

**ANALISIS WACANA KAMPANYE SOSIAL PULIH BERSAMA
DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

OLEH:

ERNES MARSELINA SULISTI
NIM. 1711310033

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
2021 M/1442 H**



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp.(0736) 51276, 51171 Fax (0736) 51171 Bengkulu

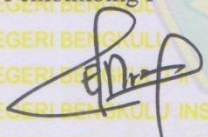
PERSETUJUAN PEMBIMBING

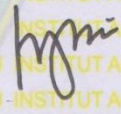
Skripsi yang ditulis oleh **ERNES MARSELINA SULISTI** NIM: 1711310033 yang berjudul **“Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama di Instagram”**. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran dan arahan Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu.

Bengkulu, 08 Juli 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

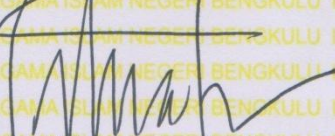

Emzinetri, M. Ag


Poppi Damayanti, M. Si

NIP. 197105611997032002

NIP. 197707172005012010

Mengetahui,
An. Dekan FUAD
Ketua Jurusan Dakwah


Rini Fitria, S. Ag., M. Si

NIP. 197510132006042001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp.(0736) 51276, 51171 Fax (0736) 51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi atas nama: **Ernes Marselina Sulisti** NIM : 1711310033 yang berjudul **“Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama Di Instagram”**. Telah diuji dan dipertahankan di depan tim Sidang Munaqasyah Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : **Senin**

Tanggal : **26 Juli 2021**

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Bengkulu, 29 Agustus 2021

Dekan

Dr. Suhirman, M.Pd

NIP. 196802191999031003

Sidang Munaqasyah

Ketua

Emzinetri, M. Ag
NIP. 197105611997032002

Penguji I

Dr. Japarudin, S.Sos.,M.Si
NIP. 19801232005011008

Sekretaris

Poppi Damayanti, M.Si
NIP. 197707172005012010

Penguji II

Wira Hadi Kusuma, M. S. I
NIP. 198601012011011012

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama Di Instagram adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pada pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 08 Juli 2021

Penulis



Ernes Marselina Sulisti
NIM. 1711310033



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu 38211

Telp (0736) 51276, Fax(0736) 51171-51172

Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN UJI PLAGIASI SKRIPSI

Bersama ini kami menjelaskan bahwa:

Nama Mahasiswa : Ernes Marselina Sulisti

NIM : 1711310033

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Angkatan : 2017

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul Skripsi:

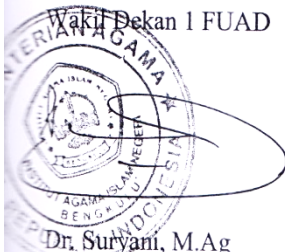
Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama di Instagram

Disimpulkan dari hasil uji plagiasi tersebut dinyatakan LULUS dengan hasil kesamaan (*similarity*) 21 % pada tanggal 8 Juli 2021 tahun 2021 sebagaimana hasil terlampir.

Demikianlah surat keterangan ini agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,

An. Dekan
Wakil Dekan 1 FUAD



Dr. Suryani, M.Ag
NIP 196901101996032002

Bengkulu, 8 Juli 2021

Pelaksana Uji Plagiasi Prodi KPI

Gaya Mentari, M.Hum
NIP 199108142019032016

ABSTRAK

Nama: Ernes Marselina Sulisti, NIM: 1711310033, Judul Skripsi: Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama di Instagram, Skripsi: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, IAIN Bengkulu.

Pembimbing 1: Emzinetri, M. Ag, Pembimbing 2: Poppi Damayanti, M. Si
Kasus kekerasan pada anak dan perempuan semakin meningkat sejak masa pandemi. Kekerasan terhadap anak dan perempuan yang terjadi di Indonesia bukan merupakan kasus baru, melainkan kasus yang sudah lama dan sering terjadi. Salah satu kasus yang disoroti Komnas Perempuan dalam catatan tahunan 2020 adalah kekerasan terhadap anak perempuan yang jumlahnya melonjak sebesar 75% selama masa pandemi ini. Penting untuk dilakukannya kampanye sosial agar dapat membantu korban kekerasan selama masa pandemi. Salah satu caranya adalah menggunakan #pulihbersama di instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana struktur teks wacana kampanye sosial “Pulih Bersama” di instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis Teun A. Van Dijk. Analisis model Van Dijk ini melihat faktor teks sebagai elemen penting dalam wacana. Berdasarkan hasil penelitian dengan mengambil 9 postingan, Analisis yang dilakukan sesuai dengan strukturnya: Struktur Tematik, Struktur Skematik, Struktur Sematik, Struktur Sintaksis, Struktur Stilistik dan Struktur Retoris. Namun, tidak semua postingan memenuhi semua elemen struktur maka dapat disimpulkan bahwa dari 9 postingan tersebut pengaktegoriannya adalah sebagai berikut: Tematik pada postingan yang menggunakan #pulihbersama. Secara garis besar, dari 9 akun tersebut topik yang dibahas adalah kekerasan terhadap anak dan perempuan. Baik secara ekonomi, eksploitasi, fisik, psikis, dan penelantaran. Struktur Skematik dari skema 9 akun yang ikut dalam kampanye ini rangkaian pendapatnya adalah berbagai bentuk kekerasan pada anak dan perempuan di rumah pada masa pandemi Covid-19. Struktur Semantik, Sintaksis, Stilistik, dan Retoris masing-masing elemen ini memiliki spesifikasi kajian dimana melingkupi pengamatan terhadap tema, skema, makna kata, pendapat dan penekanan kata dalam postingan #pulihbersama yang diteliti.

Kata Kunci: *Wacana, Kampanye Sosial, Pulih Bersama*

MOTTO

*Pemikiranmu menjadi katamu, katamu menjadi tindakanmu,
tindakanmu menjadi kebiasaanmu, kebiasaan menjadi karaktermu,
karaktermu menjadi nasibmu.*

-

*Apapun yang kau lakukan sekarang akan menjadi tolak ukur
kehidupan di masa depan*

-Happy_Ness-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan kupersembahkan:

1. *For myself, you're so proudness*, terimakasih telah bertahan dan terus berjuang di tengah tekanan kehidupan hingga sampai pada tahap ini, teruslah berusaha keras, jangan lupa bersyukur dan *do it all for better life, future and being happier*.
2. Bapak dan Emak serta Adikku yang selalu memberikan dukungan serta doanya.
3. *Special Thanks to* Sahabat seperjuangan Dian Cahya Ningsih (yang selalu menemani suka duka masa perkuliahan), Siti Rahmah Zalika (yang selalu punya cara untuk *traveling dan refreshing*), Afifah Fadhillah (yang selalu sharing dan memberikan ide dan pendapatnya).
4. *Biggest Thank to* Sahabat *No Have Akhlak* (Mira Sari Liawati, Anisa Wulandari dan Vebby Anggraini) yang terus memberikan “kata mutiara” di setiap ada kesempatan.
5. Mbak Vamella Cassandra, Rahmat Pinusi, Mom Wardah dan seluruh Tim Radio L-Baas yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu.
6. Keluarga besar yang terlibat dalam membantu, memberi semangat dan doa serta dukungan lainnya.
7. Almamaterku IAIN BENGKULU

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'aalamin segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ *Analisis Wacana Kampanye Sosial Pulih Bersama di Instagram*”.

Shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan ajaran agama Islam, sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk untuk kehidupan yang baik.

Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos), Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penulis skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak hingga penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr.H. Sirajuddin M, M. Ag, M, H, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Suhirman, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.
3. Rini Fitria, M. Si, selaku Ketua Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu.
4. Wira Hadi Kusuma, M.Si, selaku Ketua Prodi KPI IAIN Bengkulu dan selaku Penguji II pada sidang Munaqasyah.
5. Dr. Rahmat Ramdhani, M. Sos.I, selaku Pembimbing Akademik.
6. Emzinetri, M. Ag, selaku pembimbing I yang telah memberi bimbingan dan arahan,serta kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Poppi Damayanti, M. Si, selaku pembimbing II yang tidak pernah bosan membimbing, memotivasi serta arahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
8. Dr. Japarudin, S. Sos., M. Si selaku Penguji I pada sidang Munaqasyah.
9. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa.
10. Teman seperjuangan yang tidak pernah bosan mendengar keluhan selama proses penulisan skripsi ini.
11. Semua pihak yang terlibat dan membantu selama proses penulisan skripsi.

Dalam skripsi ini penulis menyadari banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

Bengkulu, 08 Juli 2021

Penulis,

Ernes Marselina Sulisti
NIM. 1711310033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. PenelitianTerdahulu	10
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II KERANGKAT TEORI	15
A. Kajian Tentang Media Baru	15
B. KajianTentang Instagram	17
C. KajianTentang <i>Hashtag</i>	23
D. Kajian Tentang Kampanye Sosial	25
E. Kajian Tentang Kampanye Sosial Pulih Bersama	28
F. Kajian Tentang Analisis Wacana Teun A. Van Dijk	29
G. Kerangka Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan Penelitian	36
B. Unit Penelitian.....	37
C. Tahap Penelitian	38
D. Jadwal Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	42
B. Penyajian Hasil Penelitian	44
BAB V PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kategori Wacana Van Dijk	33
Tabel 2.2 Elemen Wacana Van Dijk.....	34
Tabel 4.1 Daftar Postingan Kampanye Sosial.....	45
Tabel 4.2 Postingan Akun @Zackiarfan (8 Juni 2020).....	46
Tabel 4.3 Postingan Akun @Savethechildren_id (23 Juni 2020)	53
Tabel 4.4 Postingan Akun @Pelaribaikofficial (17 Juli 2020)	59
Tabel 4.5 Postingan Akun @Savethechildren_id (23 Juli 2020).....	64
Tabel 4.6 Postingan Akun @Savethechildren_id (24 Juli 2020).....	73
Tabel 4.7 Postingan Akun @fikafirlas (25 Juli 2020)	80
Tabel 4.8 Postingan Akun @Temanku.id (28 Juli 2020).....	83
Tabel 4.9 Postingan Akun @mawaytoar(7 Agustus 2020).....	88
Tabel 4.10 Postingan Akun @Savethechildren_id (6 September 2020).....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan Kampanye Sosial di Instagram.....	7
Gambar 2.2 Struktur Wacana Van Dijk.....	33
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian.....	35
Gambar 4.4 Poster Kampanye Sosial Pulih Bersama.....	42
Gambar 4.5 Postingan Kampanye Pulih Bersama di Instagram.....	44

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat hingga menjadikan dunia memasuki era globalisasi atau era digital. Karenanya, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Menurut Everett M. Rogers, terdapat empat fase perkembangan komunikasi manusia dan saat ini kita berada pada fase *Interactive Communication Era*, dimana teknologi komunikasi terjadi antar dua media yang berbeda dan difasilitasi dengan keberadaan komputer. Inilah yang menghadirkan wujud baru dari media yang disebut *new media*.¹

Dalam wacana komunikasi sebutan *new media* ini merupakan istilah untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media baru merupakan perkembangan baru dari media-media yang sudah ada. Karakternya yang berupa digital memberikan kemudahan bagi penggunaannya dalam bertukar informasi atau kegiatan lainnya. Dalam kajian komunikasi media, televisi, radio, majalah, dan koran digolongkan menjadi media lama, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru.²

¹Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*, (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011), hal. 7.

²Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*, hal. 10.

Media berasal dari bahasa latin, yaitu *medium*. Dalam bentuk jamak, media berarti saluran dan dalam bentuk pengertian tunggal berarti alat penyaluran sarana. Yoyon Mudjiono menjelaskan bahwa unsur media dalam komunikasi telah banyak menarik perhatian media, terutama media massa telah meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi dengan pengaruh sosial yang cukup besar.³

Dewasa ini, media sosial menjelma menjadi salah satu bentuk dari media massa yang sudah menjadi kebutuhan semua orang dari berbagai kalangan dan umur. Media sosial atau biasa disebut sosmed ini, terdiri dari berbagai macam seperti facebook, instagram, twitter, dan lain sebagainya. Setiap media sosial tersebut memiliki keunggulannya masing-masing, namun memiliki fungsi yang sama yakni untuk bisa berkomunikasi dengan masyarakat secara luas dan cepat.

Dilihat dari perkembangan teknologi media, media sosial dapat dilihat sebagai salah satu bukti kemajuan teknologi komunikasi yang turut mempengaruhi perkembangan masyarakat, termasuk masyarakat Indonesia. Tidak bisa dipungkiri Indonesia menjadi salah satu negara berkembang kemajuan media sosialnya cukup pesat, tidak terbendung dan terprediksi yang akan berkembang seperti saat ini.

Hal ini didorong dengan semakin banyaknya pengguna *smartphone* di Indonesia sehingga bisa memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial sebagai sarana berbagi banyak hal. Akan tetapi, media sosial tentu saja

³Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: Jaudar Press, 2015), hal. 38.

digunakan dengan bijak dan hati-hati, karena media sosial termasuk instagram akan sangat bermanfaat apabila digunakan dengan benar sesuai dengan kebutuhan. Dalam kaitan ini, selain untuk berkomunikasi, instagram juga bisa menjadi media untuk membuka usaha dan berbisnis hingga kampanye, mulai dari kampanye politik hingga kampanye sosial. Karenanya, tidak mengherankan jika dewasa ini, media sosial instagram menjelma menjadi salah satu media sosial yang cukup berpengaruh pada komunikasi. Selain dapat difungsikan sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan pendapat, ide, menyuarakan aspirasi, instagram juga bisa difungsikan sebagai media untuk berinteraksi dengan masyarakat luas.

Dilihat dari akar katanya instagram yang merupakan gabungan dari kata “*instant camera*” dan “*telegram*”. Populernya aplikasi ini membuat orang-orang merasa dimudahkan dalam mengekspresikan segala hal menggunakan akun instagram mereka. Instagram menjadi wadah masyarakat dari segala kalangan untuk menyampaikan ide, aspirasi serta gagasan-gagasan yang dapat disertakan foto dan video dalam muatan kontennya.⁴ Hal itulah yang menyebabkan instagram menjadi media sosial yang paling sering diakses saat ini. Terhitung dari Januari 2020 pengguna instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta pengguna. Itu artinya semakin banyak peminat dari penggunaan instagram. Instagram juga dimanfaatkan masyarakat untuk

⁴Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), hal. 8.

saling membantu menghadapi dan bertahan di tengah pandemi yakni dengan cara kampanye sosial melalui instagram.⁵

Kampanye melalui instagram dapat dilakukan dengan cara pengguna meng-*upload* video berdurasi panjang dan maksimal 10 foto dalam satu postingan serta membuat caption dengan *space text* tidak terbatas. Ide atau gagasan yang dikeluarkan dalam instagram dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan sebuah wacana dengan diberi tanda tagar sebagai alat mempermudah akses sebuah kampanye di media sosial.

Secara etimologis kampanye berasal dari bahasa Perancis yaitu “*Campaign*” yang berarti lapangan atau operasi militer. Istilah ini banyak digunakan untuk berbagai kegiatan baik dalam pemasaran bisnis, pemilihan pemimpin, hingga kegiatan sosial dan kegiatan lain. Kampanye dilakukan guna untuk mempengaruhi, penghambatan, dan pembelokan pencapaian. Jadi, yang dimaksud kampanye adalah suatu kegiatan atau perilaku yang dilakukan untuk mengambil simpati masyarakat dengan cara menunjukkan atau menawarkan yang baik-baik atas dirinya, dan mengumumkan apa saja visi misi mereka untuk menduduki dan memimpin pemerintahan.⁶ Dengan kata lain kampanye bisa dikatakan aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan pemberi informasi, dalam upaya persuasif

⁵Msustafa Iman, *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-intagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>, akses 22 Oktober 2020, pukul 23.35 WIB.

⁶Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 23.

untuk mengajak orang lain yang belum paham atau belum yakin pada ide-ide yang ditawarkan agar mereka bersedia bergabung dan memberikan dukungan.

Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, kampanye di sosial media bisa dikaji melalui perspektif analisis wacana. Wacana adalah kegiatan komunikasi, yang substansinya tidak terlepas dari kata, bahasa, rangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal berupa subjek yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam suatu kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa.⁷ Dengan demikian wacana merupakan proses komunikasi, yang menggunakan simbol-simbol, yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa, di dalam sistem kemasyarakatan yang luas.

Melalui pendekatan wacana pesan-pesan komunikasi, seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar, dan lain-lain, tidak bersifat netral. Eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya, konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatarbelakangi keberadaannya, dan lain-lain. Semua itu dapat berupa nilai-nilai, ideologi, emosi, kepentingan-kepentingan, dan lain-lain.⁸

Salah satu wacana melalui media sosial instagram kampanye sosial #pulihbersama yang hadir sebagai gerakan untuk mengajak masyarakat dalam menebarkan pesan-pesan dan ajakan yang positif sebagai bentuk bantuan bagi anak-anak dan perempuan yang mengalami kekerasan selama masa pandemi.

Dasar pemikiran dijadikannya perempuan dan anak menjadi segmentasi

⁷Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, PT Rosdakarya (Bandung: 2006), hal. 11.

⁸Japarudin, *Wacana Pemikiran dalam Bahasa dan Analisis Teks*, El-Afkar Vol. 5 Nomor 1, Januari- Juni 2016, hal. 37.

masyarakat yang ingin dilindungi karena sudah bukan rahasia umum lagi bahwa kasus kekerasan pada anak dan perempuan semakin meningkat sejak masa pandemi. Aplikasi kekerasan terhadap anak dan perempuan yang terjadi di Indonesia bukan merupakan kasus baru, melainkan kasus yang sudah lama dan sering terjadi. Salah satu kasus yang disoroti Komnas Perempuan dalam catatan tahunan 2020 adalah kekerasan terhadap anak perempuan yang jumlahnya melonjak sebesar 75% selama masa pandemi ini.

Dilansir dari Detik.com, total kasus kekerasan terhadap perempuan selama pandemi sebanyak 14.719. Dari kasus itu, terjadi di 3 kategori, ranah personal sebesar 75,4 persen atau 11.105 kasus, ranah komunitas 24,4 persen atau 3.602 kasus, dan ranah negara 0,08 persen atau 12 kasus.⁹ Besarnya angka peningkatan ini membuat Indonesia menduduki peringkat kedua jumlah kekerasan di ranah personal setelah kekerasan terhadap istri (59%, 6.555 kasus).¹⁰ Karena itulah pencegahannya pun tidak dapat dilakukan secara personal atau individu. Perlunya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak dan sekelompok orang. Oleh sebab itu, penting dilakukannya kampanye sosial agar dapat membantu korban kekerasan selama masa pandemi. Salah satu caranya adalah menggunakan #pulihanbersama di instagram. Kampanye yang diusung pertama kali oleh organisasi Save The Children ini, mulai beroperasi sejak tahun 1976. Pada 2014, Yayasan Tunas

⁹Eva Safitri, *Kasus Kekerasan Perempuan Naik 75% Selama Pandemi Corona*, <https://new.detik.com/berita/d-5088344/kasus-kekerasan-perempuan-naik-75-selama-pandemi-corona>, akses pada 22 Oktober 2020, pukul 22.00 WIB

¹⁰Patresia Kirnandita, Junior Editor, *Komnas Perempuan: Angka Kekerasan terhadap Anak Perempuan Naik Tajam*, <https://magdalene.co/story/komnas-perempuan-angka-kekerasan-terhadap-anak-perempuan-naik-tajam> akses pada 6 Oktober 2020, pukul 14.55 WIB

Cilik muncul sebagai identitas dari *Save The Childern* di Indonesia. Kemudian pada 2020, organisasi ini mengusung tema kampanye sosial pulih bersama.¹¹



Gambar. 1.1
Postingan Kampanye Sosial di Insagram

Kampanye “pulih bersama” merupakan gerakan untuk mengajak masyarakat membantu anak-anak dan keluarga mereka agar bisa bertahan di situasi sulit selama masa pandemi. Melalui kampanye ini, masyarakat diharapkan mampu melalui segala tantangan sehingga bisa terus bertumbuh dan menemukan peluang baru, karena Covid-19 telah merubah kehidupan banyak orang, termasuk anak-anak dan perempuan.

Peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaimana wacana yang dikembangkan pada kampanye sosial melalui #pulihbersama ini, karena menurut peneliti, dalam kehidupan ini bukan hanya tentang *amar makruf* atau menyebar kebaikan namun juga tentang bagaimana mencegah sebuah kemungkaran atau mencegah dari kejahatan. Mengingat bahwa saat ini masih di masa pandemi sehingga sangat rentan munculnya berbagai masalah yang

¹¹Save The Childern, <https://www.stc.or.od/tentang-kami/sejarah-kami>, akses pada 22 Oktober 2020, pukul 22.32 WIB

dapat menyebabkan krisis kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat Indonesia, termasuk anak-anak dan kaum perempuan.

Meneliti wacana kampanye sosial pulih bersama, peneliti menggunakan teori Van Dijk yang melihat suatu teks terdiri dari beberapa struktur yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membaginya dalam tiga tingkatan, yaitu Struktur Makro, Super Struktur dan Struktur Mikro. Struktur Makro adalah pemaknaan umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita atau informasi. Super Struktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh dan Struktur Mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase dan gambar.¹²

Konsep-konsep inilah yang menjadi kategorisasi pesan-pesan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, isi pesan di postingan yang menggunakan #pulihbersama akan menjadi pokok kajian yang disesuaikan berdasarkan 3 struktur wacana Van Dijk. Untuk itu peneliti memilih penelitian ini dengan judul “ANALISIS WACANA KAMPANYE SOSIAL PULIH BERSAMA DI INSTAGRAM”.

¹²Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LkiS, 2001), hal. 224.

B. Rumusan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini penulis membuat batasan masalah sebagai berikut: Bagaimana struktur teks dalam wacana kampanye sosial “Pulih Bersama” di Instagram?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini, pertama; hanya menganalisis wacana kampanye sosial pada postingan yang menggunakan *hashtag* (#) pulih bersama di media sosial instagram yang memuat pesan anti kekerasan pada anak dan perempuan, periode postingan bulan Juni 2020 hingga September 2020. Kedua; analisis wacana #pulihbersama dalam penelitian ini menggunakan analisis Van Dijk, dengan menganalisis struktur makro, superstruktur dan struktur mikro dari wacana tersebut.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis struktur wacana pada kampanye sosial #pulihbersama di media sosial instagram.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang kajian media baru. Manfaat teoritis dapat berupa pengembangan ide dan konsep-konsep tentang teori ruang publik di media sosial instagram. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti-

peneliti lain kedepannya dengan mengkonseptualisasikan ideologi yang muncul terkait dengan persoalan opini publik melalui *hashtag* pada instagram.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dalam media baru khususnya media sosial, mengingat hadirnya media sosial yang dapat membangun suatu gerakan sosial seperti kampanye sosial yang menjadi lebih mudah dibandingkan dengan cara-cara konvensional lainnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengajak khalayak media baru untuk berpikir kritis dan bijak dalam menggunakan media sosial dan tidak menerima secara langsung isu yang menjadi *trendingtopic*. Khalayak diharapkan memiliki kesadaran ketika terlibat dalam gerakan sosial melalui instagram.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mempelajari maupun mengutip konsep-konsep atau teori dari sejumlah literatur. Melakukan tinjauan pustaka dari beberapa karya ilmiah yang berhubungan dengan skripsi yang berkaitan dengan analisis wacana khususnya pada kajian bagian *hashtag*. Beberapa penelitian yang membahas tentang masalah ini yakni;

Skripsi Indriya Suciningsih yang berjudul “*Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hashtag Crazy Rich Surabayan Di Twitter*”. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2019, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. Penelitian Indriya

menggunakan analisis wacana kritis Model Teun A. Van Dijk karena model ini tidak hanya menyoroti tentang ketidakberesan sosial saja, namun menekankan juga tentang studi representasi mental dan proses-proses yang terjadi pada penggunaan bahasa ketika mereka memproduksi dan memahami wacana dan ambil bagian didalam interaksi verbal, dan juga sejauh mana mereka terlibat di dalam interaksi pengetahuan, ideologi atau kepercayaan kelompok sosial tertentu.¹³ Kesimpulannya adalah pengguna twit dengan hashtag tersebut menggunakan kalimat yang sangat hiperbola (atau melebih-lebihkan keadaan sesungguhnya) ada juga yang bersifat repetisi (kalimat-kalimat yang diulang-ulang) dan ada juga yang bersifat aliteras (mengulangi kata-kata tertentu). Dari ketiga majas diatas peneliti menemukan wacana yang dikembangkan dalam hashtag tersebut adalah majas sarkasme. Tujuan dari sarkasme dimaksudkan untuk menyindir atau menyinggung seseorang.

Tidak jauh berbeda dengan analisis yang dilakukan oleh Indriya, Tri Agustina, mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Tahun 2018 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, mengkaji tentang “*Analisis Wacana Gerakan Sosial Dalam Menentukan Opini Publik Via Twitter (Studi Pada Hashtag #BIJAKBERSOSMED Periode 1 Sampai 5 Oktober 2017)*”. Penelitian yang dilakukan Tri juga menggunakan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Menurutnya model yang dipakai oleh Teun A. Van Dijk sering disebut sebagai “kognisi sosial”. Pendekatan semacam ini tidak dapat dilepaskan dari karakteristik penelitian atas wacana yang tidak cukup hanya berdasarkan pada

¹³Indriya Suciningsih, *Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hashtag Crazy Rich Surabayan*”, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), hal. 4.

analisis teks semata karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus diamati. Ia juga menggunakan dengan struktur wacana model Teun A. Van Dijk. Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan Tri Agustina adalah bahwa proses pemaknaan atas pesan yang disampaikan, yaitu melalui struktur teks (struktur makro, struktur mikro dan substruktur). Kognisisosial dan di Twitter yang mencantumkan *hashtag*.¹⁴

Kemudian ada penelitian yang dilakukan oleh Urip Mulyadi dengan judul skripsi “*Gerakan Sosial di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag “ShameOfYouSBY” di Twitter*” Universitas Diponegoro Tahun 2015, Urip menggunakan analisis wacana model Theo van Leeuwen yang dikenal dengan model analisis representasi aktor sosial. Secara khusus Van mengungkapkan bahwa bahasa adalah cerminan ideologi sehingga dengan mempelajari bahasa yang tercermin dalam teks. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa terdapat beberapa kalimat dalam tweet yang menggunakan *hashtag* #ShameOfYouSBY bermaknakan pengkhianatan dibentuknya dalam kalimat pasif dan memperlihatkan bahwa sebagian besar teks yang menggambarkan pengkhianatan aktor sosial mengandung diferensiasi yaitu strategi wacana bagaimana suatu kelompok disudutkan.¹⁵

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Liya Oktaviani dengan judul skripsi “*Analisis Wacana Berita Perayaan Tabut pada Surat Kabar Harian*

¹⁴Tri Agustina, *Analisis Wacana Gerakan Sosial Dalam Menentukan Opini Publik Via Twitter (Hashtag #BIJAKBERSOSMED periode 1 sampai 5 Oktober 2015)*, (Palembang :UIN Raden Fatah 2018), hal. 13.

¹⁵Urip Mulyadi, *Gerakan Sosial di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag “ShameOfYouSBY” di Twitter)*, (Semarang: Tesis Ilmu Komunikasi, 2015), hal. 3.

Rakyat Bengkulu Tahun 2015” IAIN Bengkulu tahun 2017. Liya menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis wacana model Van Dijk yang diskemakan dalam dua subkategori yakni; *summary dan story*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa berita prosesi ritual tabut ini yang dibentuk dalam cerita bersambung yang ditulis Eki Kurnia dan Zulfadli yang memberikan informasi kepada kita dan mengajak untuk memahami makna dan prosesi tabut. Makna yang ditekankan ada yang secara jelas dan ada yang disamarkan melalui penggunaan latar, detil, maksud dan tanggapan. Pendapat disampaikan melalui penggunaan kata ganti “kita”, “kami” dan “mereka” kemudian bentuk kalimat aktif yang diberi penekanan dan bentuk kalimat langsung dan tak langsung serta penggunaan koherensi sebab akibat dan koherensi pembeda.¹⁶

Setelah mencermati berdasarkan beberapa penelitian di atas yang menggunakan analisis wacana, peneliti dapat menunjukkan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, baik dari objek, kajian, media yang waktu penelitian dan hasil yang akan didapat. Penelitian terdahulu mengkaji wacana di media twitter dan surat kabar sementara peneliti mengkaji media sosial instagram. Sedangkan kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya apakah pada alat analisis yang digunakan yakni wacana model Van Dijk.

¹⁶Liya Oktaviani, “*Analisis Wacana Berita Perayaan Tabut pada Surat Kabar Harian Rakyat Bengkulu Tahun 2015*”, (Bengkulu: Skripsi IAIN BENGKULU, 2017), hal. 95.

G. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini runtun dan terarah, maka penulisan disusun secara sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang membahas mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Penelitian Terdahulu Serta Sistematika Penulisan.

BAB II : Kerangka Teori yang berisikan kajian teori tentang Media Baru, kajian tentang Instagram, kajian tentang *Hashtag*, kajian tentang Kampanye Sosial, kajian tentang Kampanye Sosial Pulih Bersama, kajian tentang Analisis Wacana Teun A. Van Dijk, dan Kerangka Pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian membahas mengenai Pendekatan Penelitian, Unit Analisis, Tahap Penelitian, Jadwal Penelitian.

BAB IV : Pada bab ini membahas hasil penelitian dan pembahasan hasil analisis Strukur Tematik, Skematik, Struktur Semantik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris pada 9 postingan kampanye sosial pulih bersama di instagram.

BAB V: Bab Penutup ini berisi Kesimpulan dan Saran.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Tentang Media Baru

Denis McQuail mendefinisikan media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda. Media baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian.¹⁷

Ciri utama yang membedakan media baru adalah desentralisasi pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator, kemampuan tinggi pengantaran melalui kabel atau satelit mengatasi hambatan komunikasi, kecepatan timbal balik dalam berkomunikasi, komunikan dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima, fleksibilitas bentuk, isi dan penggunaan.

Terdapat tiga sifat utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yakni *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru untuk berbicara balik kepada penggunanya. Media baru memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat interaktif pada komunikasi anatarpribadi secara tatap muka. Sifat kedua dari teknologi komunikasi baru adalah *de-*

¹⁷Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hal. 16.

massification atau yang bersifat masal. Pengendalian sistem komunikasi massa biasanya berpindah dari produsen kepada konsumen media. Sifat yang ketiga adalah *asynchronous*, artinya teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang dikehendaki oleh setiap individu.¹⁸

Perkembangan teknologi yang sebelumnya berupa media tradisional menjadi media baru telah dilengkapi dengan teknologi digital. Tumbuhnya pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat dihadapkan pada gaya baru penyebaran informasi digital, internet, dan fitur multimedia. Sehingga jenis-jenis media baru ini, memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online. Media sosial seperti di Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan lain sebagainya merupakan bentuk dari *new media*.

Brian Solis seorang pengagas penggunaan media sosial asal Amerika Serikat mendefinisikan media sosial sebagai demonstrasi isi serta perubahan peran publik dalam membaca serta menyebarkan informasi. Jadi, dapat dikatakan media sosial merupakan alat komunikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya berbagi pesan dalam bentuk apapun, baik itu tulisan, gambar, video, dan audio kepada seluruh pengguna di dunia ini.¹⁹

Secara umum media sosial dapat digolongkan menjadi beberapa jenis publikasi:

¹⁸Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, hal. 17.

¹⁹Dian Andriani, *Kampanye Sosial di Sosial Media (Studi Kasus Computer Mediated Communication pada Platform Crownfun Kitabisa.com)*, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017), hal. 30.

1. Publikasi Personal

Jenis publikasi ini berbentuk blog dan e-mail. Dengan melalui blog inilah individu maupun sekelompok individu dapat menulis artikel, mengunggah foto hingga video dan mengundang orang lain untuk berinteraksi melalui e-mail.

2. Publikasi Kelompok

Kita dapat mengambil contoh Wikipedia yang merupakan bentuk publikasi kelompok yang paling umum, dimana sekelompok orang menerbitkan artikel dan membangun situs yang lengkap dalam kurun waktu tertentu.

3. Publikasi Basis Jaringan Sosial

Publikasi jenis ini memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk membangun hubungan dengan individu lainnya serta memanfaatkan hubungan tersebut. Publikasi ini bisa kita sebut juga publikasi media sosial yang paling cepat perkembangannya saat ini.

B. Kajian Tentang Instagram

Sosial media merupakan media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sosial media ini dapat menghapus batasan-batasan ruang dan waktu sehingga bersosialisasi dengan media sosial ini orang-orang dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna *smartphone*. Nama Instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya “*instan*” dan “gram” dari kata “*telegram*”. Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Maka dapat diartikan, sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi ke jejaring sosial yang lain.²⁰

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan muncul di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower*. Sistem pertemanan di instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*.

Instagram awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada 16 Juli 2010 Kevin Systrom memposting foto pertama ke Instagram. Sebagai posting pertama yang menjadi tonggak awal kepopuleran Instagram, foto tersebut pada dasarnya menunjukkan seekor anjing di Meksiko dan kaki kekasihnya.

Foto tersebut juga telah ditingkatkan menggunakan filter X-PRO2 Instagram. Hingga pada akhirnya pada tanggal 6 Oktober 2010, aplikasi Instagram versi iOS dirilis secara resmi melalui App Store untuk pertama kalinya. Di tangan keduanya Instagram ini sukses membuat raksasa jejaring

²⁰ Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), hal. 8.

sosial Facebook bersedia membelinya seharga \$1 Miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.²¹

Seiring kepopulerannya terus menanjak sejak pertama kali diperkenalkan ke publik, instagram sampai hari ini telah banyak merombak fitur-fitur maupun tampilan dari aplikasi tersebut. Sebagai salah satu media sosial yang populer digunakan, instagram tentu memiliki beberapa fitur khusus yang menjadi andalan sekaligus pembeda dengan aplikasi media sosial lainnya. Berikut ada beberapa fitur-fitur yang tersedia pada media sosial Instagram:

1) *Follow* (Ikuti)

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan instagram melalui jejaring sosial seperti twitter dan juga facebook.

2) *Upload* (Unggah)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.

²¹Bambang Winarso, *Apa itu Instagram?*, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, akses pada Sabtu 26 September 2020, pukul 14.54 WIB.

3) Kamera

Selain dapat langsung diposting, foto yang telah diambil melalui aplikasi instagram dapat disimpan di dalam galeri pribadi masing-masing pengguna. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam instagram, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Selain itu masih ada beberapa fitur lainnya yang dimiliki fitur yang satu ini.

4) Efek Foto

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Pada tanggal 20 September 2011, Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru, yaitu Valencia, Amaro, Rise, Hudson, dan menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham. Dalam pengaplikasian efek, para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut.

Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah tilt-shift yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui Instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi tilt-shift memiliki 2 bentuk, yaitu persegi

panjang dan bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya dengan titik fokus yang diinginkan. *Tilt-shift* juga mengatur rupa foto di sekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat keburaman pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

5) *Arroba*

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebut pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyebut pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

6) *Geotagging*

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian *Geotag*. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna ponsel mengaktifkan GPS mereka di dalam masing-masing lokasi ponsel pengguna berada. Dengan demikian ponsel tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna Instagram tersebut berada. *Geotagging* sendiri adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto. Dengan *Geotag*, para pengguna dapat terdeteksi lokasi mereka telah mengambil foto tersebut atau tempat foto tersebut telah diunggah.

7) *Share*

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, dan Flickr yang tersedia di halaman Instagram untuk membagi foto tersebut.

8) *Like* (Suka)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.

9) *Live*

Pada November 2016, Instagram menambahkan fungsionalitas live video ke Instagram Stories, yang memungkinkan pengguna untuk menyiarkan diri mereka secara langsung, dengan video menghilang segera setelah berakhir.

10) IGTV

IGTV adalah aplikasi video vertikal yang diluncurkan oleh Instagram pada Juni 2018. Fungsionalitas dasar dari aplikasi ini juga tersedia dalam

aplikasi dan situs web Instagram. IGTV memungkinkan unggahan berdurasi hingga 10 menit dengan ukuran file hingga 650 MB, dengan pengguna yang diverifikasi dan populer diizinkan untuk mengunggah video berdurasi hingga 60 menit dengan ukuran file hingga 5,4 GB.

11) *Explore*

Explore adalah fitur yang menampilkan beragam post yang bersumber dari akun-akun yang belum di-*follow* pengguna. Setiap post yang tampil di laman Explore dipilih berdasarkan koneksi yang bersumber dari akun yang telah pengguna ikuti dan juga jenis foto yang biasa pengguna sukai. Dengan adanya fitur ini, pengguna diharapkan dapat menemukan akun maupun post yang sesuai dengan karakter atau ketertarikan pengguna masing-masing.

12) *Direct Message*

Direct Message atau biasa disingkat 'DM' adalah fitur bertukar pesan antar pengguna Instagram. Fitur di dalamnya mencakup bertukar pesan teks, bertukar pesan gambar, pesan suara, *videocall*, dan membagikan post yang ada di Instagram.

C. Kajian Tentang *Hashtag*

Pesatnya perkembangan media sosial saat ini, tentu para pengguna sudah tidak asing lagi dengan yang namanya hastag atau tagar. Dalam bahasa Inggris, kata majemuk *hashtag* adalah suatu label (*tag*) berupa suatu kata yang diberi awalan tanda pagar (*hash sign; number sign*) dalam pesan pada layanan mikroblog. *Hashtag* berfungsi mengarahkan pada diskusi mengenai topik tertentu. *Hash sign* belum punya padanan resmi dalam bahasa Indonesia.

Istilah tanda pagar yang biasa digunakan ternyata belum ada entrinya dalam KBBI. Di sisi lain, istilah *tag* cukup lazim dipadankan dengan tanda atau label. *Hashtag* atau tanda tagar adalah sebuah tanda baca pada awalan kata atau kalimat yang mengandung sebuah kata kunci. Layaknya penggunaan sebuah kata kunci dalam menentukan iklan digital, *hashtag* pun memiliki pengaruh dalam sebuah konten sosial media.

Istilah tanda pagar atau label tanda pagar karena pola MD (menerangkan-diterangkan) bahasa Inggris umumnya dibalik menjadi pola DM (diterangkan-menerangkan) jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Neologisme ini lahir sekitar akhir tahun 2007 sebagai konvensi khalayak dengan tujuan untuk menciptakan pengelompokan pesan dan mengambil model dari pelabelan kanal IRC (*Internet Relay Chat*).²²

Sebuah tanda inilah “#” yang biasa disebut *hashtag* adalah tanda pagar disingkat dengan tagar. Menjadi satu penanda kata, kalimat, nama seseorang, maupun peristiwa yang biasanya ditulis oleh seseorang pengguna media sosial. Mereka membubuhkan tagar diawal kata, kalimat, nama seseorang, maupun peristiwa, kata tersebut karena memang sedang ramai diperbincangkan.²³

Dengan tagar ini seseorang dapat dengan mudah mencari topik yang sedang diperbincangkan. *Hashtag* pun menjadi penyedia pengelompokkan pesan tersebut, karena hanya dengan mengetik tagar diikuti kata yang

²²Dimas Gityandraputra, *Asal usul kata "Tagar" sebagai padanan "Hashtag"*, <https://beritagar.id/artikel/tabik/asal-usul-kata-quottagarquot-sebagai-padanan-quothashtagquot>, akses pada 26 September 2020, pukul 13.45 WIB.

