

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Re-Islamisasi di Indonesia sejak pertengahan Orde Baru telah berhasil menjadikan Muslim Indonesia nampak lebih *saleh*. Kondisi keberagamaan muslim Indonesia pada paruh pertama masa pemerintahan Orde Baru, cenderung takut dan sulit untuk menampilkan identitas Islam. Hal ini disebabkan represifitas pemerintah terhadap masyarakat muslim. Bentuk-bentuk visual dari budaya dan nilai-nilai ajaran Islam hampir bisa dipastikan tidak memungkinkan untuk ditampilkan secara publik. Memasuki tahun 1990-an masyarakat muslim sudah mulai diakomodasi, pemerintah Orde Baru mulai dekat dengan masyarakat muslim. Seiring dengan lahirnya masa reformasi dan modernisasi teknologi informasi, eksistensi muslim Indonesia kini semakin tampak di ruang publik. Pertumbuhan semangat Islam terlihat sangat signifikan, tidak hanya terlihat di dalam ruang-ruang privat seperti masjid dan *fashion* islami, akan tetapi juga terlihat pada ruang-ruang publik seperti program acara televisi, lembaga keuangan syariah, hotel berbasis syariah, sekolah islam, rumah sakit islam, sertifikasi halal, dan lain sebagainya. Fenomena ini menjadi penanda bagaimana meningkatnya kesadaran religiusitas masyarakat Indonesia yang beragama Islam (Wildan, 2016: 190).

Saat ini, muncul fenomena semangat keagamaan di tengah masyarakat yang kian hari terasa semakin menguat. Tren positif menguatnya kesadaran

keberagaman di tengah masyarakat khususnya dalam konteks ajaran Islam, secara nyata dapat dilihat dari munculnya berbagai gerakan sosial keagamaan yang menggunakan simbol-simbol Islam sebagai prinsip dan ruh dalam setiap aksi dan gerakan yang dilakukan (Isnawan, dkk, 2019: 54). Menurut Bruce (dalam Isnawan, dkk, (2019: 54), gerakan sosial keagamaan atau yang biasa disebut sebagai gerakan fundamentalisme merupakan respon masyarakat terhadap lemahnya peran agama di dalam masyarakat dalam bidang sosial, politik, dan ekonomi akibat pengaruh sekularisasi.

Yuswohady menyebutkan, bahwa saat ini terdapat 15 tren perilaku konsumen di kalangan umat muslim, yaitu: 1) Hal-hal yang Halal: *The Hot Label*, 2) *Riding the Conversations* (menciptakan percakapan dengan tujuan membuat viral suatu tema tertentu), 3) Hijrah: *The New Way of Life*, 4) *The Rise of Riba Awareness*, 5) Umat-nomic: *The New Movements* (Gerakan ekonomi umat dengan prinsip syari'ah), 6) Anak Pintar dan Saleh: Paradigma Baru Pengasuhan Anak, 7) *Lei-Sharia: Muslim-Friendly Leisure* (konsep destinasi wisata yang menerapkan prinsip sharia-friendly), 8) Mipster: *The New Role Model* (role model muslim kekinian yang muda, pintar, gaul, sholeh/sholehah, dan bahkan terkenal), 9) Sportyjab: *The New Hype* (munculnya produk pakaian olahraga yang sporty dan tetap mengedepankan prinsip Islam dalam menutup aurat), 10) Muslizen: *The New Digital Lifestyle* (peralihan kehidupan sehari-hari ke dunia digital), 11) Ngajigital: *The Rise of Sosmed Ustadz*, 12) Jalan Baru *Ta'aruf* (konsep pencarian jodoh), 13) *The New Muslimpreneur: The New Cool*, 14) Menjadi Bagian dari Budaya Populer, 15) *Beyond Halal: Towards Halal Value Chain* (Konsep halal

produk tidak bergantung pada label halal, tetapi pada penerapan prinsip bisnis Islam dari semua rantai pasok sebuah produk) (<https://www.yuswohady.com/2018/05/26/15-tren-muslim-zaman-now/>).

