

Representasi Ideologi Dalam Wacana Berita Penanganan Pandemi *Covid-19* di Media Massa *Online*

Safriki Munfi`atil Mawaddah¹, Dawud¹, Moch. Syahri¹

¹Pendidikan Bahasa Indonesia-Universitas Negeri Malang

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 20-01-2021

Disetujui: 13-04-2021

Kata kunci:

ideological representation;
news discourse;
online mass media;
handling the covid-19 pandemi;
representasi ideology;
wacana berita;
media massa online;
penanganan pandemi covid-19

ABSTRAK

Abstract: This research aimed to explain ideological representation in news discourse on the handling of the COVID-19 pandemic in online mass media through (a) the use of language units, (b) text production, and (c) sociocultural practice. The data were words, sentences and texts from mass media online Tempo.co and Tribunnews.com March-May 2020 edition that focused on President Jokowi's performance in handling the COVID-19 pandemic. This research also used related text about sociocultural practice (situational, institutional, and social context) that obtained from browsing on internet sites. The data were collected through documentation technique. The data analysis was carried out using the critical discourse analysis technique of Fairclough. The analysis result found that: first, the language units used to represent ideology, including personal pronouns, sentence modalities, sentence modes, active-passive sentences, and metaphors. Second, media news text is presented using certain patterns and strengthened by the exposure of the position (the views of the sources) and the evidence (the factual data). Third, the sociocultural practices used by news text makers to represent ideology include situational, institutional, and social contexts. Fourth, the ideology that is represented through these language units, text production, and sociocultural practices is the ideology of liberalism and subjectivity.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan representasi ideologi dalam wacana berita penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* melalui (a) penggunaan satuan kebahasaan, (b) produksi teks, dan (c) praktik sosiokultural. Data penelitian ini adalah kata, kalimat, dan teks yang diperoleh dari teks-teks berita di media massa *online* Tempo.co dan Tribunnews.com edisi Maret—Mei 2020 yang membahas tentang kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19. Penelitian ini juga menggunakan data berupa teks yang berkaitan dengan praktik sosiokultural (konteks situasional, konteks institusional, dan konteks sosial) yang diperoleh dari penelusuran pada situs internet. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis wacana kritis Fairclough. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa hal berikut, yakni (a) satuan kebahasaan yang digunakan untuk merepresentasikan ideologi dalam teks berita media massa *online*, meliputi pronomina persona, modalitas kalimat, modus kalimat, kalimat aktif-pasif, dan metafora, (b) teks berita media massa *online* disusun dengan menggunakan pola penataan tertentu yang diperkuat dengan pemaparan pendirian (pandangan narasumber) serta pembuktian (data-data faktual), (c) praktik sosiokultural yang digunakan oleh pembuat teks berita untuk merepresentasikan ideologi meliputi konteks situasional, konteks institusional, dan konteks sosial, dan (d) ideologi yang direpresentasikan melalui penggunaan satuan kebahasaan, produksi teks, dan praktik sosiokultural adalah ideologi liberalisme, dan subjektivitas.

Alamat Korespondensi:

Safriki Munfi`atil Mawaddah
Pendidikan Bahasa Indonesia
Universitas Negeri Malang
Jalan Semarang 5 Malang 65145
E-mail: safrikimunfiatil53@gmail.com

Media massa mempunyai interpretasi tertentu dalam memaknai sebuah realitas. Hal tersebut karena setiap media massa memiliki ideologi tertentu yang digunakan sebagai alat untuk berkompetisi dengan media lain sekaligus digunakan untuk menentukan arah dan tujuan pemberitaan. Menurut Mahdi (2015), konstruksi realitas sosial yang digambarkan oleh media merupakan bentuk dari representasi ideologi yang bersemayam di belakangnya. Oleh karena itu, berita yang dipublikasikan kepada khalayak merupakan berita yang disesuaikan dengan keinginan, kepentingan, serta ideologi redaksional media. Kepentingan dan ideologi tersebut dapat menentukan bahwa informasi yang disajikan oleh media memuat kebenaran nyata atau

kebenaran palsu, menyampaikan subjektivitas atau objektivitas, bersifat memihak atau netral, merepresentasikan fakta atau menyembunyikan fakta, menggambarkan realitas atau mengonstruksi realitas.

Penelitian mengenai ideologi pemberitaan sudah pernah dilakukan, di antaranya Yaghoobi (2009), Syas (2015), Eveland & Schmitt (2015), Cenderamata & Darmayanti (2019), dan Ma & Lewis (2019). Yaghoobi (2009) menemukan bahwa struktur dalam wacana berita berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan ideologi tertentu. Syas (2015) menemukan bahwa dalam pemberitaan selalu mengandung konstruksi realitas sehingga ada fakta tertentu yang ditonjolkan, dan ada pula fakta yang disembunyikan dalam pemberitaan. Eveland & Schmitt (2015) menemukan bahwa media melalui pemberitaan memainkan peran penting dalam memberikan perspektif yang beragam kepada masyarakat. Cenderamata & Darmayanti (2019) menemukan bahwa setiap media menyajikan topik berita yang sama dengan penceritaan atau pembingkaiannya yang berbeda-beda sesuai dengan idealisme masing-masing media tersebut. Ma & Lewis (2019) menemukan bahwa karakteristik media dipengaruhi oleh orientasi ideologis tokoh-tokoh dalam media tersebut. Kelima penelitian di atas menunjukkan bahwa dalam wacana berita memang selalu mengandung representasi ideologi tertentu. Selain itu, setiap media selalu mempunyai alur penceritaan yang berbeda dalam memaknai realitas yang sama.

Penelitian ini akan membahas dua media, khususnya media *online* yang mempunyai representasi berlawanan dalam memaknai realitas yang sama. Menurut Pawito (2014), setiap media mempunyai ciri khas yang berbeda dalam penulisan beritanya sehingga kajian terhadap media melibatkan perdebatan diantara dua pihak yang mempunyai pandangan berlawanan. *Pertama*, pandangan terhadap teks media yang cenderung menonjolkan ideologi kelompok dominan. *Kedua*, pandangan terhadap teks media yang mengamplifikasi ideologi tandingan melalui upaya pembebasan, penegasian, serta perlawanan. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan agar dapat menjadi bahan untuk menyikapi isi pemberitaan di media massa yang memiliki perspektif berlawanan dalam mengonstruksi sebuah realitas yang sama agar masyarakat dapat terhindar dari produk hegemonisasi media.