²³Charlie M. Sianipar, *Tagar adalah Hashtag*, <https://medium.com/@charliesianipar/tagar-adalah-hashtag-b798395a1fe2>, akses pada 26 September 2020, pukul 14.05 WIB.

diperlukan maka seseorang akan dengan mudah menemukan informasi yang dimaksud.

D. Kajian Tentang Kampanye Sosial

1. Pengertian Kampanye Sosial

Kampanye sosial adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasayarakatan dan bersifat non komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi. Maksudnya adalah kampanye sosial merupakan salah satu hal yang bisa dilakukan untuk menolong sesama manusia. Kalau dahulu kita berkampanye sosial dengan cara turun ke jalan dengan tenaga dan waktu yang lama. Kini berkat adanya media sosial masyarakat melakukan kampanye sosial melalui media online dengan media sosial salah satunya instagram.

Rogers dan Storey mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Prinsip utama dari sebuah kampanye adalah pesan komunikasi individual atau kelompok dilakukan secara terlembaga, terencana, serta adanya motivasi dan tujuan yang melatarbelakangi kampanye tersebut.²⁴

Kampanye sosial ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan berdimensi pada suatu perubahan sosial. Contohnya adalah kampanye Pulih Bersama yang dilakukan oleh pengguna instagram, hal ini

²⁴Antar Venus, *Manajemen Kampanye*, (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hal. 25.

dilakukan agar dapat membantu anak-anak, remaja dan seluruh lapisan masyarakat yang terdampak Covid-19.

2. Jenis Kampanye

Charles U. Larson membagi jenis kampanye ke dalam tiga kategori yaitu:

- a. *Product oriented campaigns* (kampanye produk atau bisnis komersil), kampanye ini bertujuan untuk pemasaran suatu produk baru serta membangun citra positif perusahaan dengan menyelenggarakan kegiatan sosial dan program kepedulian.
- b. *Candidate oriented campaigns* (kampanye kandidat politik), tujuannya yakni untuk memperoleh dukungan suatu kegiatan politik di pemerintahan. Biasanya dengan jangka waktu yang relatif singkat berkisar 3-6 bulan dan membutuhkan dana yang cukup besar.
- c. *Ideological or cause campaigns* (Kampanye yang bersifat khusus berdimensi perubahan sosial), biasanya kampanye ini disebut social change campaigns dan kegiatan kampanye sosial tersebut bersifat nonkomersil, seperti kampanye lingkungan hidup, Anti HIV aids, Anti Kekerasan, dan sebagainya.

Dari ketiga jenis kampanye tersebut dapat didefinisikan bahwa kampanye adalah suatu kegiatan sosial yang berakibat pada opini, tingkah laku, dan kebiasaan mereka terhadap suatu tergantung dengan kampanye tersebut. Maka dari itu #pulihbersama di instagram termasuk pada jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan perubahan sosial yang disebut *ideological or cause campaigns*.

3. Khalayak Kampanye

Menurut McQuail & Windahl, khalayak adalah sasaran “Sejumlah besar orang yang pengetahuannya, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye”. Khalayak adalah sasaran kampanye dan merupakan komponen paling penting dalam sebuah kampanye. Maka dari itu pengetahuan tentang khalayak akan membimbing pelaku kampanye dalam merancang “Pesan apa?”, “Untuk apa?” dan disampaikan “melalui media apa?” dan “siapa yang menyampaikan?”. Hal inilah yang menuntun pemahaman tentang khalayak akan menentukan bagaimana kampanye dilakukan dan apa hasil yang akan dicapai.

Komunikatif merupakan publik yang menjadi sasaran dalam komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung, secara langsung komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan seorang komunikan yang dialogis, mudah, efektif untuk mempengaruhi dan mengubah sikap seseorang.
- b. Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang mirip dengan komunikasi antarpersonal namun melibatkan lebih banyak khalayak.
- c. Komunikasi media massa yakni komunikasi yang melalui media massa dengan mediator.
- d. Media Online atau istilah lainnya *New Media* adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Teknologi yang digambarkan sebagai media online adalah digital, dan

sering kali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, dan tidak memihak. Macam-macam media baru adalah Internet, website, komputer multimedia, online game, dan banyak lagi. Beberapa fungsi dari media online ini seperti untuk mencari informasi, menambah ilmu pengetahuan, mencari pekerjaan, bahkan mungkin hanya untuk hiburan. Karena medianya yang semakin multifungsi maka semakin banyaklah para penggunanya.

E. Kajian Tentang Kampanye Sosial Pulih Bersama

Kampanye ini merupakan gerakan untuk mengajak masyarakat membantu anak-anak dan keluarga mereka agar bisa bertahan di situasi sulit selama masa pandemi. Kampanye ini ingin memastikan mereka mampu melalui segala tantangan sehingga bisa terus bertumbuh dan menemukan peluang baru. Covid-19 telah merubah kehidupan banyak orang, termasuk anak-anak. Di situasi pandemi seperti ini, dipaksa untuk beradaptasi secepat mungkin. Dengan semua ketidakpastian dan perubahan mendadak yang terjadi, anak-anak berada dalam situasi rentan atas berbagai risiko.

Pada Maret 2020, Save the Children mengadakan Penilaian Cepat Kebutuhan Dampak COVID-19 di 32 provinsi. Adapun lingkup yang dikaji adalah kapasitas, risiko, dan kerentanan, khususnya yang berdampak besar terhadap anak-anak di Indonesia. Penilaian ini menggunakan data primer dari survei online yang melibatkan 11.989 orangtua dan 4.698 guru. Selain itu, penilaian ini juga menggunakan data sekunder dari berbagai sumber terpercaya, seperti gugus tugas Covid-19, BPS, Kementerian, Universitas, serta sumber-sumber lainnya.

F. Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Analisis Wacana merupakan bidang ilmu pengetahuan mulai dari Ilmu Bahasa, Psikologi, Sosiologi, Politik, Komunikasi, Sastra dan sebagainya. Namun, lebih spesifik pengertian ataupun definisi serta batasan istilah wacana ini sangat beragam. Wacana adalah komunikasi lisan dan tulisan yang dilihat dari titik pandangan kepercayaan, nilai dan kategori yang masuk di dalamnya, seperti: kepercayaan yang mewakili pandangan dunia, sebuah representasi dari pengalaman. Dalam pengertian yang lebih sederhana, wacana berarti cara objek atau ide diperbincangkan secara terbuka publik sehingga menimbulkan pemahaman tertentu yang tersebar luas.

Berdasarkan pendapat inilah, wacana adalah serangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu subjek yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam suatu kesatuan koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa. Dalam konseptual teoritis, wacana diartikan sebagai domain umum dari semua pernyataan, yaitu semua ujaran atau teks yang mempunyai makna dan mempunyai efek dalam dunia nyata.

Sementara, dalam konteks penggunaannya wacana berarti sekumpulan pernyataan yang dapat diatur dengan dikelompokkan ke dalam kategori konseptual tertentu. Pengertian ini menekankan pada upaya untuk mendefinisikan struktur tertentu dalam wacana yaitu kelompok ujaran dalam suatu cara tertentu, misalnya imperialisme dalam wacana feminisme.

Sedangkan dilihat dari metode penjelasannya, wacana merupakan suatu praktik yang diatur untuk menjelaskan sejumlah pernyataan.²⁵

Teks adalah fiksasi atau pelebagaan sebuah peristiwa wacana lisan yang difiksasikan kedalam tulisan maka teks adalah lisan yang difiksasikan ke dalam bentuk teks. Teks inilah yang dapat kita artikan sebagai seperangkat tanda yang ditransmisikan dari seorang pengirim kepada seorang penerima melalui medium tertentu dan kode-kode tertentu. Seperti halnya pada kajian peneli sebuah hastag yang diberikan oleh masyarakat melalui instagram membuat pengguna mendukung sebuah kampanye pulih bersama. Maka dengan analisis wacana inilah peneliti bisa melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks.

Van Dijk mengemukakan bahwa wacana itu sebenarnya adalah bangun teoritis yang abstrak dengan begitu wacana belum dapat dilihat sebagai perwujudan fisik bahasa yang mana perwujudan bahasa adalah teks.²⁶ Pada analisis wacana ini peneliti mengusung model analisis wacana yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk inilah yang paling sering digunakan dalam berbagai penelitian teks media. Meski penelitian-penelitian wacana yang sering diteliti oleh Van Dijk adalah mengenai rasialisme, namun tidak menutup kemungkinan terhadap objek penelitian atau teks berita lainnya untuk diteliti.

²⁵Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*, (Bandung PT Rosdakarya, 2009), hal. 11.

²⁶Aris Badara, *Analisis Wacana (Teori, Metode, dan Penerapannya pada wacana Media)*, (Jakarta Kencana, 2012), hal.16.

Sama halnya dengan cuitan mengenai #pulihanbersama di instagram ini. Adapun beberapa definisi wacana menurut para ahli yakni;²⁷

1. Ismail Marahim mengartikan wacana sebagai “kemampuan untuk maju (dalam pembahasan) menurut urutan-urutan yang teratur dan semsetinya” dan “Komunikasi buah pikiran, baik lisan maupun tulisan yang resmi dan tertentu”.
2. Sudjiman mengatakan wacana disebut transaksional jika yang dipentingkan ialah “isi” komunikasi dan disebut intraksional jika yang dipentingkan hubungan timbal balik antara penyapa dan yang disapa.

Sebuah tulisan adalah sebuah wacana. Namun, apa yang dinamakan wacana tidak hanya sesuatu yang tertulis bahkan sebuah pidato pun adalah sebuah wacana. Secara umum wacana dikenal dengan wacana lisan dan wacana tulisan. Henry Guntur berpendapat “Istilah wacana dipergunakan untuk mencakup bukan hanya percakapan atau obrolan, tetapi juga pembicaraan di muka umum, tulisan, serta upaya-upaya formal seperti laporan ilmiah dan sandriwara.”

Dalam analisis wacana adanya tiga sudut pandang mengenai bahasa. Pertama, bahasa dilihat sebagai jembatan antara manusia dengan objek di luar dirinya. Jadi analisis wacana digunakan untuk menggambarkan tata aturan kalimat, bahasa, dan pengertian bersama. Wacana diukur dengan pertimbangan kebenaran atau ketidakbenaran menurut sintaksis dan semantik.²⁸ Kedua,

²⁷Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*, hal. 10.

²⁸Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2006), hal. 4.

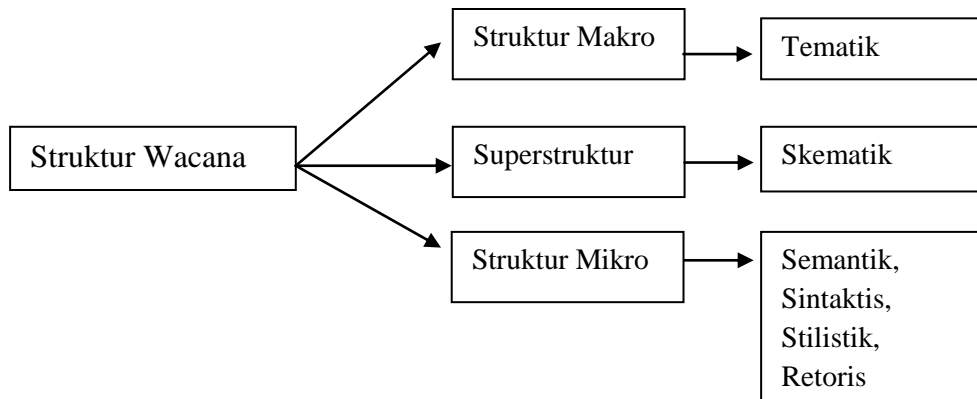
subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya.

Jadi analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud dan makna-makna tertentu. Ketiga, bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu, maupun strategi-strategi di dalamnya. Jadi analisis wacana dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa. Analisis wacana inilah yang disebut analisis wacana kritis karena menggunakan perspektif kritis.²⁹

Van Dijk melihat suatu teks terdiri dari beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membaginya dalam tiga tingkatan, yaitu Struktur Makro, Super Struktur dan Struktur Mikro. Struktur Makro adalah pemaknaan umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat tema yang diutamakan dalam suatu wacana. Super Struktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Struktur Mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase dan gambar.³⁰

²⁹Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, hal. 6.

³⁰Christiany Judhita, *Fenomena Trending Topic di Twitter: Analisis Wacana Twit #SAVEHAJILULUNG*, Penelitian Komunikasi dan Pembangunan, Vol. 16 No. 2 Desember 2015: 183-154, hal. 143.



Gambar. 2.1
Struktur Wacana Van Dijk

Van Dijk melihat suatu wacana terdiri atas berbagai struktur yang masing-masing adalah bagian yang saling mendukung.

Tabel. 2.1
Kategori Wacana Van Dijk

Struktur Makro	Merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari sebuah peristiwa.
Superstruktur	Kerangka suatu teks: bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.
Struktur Mikro	Makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase yang dipakai dan sebagainya.

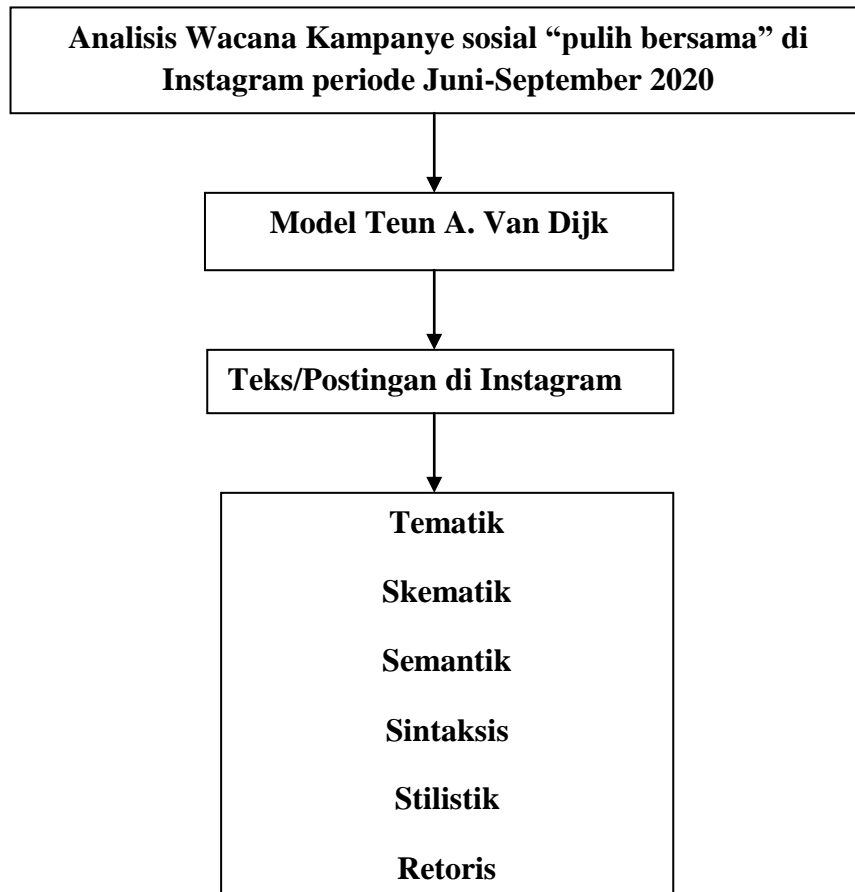
Tabel. 2.2
Elemen Wacana Van Dijk

Struktur Wacana	Yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik	Topik
Superstruktur	Skematik	Skema
Struktur Mikro	Semantik	Latar, Detail, Maksud, Praanggapan.
Struktur Mikro	Sintaktis	Betuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti
Sruktur Mikro	Stilistik	Leksikon
ruktur Mikro	Retoris	Grafis, Metafora, Ekspresi.

Dalam pandangan Van Dijk, segala teks bisa dianalisis dengan menggunakan elemen tersebut. Meski terdiri atas berbagai elemen, semua elemen itu merupakan suatu kesatuan, saling berhubungan dan mendukung satu sama lain.

G. Kerangka Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan draf sebagai berikut:



Gambar. 2.2
Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran ini, peneliti menganalisis kampanye sosial di Instagram “pilih bersama” pada bulan Juni-September 2020. Oleh sebab itu peneliti memfokuskan penelitian ini hanya pada bulan Juni-September 2020 dengan model analisis wacana Teun A. Van Dijk. Teori ini memiliki 6 elemen yakni; Tematik, Skematik, Semantik, Sintaksis, Stilistik, Retoris.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kritis dan mempunyai pandangan tertentu bagaimana media harus dipahami dalam keseluruhan proses produksi dan struktur sosial. Pendekatan kritis berpandangan bahwa realitas yang teramati merupakan realitas “semu” yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya dan ekonomi politik. Sedangkan secara etimologis pendekatan kritis memahami hubungan antara peneliti dengan realitas yang diteliti selalu dijembatani oleh nilai-nilai tertentu.

Analisis wacana berpretensi memfokuskan pada pesan tersembunyi. Begitu banyak teks komunikasi disajikan secara implisit. Makna suatu pesan dengan demikian tidak bisa hanya ditafsirkan sebagai apa yang tampak nyata dalam teks, namun harus di analisis dari makna yang tersembunyi. Pretensi analisis wacana adalah pada muatan, nuansa, dan makna yang tersembunyi dalam teks.³¹

Pandangan *axiologis* pendekatan kritis percaya bahwa nilai, etika dan pilihan moral merupakan bagian tak terpisahkan dari suatu penelitian. Peneliti menempatkan diri sebagai *transformative, intellectual, advocat* dan aktivis. Tujuan penelitiannya adalah kritik sosial, transformasi, emansipasi, perubahan sosial dan *social empowerment*. Berdasarkan pendekatan metodologis pendekatan kritis bersifat *participative*, yakni mengutamakan analisis

³¹Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, hal. 70.

komprehensif, kontekstual dan *multilevel analysis* yang bisa dilakukan melalui penempatan diri sebagai aktivis atau partisipan dalam proses transformasi sosial.³²

Melalui pendekatan kritis ini, peneliti ingin melihat apa saja yang menjadi tolak ukur sebuah kampanye sosial serta yang salah dalam masyarakat seperti ketidakadilan, kekerasan, pembatasan serta diskriminasi dalam wacana #pulihbersama di instagram. Lalu, isi pesan yang diteliti dalam penelitian ini adalah semua postingan #pulihbersama yang merupakan kampanye sosial di media sosial. Dari semua postingan ini kemudian diambil beberapa postingan yang dapat mewakili untuk dianalisis.

B. Unit Penelitian

Unit dalam penelitian ini adalah akun yang menggunakan #pulihbersama yang mencakup teks dalam postingan yang disertai *hashtag* pulih bersama periode bulan Juni hingga September 2020. Serta terdapat 9 postingan yang menjadi objek analisis di intagram; @zackiarfan (08 Juni 2020), @savethechildren_id (23 Juni 2020), @pelaribaikofficial (17 Juli 2020), @savethechildren_id (23 Juli 2020), @savethechildren_id (24 Juli 2020), @fikafirlias (25 Juli 2020), @temanku.id (28 Juli 2020), @maweytoar (07 Agustus 2020), @savethechildren_id (06 September 2020). Kemudian setiap postingan akan dianalisis sesuai dengan struktur wacana Van Dijk.

³²Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 52.

