

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
GLOSARIUM	iii
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
1. Media dan Media Baru.....	1
2. Masyarakat Jejaring dan Media Sosial.....	2
3. Media Sosial.....	4
4. Twitter di Indonesia.....	6
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Pertanyaan Penelitian	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II. ANALISIS WACANA KRITIS DAN HEGEMONI MEDIA SOSIAL	12
A. Wacana	12
1. Konsep-konsep Dasar tentang Wacana	13
2. Pendapat Para Pakar tentang Wacana	13
3. Wacana dalam Hierarki Kebahasaan	16
4. Unsur-unsur Wacana	17
5. Wacana dalam Konteks Sosial	22

xiv

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
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

B. Analisis Wacana Kritis	22
1. Pengertian Analisis Wacana Kritis.....	24
2. Lima Ciri Umum Analisis Wacana Kritis	28
3. Analisis Wacana versus Analisis Wacana Kritis.....	33
4. Karakteristik Analisis Wacana Kritis	34
C. Wacana dan Ideologi	42
D. Hegemoni.....	52
1. Pengertian Hegemoni	52
2. Memahami Ideologi Hegemoni	54
3. Siapa Gramsci?	56
4. Warisan dan Sumbangan Gramsci	57
5. Konsep Gramsci tentang Hegemoni	58
E. Media Sosial	69
F. Teori Norman Fairclough	78
G. Kerangka Kerja Fairclough dalam Menganalisis Peristiwa Komunikasi.	82
1. Teks	82
2. Praktik Wacana	83
3. Praktik Sosiokultural	85
G. Pendekatan Tambahan untuk Menganalisis Media Sosial:	
Transformasi	91
H. Pembelajaran Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi	93
1. Bahan Ajar	93
2. Bahasa Indonesia	93
3. Belajar dan Pembelajaran	95

4. Pembelajaran Bahasa Indonesia	99
I. Penelitian yang Relevan	101
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	104
A. Metode Penelitian	104
B. Prosedur Penelitian	105
C. Sumber Data	105
D. Teknik dan Analisis Data	106
E. Instrumen Pengumpulan Data	109
BAB IV. DESKRIPSI, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	111
A. Pendahuluan	111
B. Analisis Teks Media Sosial Twitter	114
1. Kemunculan Akun Twitter Istana Negara	114
2. Presiden SBY Resmi ‘Terjun’ di Twitter	121
3. Polemik Twitter Mengenai Isu Kenaikan BBM	135
4. Kicauan Twitter Soal Jatuhnya Lion Air di Bali	140
5. Pesan Twitter Presiden untuk Peserta Ujian Nasional	152
6. SBY Berbagi Resep Masakan di Twitter	156
7. Kritik terhadap Twitter Presiden	161
8. Uluran Tangan SBY untuk Bocah Tasripin	164
9. <i>Tweet</i> Terakhir Ustad Jefri	169
C. Praktik Wacana: Ketika Twitter Mempengaruhi Pekerja Media.....	172
1. Berawal dari Twitter, Kemudian Heboh di Media	172
2. Berawal dari Media Massa, Kemudian Heboh di Twitter	176

3. Twitter sebagai Media Efektif untuk Menyampaikan Pesan	178
4. ‘Bola Liar’ di Twitter: Siapa Pun Bisa Jadi Ide Pemberitaan	180
5. Twitter sebagai Hegemoni Baru: Memberi ‘Label’	182
D. Implikasi terhadap Pembelajaran Analisis Wacana Kritis	183
1. Materi Perkuliahan Berbasis <i>Trending Topic</i> di Twitter	183
2. Metode Pembelajaran	188
3. Pembelajaran BIPA melalui Twitter	188
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	189
A. Simpulan	189
B. Saran	191
DAFTAR PUSTAKA	192
LAMPIRAN	205