Berlatarbelakang mengemukanya wacana berita kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19 di media massa, khususnya di media massa *online*, maka peneliti tertarik untuk mengungkap asumsi-asumsi ideologis yang ada di balik wacana berita tersebut. Kasus pandemi COVID-19 cukup banyak menarik perhatian audiens media sehingga *follow-up* kasus tersebut kerap kali menjadi *headline* di beberapa media. Perspektif ekspos media pada kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19 dianggap merugikan beberapa pihak karena arus pemberitaan media yang tidak netral, tidak berimbang dan mengandung informasi bias. Berkaitan dengan hal tersebut, Mujani (2020) mengungkapkan hasil survei terhadap beberapa pemberitaan media terkait kinerja dan kebijakan pemerintahan Jokowi dalam menangani pandemi COVID-19. Hasil survei menunjukkan bahwa pemberitaan pada media cenderung ada yang mendukung serta memuji kinerja pemerintahan Jokowi, dan ada pula yang mengkritik kinerja serta kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintahan Jokowi dalam menangani pandemi COVID-19. Kecenderungan ketidaknetralan pemberitaan media tersebut akan menggiring opini publik dan menciptakan persepsi tertentu pada diri masyarakat. Secara tidak langsung, hal tersebut akan membentuk pemahaman, serta perilaku masyarakat yang cenderung akan dikendalikan oleh informasi bias suatu pemberitaan di media.

Media *online* yang dipilih dalam penelitian ini adalah Tempo.co dan Tribunnews.com. Alasan pemilihan kedua media *online* tersebut karena Tempo.co dan Tribunnews.com memiliki pandangan berlawanan dalam memberitakan serta mengonstruksi realitas mengenai kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19. Tribunnews.com cenderung menampilkan pemberitaan dengan tema positif terhadap berbagai hal yang dilakukan oleh presiden Jokowi, sedangkan media Tempo.co justru sebaliknya. Hal tersebut juga didukung dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2016) dan Erwin & Susanto (2018). Wulandari (2016) menemukan bahwa pemberitaan di media Tempo.co berfokus pada hal-hal yang berkaitan dengan lemahnya pemerintahan Jokowi. Erwin & Susanto (2018) menemukan bahwa pemberitaan di media Tribunnews lebih menonjolkan pada berbagai hal yang mendukung tindakan Jokowi. Perbedaan konstruksi pemberitaan pada media Tempo.co dan Tribunnews.com terkait kinerja pemerintahan dalam menangani pandemi COVID-19 juga dapat dilihat melalui beberapa judul berita berikut. Judul berita di media Tempo.co, yakni *LBH Nilai Jokowi Ngawur Terapkan Dua Kebijakan Hadapi Corona, Andi Arief: Jokowi Cuma Seolah-oleh Bekerja Tangani Corona*, dan *Pernyataan Jokowi Soal New Normal Dinilai Tak Berdasar*. Judul berita di media Tribunnews.com, yakni *Siapkan Jutaan Obat untuk Pasien Corona, Jokowi: Kita Tidak Diam, Dituduh Sembunyikan Data Corona: Jokowi Buka-bukaan ke Najwa Shihab Soal Sumber Data*, dan *Prabowo Membela dan Memuji-muji Jokowi Soal Penanganan Pandemi Corona*.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa media bukanlah saluran yang bebas melainkan telah mengonstruksi berita sedemikian rupa. Suatu peristiwa yang sama diperlakukan dan diberitakan secara berbeda oleh media dengan cara menonjolkan fakta tertentu, dan menghilangkan fakta yang dianggap tidak mendukung tema pemberitaan. Oleh karena itu, media tidak dapat bekerja secara “independen” karena menjadi agen dari berbagai pihak yang mempunyai kekuasaan politik, sosial, serta ekonomi. Informasi yang diungkapkan oleh media melalui pemberitaan dapat menggiring pemahaman dan mengendalikan sikap masyarakat. Masyarakat akan mudah diarahkan, dibentuk opininya, dimobilisasi, serta digerakkan untuk melakukan berbagai hal tertentu sesuai dengan kepentingan pembuat berita. Oleh karena itu, isi media harus senantiasa dicurigai dan dibongkar (Fairclough, 1995). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, secara umum fokus

penelitian ini adalah menjelaskan representasi ideologi dalam wacana berita penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* (Tempo.co dan Tribunnews.com). Secara khusus, penelitian ini menjelaskan representasi ideologi dalam wacana berita penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* melalui (a) penggunaan satuan kebahasaan, (b) produksi teks, dan (c) praktik sosiokultural.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang berusaha memerikan, menafsirkan, serta menjelaskan ideologi dalam wacana berita penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online*. Penelitian ini menggunakan orientasi teoretis analisis wacana kritis Fairclough (1995) yang memandang fenomena wacana dari tiga dimensi, yakni (1) teks, (2) praktik kewacanaan, dan (3) praktik sosiokultural. Data penelitian ini adalah kata, kalimat, dan teks yang diperoleh dari teks-teks berita di media massa *online* Tempo.co dan Tribunnews.com edisi Maret—Mei 2020 yang membahas tentang kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data berupa teks-teks yang berkaitan dengan praktik sosiokultural (konteks situasional, konteks institusional, dan konteks sosial) yang diperoleh dari penelusuran pada situs internet. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi. Dokumen dalam penelitian ini berupa teks berita yang membahas tentang kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* (Tempo.co dan Tribunnews.com) edisi Maret—Mei 2020. Langkah-langkah proses pengumpulan teks berita tersebut, yakni (1) membuka laptop dan mengoneksikannya dengan jaringan internet, (2) membuka situs berita Tempo.co dan Tribunnews.com pada jendela *chrome*, (3) memasukkan kata kunci pada “berita penanganan COVID-19 oleh pemerintahan Jokowi” pada kolom *search*, (4) pilih berita yang diinginkan, (5) mulai pengunduhan (klik kanan, klik *print*, klik *save*).

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis wacana kritis Fairclough (1995), yakni analisis teks bahasa, analisis praktik wacana, analisis praktik sosiokultural. Langkah analisis data penelitian ini terdiri atas enam tahapan, yakni (1) identifikasi data, (2) kodifikasi data, (3) klasifikasi data, (4) penyajian data, (5) interpretasi data, dan (6) eksplanasi. Pada tahap identifikasi data dilakukan proses identifikasi sesuai dengan domain masalah, yakni (1) data satuan kebahasaan diidentifikasi sesuai indikator yang telah ditentukan, yakni pronomina persona, modalitas kalimat, modus kalimat, kalimat aktif-pasif, dan metafora, (2) data terkait produksi teks berita diidentifikasi sesuai indikator yang telah ditentukan, yakni pola penataan teks, serta pernyataan-pernyataan narasumber dan data-data faktual yang diungkapkan dalam teks berita, dan (3) data terkait praktik sosiokultural diidentifikasi sesuai indikator yang telah ditentukan, yakni konteks situasional, konteks institusional, dan konteks sosial. Pada tahap kodifikasi data dilakukan proses memberi kode pada masing-masing data. Pada tahap penyajian data dilakukan proses penyajian data berdasarkan klasifikasi sub fokus masalah penelitian. Pada tahap interpretasi data dilakukan proses memberikan pemaknaan terkait data yang telah dideskripsikan dengan berpedoman pada teori analisis wacana kritis Fairclough (1995). Pada tahap eksplanasi dilakukan proses menjelaskan temuan penelitian yang dikaitkan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu.