C. Tahap Penelitian

Ada beberapa proses yang akan peneliti jalani dalam penelitian ini, meliputi:

a. Menentukan tema

Dalam penelitian ini tidak semua postingan yang menggunakan #puluhbersama dijadikan penelitian. Oleh karena itu, peneliti terlebih dahulu harus memilih dan menentukan tema atau sub bahasan yang kental dengan wacananya.

b. Mengumpulkan data

Setelah ditentukan sub bahasan, kemudian dipilih kalimat-kalimat yang menunjukkan bagaimana wacana itu ditampilkan, misalnya dengan menampilkan cara bicaranya, kalimat yang diucapkannya, serta permasalahan sosial yang menjadi pokok wacana. Kalimat-kalimat tersebut dikumpulkan dan selanjutnya dianalisis berdasarkan analisis wacana kritis model Van Dijk.

Dalam penelitian ini pengumpulan data akan menggunakan dua teknik yaitu:

1. Observasi (pengamatan)

Teknik ini akan dilaksanakan dengan membaca secara cermat teks berupa *caption* pada postingan yang menggunakan #puluhbersama. Setiap aspek dari teks tersebut mulai dari pemilihan diksi, gaya bahasa, penekanan, alur, topik, tema, dan lain-lain. Utamanya pada bagian-bagian yang mencantumkan anti kekerasan pada anak dan perempuan.

2. Dokumentasi

Teknik ini menekankan pada pengumpulan data-data yang berupasc^{creenshot} postingan, jurnal, maupun rekaman-rekaman audiovisual yang berkaitan dengan objek penelitian.

c. Penyajian Data

Peneliti menggunakan metode induktif dalam menyajikan data yang diperoleh, yaitu dengan membedah persoalan secara khusus, yaitu unsur-unsur pesan dalampostingan#pulihbersama di instagram.

d. Analisis Data

Analisis data adalah proses pengaturan urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis data-data yang dikumpulkan melalui metode naratif, yaitu menguraikan fakta-fakta yang terkandung secara urut dan menyeluruh.

Metode analisis yang digunakan peneliti adalah model Teun A. Van Dijk. Model ini menjelaskan bahwa wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus diamati. Selain itu dengan analisis ini dapat dilihat pula bagaimana sebuah teks diproduksi, sehingga kita memperoleh pengetahuan. Analisis model Van Dijk ini melihat faktor teks sebagai elemen penting dalam wacana.

Dalam penelitian ini dilakukan peneliti berdasarkan kebutuhan analisis yang mana analisis yang dilakukan meliputi: data berupa

screenshot atau *screenshot* teks pada postingan yang menggunakan *hashtag* pulih bersama periode bulan Juni hingga September 2020.

Mengingat penelitian yang dilakukan adalah analisis terhadap wacana teks di instagram, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *purposive sampling* atau sampel bertujuan, kemudian dikategorikan berdasarkan konteks-konteks yang muncul selama pengamatan peneliti. Dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan semua postingan dengan *hashtag* pulih bersama di instagram. Postingan ini kemudian dikategorikan berdasarkan struktur wacana Van Dijk. Adapun pengakategoriannya adalah sebagai berikut:

- a. Struktur Makro : Hal yang diamati adalah Tematik yang merupakan penggambaran topik pada postingan yang menggunakan hastag pulih bersama.
- b. Superstruktur : Hal yang diamati adalah Skematik yakni susunan dan rangkaian pendapat dari postingan *hashtag* pulih bersama.
- c. Struktur Mikro : Hal yang diamati adalah Semantik yakni makna yang ditekankan dalam postingan *hashtag* pulih bersama. Sintaksis yakni gambaran pendapat yang disampaikan dalam seringkali digunakan dalam postingan *hashtag* pulih bersama dan Retoris yakni gambaran ataupun cara dan penekanan dalam postingan *hashtag* pulih bersama. Masing-masing elemen ini memiliki spesifikasi kajian dimana melingkupi pengamatan

terhadap tema, skema, makna kata, pendapat dan penekanan katadalam postingan *hashtag* pulih bersama yang diteliti. Setelah data dikategorikan sesuai dengan struktur tersebut, data yang adakemudian dianalisis secara deskriptif guna menjawab pertanyaandari penelitian ini.

e. Intrepretasi Data

Menurut Patton intrepretasi data yaitu pemberian arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi uraian. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba memberikan penilaian serta intrepretasi reflektif terhadap berbagai temuan data selama proses penelitian.³³

D. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2021 hingga selesai. Penelitian ini dilakukan di media sosial instagram. Dengan menggunakan analisis wacana dari Teun A. Van Dijk. Objek penelitian hanya pada #pulihbersama di instagram.

³³Lexy J Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 280.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

Kampanye pulih bersamapertama kalinya muncul tahun 2020 merupakan gerakan yang diusung oleh organisasi *save the children* yang berdiri sejak tahun 1976 kampanye ini untuk mengajak masyarakat, membantu anak-anak dan keluarga mereka agar bisa bertahan di situasi sulit selama masa pandemi. Melalui kampanye ini, masyarakat diharapkan mampu melalui segala tantangan sehingga bisa terus bertumbuh dan menemukan peluang baru, karenanya Covid-19 telah merubah kehidupan banyak orang, termasuk anak-anak. Di situasi pandemi seperti ini, kita dipaksa untuk beradaptasi secepat mungkin, dan dengan semua ketidakpastian dan perubahan mendadak yang terjadi, anak-anak berada dalam situasi rentan atas berbagai risiko. Poster kampanye dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar. 4.1
Poster Kampanye Sosial Pulih Bersama

Pada 10-27 Maret 2020, Save the Children mengadakan Penilaian Cepat Kebutuhan Dampak COVID-19 di 32 Provinsi. Adapun lingkup yang dikaji

adalah kapasitas, risiko, dan kerentanan, khususnya yang berdampak besar terhadap anak-anak di Indonesia. Penilaian ini menggunakan data primer dari survei online yang melibatkan 11.989 orang tua dan 4.698 guru. Selain itu, penilaian ini juga menggunakan data sekunder dari berbagai sumber terpercaya, seperti gugus tugas COVID-19, BPS, kementerian, universitas, serta sumber-sumber lainnya. Berikut adalah beberapa temuan kunci dari penilaian tersebut.

Sejarah dimulai pada tahun 1919, ketika Eglantyne Jebb meluncurkan Save the Children Fund di London setelah Perang Dunia I, yang menjadi gerakan global pertama untuk anak-anak. Suara lantang berbicara untuk anak-anak, Jebb pun menyusun konsep Deklarasi Hak Anak dan konsep tersebut kemudian diadopsi oleh PBB pada tahun 1989 sebagai Konvensi PBB tentang Hak Anak. Itu menjadi yang pertama perjanjian hak asasi manusia yang diterima secara universal dalam sejarah.

Gerakan *save the children* di Indonesia, Save the Children telah beroperasi sejak 1976. Pada 2014, Yayasan Sayangi Tunas Cilik muncul sebagai identitas lokal dari Save the Children di Indonesia dan terdaftar resmi melalui Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (KEMENKUMHAM) Republik Indonesia No. AHU-01712.50.10.2014. Salah satu manifestasi dari kepedulian, keberpihakan pada anak dan kaum perempuan adalah melalui #puluhbersama di media instagram yang muncul sebagai bentuk kepedulian pada anak dan perempuan pada saat pandemi Covid-19 sejak tahun 2020.

B. Penyajian Hasil Penelitian

Sebagaimana disebutkan di latar belakang kampanye pulih bersama yang dilakukan oleh organisasi Save The Children Indonesia dengan mengusung #pulihbersama melalui media instagram merupakan suatu bentuk ajakan untuk mengurangi maupun mencegah kekerasan pada anak dan perempuan pada masa pandemi Covid-19.

Latar belakang munculnya *hashtag* ini adalah karena pandemi Covid-19 dengan segala dampak yang muncul yang dimaksudkannya telah menjelma menjadi fenomena yang meresahkan masyarakat. *Hashtag* pulih bersama merupakan postingan orang-orang yang ikut berkampanye menggunakan *hashtag* tersebut di instagram, baik berupa teks, gambar maupun audio visual yang disertai teks. Berikut adalah tampilan postingan #pulihbersama di instagram yang sudah mencapai 1000+ postingan menggunakan #pulihbersama yang ikut berkampanye di tengah pandemi Covid-19.



Gambar. 4.2
Postingan Kampanye Pulih Bersama Di Instagram

Pada bab ini, penulis akan melakukan analisis wacana pada postingan-postingan yang berkaitan dengan kampanye pulih bersama di instagram periode Juni hingga September 2020 dengan menggunakan analisis wacana

Teun A. Van Dijk. Setelah menelusuri postingan pada periode ini, terdapat 9 postingan yang tema kekerasan pada anak dan perempuan, seperti tergambar pada table 4.1 di bawah ini.

Tabel. 4.1
Daftar postingan kampanye sosial #pulihanbersama (anti kekerasan) di instagram periode Juni-September 2020

No.	Nama Akun	Tanggal Postingan	Tema Postingan
1	@zackiarfan	08 Juni 2020	Keadaan anak-anak yang ditinggalkan oleh orangtuanya dalam keadaan pandemi Covid-19.
2	@savethechildren_id	23 Juni 2020	Kisah Tifan yang terus berusaha mewujudkan mimpi di tengah pandemi, walau tanpa dukungan orangtua.
3	@pelaribaikofficial	17 Juli 2020	Anak-anak rentan mendapat kekerasan dan eksploitasi.
4	@savethechildren_id	23 Juli 2020	Kasus penelantaran ibu dan anak yang dilakukan suami yang semakin meningkat dimasa pandemi Covid-19.
5	@savethechildren_id	24 Juli 2020	Kekerasan verbal terhadap anak di masa pandemi.
6	@fikafirlis	25 Juli 2020	Perkawinan anak usia dini meningkat itu artinya eksploitasi terhadap anak meningkat saat pandemi Covid-19.
7	@temanku.id	28 Juli 2020	Kekerasan pada anak di rumah selama masa pandemi Covid-19.
8	@maweytoar	07 Agustus 2020	Kekerasan pada anak di rumah selama masa pandemi Covid-19.
9	@savethechildren_id	06 September 2020	Hak anak penyandang disabilitas.

1. Analisis Wacana Pada Postingan Akun @zackiarfan (08 Juni 2020)

Tabel. 4.2
Postingan Akun @zackiarfan (08 Juni 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Keadaan anak-anak yang ditinggalkan oleh orangtuanya dalam keadaan pandemi Covid-19.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Dengan adanya update data kasus Covid-19 membuat @zackiarfan ikut kampanye sosial menggunakan #pulihanbersama. Nasib anak-anak yang kehilangan orangtua karena corona dan mendapatkan perlakuan kurang menyenangkan karena stigma.
Struktur Mikro	Semantik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	<p><i>Latar Belakang:</i> Kasus Covid-19 yang semakin meningkat dan memakan banyak korban, sehingga membuat anak-anak ditinggalkan (meninggal) oleh orangtuanya dan harus menghadapi stigma masyarakat ditengah kesedihan dan kedukaan yang dalam.</p> <p><i>Detail:</i> Pada postingan yang mendapat 365 like di Instagram, akun @zackiarfan ini mengkhawatirkan keadaan anak-anak yang ditinggalkan orangtuanya dan bagaimana mereka beradaptasi dalam kondisi pandemi. Akun ini menggunakan #pulihanbersama agar orang-orang ikut berdonasi untuk membantu anak-anak yang mengalami kekerasan secara ekonomi maupun perlakuan masyarakat dengan stigma buruk terhadap keluarga mereka yang terdampak Covid-19.</p> <p><i>Maksud:</i> Bahwasannya anak-anak yang mengalami kesedihan dan kedukaan yang mendalam, mereka rentan terhadap stigma masyarakat terkait dampak Covid-19 yang menular. Mereka sulit beradaptasi dan harus menghadapi stigma yang diberikan oleh masyarakat, sedangkan mereka butuh perhatian lebih/khusus saat ini.</p> <p><i>Pranggapan:</i> Kasus Covid-19 yang membuat banyak anak yang ditinggalkan</p>

		(meninggal) karena menjadi korban Covid-19, sehingga anak-anak harus menghadapi stigma.
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	<p><i>Bentuk Kalimat:</i> @zackiarfan menjelaskan terkait kasus Covid-19 dengan menyertakan beberapa gambar dengan tulisan yang dibuat oleh organisasi <i>Save The Children</i>.</p> <p><i>Kalimat:</i> Zacki menjelaskan update data korban Covid-19 selama ini hanya dianggapnya sebagai data saja, namun pada kenyataannya data tersebut memiliki makna berbeda bagi mereka yang terdampak langsung.</p> <p>Zacki menjelaskan bahwa ia membaca berita tentang Covid-19 dan ia tidak pernah berpikir jauh bagaimana nasib keluarga terutama anak-anak yang orangtuanya menjadi korban Covid-19.</p> <p>Ia menjelaskan bahwa anak-anak seringkali mendapat perlakuan kurang menyenangkan (kekerasan verbal/nonverbal karena stigma.</p> <p><i>Kata Ganti:</i> “Mereka” kata mereka disini menunjukkan korban Covid-19.</p>
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Pada postingan ini Zacki menyebutkan kata “Kelurganya” disini dijelaskan bahwa yang termasuk dalam keluarga adalah orangtua dan anak-anak, dan pada postingan ini mengaskan bahwa anak-anak adalah yang paling dikhawatirkan nasibnya ketika ditinggalkan oleh orangtuanya saat pandemi ini.
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Eks presi)	Postingan yang diunggah oleh akun @Zackiarfan pada tanggal 08 Juni 2020 dengan menggunakan #pulihbersama, dalam rangka ikut berkampanye sosial di Instagram.

Adapun hasil analisis wacana yang dilakukan oleh penulis pada postingan akun @zackiarfan (08 Juli 2020) sesuai dengan struktur wacana model Van Dijk:

a. Struktur Tematik

Elemen ini merujuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa disebut sebagai gagasan dari suatu teks atau suatu tema maupun topik, yakni menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh akun @zackiarfandi instagram. Peneliti mengamati topik yang disajikan adalah menyampaikan anak-anak yang ditinggalkan oleh orangtuanya dalam keadaan pandemi Covid-19 menjadi anak yang rentan terhadap stigma. Tidak diketahui dengan pasti pola asuh anak dalam sebuah keluarga, namun sangat jelas anak-anak yang orangtuanya meninggal akibat virus corona akan mengalami kesedihan dan kedukaan yang mendalam. Hal ini menjadikan anak-anak mendapat perlakuan kurang menyenangkan karena stigma yang ada di masyarakat.

b. Struktur Skematik

Dari alur yang terdapat pada teks *caption* postingan @zackiarfan ini menunjukkan adanya update data kasus Covid-19 membuat @zackiarfan ikut kampanye sosial menggunakan #pulihbersama. Nasib anak-anak yang kehilangan orangtua karena corona dan mendapatkan perlakuan kurang menyenangkan karena stigma. Menurut Van Dijk merupakan sangat penting sebuah skema untuk mendukung topik tertentu yang disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu.³⁴ Sama halnya dalam postingan Zacki, ia menyampaikan pesan dengan menuliskan pendapatnya terlebih dahulu kemudian menyampaikan realita sesuai keadaan saat ini, dan diakhir postingan ia

³⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, hal. 234.

menyertakan #pulihanbersama sebagai tanda ia mengikuti kampanye sosial agar dapat membantu anak-anak yang mengalami kekerasan serta ketidakadilan.

c. Struktur Semantik

Pada elemen ini penulis ingin menekankan makna yang ingin disampaikan oleh akun @zackiarfan dengan melihat latar belakang yakni kasus Covid-19 yang semakin meningkat dan memakan banyak korban, sehingga membuat anak-anak ditinggalkan (meninggal) oleh orangtuanya dan harus menghadapi stigma masyarakat ditengah kesedihan dan kedukaan yang dalam. Pada postingan yang mendapat 365 *like* di Instagram, akun @zackiarfan ini khawatir terhadap keadaan anak-anak yang ditinggalkan orangtuanya dan bagaimana mereka beradaptasi dalam kondisi pandemi. Akun ini menggunakan #pulihanbersama agar orang-orang ikut berdonasi untuk membantu anak-anak yang mengalami kekerasan secara ekonomi maupun perlakuan masyarakat dengan stigma buruk terhadap keluarga mereka yang terdampak Covid-19.

Bahwasannya anak-anak yang mengalami kesedihan dan kedukaan yang mendalam, mereka rentan terhadap stigma masyarakat terkait dampak Covid-19 yang menular. Mereka sulit beradaptasi dan harus menghadapi stigma yang diberikan oleh masyarakat, sedangkan mereka butuh perhatian khusus di tengah pandemi.

d. Struktur Sintaksis

Pada elemen sintaksis menjelaskan bagaimana sebuah kata ataupun kalimat disusun menjadi sebuah kesatuan arti. Dalam postingan akun @zackiarfan menjelaskan terkait kasus Covid-19 dengan menyertakan beberapa gambar dengan tulisan yang dibuat oleh organisasi Save The Children. Zacki menjelaskan *update* data korban Covid-19 selama ini hanya dianggapnya sebagai data saja, namun pada kenyataannya data tersebut memiliki makna berbeda bagi mereka yang terdampak langsung. Ada elemen koherensi yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik akun @zackiarfan melalui postingannya.

“Angka sebagai pengingat untuk waspada. Tetapi, diskusi dengan seorang teman membuat saya sadar. Bagi mereka yang terdampak langsung, data ini mempunyai makna berbeda.”

Pada kata yang digaris bawahi menunjukkan makna yang berlainan dengan pendapatnya di awal yang beranggapan bahwa update data kasus Covid-19 hanyalah sebuah angka semata.

Selanjutnya pada teks *caption* juga terdapat koherensi hubungan sebab-akibat dan akibat-sebab dari sebuah peristiwa.

“Belum lagi jika mendapat perlakuan kurang menyenangkan karena stigma.”

Selain itu, pada kata “karena” ini menunjukkan fakta bahwa anak-anak rentan terhadap stigma masyarakat mengenai kasus Covid-19 ini. Sedangkan perlakuan kurang menyenangkan bisa berupa kekerasan verbal/nonverbal terjadi akibat dari stigma.

Kemudian pada teks yang dikemas dalam format jpeg pada postingan ini juga terdapat koherensi hubungan sebab-akibat dan akibat-sebab dalam sebuah caption dan postingan pada gambar berupa teks.

“Dengan persentase kematian yang masih 6% dari jumlah terkonfirmasi Covid-19, maka diperkirakan jumlah orang yang meninggal akan bertambah, yang berarti bertambah pula anak yang menjadi yatim atau piatu”

Pada teks di atas menunjukkan akibat-sebab yang terjadi yakni akibat dari persentase kematian yang masih 6% dari jumlah terkonfirmasi artinya menyebabkan orang yang meninggalpun bertambah.

“Tidak diketahui pasti bagaimana kapasitas keluarga mereka dalam mengasuh anak. Tetapi jelas bahwa anak akan mengalami kesedihan dan kedukaan yang dalam. Mereka juga rentan menghadapi stigma.”

Penggunaan kata yang bergaris bawah menunjukkan adanya kata ganti “mereka” yang menunjukkan sebuah kelompok yang disebut anak-anak.

Kemudian bentuk kalimat yang digunakan dalam wacana pada *caption* postingan @zackiarfan adalah kalimat langsung, kalimat langsung ini adalah gagasan yang langsung disampaikan oleh pengunggah postingan melalui akun pribadi instagramnya dan terdapat penegasan, yakni;

“Selama ini update data kasus Covid-19 bagi saya hanyalah angka.” Dan pernyataan pada kalimat; “....saya Tidak pernah berpikir jauh bagaimana nasib keluarganya ke depan, terutama anak-anak.”

e. Struktur Stilistik

Elemen ini mencari makna yang ingin disampaikan oleh pemilik postingan pada pemilihan kata yang digunakannya.