Berdasarkan pendapat Yuswohady, salah satu tren muslim saat ini adalah tren hijrah sebagai sebuah jalan hidup bagi seorang muslim. Fenomena hijrah di masyarakat menjadi semacam *life style* baru yang terus berkembang. Masyarakat beramai-ramai untuk mendekatkan diri kepada Allah, dengan cara berbondong-bondong merubah penampilan dan juga perilaku. Salah satu yang menarik adalah bagaimana para *public figure* yang berasal dari dunia hiburan Indonesia yang turut meramaikan gerakan hijrah dengan perubahan penampilan dan perilaku sehari-hari. Kemudian, gaya berbusana dan berkegiatan sehari-hari mereka tampilkan pada akun sosial media.

Menurut Ahmad Khoirul Anam (Managing Director Paramadina Public Policy Institute), munculnya tren gerakan hijrah pada masyarakat perkotaan disebabkan oleh maraknya perubahan dunia digital serta media sosial yang sangat signifikan. Tren gerakan hijrah ini, mayoritas didominasi oleh masyarakat golongan milenial (masyarakat yang lahir setelah tahun 1980-an hingga awal 2000-an) terutama pada masyarakat muslim yang tinggal di daerah perkotaan. Masyarakat milenial yang tinggal di daerah perkotaan memiliki tingkat akses internet yang memadai, yaitu sebesar 57%. Sedangkan yang tinggal di daerah perdesaan hanya 27%. Gerakan hijrah di kalangan masyarakat muslim Indonesia diyakini sebagai tanda awal kebangkitan Islam di Indonesia yang diprakasai oleh para pemuda. Namun, dalam perspektif yang lain gerakan hijrah dipandang

sebagai sebuah fenomena yang normal yang terjadi di tengah masyarakat modern yang semakin kompleks, yang merasa kurang dalam kehidupan keberagamaan sebagai akibat dari maraknya budaya materialisme, dan kurangnya nilai spiritualitas. Akhirnya, hijrah bergeser hanya kepada wilayah asketisme atau gaya hidup keagamaan (<https://today.line.me>)

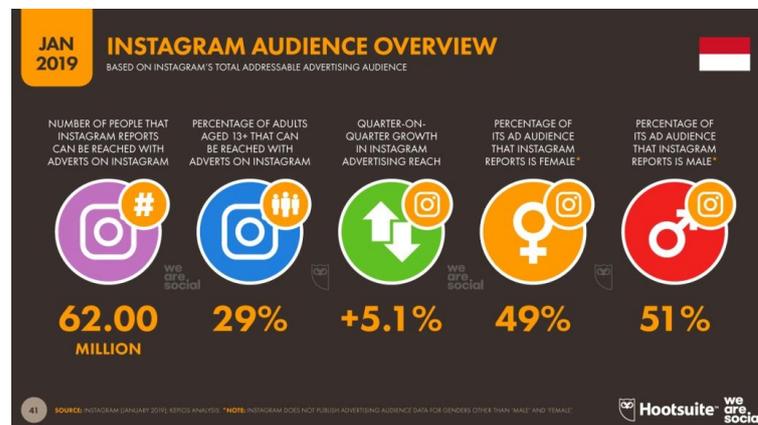
Kehadiran Internet sebagai suatu teknologi telah memberikan pengaruh sangat besar kepada masyarakat dalam mengakses informasi. Media baru muncul sebagai akibat dari hadirnya teknologi internet, memungkinkan orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi konten kepada orang lain, dengan menggunakan alat yang relatif sederhana dan biaya yang sangat terjangkau. Untuk dapat mengakses media baru dibutuhkan perangkat komputer atau perangkat *mobile* dan tersambung dengan jaringan internet. Salah satu fitur media baru adalah media sosial. Beberapa media sosial yang tersedia diantaranya: blog, facebook, instagram, youtube, twitter, dan lain sebagainya.