HASIL

Berikut dipaparkan hasil penelitian terkait representasi ideologi dalam wacana penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* (Tempo.co dan Tribunnews.com) melalui (1) satuan kebahasaan, (2) produksi teks, dan (3) praktik sosiokultural.

Pertama, satuan kebahasaan dalam teks berita penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* Tempo.co dan Tribunnews.com yang digunakan untuk merepresentasikan ideologi meliputi penggunaan pronomina persona, modalitas kalimat, modus kalimat, kalimat aktif dan pasif, serta metafora. Ideologi yang direpresentasikan dalam teks berita media Tempo.co melalui penggunaan pronomina persona, modalitas kalimat, modus kalimat, kalimat aktif-pasif, dan metafora adalah ideologi liberalisme, sedangkan ideologi yang direpresentasikan dalam teks berita media Tribunnews.com melalui penggunaan pronomina persona, modalitas kalimat, modus kalimat, kalimat aktif-pasif, dan metafora adalah ideologi subjektivitas.

Kedua, produksi teks berita penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* Tempo.co dan Tribunnews.com disusun dengan menggunakan pola penataan tertentu, dan diperkuat dengan paparan pendirian serta pembuktian. Ideologi yang direpresentasikan dalam teks berita media Tempo.co melalui pola penataan teks, paparan pendirian dan pembuktian adalah ideologi liberalisme, sedangkan ideologi yang direpresentasikan dalam teks berita Tribunnews.com melalui paparan peristiwa, paparan pendirian dan pembuktian adalah ideologi subjektivitas.

Ketiga, praktik sosiokultural dalam wacana berita penanganan pandemi covid-19 di media massa *online* Tempo.co dan Tribunnews.com yang digunakan untuk merepresentasikan ideologi meliputi konteks situasional, konteks institusional, serta konteks sosial. Ideologi yang direpresentasikan dalam teks berita media Tempo.co melalui konteks situasional, institusional, dan sosial adalah ideologi liberalisme, sedangkan ideologi yang direpresentasikan dalam teks berita media Tribunnews.com melalui konteks situasional, institusional, dan sosial adalah ideologi subjektivitas.

PEMBAHASAN

Berikut dipaparkan pembahasan terhadap hasil penelitian terkait representasi ideologi dalam wacana penanganan pandemi COVID-19 di media massa *online* (Tempo.co dan Tribunnews.com) melalui (1) satuan kebahasaan, (2) produksi teks, (3) praktik sosiokultural.

Representasi Ideologi Melalui Satuan Kebahasaan

Representasi ideologi melalui satuan kebahasaan dalam teks berita di media massa *online* (Tempo.co dan Tribunnews.com) meliputi (1) penggunaan pronomina persona, (2) penggunaan modalitas kalimat, (3) penggunaan modus kalimat, (4) penggunaan kalimat aktif dan pasif, dan (5) penggunaan metafora. Penggunaan satuan kebahasaan tersebut dipaparkan sebagai berikut.

Pronomina Persona

Pronomina persona digunakan sebagai alat untuk menunjukkan posisi penyampai wacana kepada publik agar pesannya dapat dibenarkan dan dapat diterima oleh publik (Santoso, 2008). Pronomina persona yang ditemukan dalam teks berita media *online* Tempo.co dan Tribunnews.com, yakni (1) pronomina persona pertama tunggal (saya), dan (2) pronomina persona pertama jamak (kita).

Pronomina persona `saya` yang digunakan oleh wartawan dalam teks berita media Tempo.co menunjukkan adanya upaya pengungkapan argumen atau penilaian beberapa pihak secara pribadi terhadap kebijakan dan kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19. Hal tersebut juga diperkuat dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Firman (2015) yang menemukan bahwa penggunaan pronomina persona `saya` menunjukkan adanya penilaian yang ditawarkan oleh penyampai wacana secara pribadi kepada publik. Selanjutnya, pronomina persona `kita` yang digunakan oleh wartawan dalam teks berita media Tempo.co menunjukkan adanya upaya pelibatan pembaca terhadap isu yang diangkat. Wartawan berusaha menghadirkan pernyataan-pernyataan dari berbagai pihak yang tidak memiliki hubungan dengan staf pemerintahan Jokowi dengan tujuan untuk mengajak pembaca mencermati kembali terkait kebijakan dan kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19. Sejalan dengan temuan penelitian tersebut, Yaqin (2017) juga menemukan bahwa penggunaan pronomina persona `kita` menimbulkan tidak tampaknya dikotomis antara penyampai wacana dengan publik sehingga sesuatu yang menjadi gagasan penyampai wacana juga diharapkan dapat menjadi gagasan publik.

Pronomina persona `saya` yang digunakan oleh wartawan dalam teks berita media Tribunnews.com menunjukkan pemahaman konsep dan pendirian presiden Jokowi dan staf pemerintahannya terhadap berbagai persoalan terkait pandemi COVID-19. Hal tersebut juga didukung dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Firman (2015) yang menemukan bahwa penggunaan pronomina persona `saya` menunjukkan adanya pandangan tegas yang ingin disampaikan oleh penyampai wacana secara pribadi kepada publik. Selanjutnya, pronomina persona `kita` yang digunakan oleh wartawan dalam teks berita media Tribunnews.com menunjukkan adanya upaya pelibatan pembaca (seluruh masyarakat Indonesia) terhadap permasalahan terkait pandemi COVID-19. Dalam konteks tersebut, wartawan menghadirkan pernyataan-pernyataan presiden Jokowi dan staf pemerintahannya yang berusaha mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk ikut terlibat dalam upaya penanganan pandemi COVID-19. Sejalan dengan temuan penelitian tersebut, Yaqin (2017) juga menemukan bahwa penggunaan pronomina persona `kita` bertujuan untuk menyampaikan sesuatu yang berhubungan dengan ajakan, harapan, sikap, kepercayaan, suasana hati, dan seruan.

Berdasarkan pemaparan terhadap penggunaan pronomina persona dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com di atas, maka dapat diketahui representasi ideologi pada masing-masing media tersebut. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pilihan pronomina persona dalam teks berita media Tempo.co adalah ideologi liberalisme karena berimplikasi terhadap strategi kehadiran diri berbagai pihak yang berusaha menunjukkan argumennya terhadap kinerja presiden Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pilihan pronomina persona dalam teks berita media Tribunnews.com adalah ideologi subjektivitas karena berimplikasi terhadap strategi kehadiran diri presiden Jokowi dan staf pemerintahannya yang berusaha menunjukkan pendiriannya dalam menanggapi permasalahan yang menjadi perdebatan di tengah masyarakat terkait penanganan pandemi COVID-19.