“Selama ini update data Covid-19 bagi saya **hanyalah** angka. Angka sebagai pengingat untuk tetap waspada. Tetapi, diskusi dengan seorang teman membuat saya sadar. Bagi mereka yang terdampak langsung, data ini punya makna berbeda.

Penggunaan kata ‘hanyalah’ pada kalimat pernyataan di atas menunjukkan bahwa ia sedikit meremehkan data korban Covid-19 yang di *update* pemerintah.

Ketika membaca berita **ttg kematian** karena Covid-19, saya tidak pernah berpikir jauh bagaimana nasib **keluarganya** ke depan, terutama anak-anak.

Lalu, penggunaan kata ‘tentang’ yang disingkat menjadi ‘ttg’ sebaiknya ditulis secara utuh sesuai dengan kaidah penulisan. Bagaimana anak-anak bisa melalui kondisi kehilangan karena Corona? Belum lagi jika mendapat perlakuan kurang menyenangkan karena stigma. Bagaimana anak-anak harus beradaptasi dengan kondisi pandemi (sebagai **org** dewasa yang harusnya matang dalam emosi saja, rasanya cukup sulit untuk beradaptasi dengan keadaan pandemi ini.)”

Penyingkatan kata juga terdapat pada kalimat di atas; orang yang disingkat ‘org’. Hal ini tidak sesuai dengan pedoman penulisan yang berlaku di Indonesia, karena dapat membua makna menjadi rancu, seperti yang kita ketahui ‘org’ menjadi singkatan untuk menyatakan sebuah ‘organisasi’ dalam format web pemerintahan. Kemudian, pemilihan kata ‘kematian’ seharusnya menggunakan kata ‘korban’ karena pernyataan ‘kematian’ seolah-olah menyatakan bahwa yang terdampak Covid-19 harus meninggal.

“Ketika membaca berita ttg **kematian karena Covid-19**, saya tidak pernah berpikir jauh **bagaimana nasib keluarganya ke depan, terutama anak-anak.**”

Kalimat di atas adalah dampak yang sangat berpengaruh yakni kematian. Sehingga berdampak pada keluarganya terutama anak-anak, baik secara tatanan ekonomi, keseharian, mental serta kesehatan anak-anaknya.

f. Struktur Retoris

Struktur retorik merupakan *style* yang diberikan ketika seseorang menulis mengenai suatu topik. Postingan yang diunggah oleh akun @zackiarfan pada tanggal 08 Juni 2020 dengan menggunakan #pulihbersama, ini retoriknya menunjukkan ia ikut berkampanye sosial di Instagram. Pada penulisan yang diberi tanda pagar ini menunjukkan pengelempokan suatu topik yang sedang dibahas agar mudah diakses. Ini merupakan ekspresi agar khalayak memberikan perhatian lebih pada bagian #pulihbersama.

2. Analisis Wacana Pada Postingan Akun @savethechildren_id (23 Juni2020)

Tabel.4.3
Postingan Akun @savethechildren_id (23 Juni 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Kisah Tifan yang terus berusaha mewujudkan mimpi di tengah pandemi, walau tanpa dukungan orangtua.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Menjelaskan kisah Tifan, anak berumur 13 tahun yang terpaksa bekerja sebagai pengangkut sampah di tengah pandemi demi mewujudkan cita-cita.
Struktur Mikro	Semantik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	<i>Latar</i> ; adanya eksploitasi anak berumur 13 tahun yang harus bekerja di tengah pandemi Covid-19. <i>Detail</i> ; Pada paragraf 1, postingan dari akun @savethechildren_id dijelaskan

		<p>bahwa orangtua seharusnya memberikan hak pada anak berupa dukungan dalam mewujudkan mimpi mereka.</p> <p>Paragraf 2, menjelaskan salah satu anak tidak mendapat dukungan orangtua dan terpaksa bekerja demi mewujudkan mimpi di masa krisis pandemi Covid-19.</p> <p>Pada paragraf 3, Tifan yang pantang menyerah terus berusaha mewujudkan cita-citanya agar hidup menjadi lebih baik lagi dan pada kampanye ini mengajak pengguna instagram mendengarkan podcast di platform youtube dan spotify agar kita dapat membantu anak-anak yang mengalami hal yang sama dengan Tifan.</p> <p><i>Maksud:</i> Pada postingan ini bertujuan agar anak-anak seperti Tifan mendapat dukungan dari orangtua dan mendapatkan haknya dalam menggapai cita-cita demi hidup yang lebih baik lagi terutama dalam pandemi ini.</p> <p><i>Praanggapan;</i> Eksploitasi anak semakin meningkat di masa pandemi, dimana seharusnya anak-anak harusnya fokus belajar dan sekolah, terpaksa bekerja di tengah pandemi. Terlebih lagi anak-anak rentan terdampak Covid-19.</p>
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	<p><i>Bentuk Kalimat:</i> Penulis pada postingan ini menjelaskan salah satu anak yang seharusnya belajar dan fokus dengan sekolahnya harus bekerja di tengah pandemi.</p> <p><i>Koherensi:</i> Dan, Namun, Karena, Serta, Dengan.</p> <p><i>Kata Ganti;</i> Kita, Mereka.</p>
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	<p>Gaya bahasa yang digunakan akun @savethechildren_id memberikan makna mengajak masyarakat untuk pulih bersama dan bertahan dalam masa pandemi ini.</p>

Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Postingan dari akun @savethechildren_id menggunakan #pulihbersama sebanyak 3 kali, ini menunjukkan ekspresi penekanan pada kampanye pulihbersama agar jangkauan kampanye semakin luas.
----------------	--------------------------------------	--

Hasil analisis wacana yang dilakukan oleh penulis pada postingan akun @savethechildren_id (23 Juni 2020) dengan menggunakan struktur wacana Van Dijk:

a. Struktur Tematik

Elemen ini menunjukkan gambaran umum dalam suatu teks. Bisa disebut sebagai gagasan ini, ringkasan atau bagian utama suatu teks atau topik maupun tema. Dalam postingan yang di *upload* oleh akun @savethechildren_id tanggal 23 Juni 2020 mengusung tema ‘Kisah Tifan yang terus berusaha mewujudkan mimpi di tengah pandemi, walau tanpa dukungan orangtua.’

b. Struktur Skematik

Pada postingan @savethechildren_id diskemakan dalam *summery* serta *story*. Yang mana *summery* terletak pada paragraf pertama yang menggunakan pengantar ringkas untuk mengarahkan pembaca, berikut kalimat pengantar yang digunakan:

“Punya mimpi dan mendapat dukungan orangtua adalah hak yang harus didapatkan oleh anak. Namun, ada banyak anak yang kuang beruntung karena hal-hal terjadi di luar kendali mereka.”

Sedangkan *story* terletak pada paragraf kedua hingga akhir wacana, diskemakan dengan dengan situasi dan komentar. Subkategori situasi termasuk latar, yang dapat kita lihat pada bagian berikut ini:

“Kisah Tifan (13) dari Makasar menjadi salah satu contoh saja, betapa besar resiko anak-anak yang terpaksa bekerja demi mewujudkan mimpi, apalagi dalam masa krisis pandemi #COVID19 ini.”

Sedangkan subkategori komentar yang berupa komentar nonverbal dan kesimpulan penulis postingan. Serta pada paragraf terakhir berisikan ajakan untuk khalayak agar berpartisipasi dalam kampanye pulih bersama dengan menggunakan tagar pulih bersama (#pulihbersama).

Tifan yang pantang menyerah, tetap berusaha menggapai cita-cita, dan berharap hidup yang lebih baik. Apa yang bisa kita lakukan untuk mendukung Tifan dan jutaan anak Indonesia lainnya?

Gerakan #pulihbersama mengajak masyarakat membantu anak-anak dan keluarga untuk bertahan dalam masa sulit pandemi, serta memastikan mereka bisa melalui segala tantangan untuk terus bertumbuh, menemukan peluang baru, dan beradaptasi.

Covid-19 telah mengubah kehidupan banyak orang, termasuk anak-anak. Dengan semua ketidakpastian dan perubahan mendadak ini, anak-anak berada dalam situasi rentan atas berbagai risiko. Setidaknya ada 7 risiko utama yang harus dihadapi anak-anak. Kita perlu melakukan 7 aksi agar kita bisa.

c. Struktur Semantik

Latar belakang yang disampaikan dalam postingan ini ditekankan dalam ungkapan berikut ini:

“Gerakan #pulihbersama mengajak masyarakat membantu anak-anak dan keluarga untuk bertahan dalam masa sulit pandemi, serta memastikan mereka bisa melalui segala tantangan untuk terus bertumbuh, menemukan peluang baru, dan beradaptasi.”

Pada dasarnya postingan ini, diperuntukkan berkampanye sosial, dalam rangka membantu dan menanggulangi kasus di masa pandemi. Terutama kasus kekerasan serta eksploitasi pada anak dan perempuan.

Hal ini juga mengundang maksud yang ingin disampaikan dalam postingan tersebut. Melalui postingan ini diharapkan dapat membantu anak-anak yang mengalami kisah serupa dengan Tifan, yang harus

bekerja keras demi menggapai cita-cita walau tanpa dukungan keluarga dan tidak mendapatkan haknya sebagai anak.

Elemen praanggapan yang digunakan dalam kampanye yang diselenggarakan ini bukan semata-mata hanya untuk mengumpulkan dana, namun keinginan untuk melihat kepedulian dalam masyarakat sebagai makhluk sosial.

d. Struktur Sintaksis

Elemen bentuk kalimat, koherensi dan kata ganti yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan, sebagai berikut:

“Punya mimpi dan mendapat dukungan orangtua adalah hak yang harus didapatkan oleh anak. **Namun**, ada banyak anak yang kurang beruntung karena hal-hal terjadi di luar kendali mereka.”

“Tifan yang pantang menyerah, tetap berusaha menggapai cita-cita, dan berharap hidup yang lebih baik. Apa yang bisa kita lakukan untuk mendukung Tifan **dan** jutaan anak Indonesia lainnya?”

“Gerakan #pulihbersama mengajak masyarakat membantu anak-anak dan keluarga untuk bertahan dalam masa sulit pandemi, serta memastikan **mereka** bisa melalui segala tantangan untuk terus bertumbuh, menemukan peluang baru, dan beradaptasi.”

“Setidaknya ada 7 risiko utama yang harus dihadapi anak-anak. **Kita** perlu melakukan 7 aksi agar kita bisa #pulihbersama.”

Terdapat koherensi pembeda yakni pada kata “Namun”. Terlihat pada kalimat ‘...mendapat dukungan orangtua adalah hak yang harus didapatkan oleh anak. **Namun**, ada banyak anak yang kurang beruntung karena hal-hal terjadi di luar kendali mereka.’

Kalimat di atas dukungan orangtua adalah hak yang harus didapatkan oleh anak dengan kalimat ada banyak anak yang kurang

beruntung karena hal-hal terjadi di luar kendali, ini memiliki fakta yang berbeda. Merupakan koherensi ‘namun’ dari kalimat sebelum dan sesudahnya merupakan fakta yang berbeda ini tampak koheren.

“Tifan yang pantang menyerah, tetap berusaha menggapai cita-cita, dan berharap hidup yang lebih baik. Apa yang bisa kita lakukan untuk mendukung Tifan **dan** jutaan anak Indonesia lainnya?”

Kemudian penggunaan koherensi ‘dan’ yang merupakan koherensi penghubung dengan tujuan agar kalimat menjadi sinkron dengan tujuan yang sama.

“ Serta memastikan **mereka** bisa melalui segala tantangan untuk terus bertumbuh, menemukan peluang baru, dan beradaptasi.”

“Setidaknya ada 7 risiko utama yang harus dihadapi anak-anak. **Kita** perlu melakukan 7 aksi agar kita bisa #pulihbersama.”

Kata ganti “mereka” menyatakan ketidaksamaan pendapat antara pemilik akun @savethechildren_id dengan orang yang mengalami keadaan tersebut. Hal ini menunjukkan akun ini tidak ikut serta, artinya bukan bagian dari mereka. Akun tersebut hanya sebagai penggerak kampanye dan sebagai orang yang menyaksikan dan memperhatikan.

Kata ganti “kita” menciptakan makna suatu komunitas, yang berpartisipasi dalam kampanye ini. Sehingga menciptakan sikap komunikator dalam paragraf 5 melalui *caption* postingan akun @savethechildren_id.

e. Struktur Retoris

Elemen ini merupakan *style* yang digunakan saat berbicara atau menulis bagaimana penekanan dilakukan. Pada postingan ini retorisnya tampak pada audio kisah Tifan yang dikemas dalam bentuk video yang

berdurasi 1 menit 21 detik. Karena pada hakikatnya instagram merupakan platform yang dapat mengupload foto, audio hingga audio dalam satu postingan. Hal inilah yang membuat kampanye di media sosial menjadi menarik dan mudah diakses.

3. Analisis Wacana Pada Postingan Akun @pelaribaikofficial (17 Juli 2020)

Tabel. 4.4
Postingan Akun @pelaribaikofficial (17 Juli 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Anak-anak rentan mendapat kekerasan dan eksploitasi.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Risiko yang harus dihadapi anak-anak selama pandemi berupa, kekerasan secara fisik, psikis, seksual, eksploitasi hingga kekerasan ekonomi.
Struktur Mikro	Semantik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	Kasus kekerasan dan eksploitasi anak ditengah pandemi ini harusnya menurun, dan anak-anak mendapat hak untuk sekolah dan menggapai cita-cita. Bahwa salah satu faktor anak-anak mendapat kekerasan dan eksploitasi adalah kesulitan ekonomi. Teks ini bertujuan untuk mengajak orang-orang untuk membantu anak-anak melalui gerakan pulih bersama. Banyaknya risiko yang menjadikan anak-anak rentan mendapatkan kekerasan dan eksploitasi, terutama di tengah masalah ekonomi di masa pandemi ini.
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	Penulis postingan mengajak orang-orang untuk ikut gerakan #racetosave dalam rangka mengumpulkan donasi agar dapat melancarkan kampanye pulih bersama, terutama pada anak-anak.
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Makna yang ingin disampaikan pada teks <i>caption</i> postingan ini adalah risiko yang harus dihadapi anak-anak sangat banyak selama pandemi ini.

Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Merupakan gaya pemberian informasi dari penulis agar kampanye dapat disampaikan dengan baik.
----------------	--------------------------------------	--

Adapun hasil analisis wacana yang dilakukan oleh penulis pada postingan akun @pelaribaikofficial (17 Juli 2020) sesuai dengan struktur wacana model Van Dijk:

a. Struktur Tematik

Pada dasarnya struktur ini membahas mengenai topik dalam suatu teks wacana. Dalam wacana kampanye sosial melalui instagram yang diposting oleh akun @pelaribaikofficial pada 17 Juli 2020 yang lalu, peneliti mengamati tema yang diberikan adalah mengenai risiko harus dihadapi oleh anak-anak selama masa pandemi Covid-19 serta mengajak masyarakat untuk saling membantu agar dapat pulih bersama di masa pandemi ini.

b. Struktur Skematik

Postingan akun @pelaribaikofficial diskemakan dengan pengantar sebagai berikut:

“Nyatanya, banyak resiko yang harus dihadapi anak-anak selama pademi.”

Pada bagian isi, penulis memberikan pendapat bahwa ia tidak terbanyang bagaimana nasib anak-anak yang kesulitan ekonomi, tidak bisa sekolah bahkan kehilangan orangtuanya di tengah masa sulit ini. Bahkan tidak seharusnya menghadapi situasi seperti ini sendirian.

Kemudian dicantumkan pertanyaan pada kalimat selanjutnya sebagai berikut: “siapa nih yang tergerak untuk ikutan setelah baca alasan di atas?”

Kalimat inilah yang menjadikan khalayak tergerak untuk mencari tahu lebih jauh lagi mengenai kampanye sosial tersebut. Menggunakan #pulihanbersama dan berkolaborasi dengan #racetosave, agar dapat mengajak orang-orang untuk dapat segera pulih di tengah pandemi, terutama bagi anak-anak yang mendapat kekerasan serta eksploitasi.

c. Struktur Semantik

Pada struktur ini, akun @pelaribaikofficial ingin menekankan elemen maksud pada teks *caption* yang berbunyi:

“Untuk itu, bersama @savethechildren_id kami mau mengajakmu berlari di seri Evolve #RacetoSAVE dan bantu mereka #pulihanbersama”

Terlihat jelas tujuan pada postingan ini, yakni mengajak masyarakat untuk ikut kampanye dan saling membantu, terutama membantu anak-anak dan perempuan yang membutuhkan dengan cara berlari di seri Evolve. Hal ini merupakan salah satu cara bagi orang-orang yang ingin membantu mengumpulkan donasi untuk membantu anak-anak yang mengalami kekerasan ekonomi, ditinggalkan orangtua, hingga mengalami eksploitasi.

d. Struktur Sintaksis

Pada elemen ini menjelaskan bagaimana kalimat disusun hingga menjadi kesatuan makna. Elemen koherensi pada struktur ini digunakan

untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin diberikan oleh akun @pelaribaikofficial, sebagai berikut:

“Terbayang yabagaimananasib anak-anak yang kesulitan ekonomi, tidak bisa sekolah, **bahkan** kehilangan orangtuanya di tengah pandemi ini.”

Kata yang digaris bawah merupakan konjungsi yang memberikan penekanan, bahwa anak-anak pada masa pandemi rentan karena kehilangan orangtua mereka. Rentan terhadap kekerasan secara fisik, psikis, ekonomi bahkan mengalami eksploitasi.

“**untuk itu**, bersama @savethechildren_id **kami** mau mengajakmu berlari di seri Evolve #RacetoSAVE dan bantu **mereka** #pulihanbersama.”

Kemudian pada kata “untuk itu” yang merupakan koherensi pembeda yang menyatakan pertalian antar kalimat yang sebelumnya dengan kalimat selanjutnya hingga membuat kalimat menjadi koheren.

Selanjutnya penggunaan kata ganti meyakinkan bahwa akun @pelaribaikofficial merupakan akun komunitas bukan akun personal. Kata ganti ‘kami’ memberikan kesan imajinatif dan memberi isyarat sikap yang dilakukan bersama-sama.

Pada kata “mereka” ini memberikan jarak antara pengunggah postingan dengan anak-anak yang membutuhkan bantuan. Artinya akun @pelaribaikofficial bukan bagian dari orang-orang yang membutuhkan bantuan.

e. Struktur Stilistik

Elemen ini merupakan pencarian makna yang ingin disampaikan penulis pada khalayak dengan memperhatikan pemilihan kata yang digunakan.

“Nyatanya, banyak **resiko** yang harus dihadapi anak-anak selama pandemi.”

Menurut peneliti, pemilihan kata yang digaris bawah sering kali diucapkan dengan kata ‘resiko’, harusnya diganti dengan kata ‘risiko’ yang sesuai dengan KKBI.

“nasib anak-anak yang kesulitan ekonomi, tidak bisa sekolah, bahkan kehilangan orangtuanya di tengah pandemi ini.”

Makna yang ditekankan pada kalimat di atas adalah keadaan anak-anak yang kesulitan ekonomi, tidak bisa sekolah dan kehilangan orangtuanya, mereka tidak dapat berbuat apa-apa di tengah pandemi ini. Terlebih apabila telah kehilangan orangtua, sudah dipastikan mereka kesulitan menopang hidup di tengah pandemi.

f. Struktur Retoris

Retoris pada postingan ini nampak pada foto yang menyertai postingan ini. Kampanye yang dimuat untuk membantu anak-anak di tengah pandemi Covid-19 ini. Terlihat 4 orang anak yang berdiri bergandengan dengan 2 orang anak yang mengenakan seragam sekolah dasar, dan 2 orang anak lainnya mengenakan pakaian biasa. Kemudian terdapat kalimat sebagai berikut:

“Mereka Rentan, Anak-anak rentan mendapat kekerasan dan eksploitasi. Sebagian mereka juga tinggal di daerah rawan bencana.”