Hadirnya internet membentuk cara komunikasi baru. Sebelum kehadiran internet pola komunikasi yang sering terjadi diantaranya: 1) satu sumber komunikasi kepada audiens dengan jumlah yang banyak (*one-to-many*), misalnya: komunikasi dengan menggunakan media massa; buku, radio, TV. 2) satu sumber komunikasi kepada satu audiens (*one-to-one*), misalnya: komunikasi dengan menggunakan media telepon dan surat. 3) banyak sumber kepada audiens dengan jumlah yang banyak (*many-to-many*). Seperti yang terjadi saat ini, dengan adanya jaringan internet yang memfasilitasi sumber komunikasi yang banyak dan beragam untuk berkomunikasi dengan banyak orang (Nasrullah, 2014: 24).

Berdasarkan data survey yang dikeluarkan oleh APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia di tahun 2018 telah mencapai 171,17 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 64,8 % dari total populasi 164,16 juta. Sebanyak 17,8% dari jumlah pengguna internet, merupakan pengguna yang mengakses media sosial Instagram.



Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Internet
 Sumber : <https://apjii.or.id/>



Gambar 1.2
Jumlah Pengguna Instagram

Sumber : <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat. Faktor yang turut mempengaruhi meningkatnya pengguna internet, diantaranya : 1) Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap internet dan dukungan infrastruktur. 2)

Menjamurnya perangkat mobile yang mampu mengakses internet sehingga tidak hanya terbatas pada perangkat komputer untuk dapat mengakses internet. 3) Jumlah penduduk Indonesia yang besar. 4) Kebijakan pemerintah, peraturan yang longgar dan pembatasan yang tidak ketat, dan 5) Euphoria dan banyaknya waktu luang yang dimiliki masyarakat (Mauludi, 2018: 58-59).

Media sosial sebagai sebuah media baru memiliki *power* untuk melakukan kritik dan pengawasan terhadap dunia informasi dan komunikasi. Kritik dan pengawasan ini dapat berasal dari berbagai belahan dunia dalam hitungan waktu yang sangat cepat (Astuti, 2013: 208). Media sosial menjadi media yang sering digunakan sebagai media untuk memberikan kritik dan pengawasan terhadap pemangku kebijakan.

Salah satu gerakan hijrah yang cukup terkenal di media sosial, khususnya Instagram adalah Gerakan Pemuda Hijarah yang digagas oleh Ustadz Hanan Attaki. Komunitas Pemuda Hijrah (*Shift*) merupakan sebuah gerakan dari para pemuda yang menginginkan perubahan pada kaum muda, untuk kembali kepada jalan Allah yang diridhai-Nya. Komunitas Pemuda hijrah adalah sebuah komunitas keagamaan yang didirikan pada tahun 2015 di kota Bandung. Komunitas ini terdiri dari perkumpulan beberapa komunitas-komunitas anak muda di Kota Bandung, seperti komunitas *skateboard*, komunitas musik *indie*, bahkan anggota geng motor yang telah berikrar untuk melakukan proses hijrah untuk mendalami ajaran agama Islam. Komunitas Pemuda Hijrah ini memiliki tujuan untuk menjadi wadah dan memberikan fasilitas kepada para pemuda yang ingin melakukan proses hijrah serta lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Komunitas Pemuda Hijrah melakukan kegiatan secara langsung atau tatap muka antar anggota komunitas. Komunitas Pemuda Hijrah juga melakukan *campaign* dan ajakan untuk berhijrah melalui akun media sosial Instagram dengan akun @shiftmedia.id. Hingga tanggal 4 Nopember 2019 akun Instagram @shiftmedia.id tercatat telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 1,9 Juta pengikut. Akun Instagram digunakan sebagai salah satu media dakwah. Melalui Instagram Pemuda Hijrah menyebarkan ajakan dan ajaran agama Islam, serta menyebarkan informasi mengenai kegiatan kajian di dunia nyata (*offline*) (Devi A dan Octavianti, 2019: 174).