Modalitas Kalimat

Pilihan modalitas kalimat tidak hanya persoalan verba bantu melainkan akan menampilkan gambaran berbeda mengenai realitas sehingga bentuk-bentuk modalitas yang dipilih memiliki signifikansi ideologis tertentu (Santoso, 2008). Menurut Fairclough (1989), modalitas tidak hanya sekadar verba bantu modal melainkan akan menampilkan gambaran yang berbeda terhadap suatu realitas. Modalitas berkaitan dengan isi tuturan yang diyakini, diharapkan, diragukan, atau diandaikan oleh penutur. Dalam hal ini modalitas berhubungan dengan sikap yang diambil oleh pembicara atau penutur serta menyangkut perspektif subjektif dari pengirim pesan. Oleh karena itu, pilihan modalitas mengandung nilai relasional, dan nilai ekspresif (Santoso, 2003). Nilai relasional berkaitan dengan persoalan otoritas partisipan satu dengan partisipan lainnya dalam suatu

komunikasi, sedangkan nilai ekspresif berkaitan dengan persoalan otoritas penutur terhadap kemungkinan serta kebenaran mengenai suatu representasi realitas. Berikut dipaparkan penggunaan modalitas kalimat yang ditemukan dalam teks berita media *online* Tempo.co dan Tribunnews.com.

Penggunaan modalitas yang ditemukan dalam teks berita media Tempo.co adalah modalitas relasional, dan ekspresif. *Pertama*, Modalitas relasional yang ditemukan dalam teks berita media Tempo.co, meliputi modalitas relasional yang menyatakan keharusan, keinginan, keteramalan, dan kemampuan. Modalitas relasional tersebut digunakan oleh wartawan media Tempo.co untuk menunjukkan adanya harapan serta keinginan beberapa pihak kepada pemerintahan presiden Jokowi terkait penanganan pandemi COVID-19. *Kedua*, penggunaan modalitas ekspresif yang ditemukan dalam teks berita media Tempo.co meliputi modalitas ekspresif yang menyatakan keharusan, keinginan, keteramalan, dan kemungkinan. Modalitas ekspresif tersebut digunakan oleh wartawan media Tempo.co digunakan untuk menunjukkan adanya upaya evaluasi yang diungkapkan oleh beberapa pihak terhadap kebijakan yang dikeluarkan oleh presiden Jokowi dalam menangani pandemi COVID-19.

Selanjutnya, penggunaan modalitas yang ditemukan dalam teks berita media Tribunnews.com adalah modalitas relasional. Modalitas relasional tersebut meliputi modalitas relasional yang menyatakan keharusan, keinginan, harapan, larangan, dan perintah. Modalitas relasional tersebut digunakan oleh wartawan media Tribunnews.com untuk menunjukkan otoritas presiden Jokowi sebagai kepala negara yang menginginkan rakyat Indonesia agar berdamai dan bersatu menghadapi berbagai permasalahan kesehatan, ekonomi, dan sosial akibat pandemi COVID-19.

Berdasarkan pemaparan terhadap penggunaan modalitas kalimat dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com di atas, maka dapat diketahui representasi ideologi pada masing-masing media tersebut. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pilihan modalitas kalimat dalam teks berita media Tempo.co adalah ideologi liberalisme karena berimplikasi terhadap penonjolan otoritas berbagai pihak yang menginginkan agar presiden Jokowi melakukan tindakan tertentu guna menangani pandemi COVID-19. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pilihan modalitas kalimat dalam teks berita media Tribunnews.com adalah ideologi subjektivitas karena berimplikasi terhadap penonjolan otoritas presiden Jokowi sebagai kepala negara yang terus berupaya agar rakyat Indonesia berdamai dan bersatu menghadapi berbagai permasalahan kesehatan, ekonomi, dan sosial akibat pandemi COVID-19.

Modus Kalimat

Penggunaan modus kalimat tidak hanya mempertimbangkan segi kepraktisannya melainkan terdapat informasi bermuatan ideologis tertentu yang dapat membentuk pola pikir serta mempersuasi publik (Foucault, 1997). Modus merupakan kategori gramatikal dalam bentuk verba yang digunakan untuk mengungkapkan suasana psikologis perbuatan menurut tafsiran atau sikap penutur tentang apa yang diucapkannya. Berikut dipaparkan penggunaan modus kalimat yang ditemukan dalam teks berita media *online* Tempo.co dan Tribunnews.com.

Modus kalimat dalam teks berita media Tempo.co meliputi, modus deklaratif, dan modus interogatif. Penggunaan modus tersebut digunakan oleh wartawan media Tempo.co untuk menunjukkan adanya upaya dari berbagai pihak untuk memberikan penegasan serta penentangan terkait kinerja dan kebijakan pemerintahan Jokowi dalam menangani pandemi COVID-19. Sejalan dengan temuan penelitian tersebut, Yaqin (2017) juga menemukan bahwa pilihan modus kalimat dapat mengimplikasikan suatu bentuk perlawanan terhadap situasi, keadaan atau peristiwa yang dianggap bertentangan.

Modus kalimat dalam teks berita media Tribunnews.com meliputi, modus deklaratif, modus interogatif, dan modus imperatif. Penggunaan modus tersebut digunakan oleh wartawan media Tribunnews.com menunjukkan adanya upaya dari presiden Jokowi dan staf pemerintahannya untuk memberikan penegasan, perintah, serta larangan terkait penanganan permasalahan kesehatan, sosial, dan ekonomi yang terjadi di tengah masyarakat akibat pandemi COVID-19. Hal tersebut juga diperkuat dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Firman (2015) yang menemukan bahwa pilihan modus kalimat dapat menunjukkan kausalitas sebagai bentuk penjelasan serta penegasan terhadap permasalahan yang muncul di tengah masyarakat.

Berdasarkan pemaparan terhadap penggunaan modus kalimat dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com di atas, maka dapat diketahui bahwa modus kalimat yang digunakan oleh wartawan dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com mempunyai implikasi ideologis melalui bentuk penegasan, penentangan, perintah, dan larangan. Modus kalimat yang digunakan oleh wartawan dalam teks berita media Tempo.co berimplikasi untuk merepresentasikan ideologi liberalisme karena menunjukkan suatu penegasan serta penentangan dari berbagai pihak terhadap pemerintahan presiden Jokowi terkait penanganan pandemi COVID-19. Modus kalimat yang digunakan oleh wartawan Tribunnews.com berimplikasi untuk merepresentasikan ideologi subjektivitas karena menunjukkan suatu penegasan, perintah, serta larangan yang diungkapkan oleh presiden Jokowi terkait penanganan pandemi COVID-19. Pendayagunaan modus-modus tersebut menunjukkan upaya atau strategi pembuat teks berita dalam mengonstruksi ideologi melalui gramatika sebagai alat bahasa.