Sesuai dengan tujuan dari kampanye pulih bersama untuk mencegah dan menanggulangi kekerasan serta eksploitasi pada anak dan perempuan.

4. Analisis Wacana Pada Postingan Akun @savethechildren_id (23 Juli 2020)

Tabel. 4.5
Postingan Akun @savethechildren_id (23 Juli 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Kasus penelantaran ibu dan anak yang dilakukan suami yang semakin meningkat dimasa pandemi Covid-19.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Menjelaskan dimana kasus penelantaran pada ibu dan anak meningkat, salah satu sebab karena pandemi Covid-19.
Struktur Mikro	Semantik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	Adanya kasus penelantaran ibu dan anak Pada teks video menampilkan informasi terkait kasus yang ditangani secara utuh. Sama halnya dengan skema bahwasannya teks ini bertujuan untuk menyampaikan adanya peningkatan persentase kasus penelantaran pada anak dan perempuan. Kasus penelantaran atau kekerasan pada ibu dan anak meningkat.
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	Diaman penulis menjelaskan terkait kasus penelantaran dengan dilengkapi video penjelasan terkait kasus yang ia tangani. Menjelaskan adanya keterkaitan atau hubungan keseluruhan klaimat.
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Suaminya (pelaku) bahwasannya menegaskan dari identitas atau status dari pelaku dan korban sebagai keluarga.
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Penggunaan kata yang berlebihan pada postingan dari akun @savethechildren_id yang dilengkapi dengan video yang berbasis teks, yang mana menjelaskan pengalaman seseorang yang mengalami kekerasan dan penelantaran.

Adapun hasil analisis peneliti pada akun @savethechildren_id pada 23 Juli 2020, sebagai berikut:

a. Struktur Tematik

Struktur tematik dalam wacana *caption* postingan ini mengutamakan topik kasus penelantaran dan kekerasan pada seorang ibu dan anak. Peneliti mengamati topik yang ingin disampaikan adalah mengenai kondisi ibu dan anak yang memprihatikan di tengah wabah Covid-19 ini. Kasus seperti ini semakin meningkat, sedangkan seharusnya anak-anak mendapatkan perlindungan ekstra dan rasa aman pada lingkungan keluarganya.

b. Struktur Skematik

Dalam postingan ini diskemakan dalam *summery* dan *story*, pada pengantar pengunggah postingan memberikan garis besar penjelasan dari pengalaman seorang pekerja sosial bernama Santi yang berumur 31 tahun yang berasal dari Jawa Timur dan baru saja menangani kasus yang sangat memprihatikan. Ia mendampingi seorang ibu hamil beserta anak-anaknya yang ditelantarkan oleh suaminya. Ibu tersebut mengalami depresi yang sangat kuat dan anak-anak pun dalam kondisi memprihatinkan.

Kemudian pada bagian penjas diskemakan dengan situasi yang terjadi, yakni:

“Di masa pandemi ini kasus penelantaran dan kekerasan pada anak semakin meningkat. Setiap anak memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan dan rasa aman.”

Dari kalimat di atas kita dapat melihat situasi yang membuat kekerasan dan penelantaran meningkat, salah satunya adalah masa pandemi Covid-19 ini. Hal ini berbanding terbalik dengan keadaan yang seharusnya anak-anak mendapatkan perlindungan dan rasa aman. Untuk itu, @savethechildren_id mengajak khalayak untuk ikut memantu orang-orang yang mendapatkan perlakuan sama dengan seorang ibu yang diceritakan dalam postingannya.

“Bersama-sama kita bisa saling mendukung untuk memastikan setiap anak terlindungi. Mari menjadi bagian dari masyarakat yang memastikan setiap anak terlindungi.”

Pada bagian komentar pengunggah postingan diisi dengan ajakan untuk saling melindungi dan menjadi bagian dari masyarakat yang memastikan anak-anak terlindungi di tengah pandemi ini. Akun ini pun tidak lupa memberikan penjelasan mengenai gerakan pulih bersama agar setiap orang yang melihat postingan dapat memahami tujuan dan maksud dari kampanye pulih bersama di instagram ini, dengan meyertakan #pulihbersama.

c. Struktur Semantik

Elemen ini dilatar belakangi oleh kisah seorang ibu hamil dan anak-anaknya yang mengalami kekerasan dan penelantaran yang dilakukan oleh suaminya.

“Seorang ibu yang sedang hamil bersama anak-anaknya yang ditelantarkan oleh suaminya. Ibu tersebut mengalami depresi yang sangat kuat. Kondisi anak-anaknya sangat memprihatinkan.”

Kalimat di atas menjelaskan garis besarnya saja, jika dilihat detail dari video yang diunggah oleh @savethechildren_id yang melengkapi caption yang ia tulis berisi sebagai berikut:

“3.000 anak menjadi korban kekerasan selama masa pandemi Covid-19. Apa kisah pekerja sosial tentang kekerasan dalam keluarga? Santi (31) dari Jawa Timur menuturkan pengalamannya. “Pendampingan di masa Covid ini, yang baru saja saya tangani yaitu kasus penelantaran, ibunya ini sedang hamil dan mempunyai 2 orang anak, yang pertama usia 5 tahun dan yang kedua usia 1 tahun 8 bulan. Di situ tidak ada nafkah yang diberikan oleh suami kepada istri dan anak-anaknya. Ibunya mengalami depresi yang sangat kuat, dia sudah beberapa kali melakukan percobaan bunuh diri, untuk membunuh anak yang sedang dikandungnya. Jadi, waktu itu kondisinya sangat memprihatinkan ya.

Jadi anak-anaknya berat badannya di bawah normal terus keadaan psikis ibunya juga tidak terkontrol. Dia merasa dia hidup sendiri, dia bertahan dengan berjualan online. Tapi di masa pandemi ini benar-benar *stop*, dia tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, dia benar-benar tertekan dan depresi, dia menutup diri, tidak berkomunikasi dengan orang lain. Pikiran kacau itu timbul setiap malam, hampir setiap malam dia ingin membunuh bayinya itu. Jadi saya sudah mencari informasi terkait dengan keluarga besarnya tapi sudah tidak mau menerima keberadaan klien ini. Bahkan dari desa itu mengusir klien ini karena dianggap membawa aib untuk desa.

Jadi memang musim pandemi ini benar-benar seperti tantangan bagi saya sebagai pekerja sosial. Untuk Psikiater pun sampai sekarang saya belum bisa mendatangkan ke klien ini untuk memeriksa kejiwaannya untuk biar dia mungkin lebih tenang, biar lebih fokus ke persalinan dan tidak ada niatan untuk bunuh diri. Yang kedua, tantangannya mencari tempat rujukan yang mau menerima keempat klien ini, karena memang di musim pandemi ini benar-benar total hampir semua UPT atau bahkan LKSA pun belum bersedia untuk menerima klien baru. Jadi untuk menerima klien baru itu harus ada rapid test seperti itu. Jadi benar-benar menjamin bahwa dia benar-benar bebas dari virus.

Harapan saya di musim pandemi ini masyarakat itu bisa lebih peduli. Terus virus Corona ini jangan dijadikan alasan untuk menutup rasa kemanusiaan. Kita sebenarnya bukan membantu, kalau kita membantu sebenarnya kita jauh tapi kita sebagai pekerja sosial itu meringankan, merigankan beban dari klien.

Selain itu terdapat elemen maksud sebagai berikut:

“Harapan saya di musim pandemi ini masyarakat itu bisa lebih peduli. Terus virus Corona ini jangan dijadikan alasan untuk menutup rasa kemanusiaan. Kita sebenarnya bukan membantu, kalau kita membantu sebenarnya kita jauh tapi kita sebagai pekerja sosial itu meringankan, merigankan beban dari klien.

Maksud yang ditekankan adalah agar kita semua lebih peduli terhadap anak-anak dan perempuan. Tidak menjadikan masa pademi ini sebagai alasan untuk tidak berperikemusiaan, karena dari pihak pekerja sosial seperti Santi hanya dapat membantu meriningankan beban untuk sementara, kita sebagi masyarakat luaslah yang berperan penting dalam saling membantu terhadap sesama yang membutuhkan seperti pengalaman dari Santi.

d. Struktur Sintaksis

Elemen ini menjelaskan bagaimana sebuah kalimat disusun menjadi sebuah kesatuan arti. Dalam video yang diunggah oleh @savethechildren_id yang melengkapi *caption* yang ia tulis berisi sebagai berikut:

“Pendampingan di masa Covid ini, yang baru saja saya tangin yaitu kasus penelantaran, ibunya ini sedang hamil **dan** mempunyai 2 orang anak, yang pertama usia 5 tahun dan yang kedua usia 1 tahun 8 bulan.”

Kata ‘dan’ pada paragraf diatas merupakan konjungsi ‘dan’ merupakan anak kalimat. Konjungsi ini memberkan kesan pada kata atau kalimat selanjutnya yaitu ‘mempunyai 2 orang anak’. Kalimat mempunyai 2 orang anak ini memberikan kesan betapa menderitanya seorang klien Santi yang seorang ibu hali dan memiliki 2 orang anak. Kalimat selanjutnya menjadi penjelas bahwa anak-anaknya masih di usia

balita. Tanpa kita sadari kalimat ini menjadi penggiring khalayak yang menonton video dan membaca postingan dari akun@savethechildren_id untuk memahami tujuan yang ingin dikomunikasikan melalui kampanye pulih bersama ini.

Kemudian pada kalimat “...**Tapi** di masa pandemi ini benar-benar stop, dia tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, dia benar-benar tertekan dan depresi, dia menutup diri, tidak berkomunikasi dengan orang lain.”

Kata yang di garis bawah menggunakan konjungsi ‘tapi’ yang merupakan koherensi pembeda yang membedakan antara masa sebelum pandemi dengan masa saat pandemi. Yang mana sebelum pandemi ibu hamil tersebut berjualan online namun di tengah pandemi ini ia tidak bisa berjualan online lagi karena itu ia tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

“**Bahkan** dari desa itu mengusir klien ini karena dianggap membawa aib untuk desa.”

Konjungsi ‘bahkan’ pada kalimat di atas menunjukkan penekanan pernyataan bahwa yang dialami klien Santi tidak hanya ditelantarkan oleh suaminya, namun ia juga di desa tersebut pun mengusirnya karena dianggap sebagai pembawa aib. Kemudian, bentuk kalimat yang dipakai menggunakan kalimat aktif, Santi memberikan kesimpulan berdasarkan dari yang diungkapkan oleh kliennya, sebagai berikut:

“**Jadi**, waktu itu kondisinya sangat memprihatinkan ya.”

Penggunaan konjungsi ‘jadi’ merupakan konjungsi sebab akibat yang menjadi penghubung antar kalimat. Ibu hamil tersebut ditelantarkan bersama 2 orang anaknya serta mengalami depresi berat hingga

mengakibatkan kondisinya sangat memprihatinkan. Selain itu juga terdapat kata ganti yang digunakan sebagai berikut:

“**Dia** merasa **dia** hidup sendiri, **dia** bertahan dengan berjualan online. Tapi di masa pandemi ini benar-benar stop, **dia** tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, **dia** benar-benar tertekan dan depresi, **dia** menutup diri, tidak berkomunikasi dengan orang lain.” (paragraf2)

“Jadi benar-benar menjamin bahwa **dia** benar-benar bebas dari virus.”

Pada kalimat di atas banyak menggunakan kata ganti ‘dia’ yang mana kata ganti tersebut merujuk pada klien Santi yang merupakan seorang ibu hami dengan 2 orang anak yang ditelantarkan oleh suami sekaligus ayah dari anak-anaknya.

e. Struktur Stilistik

Elemen ini mengamati *style* atau cara seorang komunikator menyampaikan makna atau inti dari pesan tertentu atau yang kita kenal dengan gaya bahasa.

“Ibu tersebut mengalami **depresi** yang sangat kuat. Kondisi anak-anaknya **sangat memprihatinkan.**”

Pemilihan bahasa yang digunakan yakni ‘depresi’ yang mana secara definisi depresi adalah gangguan suasana hati yang ditandai dengan perasaan sedih yang mendalam dan rasa tidak peduli. Seseorang dinyatakan mengalami depresi jika sudah 2 minggu merasa sedih, putus harapan, atau tidak berharga, sehingga menyebabkan terjadinya penurunan produktifitas, gangguan hubungan sosial dan muncul keinginan untuk bunuh diri.³⁵

³⁵ Alodokter, *Depresi*, <https://www.alodokter.com/depresi>, akses pada Senin, 26 April 2021, pukul 14.36 WIB.

Kemudian penggunaan kata ‘memprihatinkan’ yang mengacu pada kondisi anak-anaknya. Pemilihan kata ini berasal dari kata ‘perihatin’ yang berarti bersedih hati, mendapat kesulitan mengingat akan nasibnya. Sedangkan penambahan imbuhan “mem-perihatkan” berarti menimbulkan rasa perihatin atau menyedihkan. Pemilihan kata-kata yang bergaris bawah di atas merupakan gaya bahasa yang digunakan oleh akun @savethechildren_id dalam menyampaikan kampanye yang ia lakukan agar dapat menarik untuk digunakan dalam menunjukkan makna terhadap apa yang di kampanyekan. Selain itu, penggunaan bahasa asing juga terdapat pada postingan, sebagai berikut:

“Tapi di masa pandemi ini benar-benar *stop*, dia tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, dia benar-benar tertekan dan depresi, dia menutup diri, tidak berkomunikasi dengan orang lain.”

Penggunaan bahasa asing ini sebagai bagian dari bahasa gaul yang digunakan supaya menarik perhatian khalayak. Karena kata ‘stop’ yang berarti ‘berhenti’ ini sering kali diucapkan seolah menjadi bagian dari bahasa Indonesia.

Elemen maksud pada kalimat di atas menunjukkan bahwa masa pandemi sangat berdampak pada kesehatan mental seorang ibu hamil dan anak-anaknya, ketika ia ditelantarkan oleh suaminya. Sehingga ibu hamil tersebut mengalami tekanan hingga depresi yang berujung membuatnya tidak mampu berkomunikasi dengan orang lain. Krisis kepercayaan membuatnya menutup diri, tidak berinteraksi dengan masyarakat akibatnya ia tidak dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

“Jadi anak-anaknya berat badannya di bawah normal terus keadaan psikis ibunya juga tidak terkontrol.”

Kondisi anak-anaknya pun ikut memprihatinkan, berat badan di bawah normal akibat dari penelantaran dan ketidakmampuan orangtuanya mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti makanan yang sehat dan bergizi. Hal ini pun terjadi karena kondisi ibunya yang menjadi orangtua tunggal mengalami depresi dan psikis yang tidak terkontrol untuk memberikan kebutuhan anak-anaknya.

“**Jadi**, waktu itu kondisinya sangat memprihatinkan ya”

“**Jadi** anak-anaknya berat badannya di bawah normal terus keadaan psikis ibunya juga tidak terkontrol.”

“**Jadi** saya sudah mencari informasi terkait dengan keluarga besarnya tapi sudah tidak mau menerima keberadaan klien ini.”

“**Jadi** memang musim pandemi ini benar-benar seperti tantangan bagi saya sebagai pekerja sosial.”

“**Jadi** untuk menerima klien baru itu harus ada rapid test seperti itu”

“**Jadi** benar-benar menjamin bahwa dia benar-benar bebas dari virus.”

Selanjutnya penggunaan kata ‘jadi’ yang berulang kali merupakan pemilihan kata yang tidak tepat, seharusnya tidak perlu berulang kali karena tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar. Kemudian tidak jauh berbeda dengan penggunaan kata ‘Nya’ pada kalimat di bawah ini. Sebaiknya kalimat diganti ‘Berat badan anak-anaknya di bawah normal’ agar pemaknaan kalimat tidak berbelit-belit.

“Jadi anak-anaknya berat badannya di bawah normal terus keadaan psikis ibunya juga tidak terkontrol.

“memang musim pandemi ini benar-benar seperti tantangan bagi saya sebagai pekerja sosial.

“karena memang di musim pandemi ini benar-benar total hampir semua UPT atau bahkan LKSA pun belum bersedia untuk menerima klien baru.”

“Harapan saya di **musim** pandemi ini masyarakat itu bisa lebih peduli.”

Selanjutnya pengguna kata ‘musim’ untuk menyatakan masa pandemi adalah kata yang kurang tepat, mengingat musim adalah keadaan cuaca yang paling sering terjadi di waktu tertentu. Sedangkan masa pandemi bukanlah sebuah keadaan musiman.

f. Struktur Retoris

Elemen retorik pada postingan dari @savethechildren_id ini terdapat pada audio yang berisikan suara Santi seorang pekerja sosial yang menceritakan pengalamannya yang dikemas dalam bentuk video dan dilengkapi dengan teks agar mempermudah khalayak dalam memahami apa yang di sampaikan. Hal ini agar dapat mempresuasi dan membuat khalayak tergerak untuk ikut berkampanye dan dapat membantu sesama dalam menangani kasus yang serupa. Jika dilihat dari kisah yang disampaikan Santi, yang merupakan pengalamannya sendiri artinya hal ini fakta dan banyak kasus serupa di luar sana yang membutuhkan bantuan yang sama untuk pulih bersama.

5. Analisis Wacana Pada Postingan Akun @savethechildren_id (24 Juli 2020)

Tabel. 4.6
Postingan Akun @savethechildren_id (24 Juli 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Kekerasan verbal terhadap anak di masa pandemi.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Menjelaskan bagaimana cara mengatasi masalah kekerasan verbal terhadap anak.
Struktur Mikro	Sematik (Latar,	Dani dituntut unggul dalam pelajaran tertentu di sekolah.

	Detail, Maksud, Pranggapan)	Pada postingan terdapat video podcast dari kisah Dani yang mendapat kekerasan verbal dari ibunya. Postingan ini bermaksud mengajak orang-orang untuk mendengarkan podcast di Youtube dan Spotify, tentang bagaimana cara pulih bersama dalam masalah kekerasan pada anak. Kekerasan pada anak secara verbal sering kali terjadi pada anak.
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	Penulis menyampaikan pesan agar mengikuti kampanye dengan cara mendengarkan podcast sebagai sarana untuk menanggulangi masalah kekerasan pada anak.
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Orangtua- pelaku yang merujuk pada ayah atau ibu Dani. Omel – perilaku merujuk pada perilaku orangtua Dani.
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Penekanan kata ‘sayang’ menunjukkan bahwa setiap orangtua ingin yang terbaik untuk anaknya, namun seringkali orangtua tidak menyadari mereka telah melakukan kekerasan pada anak-anaknya.

Adapun hasil analisis peneliti pada akun @savethechildren_id pada 24 Juli 2020, sebagai berikut:

a. Struktur Tematik

Dalam mendidik anak tidak harus dengan kekerasan baik secara lisan ataupun fisik.

Dalam caption tertulis “Dani tak semangat karena sering kena omel orangtua selama pandemi, karena dituntut untuk unggul dalam pelajaran tertentu di sekolah.”

