait dengan representasi, relasi, identitas, dan transformasi terhadap isu-isu nasional yang menjadi *trending topic* di Twitter. Selain itu penelitian ini bertujuan membahas praktik wacana Twitter mempengaruhi pekerja media dalam memproduksi berita dan untuk melihat bagaimana implikasi penelitian terhadap pembelajaran analisis wacana.

Dengan menggunakan teori Fairclough khususnya mengenai analisis teks yang terkait dengan *representasi*, *relasi*, dan *identitas*, peneliti mencoba menelusuri bagaimana munculnya akar hegemoni terhadap isu-isu nasional yang menjadi *trending topic* di Twitter. Peneliti juga menawarkan sebuah fungsi baru untuk melengkapi pendekatan Fairclough dalam analisis teks di media sosial: *transformasi* –yang mencoba melihat perubahan peran partisipan berita dan pembaca awam sebagai ‘wartawan’ dan ikut serta dalam membentuk opini.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan analisis dokumen -- dalam hal ini teks-teks berupa *status updates* atau *tweet* dari pengguna Twitter dan menjadi pembicaraan hangat dalam kurun waktu tiga bulan (April-Juni 2013). *Tweet* tersebut berasal dari pengguna Twitter, baik sebagai personal maupun sebagai lembaga khususnya lima media arus utama. Kelima media daring tersebut adalah Kompas, MetroTVNews, TVOneNews, Detik, dan VivaNews.

Penelitian ini menemukan bahwa pejabat-pejabat pemerintah Indonesia mulai menggunakan Twitter sebagai wadah untuk menyampaikan pesan dan sebagai sarana komunikasi dengan rakyatnya. Mereka memilih menjangkau Twitter lebih dahulu daripada media massa. Media massa menjadikan Twitter sebagai sumber inspirasi di mana banyak tokoh dan pengguna awam yang pendapatnya layak dikutip dan dijadikan bahan penulisan berita. Media massa juga mempublikasikan dan mendistribusikan berita-berita tersebut melalui Twitter dengan harapan mendapatkan umpan balik dan ditanggapi oleh para pengguna Twitter, yang kemudian dijadikan bahan penulisan berikutnya. Di sinilah terlihat betapa kuatnya hegemoni Twitter.

ABSTRACT

ElviSusanti. 2015. Critical Discourse Analysis: The Hegemony of Twitter on National Issues in Indonesia and its Implications for Discourse Analysis Course in Universities.

This research is linked with Twitter, as one of social media services on the Internet that are extremely popular in the world, including in Indonesia. Twitter is generally used by people to instantly broadcast their status or activities, various information, links, and discuss about political, economic and social policies, including certain movements or campaigns. This research is important because Twitter is effective in quickly and accurately delivering messages. In fact, everyone can act as a 'reporter' and form quick opinions through this social media.

This research is aimed to investigate the emergence of the roots of hegemony based on text analysis that is linked with representation, relation, identity, and transformation of national issues that become trending topics on Twitter. Moreover, the research is to discuss the social media's discourse practice that influences media workers in producing news, and to see how it implicates the research on the study of discourse analysis.

By using the Fairclough theory, especially on text analysis that is linked with *representation, relation*, and identity, the researcher attempts to explore how the roots of hegemony emerge in the national issues that become trending topics on Twitter. The researcher also offers a new function to complete the approach of Fairclough in text analysis on social media: *transformation* – which is an attempt to see the change in roles of news participants and amateur readers as 'reporters' and participate in forming opinions.

This research utilizes a qualitative method as a scientific research that is aimed to understand a phenomenon in a scientific social context by improving the process of deep interactive communication between the researchers with the phenomenon. The techniques of collecting used data are by observing, interviewing, and analyzing documents – in this case texts of status updates from the past three months (April – June 2013). Those tweets came from Twitter users, both as personal and from special institutions, especially these five main media institutions, Kompas, MetroTVNews, TVOneNews, Detik, and VivaNews.

This research found that the Indonesian government officials use Twitter as an apparatus to convey messages, and a communication facility to the public. They prefer to reach Twitter first rather than mass media. Mass media use Twitter as a source of inspirations, where many known figures and amateur users' opinions are worth quoted and used as materials to write news. The mass media also publish and distribute those news stories through Twitter by expecting to receive feedback and responded by Twitter users, which then used as materials for their next articles. This is where we can see how powerful the Twitter hegemony is.