Kalimat Aktif dan Pasif

Menurut Fowler (1986), penggunaan kalimat aktif dan pasif tidak hanya persoalan tata bahasa melainkan dipandang ada sesuatu (pajanan ideologi) yang ingin disampaikan kepada publik. Subjek pada kalimat aktif berperan aktif dalam mendefinisikan suatu peristiwa atau kelompok tertentu sehingga citra diri subjek tampak mendominasi sebagai pengatur atau penasihat (Yaqin, 2017). Selanjutnya, proses tindakan yang muncul pada kalimat pasif dilakukan tanpa kehadiran agen sehingga mengakibatkan `kausalitas` atau `peragenan` yang tidak jelas sehingga citra subjek tetap baik dimata publik (Fairclough, 1989).

Kalimat aktif-pasif dalam teks berita media Tempo.co digunakan oleh wartawan untuk menunjukkan suatu bentuk interaksi yang dikonstruksi oleh berbagai pihak dalam membangun citra diri sebagai pendominasi, pengatur, serta penasihat terhadap kebijakan pemerintahan presiden Jokowi terkait penanganan pandemi COVID-19 yang dianggap bertentangan, sedangkan kalimat aktif-pasif dalam teks berita media Tribunnews.com digunakan oleh wartawan untuk menunjukkan penonjolan citra diri presiden Jokowi yang mampu mengatasi berbagai permasalahan terkait penanganan pandemi COVID-19 yang menjadi perdebatan di tengah masyarakat. Pendayagunaan kalimat aktif-pasif oleh wartawan dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com di atas menunjukkan adanya upaya yang dilakukan oleh penyampai wacana untuk mempertahankan citra dirinya agar tetap baik di mata publik. Fowler (1986) mengungkapkan bahwa perubahan kalimat aktif menjadi pasif tidak hanya berkaitan dengan masalah enak-tidaknya dibaca atau dipahami melainkan secara tidak langsung terdapat usaha manipulasi. Oleh karena itu, pendayagunaan kalimat aktif-pasif berkaitan dengan pengungkapan suatu realitas sosial yang bertujuan untuk mengonstruksi ideologi tertentu (Yaqin, 2017).

Berdasarkan pemaparan terhadap penggunaan kalimat aktif-pasif dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com di atas, maka dapat diketahui representasi ideologi pada masing-masing media tersebut. Ideologi yang ingin direpresentasi oleh wartawan melalui pendayagunaan kalimat aktif-pasif dalam teks berita media Tempo.co adalah ideologi liberalisme karena berimplikasi untuk menunjukkan suatu bentuk interaksi yang dikonstruksi oleh berbagai pihak dalam membangun citra diri sebagai pendominasi, pengatur, serta penasihat terhadap kebijakan pemerintahan presiden Jokowi terkait penanganan pandemi COVID-19 yang dianggap bertentangan. Ideologi yang ingin direpresentasi oleh wartawan melalui pendayagunaan kalimat aktif-pasif dalam teks berita media Tribunnews.com adalah ideologi subjektivitas karena berimplikasi untuk menunjukkan penonjolan citra diri presiden Jokowi yang mampu mengatasi berbagai permasalahan terkait penanganan pandemi COVID-19 yang menjadi perdebatan di tengah masyarakat.

Metafora

Menurut Eriyanto (2011), penggunaan metafora tertentu digunakan oleh pembuat teks berita sebagai landasan berpikir, serta alasan pembenar atas gagasan tertentu kepada publik. Dalam hal ini, penggunaan metafora dalam teks berita dapat menjadi petunjuk dalam memahami makna pemberitaan dan juga digunakan sebagai alat untuk merepresentasikan ideologi pembuat teks berita. Berikut dipaparkan penggunaan metafora yang ditemukan dalam teks berita media *online* Tempo.co dan Tribunnews.com.

Metafora yang ditemukan dalam teks berita media Tempo.co, yakni metafora nominatif, predikatif, dan kalimat. Penggunaan metafora nominatif ditandai dengan pendayagunaan kata **ngawur**, **skandal**, dan **sejarah kelam** yang muncul pada objek kalimat. Penggunaan metafora predikatif ditandai dengan pendayagunaan kata **ngotot**, dan **melecehkan nalar** yang muncul pada predikat kalimat. Penggunaan metafora kalimat ditandai dengan pendayagunaan kata-kata metafora pada seluruh komponen kalimat, yakni **mengail di air keruh**, **menggunakan kesempatan di tengah pandemi**, **cetak utang dengan bungkus recovery bond**, dan **ini adalah cek kosong dan jalan pintas menuju otoritarianisme. Perpu ini akan menyuntik mati demokrasi kita**. Metafora-metafora tersebut didayagunakan oleh wartawan media Tempo.co untuk memperkuat proposisi yang diungkapkan oleh beberapa pihak terkait kritiknya terhadap kinerja dan kebijakan pemerintahan Jokowi dalam penanganan pandemi COVID-19.

Metafora yang ditemukan dalam teks berita media Tribunnews.com, yakni metafora nominatif, predikatif, dan kalimat. Penggunaan metafora nominatif ditandai dengan pendayagunaan kata **langkah**, **relaksasi**, dan **meledaknya** yang muncul pada objek kalimat. Penggunaan metafora predikatif ditandai dengan pendayagunaan kata **menghitung**, dan **anjlok** yang muncul pada predikat kalimat. Penggunaan metafora kalimat ditandai dengan pendayagunaan kata-kata metafora pada seluruh komponen kalimat, yakni **saya akan menggerakkan seluruh kekuatan pemerintah dan kekuatan negara dan bangsa untuk mengatasi kesulitan ini, kita memang harus berkompromi dengan COVID-19 bisa hidup berdampingan dengan COVID-19 yang kemarin saya bilang kita harus berdamai dengan COVID-19, dan ini jangan dibenturkan sebagai sebuah pilihan, ini bukan dilema**. Metafora-metafora tersebut didayagunakan oleh wartawan media Tribunnews.com untuk menunjukkan penjelasan presiden Jokowi dan staf pemerintahannya dalam konsep atau gagasan terkait kebijakan penanganan pandemi COVID-19.