Wacana hijrah telah banyak tersebar melalui media sosial dengan sangat cepat dan dengan berbagai macam bentuk dan tujuan. Selain wacana hijrah yang digalakkan oleh gerakan Pemuda Hijrah, salah satu isu hijrah yang cukup menarik adalah hijrah dari riba. Tren hijrah riba ini membangun kesadaran masyarakat tentang praktik riba dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat lebih berhati-hati dengan apapun yang menyangkut praktik riba. Hal ini sejalan dengan pendapat Yuswohady, bahwa salah satu tren konsumsi masyarakat muslim saat ini, selain hijrah adalah meningkatnya kesadaran masyarakat muslim terhadap praktik riba (*The Rise of Riba Awareness*). Dalam pengertian bahasa, riba berarti ‘penambahan’. Tradisi Arab klasik memberi pengertian riba secara lebih spesifik, yakni penambahan utang akibat jatuh tempo. Sedangkan secara umum, riba diartikan sebagai penambahan nilai barang tertentu dan tambahan jumlah pembayaran pada utang (Quthb, 2018, xiii). Islam melarang praktik riba.

Dalam praktiknya di Indonesia terdapat perdebatan mengenai praktik riba yang terjadi di masyarakat, terutama mengenai bunga bank. Pada satu sisi ada yang menyebutkan bahwa bunga bank adalah riba, di sisi yang lain ada yang menyebutkan bahwa bunga bank itu bukan riba. Namun, Majelis Ulama' Indonesia (MUI) pada tahun 2004 dengan jelas mengeluarkan sebuah fatwa. Fatwa tersebut adalah fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 tentang Bunga yang berisi tentang pengharaman praktik pembungaan yang terjadi dan dilakukan pada lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan beberapa lembaga keuangan yang lain. Praktik riba ini tidak hanya terjadi dan dilakukan pada lembaga keuangan, namun bisa saja dilakukan masyarakat secara individu.

Beberapa kasus hutang piutang yang sempat viral, karena pihak penghutang tidak bisa membayar hutang kepada pihak terhutang. Misalnya kasus yang menimpa Yuliana Indriati, warga Solo Jawa Tengah yang menjadi salah satu korban jasa pinjaman *online* yang merupakan salah satu jenis layanan *financial technology* (fintech). Foto Yuliana Indriati tersebar di media sosial dengan tambahan keterangan '*siapa melakukan apa saja untuk melunasi utang di aplikasi pinjaman online (pinjol) Incash*'. Hal tersebut dapat terjadi karena sebelumnya Yuliana Indriati terlambat membayar hutangnya pada aplikasi pinjaman tersebut (<https://finance.detik.com/fintech/d-4637393/viral-korban-fintech-rela-digilir-demi-lunasi-utang-ini-faktanya>). Kemudian, kasus di Masjid Riyadhul Jannah, yang berada di Bangsri Cilik, Kriwen, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo yang viral karena dikabarkan akan dijual oleh Bank

Perkreditan Rakyat (BPR) Central International, karena sertifikat tanah masjid tersebut diagunkan oleh anak dari pemilik tanah tersebut. Debitur tersebut tidak dapat membayar utang kepada BPR Central International, sehingga sertifikat itu sah menjadi milik bank (<https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4765870/viral-bank-jual-masjid-di-sukoharjo-begini-ceritanya?single=1>). Semua lembaga keuangan yang memiliki layanan pinjaman, menerapkan kebijakan pembungaan dalam setiap dana yang dipinjamkan kepada nasabah dengan suku bunga tertentu.

