

**REPRESENTASI IDEOLOGI DALAM PEMBERITAAN
“ISU KEAGAMAAN” DI *MEDIAINDONESIA.COM* DAN *REPUBLIKA.CO.ID***

Yunita Ayuningsih

NIM 1401266

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pemberitaan isu keagamaan yang melibatkan Viktor Laiskodat. Pemberitaan pro-kontra pidato yang disampaikan Viktor tentang negara khilafah, dikhawatirkan memicu konflik yang lebih besar karena terkait hal yang sangat prinsipiel yaitu, isu keagamaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Tujuan dari penelitian ini yaitu, (1) mendeskripsikan dimensi teks yang digunakan dalam pemberitaan isu keagamaan yang melibatkan Viktor Laiskodat; (2) mendeskripsikan hubungan antara ideologi dengan aspek kebahasaan yang dihasilkan dalam pemberitaan isu keagamaan yang melibatkan Viktor Laiskodat; dan (3) mendeskripsikan situasi sosial, politik, dan budaya yang melatarbelakangi pemberitaan isu keagamaan yang melibatkan Viktor Laiskodat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) berdasarkan analisis dimensi tekstual, *Mediaindonesia.com* dan *Republika.co.id* telah menggunakan kosakata, tata bahasa, modalitas, serta kutipan langsung dan tidak langsung sebagai strategi untuk merepresentasikan aktor utama dan peristiwa dalam pemberitaan “isu keagamaan” yang melibatkan Viktor Laiskodat; (2) berdasarkan analisis ideologi media dan strategi kebahasaan yang digunakan menunjukkan bahwa *Mediaindonesia.com* memiliki keberpihakan terhadap Viktor sebagai aktor utama pemberitaan “isu keagamaan”, sedangkan *Republika.co.id* tidak memiliki keberpihakan terhadap Viktor sebagai aktor utama pemberitaan “isu keagamaan”; (3) berdasarkan analisis sosial, politik, dan budaya yang melatarbelakangi pemberitaan isu keagamaan yang melibatkan Viktor Laiskodat, menunjukkan bahwa situasi politik Indonesia saat itu, keterkaitan antara pemilik *Mediaindonesia.com*, Partai Nasdem dan Viktor, serta keterkaitan antara Islam dan *Republika.co.id* turut memengaruhi pemberitaan yang dimuat di kedua media daring tersebut.

Kata kunci: *Representasi, Ideologi, Analisis Wacana Kritis, Media, Isu Keagamaan.*

**REPRESENTATION OF IDEOLOGY IN NEWS
"RELIGION ISSUES" AT MEDIAINDONESIA.COM AND
REPUBLIKA.CO.ID**

**YunitaAyuningsih
NIM 1401266**

ABSTRACT

This research was motivated by the reporting of religious issues involving Viktor Laiskodat. The news of the pros and cons of the speech delivered by Viktor about the Khilafah state, was feared to trigger a bigger conflict because it was related to the very principle, namely religious issues. The method used in this study is a qualitative method with Norman Fairclough's critical discourse analysis approach. The purpose of this study is, (1) to describe the dimensions of the text used in reporting religious issues involving Viktor Laiskodat; (2) describe the relationship between ideology and linguistic aspects produced in the reporting of religious issues involving Viktor Laiskodat; and (3) describing the social, political and cultural situation behind the reporting of religious issues involving Viktor Laiskodat. The results show that (1) based on the analysis of textual dimensions, Mediaindonesia.com and Republika.co.id have used vocabulary, grammar, modalities, as well as direct and indirect quotations as a strategy to represent the main actors and events in reporting "religious issues" involving Viktor Laiskodat; (2) based on the analysis of media ideology and linguistic strategies used, indicates that Mediaindonesia.com has a partiality towards Viktor as the main actor reporting on "religious issues", while Republika.co.id does not have favor with Viktor as the main actor reporting on "religious issues"; (3) based on social, political, and cultural analysis underlying the reporting of religious issues involving Viktor Laiskodat, shows that Indonesia's current political situation, the relationship between the owners of Mediaindonesia.com, the Nasdem and Viktor parties, and the relationship between Islam and Republika.co. id also influences the news published in both online media.

Keywords: Representation, Ideology, Critical Discourse Analysis, Media, Religious Issues.