Berdasarkan pemaparan terhadap penggunaan metafora dalam teks berita media Tempo.co dan Tribunnews.com di atas, maka dapat diketahui representasi ideologi pada masing-masing media tersebut. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pilihan metafora dalam media Tempo.co adalah ideologi liberalisme karena digunakan untuk menciptakan hubungan

yang padu antar proposisi yang diungkapkan oleh berbagai pihak terkait kritiknya terhadap kinerja dan kebijakan pemerintahan Jokowi dalam menangani pandemi COVID-19. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pilihan metafora dalam media *Tribunnews.com* adalah ideologi subjektivitas karena digunakan untuk menciptakan suatu rangkaian yang logis antar gagasan yang diungkapkan oleh presiden Jokowi dan staf pemerintahannya terkait kebijakan penanganan pandemi COVID-19.

Representasi Ideologi Melalui Produksi Teks

Representasi ideologi melalui produksi teks berita di media massa *online* *Tempo.co* dan *Tribunnews.com* meliputi (1) pola pemaparan peristiwa, serta (2) pemaparan pendirian dan pembuktian. Representasi ideologi melalui produksi teks berita tersebut dipaparkan sebagai berikut.

Pola Penataan Teks

Analisis terhadap pola penataan teks berita media *Tempo.co* dan *Tribunnews.com* bertujuan untuk mengetahui strategi wartawan saat menyusun bagian teks. Menurut Fairclough (1989), sebuah teks mempunyai tatanan yang dibuat dari elemen yang dapat diprediksi. Elemen-elemen tersebut berhubungan dengan pola yang digunakan oleh wartawan dalam menata bagian teks berita. Pola penataan bagian teks tersebut dapat memengaruhi publik dalam memahami suatu realitas atau peristiwa yang tergambar dalam pemberitaan. Penataan bagian teks berita menunjukkan adanya upaya pembuat teks untuk merepresentasikan ideologi yang dikonstruksi melalui pemberitaan (Yaqin, 2017).

Teks berita media *Tempo.co* disusun oleh wartawan dengan pola pengembangan kalimat topik. Pola pengembangan dengan kalimat topik diawali dengan pemaparan yang diungkapkan oleh wartawan mengenai ide konseptual terkait permasalahan penanganan pandemi COVID-19, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan narasumber yang disertai dengan pembuktian atau contoh, dan diakhiri dengan simpulan atau penegasan ulang. Melalui pola pengembangan tersebut, wartawan media *Tempo.co* ingin menunjukkan suatu bentuk `pemikiran dan cara pandang` dari berbagai pihak terkait permasalahan penanganan pandemi COVID-19 yang dilakukan oleh pemerintahan Jokowi. Dengan demikian, ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pola penataan teks adalah ideologi liberalisme.

Teks berita media *Tribunnews.com* disusun oleh wartawan dengan pola pengembangan kalimat topik (diawali dengan paparan topik pemberitaan, kemudian dilanjutkan dengan paparan argumentasi, dan pembuktian), pola pengembangan dengan kausalitas (menunjukkan pemahaman yang tidak perlu diperselisihkan), dan pola pengembangan dengan pertanyaan (menjelaskan masalah secara komprehensif melalui bentuk pertanyaan). Melalui pola pengembangan tersebut, wartawan media *Tribunnews.com* ingin menunjukkan suatu bentuk `pemikiran dan tindakan` yang dilakukan oleh pemerintahan Jokowi dalam upaya penanganan pandemi COVID-19. Dengan demikian, ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui pola penataan teks adalah ideologi subjektivitas

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa rangkaian ideologis pada setiap bagian teks berita media *Tempo.co* dan *Tribunnews.com* bukan merupakan sebuah praktik ideologi yang kehadirannya tidak disengaja (secara tiba-tiba) melainkan memang disusun secara sadar, sungguh-sungguh, dan terencana oleh pembuat teks berita. Dalam konteks tersebut, pembuat teks berita memiliki kemampuan dalam memperlihatkan, mendramatisasikan, serta memopulerkan serangkaian fragmen peristiwa yang dianggap dapat melestarikan atau mendukung ideologinya (Williams, 1985).

Pemaparan Pendirian dan Pembuktian

Pemaparan pendirian dalam teks berita media *Tempo.co* dan *Tribunnews.com* digunakan untuk memperkuat rangkaian gagasan ideologis yang ingin direpresentasikan oleh pembuat teks berita, sedangkan pemaparan pembuktian digunakan sebagai alat legitimasi yang dapat meyakinkan publik (pembaca) bahwa berita yang disajikan memang didasarkan atas realitas (fakta) dan memiliki dasar yang kuat. Konstruksi realitas dalam pemberitaan dilakukan saat proses memilih dan mengonstruksi fakta pemberitaan. Konstruksi realitas yang digambarkan oleh media melalui pemberitaan merupakan bentuk dari representasi ideologi yang bersemayam di belakangnya (Mahdi, 2015). Ideologi media saat mengonstruksikan realitas dapat dilihat dari perangkat pandangan yang dimunculkan dalam teks (Pawito, 2014).

Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui paparan pendirian dan pembuktian dalam teks berita media *Tempo.co* adalah ideologi liberalisme karena menghadirkan pandangan serta pendapat dari narasumber-narasumber yang tidak mempunyai hubungan dengan staf pemerintahan presiden Jokowi terkait penilaiannya terhadap kinerja pemerintah dalam menangani pandemi COVID-19. Ideologi yang direpresentasikan oleh wartawan melalui paparan pendirian dan pembuktian dalam teks berita media *Tribunnews.com* adalah ideologi subjektivitas karena menghadirkan penjelasan narasumber inti (presiden Jokowi dan staf pemerintahannya) guna menjawab permasalahan terkait penanganan pandemi COVID-19 yang diperdebatkan di tengah masyarakat.

Ideologi yang direpresentasikan oleh media melalui konstruksi realitas dapat memberikan cara pandang tertentu kepada publik (pembaca) dalam memandang fenomena sosial (Mahdi, 2015). Media massa berusaha mengarahkan publik (pembaca) dalam mendefinisikan peristiwa sesuai keinginan media sebagai pihak yang memiliki kekuasaan dalam memproduksi makna melalui pemberitaan. Dalam hal ini, Gramsci (1971) menilai bahwa media merupakan tempat atau ruang berbagai ideologi direpresentasikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa media dapat menjadi sarana diseminasi serta alat legitimasi ideologi kelas dominan atas wacana publik.

Representasi Ideologi Melalui Praktik Sosiokultural

Representasi ideologi melalui mengenai praktik sosiokultural dalam pemberitaan di media massa *online* Tempo.co dan Tribunnews.com yang meliputi (1) konteks situasional, (2) konteks institusional, dan (3) konteks sosial. Representasi ideologi melalui praktik sosiokultural tersebut dipaparkan sebagai berikut.