Terlepas dari perbedaan pendapat mengenai boleh atau tidaknya pembungaan dalam kegiatan perbankan. Saat ini muncul gerakan hijrah riba di tengah-tengah masyarakat. Baik gerakan luring (luar jaringan) maupun gerakan secara daring (dalam jaringan). Beberapa gerakan hijrah riba yang muncul di tengah masyarakat diantaranya: Riba Crisis Centre dan Xbank Indonesia. Isnawan P, dkk (2019: 54-64), menyebutkan bahwa gerakan anti riba yang dilakukan oleh Riba Crisis Centre merupakan gerakan fundamentalisme keagamaan untuk mewujudkan kejayaan umat Islam di masa lampau. Gerakan ini tidak melakukan perlawanan dengan mengungkapkan penyimpangan yang dilakukan umat Islam dalam kegiatan ekonomi. Namun, menggunakan taktik yang bersifat solutif terhadap permasalahan umat Islam. Gerakan Riba Crisis Centre menggunakan *platform* media sosial Facebook dan Instagram untuk merekrut masyarakat dengan membuat unggahan berbagai hal mengenai riba. Unggahan-unggahan tersebut bertujuan untuk merubah pandangan dan perilaku masyarakat untuk menghindari riba.

Gerakan hijrah riba di media sosial begitu masif. Gerakan ini berbentuk beragam konten ajakan dan juga pengetahuan tentang riba dan seluk-beluknya. Konten-konten yang tersebar di media sosial, merupakan pesan dakwah yang disampaikan dengan beragam cara, dengan tujuan untuk mempengaruhi pandangan dan perilaku masyarakat tentang ajaran Islam. beberapa akun media sosial pada *platform* Instagram yang menhususkan diri sebagai akun dakwah riba, misalnya akun @xbank.indonesia, @ribacrisiscentreofficial, @hijrahtanpariba, @masyarakat_anti_riba, @masyarakattanpariba, @pengusahatanpariba, dan lain sebagainya. Akun-akun tersebut sebagai manifestasi perlawanan terhadap praktik-praktik riba yang terjadi dan dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan beberapa lembaga keuangan yang lain. Selain melalui akun, unggahan tentang riba juga terdapat pada unggahan dengan menggunakan *hashtag* (tanda pagar) #hijrahriba #hijrahtanpariba #ngeriбанget dan lain sebagainya.





Gambar 1.3
Tangkapan Layar Unggahan Akun Instagram @xbank.indonesia pada tanggal 29 Oktober 2018

Objek penelitian ini adalah gerakan akun media sosial @xbank.indonesia di Instagram yang secara kontinu menyebarkan unggahan tentang riba, baik berupa gambar, kalimat, maupun video. Dengan jumlah *follower* yang mencapai 526 ribu menandakan bahwa akun Instagram ini diminati banyak orang. Dari aktivitas dakwah dan kampanye tentang riba melalui internet, berlanjut dengan gerakan sosial di dunia nyata. Kegiatan Xbank Indonesia telah menyebar secara luas di beberapa daerah yang ada di Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Munculnya akun-akun Instagram yang mengkampanyekan tentang riba, serta praktik pembungaannya dalam kegiatan perbankan yang terindikasi sebagai praktik riba berdasarkan fatwa MUI dan kaidah riba dalam pandangan agama Islam. Kondisi ini menjadi pertentangan antara keyakinan dan ajaran agama dengan praktik pembungaannya dalam kegiatan perbankan yang berlaku di Indonesia

sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 (perubahan atas Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan). Pada sisi yang lain, Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang merupakan tempat berkumpulnya para ulama' dan cendekiawan muslim pada tahun 2004 telah mengeluarkan sebuah fatwa, yaitu fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang Bunga. Fatwa ini berisi tentang pengharaman terhadap praktik pembungaan yang terjadi dan dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan beberapa lembaga keuangan yang lain maupun yang dilakukan oleh masyarakat secara individu. Salah satu akun Instagram yang gencar melakukan dakwah riba adalah akun @xbank.indonesia. Akun Instagram @xbank.indonesia merupakan akun yang dimiliki oleh komunitas Xbank Indonesia. Komunitas Xbank Indonesia merupakan sebuah komunitas nirlaba yang beranggotakan sekumpulan orang telah hijrah dari kegiatan riba, atau orang yang memiliki niat untuk hijrah dari kegiatan riba dan memiliki pengalaman bekerja sebagai pegawai pada lembaga keuangan (koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan beberapa lembaga keuangan yang lain). Melalui akun @xbank.indonesia, komunitas ini secara massif membuat unggahan tentang riba. Sampai saat ini jumlah pengikut (*follower*) @xbank.indonesia berjumlah 526 ribu.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, penelitian ini ingin melihat :