Padahal seperti yang kita ketahui dalam masa pandemi cukup sulit untuk memaksimalkan pembelajaran. Dalam dialog Dani dan temannya Joko, ia berkata “Iya... soalnya nilaiku matematika jelek lagi deh, terus

ibuku pasti bakal ngomel” di sini sangat jelas bahwa ibu Dani sering mengomel pada Dani dengan alasan nilai matematika jelek. Dalam kamus besar bahasa Indonesia ‘mengomel’ berarti memarahi, mengomel berasal dari kata ‘omel’ yang berarti marah dengan mengeluarkan banyak kata-kata. Hal inilah yang membuat Dani menjadi takut pada ibunya dan ini merupakan kekerasan pada anak secara lisan.

b. Struktur Skematik

Skematik merupakan bentuk umum yang terstruktur pada teks yang memiliki alur terdiri dari pendahuluan, isi, dan penutup. Dalam menyampaikan pesan tertentu, penulis ingin menyampaikan pesan inti dengan menonjolkan bagian awal, pertengahan maupun akhir dari sebuah teks. Menurut Van Dijk dilakukan agar suatu teks secara kesatuan memiliki makna inti yang disampaikan dengan mempertimbangkan urutan subtopic untuk mendukung teks inti. Berikut teks pengantar dari postingan ini:

#DongengAnakIndonesia

Dani tak semangat karena sering kena omel orangtua selama pandemi. Apalagi, Dani dituntut unggul dalam pelajaran tertentu di sekolah. Apa yang bisa dilakukan untuk membantu Dani?

Podcast Dongeng Anak Indonesia episode 04: Mama Sayang Dani bisa sahabat dengarkan selengkapnya di Youtube atau Spotify.

Yuk, ikuti kisah Rara, Jojo dan Dani. Klik tautan dibio ya, Sahabat.

Elemen data yang didapatkan penulis adalah isi dari teks yang dimulai dari pengantar setelah itu terdapat uraian kampanye di sosial media Instagram. Postingan ini menceritakan Dani yang sering kali kena omel ibunya karena nilai Matematikanya jelek selama masa pandemi

covid-19. Pada postingan ini diskemakan melalui postingan dalam bentuk suara dan bercerita.

(Dialog)

Hari ini dalah hari kenaikan kelas.

Jojo: Kok lesu Dan? Mending ngobrol bareng kita sambil nunggu.

Dani: Iya...soalnya nilaiku Matematika jelek lagi deh, terus ibuku pasti ngomel.

Mama Dani: Dani, ayo pulang! (sedikit meninggikan suara) Tuh liat rapormu! Apa ibu bilang, pasti jelek kayak yang lalu lalu.

Mama Dani: Ah repot emang. Eh tapi Mama Jojo mah enak, anaknya pintar-pintar. Nggak susah ngajarinnya. Lah saya si Dani nilainya Matematika dan IPA-nya jelek terus. Nggak tau mau jadi apa kalo gedanya nanti kalau gitu.

Mama Jojo: Tapi tiap anakkan beda-beda ketertarikannya, Mama Dani.

Dialog di atas skema dalam subkategori situasi. Yang mana pada cerita Dani yang yang baru saja menerima rapor dan nilai Matematika dan IPA nya jelek, membuatnya lesu karena diomel ibunya dan dibanding-bandingkan dengan temannya Jojo selama masa pandemi ini. Pada story ini terdapat kekerasan yang dalam bentuk verbal, terlihat saat Mama Dani mengajaknya pulang kemudian mengomel pada Dani.

Postingan ini juga diskemakan dalam *story* dengan subkategori komentar. Terdapat pada dialog Mama Dani dan Mama Jojo, saat Mama Dani membandingkan kemampuan belajar Dani dan Jojo.

Mama Dani: Ah repot emang. Eh tapi Mama Jojo mah enak, anaknya pintar-pintar. Nggak susah ngajarinnya. Lah saya si Dani nilainya Matematika dan IPA-nya jelek terus. Nggak tau mau jadi apa kalo gedanya nanti kalau gitu.

Mama Jojo: Tapi tiap anakkan beda-beda ketertarikannya, Mama Dani.

Pada bagian ini, Mama Jojo mencoba mengingatkan pada Mama Dani. Bahwa kemampuan setiap anak memiliki ketertarikan pelajaran

yang berbeda-beda. Hal ini sering terjadi di kalangan masyarakat, terutama pada anak-anak yang masih bersekolah. Orangtua seringkali marah saat anak-anaknya tidak menguasai salah satu pelajaran, yang mengakibatkan anak jadi lesu dan takut.

c. Struktur Semantik

Makna yang ingin ditekankan dalam postingan yang berjudul “Mama Sayang Dani” ini terdapat pada elemen praanggapan Mama Dani yang menganggap anaknya bodoh karena nilai Matematikanya jelek.

Dani: Iya...soalnya nilaiku Matematika jelek lagi deh, terus ibuku pasti ngomel.

Mama Dani: Dani, ayo pulang! (sedikit meninggikan suara) Tuh liat rapormu! Apa ibu bilang, pasti jelek kayak yang lalu lalu.

Pada elemen datail, Mama Dani menekankan bahwa nilainya selalu jelek. “Tuh liat rapormu! Apa ibu bilang, pasti jelek kayak yang lalu lalu. “Elemen maksud dari perkataan Mama Dani terletak pada nada suara Mama Dani yang mengomel pada Dani dan pada teks terdapat tanda seru yang menandakan penegasan intonasi bicara.

d. Struktur Sintaksis

Pada struktur sintaksis dalam cerita yang berjudul “Mama Sayang Dani” terdapat elemen koheresi yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan, sebagai berikut:

“Dani tak semangat **karena** sering kena omel orangtua selama pandemi. **Apalagi**, Dani dituntut unggul dalam pelajaran tertentu di sekolah. Apa yang bisa dilakukan untuk membantu Dani?”

Pada kalimat di atas, terdapat kata ‘karena’ yang merupakan kata hubung yang menyatakan sebab. Dalam hal ini, Dani tak semangat sebab sering kali dimarahi oleh ibunya selama masa pandemi.

Sedangkan kata ‘apalagi’ menunjukkan penambahan argumen, yang mana Dani sering kena omel orangtuanya apalagi semenjak pandemi ini ia dituntut unggul dalam pelajaran tertentu.

e. Struktur Stilistik

Pada elemen ini gaya penyampaiannya dengan cara menyajikan dialog yang menunjukkan ketakutan seorang anak bernama Dani karena nilainya jelek, ia takut akan dimarahi ibunya. Hal ini terdapat pada kalimat dialog antara Dani dan temannya.

“Iya...soalnya nilaiku Matematika jelek lagi deh, terus ibuku pasti ngomel.”

Pada kalimat di atas pemilihan bahasa yang digunakan adalah ‘ngomel’, menurut kamus bahasa Indonesia ‘ngomel’ berarti marah dengan banyak mengeluarkan kata-kata. Oleh sebab itulah, Dani merasa tidak bersemangat belajar. Pada *caption* postingan sangat menggambarkan keadaan Dani yang mendapat kekerasan verbal dari ibunya sendiri selama pandemi. Hal ini bila diteruskan akan merusak mental anak, ia akan merasa was-was dan takut terhadap ibunya.

“Dani, ayo pulang! (sedikit meninggikan suara) Tuh liat rapormu! Apa ibu bilang, pasti jelek kayak yang lalu lalu. Ah repot emang. Eh tapi Mama Jojo mah enak, anaknya pintar-pintar. Nggak susah ngajarinnya. Lah saya si Dani nilainya Matematika dan IPA-nya jelek terus. Nggak tau mau jadi apa kalo gedanya nanti kalau gitu.”

Terlihat jelas pada kalimat di atas, bahwa ibu Dani memberikan kekerasan pada anaknya dengan membentak serta membandingkan Dani dengan temannya yang bernama Jojo, padahal setiap anak mempunyai kemampuan belajar yang berbeda-beda.

“Dani tak semangat karena sering kena omel orangtua selama pandemi. Apalagi, Dani dituntut unggul dalam pelajaran tertentu di sekolah.”

Pada *caption* juga terdapat kalimat sebagai berikut;

“Apa yang bisa dilakukan untuk membantu Dani? Yuk, kita ikuti kisah Rara, Jojo dan Dani. Klik tautan dibio ya, Sahabat.”

Kalimat ini merupakan kalimat ajakan yang ditulis oleh pemilik akun untuk mengajak masyarakat agar mendengarkan kisah Dani sebagai salah satu contoh kekerasan pada anak dalam bentuk verbal. Akun @savethechildren_id mengajak masyarakat untuk bersama-sama menemukan solusi untuk kasus seperti ini.

f. Struktur Retoris

Elemen retorik pada postingan ini terdapat pada video audio yang menyajikan kisah Dani yang sering kena omel ibunya karena nilainya jelek disekolah. Pada bagian *caption* tertulis “Podcast Dongeng Anak Indonesia episode 04: Mama Sayang Dani bisa sahabat dengarkan selengkapnya di Youtube atau Spotify.”

Pada kalimat tersebut, sangat jelas bahwa akun @savethechildren_id sedang berkampanye. Ia mengajak orang-orang untuk mendengarkan kisah Dani melalui platform Youtube dan Spotify. Agar kita dapat sama-sama menemukan solusi dari kisah Dani sebab

banyak di luar sana anak-anak yang masih mendapat kekerasan verbal yang serupa dengan kisah Dani.

6. Analisis Wacana Pada Postingan akun @fikafirlis (25 Juli 2020)

Tabel. 4.7
Postingan akun @fikafirlis (25 Juli 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Angka perkawinan anak usia dini meningkat hingga 23 ribu jiwa, itu artinya eksploitasi terhadap anak meningkat saat pandemi covid-19.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Menjelaskan bahwa eksploitasi anak selama pandemi meningkat drastis.
Struktur Mikro	Sematik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	Adanya kasus pernikahan dini yang terjadi pada masa pandemi corona yang tercatat oleh KPPPA sebanyak 24 ribu kasus. Pada teks ini bertujuan untuk menyampaikan kampanye pulih bersama selama masa pandemi, agar dapat menanggulangi atau mengurangi angka kasus pernikahan dini. Hak anak hilang akibat eksploitasi terhadap anak.
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	-
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	-
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Foto pada postingan.

Adapun hasil pengamatan peneliti pada postingan akun @fikafirlis pada tanggal 25 Juli 2020, sebagai berikut:

a. Struktur Tematik

Elemen ini mengarah pada gambaran umum suatu teks. Elemen ini kita sebut dengan inti, gagasan utama atau ringkasan suatu teks. Secara umum teks pada postingan akun @fikafirlias ini menjelaskan pernikahan dini yang terjadi selama pandemi covid-19 ini meningkat hingga 24 ribu kasus. Artinya angka eksploitasi pada anak meningkat selama masa pandemi Covid-19 ini. Pada paragraf terakhir, terdapat penjelasan mengenai Pemenuhan Hak Anak atas pengasuhan Keluarga dan Lingkungan, yang disampaikan oleh Rohika Kurniadi sebagai Asisten Deputi Pemenuhan Hak Anak atas pengasuhan Keluarga dan Lingkungan, dalam diskusi virtual sebagai bentuk gerakan #pulihbersama.

b. Struktur Skematik

Elemen skematik yang merupakan bentuk umum terstruktur pada sebuah teks dengan memiliki alur yang terdiri dari pendahuluan, isi, dan penutup. Dalam penyampaian pesan tertentu penulis mempunyai strategi terkait pesan inti yang ingin disampaikan. Menurut Van Dijk suatu teks secara kesatuan memiliki makna inti tertentu yang ingin disampaikan dengan mempertimbangkan urutan subtopik untuk mendukung gagasan inti pada teks.³⁶

“Pada lead teks caption yang tertulis sebagai berikut: “Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) menyebutkan angka perkawinan anak pada usia dini meningkat pada masa pandemi Corona. Tercatat kenaikannya mencapai 24 ribu.”

³⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, hal. 200

Bagian selanjutnya *story*, pada bagian ini data yang didapatkan adalah isi teks yang dimulai dengan pengantar di atas yang kemudian diuraikan lagi dengan sebab-akibat pada teks tersebut.

“...angka perkawinan anak pada usia dini meningkat pada masa pandemi Corona. Tercatat kenaikannya mencapai 24 ribu”

Pada kalimat di atas menjelaskan sebab pandemi Corona ini akibatnya juga berdampak pada anak usia dini, kenaikan angka pernikahan dini mencapai 24 ribu kasus. Hal ini diungkapkan langsung oleh Rohika Kurniadi, Asisten Deputi Pemenuhan Hak Anak atas Pengasuhan Keluarga dan Lingkungan dalam diskusi virtuan gerakan pulih bersama.

c. Struktur Semantik

Elemen ini merupakan usaha pencarian atau penekanan makna tertentu pada suatu teks baik secara tersurat maupun tersirat. Makna yang ingin disampaikan terdapat pada subkategori praangapan yang merupakan ungkapan KPPPA yang menyebutkan angka perkawinan pada anak usia dini meningkat selama masa pandemi.

“...angka perkawinan anak pada usia dini meningkat pada masa pandemi Corona. Tercatat kenaikannya mencapai 24 ribu”

“...Data itu berdasarkan data yang diperoleh KPPPA melalui Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama.”

d. Struktur Retoris

Elemen retoris ini terlihat pada foto yang diunggah pada postingan @fikafirlis yang menyertakan foto pasangan pengantin yang mana pasangan tersebut nampak sangat jelas tersirat usia mereka yang masih belia. Kemudian kasus ini merupakan kasus eksplisitas anak yang

disampaikan langsung oleh Asisten Deputi Pemenuhan Hak Anak atas Pengasuhan Keluarga dan Lingkungan dalam diskusi virtual gerakan #pulihbersama. Sehingga menjadikan unggahan dan *caption* menjadi sinkron dan mudah dipahami oleh khalayak.

7. Analisis Wacana Pada Postingan akun @temanku.id (28 Juli 2020)

Tabel. 4.8
Postingan akun @temanku.id (28 Juli 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Kekerasan pada anak di rumah selama masa pandemi Covid-19.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Merupakan kampanye yang dikemas dalam talkshow gerakan pulih bersama.
Struktur Mikro	Sematik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	<p><i>Latar:</i> “Mungkin di antara sahabat pernah melihat atau mengalami kekerasan anak di rummah, tetapi enggan atau bahkan tidak tau cara merespon untuk mengatasinya.</p> <p><i>Detail:</i> Talkshow 4 yang bertemakan kekerasan pada anak di rumah- Mengapa terjadi dan bagaimana mengatasinya?</p> <p><i>Maksud:</i> Pada postingan @temanku.id mengajak orang-orang untuk menyaksikan talkshow episode 4 dengan tema Kekerasan pada Anak di Rumah.</p> <p><i>Praanggapan:</i> Banyak anak-anak yang mendapat kekerasan di rumah, namun masih banyak orang-orang yang melihat tidak mau membantu bahkan tidak tahu cara membantunya.</p>
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	<p><i>Bentuk Kalimat:</i> aktif</p> <p><i>Koherensi:</i> Tapi, Bahkan, Enggan.</p> <p><i>Kata Ganti:</i> -</p>

Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Yuk, temukan jawabannya melalui talkshow dengan topik kekerasan pada anak di rumah- Mengapa terjadi dan bagaimana mengatasinya? Peserta terbatas, daftar segera melalui tautan berikut.
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Foto pada postingan.

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada postingan akun @temanku.id (28 Juli 2020) sesuai dengan struktur wacana model Van Dijk, sebagai berikut:

a. Struktur Tematik

Peneliti mengamati topik utama yang diberikan oleh akun @temanku.id dalam postingannya adalah “Kekerasan pada anak di rumah. Mengapa terjadi dan bagaimana mengatasinya?” Topik ini disajikan dalam bentuk *talkshow* yang disiarkan langsung melalui facebook Save The Children Indonesia. Salah satu cara akun @temanku.id mempromosikan acara talkshow mereka adalah dengan memposting *digital pamflet* di instagram. Dan menggunakan tagar pulih bersama sebagai bentuk kampanye yang diusung oleh Save The Children Indonesia.

b. Struktur Skematik

Teks pada postingan akun @temanku.id ini diskemakan dengan subtopik *summary* dan *story*. Akun tersebut memberikan pengantar sebagai berikut:

“Mungkin di antara sahabat pernah melihat atau mengalami kekerasan anak di rumah, tetapi enggan atau bahkan tidak tau cara merespon untuk mengatasinya.”

Kemudian memberikan pertanyaan ‘Mengapa terjadi dan bagaimana mengatasinya?’ yang mana diawal kalimat terdapat pernyataan ‘kekerasan pada anak di rumah’. Maka dapat diskemakan postingan ini bertujuan untuk membuat orang-orang penasaran dengan apa yang akan mereka berikan selanjutnya. Sedangkan pada postingan ini tidak menyajikan *story* atau isi karena postingan tersebut berupa ajakan untuk menyaksikan sebuah acara talkshow yang nantinya akan memberikan isi lengkap dari tema yang telah mereka tentukan.

c. Struktur Semantik

Masih banyak kasus kekerasan pada anak di rumah menjadi salah satu latar belakang kampanye ini dilakukan, mengingat di masa pandemi ini kekerasan pada anak perempuan meningkat serta kurangnya respon masyarakat untuk membantu ana-anak yang menjadi korban kekerasan. Hal tersebut menjadi sebuah tolak ukur bagi untuk mengatasi dna mengetahui penyebab terjadi kekerasan di masa pandemi ini.

Adapun elemen detail yang tertera pada *caption* “..talkshow 4: kekerasan pada anak di rumah- Mengapa terjadi dan bagaimana menyikapinya?” Kalimat ini merupakan tema yang diambil untuk mengetahui bagaimana cara menanggapi serta membantu anak-anak yang menjadi korban kekerasan di rumahnya. Sedangkan maksud yang

ingin dikomunikasikan berupa cara merespon untuk mengatasi kekerasan pada anak bila melihat atau mengalami kekerasan dalam lingkungan keluarga. Tentu saja orang-orang yang memberikan arahan adalah orang-orang yang berperan dalam penanggulangan kekerasan pada anak, di antaranya ada Nurul Badriyah S. Sos. I selaku seksi Peksos Kemensos RI, Esa dari Forum Anak Jawa Timur, Reny R Haning selaku anggota presidium aliansi PKTA, dan Aditya Surya Saputra seorang aktor, *talkshow* ini dipandu oleh moderator dari staff organisasi *Save The Children* Indonesia.

Elemen praanggapan juga terdapat dalam wacana ini, terlihat pada kalimat berikut:

“Mungkin di antara sahabat pernah melihat atau mengalami kekerasan anak di rumah.”

Banyak anak-anak yang masih mendapat kekerasan di lingkungan rumah seperti dalam rumah. Namun, masih banyak orang-orang yang enggan untuk merespon bahkan masih tidak tahu cara merespon untuk membantu.

d. Struktur Sintaksis

Elemen koherensi yang digunakan untuk menyampaikan pesan pada postingan akun @temanku.id terdapat pada kalimat berikut:

“Mungkin di antara sahabat pernah melihat **atau** mengalami kekerasan anak di rumah, **tapi** enggan atau **bahkan** tidak tahu cara merespon untuk mengatasinya.”

Kata ‘atau’ yang merupakan konjungsi koordinatif yang menghubungkan kata ‘pernah melihat’ dan kata ‘mengalami kekerasan’. Kemudian kata ‘tapi’ menunjukkan pertentangan antara kalimat sebelumnya dengan kalimat selanjutnya. Berbeda dengan kata ‘bahkan’ yang menunjukkan penekanan pada keadaan sebelumnya bahwa orang-orang bukan hanya tidak mau membantu melainkan tidak tahu harus cara meresponnya.

e. Struktur Stilistik

Elemen ini menunjukkan gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan, pada postingan @temanku.id terdapat kalimat:

“Mungkin di antara **sahabat** pernah melihat atau mengalami kekerasan anak di rumah...”

Pemilihan kata sahabat yang digunakan dalam kalimat di atas memiliki makna saling mempercayai dan saling membantu ketika berada dalam kesulitan atau terluka. Kata tersebut ingin menunjukkan kedekatan serta rasa peduli terhadap orang lain, oleh karena itu @temanku.id memilih kata ‘sahabat’ untuk memberikan kesan yang lebih lembut pada khalayak. Sehingga kampanye yang dilakukan nampak lebih akrab, seperti yang ditunjukkan pada kalimat berikut:

“**Yuk**, temukan jawabannya melalui talkshow dengan topik kekerasan pada anak di rumah- Mengapa terjadi dan bagaimana menyikapinya?”