Konteks Situasional

Menurut Pawito (2014), setiap media mempunyai gaya masing-masing dalam penulisan beritanya sehingga melibatkan perdebatan diantara dua kubu pandangan yang saling berlawanan. Dalam konteks tersebut, media digunakan sebagai ruang untuk memperebutkan penerimaan publik atas gagasan ideologi yang ingin diperjuangkan (Mahdi, 2015). Dengan demikian, konstruksi pemberitaan yang dilakukan oleh media Tempo.co dan Tribunnews.com terkait situasi penanganan pandemi COVID-19 bertujuan untuk merepresentasikan ideologi yang ingin diperjuangkan oleh masing-masing media tersebut.

Pemberitaan pada media Tempo.co dikonstruksi oleh wartawan berdasarkan penentangan dari berbagai pihak terkait kinerja pemerintahan Jokowi dalam menangani pandemi COVID-19. Dengan demikian, ideologi yang direpresentasikan media Tempo.co adalah ideologi liberalisme. Selanjutnya, pemberitaan pada media Tribunnews.com dikonstruksi oleh wartawan berdasarkan respons yang diungkapkan dari sudut pandang pemilik cerita (presiden Jokowi) dalam menanggapi berbagai permasalahan terkait penanganan pandemi COVID-19 yang menjadi perdebatan di tengah masyarakat. Dengan demikian, ideologi yang direpresentasikan oleh media Tribunnews.com adalah ideologi subjektivitas.

Menurut Burton (2008), nilai yang terkandung dalam pemberitaan dapat dilihat sebagai tolak ukur kepentingan ideologis. Oleh karena itu, pemberitaan bukanlah gambaran atas realitas melainkan konstruksi realitas yang tidak lepas dari subjektivitas pembuat teks berita. Realitas subjektif yang dibentuk atau dikonstruksi oleh media akan menjadi gambaran realitas publik mengenai berbagai peristiwa sosial yang terjadi. Realitas tersebut akan mendorong sikap atau respons publik terhadap berbagai hal tertentu.

Konteks Institusional

Menurut Alam (2018), keberpihakan media yang diungkapkan melalui pemberitaan merupakan hal yang biasa karena sesuai dengan nilai-nilai atau ideologi yang dipegang oleh media tersebut. Sejalan dengan pendapat tersebut, Shoemaker & Reese (1996) mengungkapkan bahwa pemberitaan media dipengaruhi oleh pekerja media, organisasi extramedia, rutinitas media, pihak luar, serta ideologi media. Ideologi media ditentukan oleh struktur media, yang berkaitan dengan latar belakang berdirinya media dan sumber daya yang menjadi dasar terbentuknya media (Rusadi, 2015).

Pemberitaan pada media Tempo.co selaras dengan visi misinya, yakni menghasilkan produk multimedia yang independen, objektif, serta bebas dari segala tekanan. Oleh karena itu, konstruksi pemberitaan pada media Tempo.co dilakukan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara atau argumen publik. Dengan demikian, ideologi yang direpresentasikan oleh media Tempo.co adalah ideologi liberalisme. Selanjutnya, pemberitaan pada media Tribunnews.com juga selaras dengan visi misinya. Visi misi media Tribunnews.com adalah menghasilkan produk multimedia yang menguntungkan dan terpercaya. Oleh karena itu, konstruksi pemberitaan didasarkan pada sudut pandang pemilik cerita, dan dapat menarik perhatian pembaca sebanyak-banyaknya. Dengan demikian, ideologi yang direpresentasikan oleh media Tribunnews.com adalah ideologi subjektivitas.

Piliang (2004) mengungkapkan bahwa terdapat dua kepentingan besar yang bekerja di balik media, yakni kepentingan ekonomi, serta kepentingan kekuasaan. Relasi antara kedua hal tersebut yang kemudian membentuk isi media. Menurut Eriyanto (2011), pihak yang memengaruhi proses produksi suatu pemberitaan dapat berasal dari institusi internal media maupun kekuatan-kekuatan eksternal di luar media. Salah satu faktor eksternal yang memengaruhi proses produksi wacana dalam pemberitaan adalah institusi yang berhubungan dengan ekonomi media. Berita harus dibuat sedemikian rupa bahkan tidak jarang terdapat dramatisasi isu dalam pemberitaan agar dapat menarik minat pembaca sebanyak-banyaknya. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik banyak pihak untuk beriklan di media yang dikelolanya. Sebuah peristiwa yang menarik dan perlu diketahui oleh khalayak terpaksa tidak dipublikasikan karena dianggap dapat membahayakan posisi media yang bersangkutan.

Konteks Sosial

Menurut Eriyanto (2011), konstruksi pemberitaan terkait konteks sosial (sistem politik, ekonomi, dan budaya) merupakan hal penting dalam menentukan siapa yang berkuasa, nilai-nilai apa yang dominan dalam masyarakat, serta bagaimana nilai dan kelompok yang berkuasa tersebut memengaruhi media dalam memproduksi teks pemberitaan. Dalam hal ini, media mampu merepresentasikan diri sebagai ruang publik yang utama serta turut menentukan dinamika ekonomi, politik, dan sosial di tengah masyarakat. Oleh karena itu, media tidak hanya memiliki fungsi sosial ekonomi melainkan juga menjalankan fungsi ideologis (Nashrudin, 2016).

Permasalahan sistem ekonomi, politik, dan sosial terkait pandemi COVID-19 dimaknai secara berbeda oleh wartawan media Tempo.co dan Tribunnews.com. Wartawan media Tempo.co memaknai permasalahan sistem ekonomi, politik, dan sosial terkait penanganan pandemi COVID-19 akibat kinerja pemerintahan Jokowi yang lambat dan kebijakan yang dikeluarkan kurang tepat. Oleh karena itu, konstruksi pemberitaan pada media Tempo.co didasarkan pada kritikan dari berbagai pihak terhadap kinerja dan kebijakan yang dikeluarkan pemerintahan Jokowi terkait permasalahan sistem ekonomi, politik dan sosial akibat pandemi COVID-19. Dengan demikian, ideologi yang ingin direpresentasikan oleh wartawan media Tempo.co adalah ideologi liberalisme karena didasarkan untuk menyuarakan argumen publik secara adil.

Berbeda dengan media Tempo.co, wartawan media Tribunnews.com memaknai permasalahan sistem ekonomi, politik, dan sosial terkait penanganan pandemi COVID-19 perlu diungkapkan berdasarkan sudut pandang pemilik cerita (presiden Jokowi). Oleh karena itu, konstruksi pemberitaan pada media Tribunnews.com didasarkan pada penjelasan presiden Jokowi terkait upaya perbaikan dan pemulihan permasalahan sistem ekonomi, politik dan sosial akibat pandemi COVID-19. Dengan demikian, ideologi yang ingin direpresentasikan oleh wartawan media Tribunnews.com adalah ideologi subjektivitas karena media Tribunnews.com menyajikan pemberitaan dengan cara menghadirkan penjelasan dari narasumber kunci (presiden Jokowi dan staf pemerintahan).

Ideologi yang ingin direpresentasikan melalui pemberitaan disesuaikan dengan target pembaca sebagai konsumen berita (Ellyawati, 2011). Kesamaan ideologi antara media dengan pembaca dianggap penting karena digunakan sebagai alat legitimasi dominasi media terhadap pembaca. Melalui kesamaan ideologi tersebut, pemberitaan yang diungkapkan oleh media akan dapat diterima secara *‘taken for granted’* oleh khalayak pembaca. Dengan demikian, seluruh isi pemberitaan yang diungkapkan oleh media merupakan sebuah realitas yang dikonstruksikan agar dapat menjadi sebuah wacana yang bermakna dan dapat mempengaruhi publik atau pembaca (Hamad, 2013).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian, maka diperoleh simpulan sebagai berikut. *Pertama*, ideologi liberalisme direpresentasikan dalam wacana berita media massa *online* melalui penggunaan gramatika dan kosakata yang menunjukkan suatu penentangan dari berbagai pihak terhadap pemerintahan presiden Jokowi terkait penanganan pandemi COVID-19. Ideologi liberalisme direpresentasikan melalui produksi teks berita yang disusun dengan menggunakan pola penataan tertentu untuk menunjukkan suatu bentuk *‘pemikiran dan cara pandang’* dari berbagai pihak terkait permasalahan penanganan pandemi COVID-19. Ideologi liberalisme direpresentasikan melalui praktik sosiokultural yang menunjukkan bahwa pemberitaan disajikan secara objektif, serta bebas dari segala tekanan dengan cara menampung dan menyalurkan secara adil argumen publik. *Kedua*, ideologi subjektivitas direpresentasikan dalam wacana berita media massa *online* melalui penggunaan gramatika dan kosakata yang menunjukkan penonjolan citra diri presiden Jokowi yang mampu mengatasi berbagai permasalahan terkait penanganan pandemi COVID-19. Ideologi subjektivitas direpresentasikan melalui produksi teks berita yang disusun dengan menggunakan pola penataan tertentu untuk menunjukkan suatu bentuk *‘pemikiran dan tindakan’* yang dilakukan oleh pemerintahan Jokowi dalam upaya penanganan pandemi COVID-19. Ideologi subjektivitas direpresentasikan melalui praktik sosiokultural yang menunjukkan bahwa pemberitaan disajikan berdasarkan satu sudut pandang tertentu (pemerintah).

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, saran yang direkomendasikan sebagai berikut. *Pertama*, media massa dalam memproduksi berita disarankan agar tetap menjaga independensinya dengan tidak memihak pihak manapun sehingga berita yang dihasilkan bersifat objektif dan dapat menjadi rujukan bagi publik dalam mencari kebenaran informasi tanpa harus terjebak pada kebenaran semu. *Kedua*, publik disarankan agar dapat memahami pesan berita secara kritis dan berimbang agar tidak mudah terprovokasi suatu pemberitaan sebelum menganalisa lebih jauh dan membandingkannya dengan pemberitaan yang disajikan oleh media lain. *Ketiga*, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi dosen atau guru bahasa dalam interaksi pembelajaran wacana, serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan buku kewacanaan yang bertendensi ideologis.

DAFTAR RUJUKAN

- Alam, S. (2018). Representasi Ideologi Republika melalui Wacana Berita Kontestan Politik Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua. *Semiotika*, 12(1), 86–99.
- Burton, G. (2008). *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kepada Kajian Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cenderamata, R. C., & Darmayanti, N. (2019). Analisis Wacana Kritis Fairclough pada Pemberitaan Selebriti di Media Daring. *Literasi*, 3(1), 1–8.
- Ellyawati, H. C. (2011). Analisis Wacana Kritis Teks Berita Kasus Terbongkarnya Perlakuan Istimewa terhadap Terpidana Suap Arthalyta Suryani pada Media Online. *The Messenger*, 3(1).
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Cetakan 8). Yogyakarta: LKIS.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. New York: Longman Group Limited.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman Group Limited.
- Firman. (2015). *Konstruksi Ideologi dalam Wacana Keagamaan Jaringan Islam Liberal (JIL)*. Universitas Negeri Malang.
- Foucault, M. (1997). *The Order of Discourse*. London: RKP.
- Fowler, R. B. (1986). *Linguistic Criticism*. New York: Oxford University Press.
- Gramsci, A. (1971). *Selection from The Prison Notebooks*. London: International Publisher.
- Hamad, I. (2013). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Ma, Deyong., Lewis, O. (2019). Personality, Media Choice and Political Ideology: Explaining Ideological Pluralism in China. *Democratization*, 27(4), 527–546. <https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1696775>
- Mahdi, A. (2015). Berita sebagai Representasi Ideologi Media. *Al-Hikmah*, 9(2), 206–217.
- Mujani, S. (2020). Asesmen Publik atas Kinerja Pemerintah Indonesia Menangani Wabah Covid-19: Sebuah Penjelasan Ekonomi Politik. *Jurnal Penelitian Politik*, 17(02), 159–178.
- Nashrudin, A. (2016). Ekonomi Politik Media pada Pemberitaan Pemilukada Banten 2011 oleh Radar Banten dan Baraya TV. *Komuniti*, 46(2), 25–43.
- Pawito. (2014). Meneliti Ideologi Media: Catatan Singkat. *Profetik*, 7(1), 5–14.
- Piliang, Y. A. (2004). *Posrealitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rusadi, U. (2015). *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori, dan Metode*. Depok: Rajagafindo Persada.
- Santoso, A. (2003). *Bahasa Politik Pasca Orde Baru*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Santoso, A. (2008). Penggunaan Gramatika dalam Wacana Politik: Studi Representasi Bahasa sebagai Sistem Makna Sosial dan Politik. *Diksi*, 15(2), 221–233.
- Shoemaker, Pamela J., Reese, S. D. (1996). *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman Publisher.
- Syas, M. (2015). Konstruksi Realitas Pemberitaan tentang Konflik Indonesia-Malaysia di Surat Kabar Media Indonesia. *Ilmu Komunikasi*, 13(2), 124–134.
- Williams, R. (1985). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society* (Revised). New York: Oxford University Press.
- Wulandari, T. (2016). Pemerintahan Jokowi-Jusuf Kalla Menurut Kacamata Lima Media Massa di Indonesia. *Aspikom*, 3(1), 88–103.
- Yaghoobi, M. (2009). A Critical Discourse Analysis of The Selected Iranian and American Printed Media on The Representations of Hizbullah-Israel War. *Journal of Intercultural Communication*, (21).
- Yaqin, M. Z. N. (2017). Representasi Ideologi dalam Struktur Wacana Kata Hari Ini. *Lingua*, 12(2), 1–11.