Kata yang digaris bawah pada kalimat di atas merupakan kata seru untuk mengajak sama halnya dengan kata ‘ayo’, namun penggunaan kata ‘yuk’ akan terdengar lebih akrab dan santai.

f. Struktur Retoris

Struktur retorik pada postingan @temanku.id tentang kampanye pulih bersama terdapat pada grafis poster digital yang diupload. Pada bagian bawah poster tertulis ‘tersedia juru bahasa isyarat’, hal ini menjadi tentu menarik perhatian bagi penyandang disabilitas yang ingin menyaksikan namun tidak dapat mendengarkan apa yang akan dibicarakan.

8. Analisis Wacana Pada Postingan akun @maweytoar (07 Agustus 2020)

Tabel. 4.9
Postingan akun @maweytoar (07 Agustus 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Anak-anak menjadi korban kekerasan di rumah selama Covid-19 di Indonesia.
Superstruktur	Skematik (Skema)	Menjelaskan terdapat 3.000 anak yang menjadi korban kekerasan di rumah selama pandemi Covid-19.
Struktur Mikro	Sematik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	<p><i>Latar:</i> Di tengah kondisi pandemi anak-anak adalah kelompok rentan yang selayaknya mendapat perlindungan dan didukung dengan lingkungan yang nyaman dan aman bagi anak-anak.</p> <p><i>Detail:</i> Anak-anak yang merupakan kelompok yang sangat rentan dan berisiko besar terkena dampak tak langsung dari pandemi Covid-19 berupa menjadi korban kekerasan fisik, psikis bahkan seksual.</p> <p><i>Pranggapan:</i> semua bentuk kekerasan biasanya terjadi di tempat yang seharusnya menjadi tempat paling aman bagi anak-anak seperti rumah. Kondisi ini diperparah dengan kebingungan dan ketidak inginan masyarakat melaporkan kasus kekerasan pada anak.</p>
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk)	<i>Caption</i> pada postingan ini ingin menyampaikan kampanye dengan

	Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	menjelaskan bahwa korban kekerasan pada anak meningkat pada masa pandemi. <i>Koherensi:</i> Dengan, Dan <i>Kata ganti:</i> Kami
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Kondisi yang sulit ini- kondisi pandemi Covid-19- menyatakan keadaan yang dialami anak-anak.
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Foto pada postingan. Menggunakan #pulihbersama

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada postingan akun @maweytoar (07 Agustus 2020) sesuai dengan struktur wacana Van Dijk, sebagai berikut:

a. Struktur Tematik

Elemen tematik yang terdapat pada teks postingan akun @maweytoar mengedepankan topik sebanyak 3.000 anak jadi korban kekerasan selama pandemi Covid-19 di Indonesia. Oleh karena itu, postingan ini merupakan salah satu kampanye pulih bersama agar anak-anak dapat pulih dari berbagai bentuk kekerasan terutama di tengah pandemi ini.

b. Struktur Skematik

Postingan @maweytoar diskemakan dengan subkategori *summary* yang terdapat di pengantar pada teks *caption* yang menjelaskan keadaan anak-anak di Indonesia selama masa pandemi.

#pulihbersama di Indonesia, sebanyak 3.000 anak menjadi korban kekerasan di rumah selama masa pandemi Covid-19. Di tengah kondisi yang serba sulit ini, anak-anak adalah kelompok rentan yang

selayaknya mendapatkan perlindungan didukung dengan lingkungan yang aman dan nyaman bagi anak-anak.

Sedangkan bagian *story* terdapat kategori situasipada kalimat berikut:

“Memperingati hari Anak Nasional 2020, selama satu pekan kedepan dalam kampanye #PulihBersama, kami akan mengajak sahabat untuk mengetahui bagaimana caranya kita bersama-sama terlibat memastikan anak-anak dapat terlindungi. Ikuti terus sosial media kami ya”

Subkategori komentar terdapat pada teks berikut:

3.000 anak jadi korban kekerasan di rumah selama pandemi COVID-19 di Indonesia. Dengan kondisi seperti itu, kita semua sebagai bagian dari masyarakat harus memberikan rasa aman dan melindungi anak-anak dari kekerasan. Menjadi pelopor dan pelapor kasus kekerasan agar setiap anak dapat aman dan terlindungi. (slide 2)

Semua bentuk kekerasan tersebut biasanya terjadi di tempat yang seharusnya paling aman bagi mereka, yaitu rumah. Kondisi ini diperparah dengan kebingungan dan keengganan masyarakat untuk melaporkan kekerasan pada anak. (slide 3)

Dalam wacana ini pada slide 1 terdapat kalimat yang menyatakan “kita semua sebagai bagian dari masyarakat harus memberikan rasa aman dan melindungi anak-anak dari kekerasan” pernyataan ini merujuk pada kita yang berperan sebagai makhluk sosial, sudah selayaknya kita saling membantu. Elemen ini juga terdapat pada slide 2, “Semua bentuk kekerasan tersebut biasanya terjadi di tempat yang seharusnya paling aman bagi mereka, yaitu rumah.” Kalimat ini kesimpulan yang didapat dari Sistem Online Perlindungan Perempuan dan Anak periode Januari-Juni 2020.

c. Struktur Semantik

Makna yang ingin dikomunikasikan oleh pemilik akun @maweytoar terdapat pada latar belakang kondisi saat ini, anak-anak

adalah kelompok yang paling rentan terhadap dampak tak langsung masa pandemi ini. Seharusnya anak-anak mendapatkan perlindungan dan dukungan dari lingkungan terdekatnya.

Tidak hanya itu, elemen praaggapan merupakan pendukung dari pendapat yang diberikan oleh akun @maweytoar seperti berikut ini: “Kondisi ini diperparah dengan kebingungan dan keengganan melaporkan kekerasan pada anak.”

Makna yang disampaikan disini adalah agar membangun rasa peduli dari rasa tidak ingin melaporkan kekerasan pada anak.

d. Struktur Sintaksis

Terdapat beberapa elemen sintaksi pada teks postingan akun @maweytoar, terungkap pada elemen koherensi kalimat berikut:

“anak-anak adalah kelompok rentan yang selayaknya mendapatkan perlindungan didukung **dengan** lingkungan yang aman dan nyaman bagi anak-anak.

Konjungsi ‘dengan’ menekankan makna hubungan cara, bila dilihat dari kalimat selanjutnya, kata ‘dengan’ menekankan cara melindungi anak yang mendapat kekerasan haruslah dengan memberikan lingkungan yang aman dan nyaman.

“Menjadi pelopor dan pelapor kasus kekerasan **agar** setiap anak dapat aman dan terlindungi.” (slide 2)

Kata yang bergaris bawah merupakan konjungsi tujuan, yang mana tujuan dari kampanye pulih bersama adalah supaya setiap anak dapat aman dan terlindungi dari berbagai jenis kekerasan. Kemudian terdapat elemen kata ganti pada wacana postingan tersebut:

“Selama sepekan ke depan dalam kampanye #pulihanbersama, kami akan mengajak sahabat untuk mengetahui bagaimana caranya kita bersama-sama dapat terlibat memastikan anak-anak dapat perlindungan.”

Kata ganti yang di garis bawah di atas merupakan kata ganti orang pertama jamak. Kata ganti ‘kami’ menyatakan akun @maweytoar merupakan bagian dari orang-orang yang ikut andil dalam kampanye pulih bersama. Sedangkan kata ganti ‘kita’ menyatakan sebuah komunitas antara akun @maweytoar dengan orang-orang yang mengikuti kampanye plih bersama.

e. Struktur Retoris

Struktur retorik merupakan cara penekanan yang dilakukan sebagai gaya bicara atau menulis seseorang. Pada postingan yang bertema “3.000 anak jadi korban kekerasan di rumah selama pandemi Covid-19 di Indonesia” retoriknya terdapat pada penggunaan *hashtag* pulih bersama pada awal kalimat, pertengahan kalimat pada paragraf 3, dan di akhir kalimat juga menggunakan tagar pulih bersama. Artinya ada penekanan pada postingan ini, agar kampanye sosial ini tetap berada teratas.

9. Analisis Wacana Pada Postingan akun @savethechildren_id (06 September 2020)

Tabel. 4.10
Postingan akun @savethechildren_id (06 September 2020)

Struktur Wacana	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Makro	Tematik (Topik)	Semua anak berhak mendapatkan pendidikan yang berkualitas, tidak terkecuali anak penyandang disabilitas.

Superstruktur	Skematik (Skema)	Alnis seorang anak berumur 10 tahun penyandang cerebral palsy atau lumpuh otak berat. Tidak ada sekolah yang bersedia menerima Alnis dengan kondisi tersebut, meski Sarah (37) Ibu Alnis bersedia mendampingi.
Struktur Mikro	Sematik (Latar, Detail, Maksud, Pranggapan)	Kisah Alanis yang mengalami penolakan karena menyandang disabilitas, padahal semua anak berhak mendapatkan pendidikan berkualitas. Kampanye ini dimaksudkan untuk dapat membantu orang-orang sadar dan mengerti dalam menanggapi anak-anak seperti Alanis, agar dapat menerima anak-anak yang berkebutuhan khusus.
Struktur Mikro	Sintaksis (Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti)	<i>Bentuk Kalimat:</i> Kalimat aktif. <i>Koherensi:</i> Namun, Atau, Dengan. <i>Kata Ganti:</i> -
Struktur Mikro	Stilistik (Leksikon)	Apakah sahabat punya pengalaman serupa atau pernah mendengar penolakan yang serupa bagi anak dengan disabilitas?
Struktur Mikro	Retoris (Grafis, Metafora, Ekspresi)	Video pada postingan. Menggunakan #pulihbersama

Adapun hasil analisis wacana pada postingan @savethechildren_id pada 06 September 2020, sebagai berikut:

a. Struktur Tematik

Elemen tematik atau topik dalam wacana *caption* postingan @savethechildren_id ini mengangkat tema ‘penolakan anak disabilitas’. Dimana anak bernama Alanis berusia 10 tahun yang seharusnya mendapat perhatian khusus malah mendapat penolakan. Mereka sebagai anak-anak

sekalipun penyandang disabilitas juga berhak mendapatkan pendidikan berkualitas.

b. Struktur Skematik

Pada elemen ini terdapat pengantar “*Kisah Sarah dari anak dengan disabilitas menjadi orangtua dengan anak disabilitas.*” Teks pengantar ini terdapat pada pembukaan video postingan @savethechildren_id di instagram. Kemudian pada elemen *story* menjelaskan situasi dan kondisi Alanis yang seharusnya berhak mendapatkan pendidikan yang berkualitas, namun penolakan terus terjadi padanya. Padahal, menurut pengakuan Sarah (ibu Alanis) secara teori Psikologi tentang aspek-aspek perkembangan kognisi, emosi, dan perkembangan sosialnya normal karena otaknya rusak, maka kurang berfungsi dalam memerintah anggota tubuhnya untuk mengkomunikasikan apa yang ada di pikiran dan perasaannya.

c. Struktur Semantik

Makna yang ingin dikomunikasikan dari kisah Alanis yang mengalami penolakan karena menyandang disabilitas ini terdapat pada elemen latar. Menurut, pasal 32 UUD 1945 yang berbunyi ‘setiap warga negara berhak mendapat pendidikan atau pengajaran.’

“Semua anak berhak untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas. Namun, itu tidak berlaku bagi Analis (10), seorang anak penyandang Cerebral Palsy atau lumouh otak berat. Tidak ada sekolah yang bersedia menerima Alanis dengan kondisi tersebut, meski Sarah (37) Ibu Alanis bersedia mendampingi.”

Kemudian Kampanye ini dimaksudkan untuk membantu orang-

orang sadar dan mengerti dalam menanggapi anak-anak seperti Alanis, agar dapat menerima anak-anak yang berkebutuhan khusus.

d. Struktur Sintaksis

Struktur Sintaksis merupakan elemen yang melihat penempatan atau pemilihan kata sehingga menjadi kalimat yang utuh. Pada elemen koherensi yang digunakan seperti pada kalimat berikut ini:

“Semua anak berhak mendapatkan pendidikan yang berkualitas. Namun, itu tidak berlaku untuk Alanis (10) seorang anak penyandang Cerebral Palsy atau lumouh otak berat.”

Kata yang digaris bawahi merupakan konjungsi ‘namun’ kata ini berfungsi untuk menghubungkan pertentangan, dipakai diantara dua kalimat. Kalimat pertama atau sebelumnya berisis penyatuan dan kalimat kedua berisis pernyataan yang konstrak dengan kalimat pertama.

e. Struktur Stilistik

Struktur ini merupakan gaya seorang komunikator menyampaikan pesan yang hendak dikomunikasikannya kepada khalayak. Pada postingan terdapat kalimat tanya dengan pemilihan kata sebagai berikut:

“Apakah sahabat punya pengalaman atau pernah mendengar penolakan yang serupa bagi anak dengan disabilitas?”

Kata ‘dengan’ pada kalimat di atas merupakan pemborosan kata, karena bila tidak menggunakan kata ‘dengan’ tidak mengubah makna dari kalimat tersebut. Sebaiknya diubah menjadi “Apakah sahabat punya pengalaman atau pernah mendengar penolakan yang serupa bagi anak disabilitas?”

Pada kalimat “penolakan yang serupa bagi anak dengan disabilitas” menggambarkan bahwa bukan hanya 1 anak penyandang disabilitas yang sering kali mendapatkan penolakan, baik di sekolah maupun di lingkungan masyarakat.

f. Struktur Retoris

Retoris pada postingan @savethechildren_id pada 06 September 2020 terdapat pada video yang diunggah yang mana terdapat suara asli Sarah, ibu dari Alanis yang menjelaskan situasi yang ia hadapi di masa pandemi dalam menghadapi penolakan yang terjadi pada anaknya tersebut. Pada akhir *caption* @savethechildren_id menambahkan #pulihbersama, karena akun tersebut penggerak dari tagar yang menjadi maskot kampanye sosial pulih bersama di masa pandemi ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis wacana menggunakan analisis Teun A. Van Dijk pada berbagai postingan yang menggunakan tagar pulih bersama di media sosial instagram dalam rangka kampanye sosial yang diusung oleh akun instagram yang diteliti. Penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut; Setelah menelaah Struktur Tematik, Skematik, Struktur Semantik, Sintaksis, Stilistik dan Retoris. Tidak semua postingan memenuhi semua elemen struktur tersebut, umumnya pada aspek Struktur Makro, topik pada postingan yang menggunakan #pulihbersama. Secara garis besar, dari 9 akun tersebut topik yang dibahas adalah kekerasan terhadap anak dan perempuan. Baik secara ekonomi, eksploitasi, fisik, psikis, dan penelantaran.

Sedangkan Superstruktur kampanye yang berisikan rangkaian pendapat dalam berbagai bentuk kekerasan pada anak dan perempuan di rumah pada masa pandemi Covid-19. Adapun aspek Struktur Mikro adalah kata, kalimat, makna serta paraphrase yang terdapat pada setiap wacana pada 9 akun instagram tersebut.

B. Saran

Adapun saran dari peneliti yang diharapkan nantinya akan berguna bagi semua pihak, sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat agar bijak menggunakan media sosial, sebaiknya digunakan untuk hal-hal positif seperti berkampanye sosial, baik di Instagram, Facebook, Twitter ataupun di media sosial lainnya.

2. Dalam menggunakan media sosial hendaknya memilih dan memilah informasi, sebaiknya difilter terlebih dahulu. Karena kampanye biasanya mengumpulkan donasi, agar masyarakat tidak sembarang memberikan donasi yang mengatas namakan kepedulian sosial.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian menggunakan analisis wacana yang serupa untuk meningkatkan level kognisi sosial dan kontes sosial agar dapat dijadikan sebagai penguat penelitian dan menjadi lebih baik lagi kedepannya karena hal tersebut berpengaruh besar dalam hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Tri. 2018. *Analisis Wacana Gerakan Sosial Dalam Menentukan Opini Publik Via Twitter (Hashtag #BIJAKBERSOSMED periode 1 sampai 5 Oktober 2015)*, Palembang :UIN Raden Fatah.
- Depresi, <https://www.alodokter.com/depresi> akses pada Senin,26 April 2021, pukul 14.36 WIB.
- Eriyanto. 2006. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*,Yogyakarta: Lkis.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House.
- Gityandraputra, Dimas, *Asal usul kata "Tagar" sebagai padanan "Hashtag"*, <https://beritagar.id/artikel/tabik/asal-usul-kata-quottagarquot-sebagai-padanan-quothashtagquot> , akses pada 26 September 2020 pukul 13.45 WIB.
- Hamidati, Anis, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi* (Yogyakarta: Mata Iman, Mustafa, *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>, akses 22 Oktober 2020, pukul 23.35 WIB.
- Japarudin. 2016. *Wacana Pemikiran dalam Bahasa dan Analisis Teks*, El-Afkar Vol. 5 Nomor 1, Januari- Juni.
- Juditha, Christiany. 2015. *Fenomena Trending Topic Di Twitter:Analisis Wacana Twit #Savehajilulung*,Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan, Vol. 16 No. 2 Desember: 138 – 154.
- Kirandita, Patresia, Junior Editor, *Komnas Perempuan: Angka Kekerasan terhadap Anak Perempuan Naik Tajam*, <https://magdalene.co/story/komnas-perempuan-angka-kekerasan-terhadap-anak-perempuan-naik-tajam> akses pada 6 Oktober 2020, pukul 14.55 WIB.

- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana.
- M. Sianipar, Charlie, *Tagar adalah Hashtag*, <https://medium.com/@charliesianipar/tagar-adalah-hashtag-b798395a1fe2> Akses pada 26 September 2020 Pukul 14.05 WIB.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mudjiono, Yoyon. 2015. *Ilmu Komunikasi* Surabaya: Jaudar Press.
- Mulyadi, Urip. 2015, *Gerakan Sosial di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag "ShameOfYouSBY" di Twitter)*, Semarang: Tesis Ilmu Komunikasi..
- Nur Abdul Hafizh Suwaid, Muhammad. 2011. *Propethic Parenting* Yoyakarta: Pro-U Media, cet. ke-1V. Padi Pressindo.
- Ruslan. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Safitri, Eva, *Kasus Kekerasan Perempuan Naik 75% Selama Pandemi Corona*, <https://new.detik.com/berita/d-5088344/kasus-kekerasan-perempuan-naik-75-selama-pandemi-corona>, akses pada 22 Oktober 2020, pukul 22.00 WIB.
- Save The Children, <https://www.stc.or.id/kampanye-kami/>, akses pada 18 Mei 2021, pukul 12.05 WIB.
- Save The Children, <https://www.stc.or.id/kampanye-kami/kampanye-pulih-bersama>, akses pada 20 September 2020, pukul 10.58 WIB.
- Seftin Oktriwina, Alifia, *Mengenal Salah Satu Cara Dapatkan Konsumen Baru Di Media Sosial*, <https://glits.com/id/lowongan/hashtag-adalah/#YKNq7bvzbIU>, akses pada 18 Mei 2021, pukul 14.24 WIB.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Rosdakarya.
- Suciningsih, Indriya. 2019. *Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hashtag "Crazy Rich Surabayan"*, Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Venus, Antar.2010.*Manajemen Kampanye*, Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Winarso, Bambang, *Apa itu Instagram?*, <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, Akses pada Sabtu 26 September 2020 pukul 14.54 WIB.

Yuswohady, 2012 dalam www.yuswohady.com, akses pada 25 Juni 2010 pukul 20.18 WIB.