- (1) Strategi wacana apa yang dipakai oleh komunitas Xbank Indonesia dalam menyebarkan kampanye gerakan hijrah riba ?
- (2) Bagaimana proses kognisi sosial yang terjadi pada produsen teks gerakan hijrah pada akun Instagram @xbank.indonesia ?

- (3) Ideologi apa yang terdapat dalam wacana gerakan hijrah riba pada akun Instagram @xbank.indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

- (1) Menjelaskan strategi wacana yang dipakai oleh komunitas Xbank Indonesia dalam menyebarkan kampanye gerakan hijrah riba.
- (2) Menjelaskan proses kognisi sosial yang menjadi latar belakang produksi teks gerakan hijrah riba pada akun Instagram @xbank.indonesia.
- (3) Menjelaskan ideologi yang terkandung dalam wacana gerakan hijrah riba pada akun Instagram @xbank.indonesia.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan gerakan sosial hijrah riba yang dilakukan melalui media sosial Instagram serta memberikan alternatif penelitian gerakan sosial berbasis agama dalam kajian ilmu komunikasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk kajian wacana agama dan memperkaya penjabaran teori wacana dan media baru.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, sumbang saran agar terwujud sistem perbankan nasional yang dapat memberikan perlindungan kepada nasabah yang memiliki keyakinan tentang adanya praktik riba yang berbentuk bunga dalam sistem perbankan konvensional dengan meminimalisir praktik-praktik pembungaan.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada khalayak media sosial untuk dapat memilah layanan perbankan yang sesuai dengan keyakinan yang dipegang agar bisa meminimalisir gesekan dengan transaksi yang mengandung riba.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 State of the Art

Pertama, penelitian Urip Mulyadi pada tahun 2015 dengan judul penelitian, “Gerakan Sosial di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag #ShameOnYouSBY di Twitter)”. Penelitian ini meneliti fenomena munculnya tagar #ShameOnYouSBY yang menjadi *trending topic world wide* pada tanggal 26 hingga 28 September 2014. Munculnya tagar #ShameOnYouSBY sebagai repon *netizen (internet citizen)* akibat aksi *walkout* yang dilakukan oleh para anggota DPR RI dari Partai Demokrat dalam kegiatan rapat paripurna pembahasan Undang-undang Pemilihan Kepala Daerah yang diadakan pada tanggal 24 September 2014 yang mengesahkan Undang-undang Pilkada Tidak Langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Urip Mulyadi ini bertujuan untuk mendiskripsikan wacana gerakan sosial yang muncul di media sosial Twitter melalui *tagar #ShameOnYouSBY*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan analisis wacana kritis model Theo Van Leeuwen. Penelitian ini menjelaskan bagaimana pihak-pihak dan aktor sosial ditampilkan dalam teks. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa munculnya gerakan sosial melalui tagar #ShameOnYouSBY dilakukan dengan

cara menyusun klaim bersama untuk menentang pemegang kekuasaan para politikus (dalam kasus ini adalah Susilo Bambang Yudhoyono selaku Ketua Umum Parta Demokrat dan Presiden RI). Gaya kepemimpinan yang ditampilkan oleh Susilo Bambang Yudhoyono, dapat membuat relasi kuasa pemerintah mengarah kepada relasi kuasa yang bersifat dominan. Masyarakat melalui media sosial Twitter menggambarkan pemegang kekuasaan (dalam hal ini adalah tokoh Susilo Bambang Yudhoyono) dalam rapat paripurna pembahasan rancangan undang-undang Pilkada yang menyetujui pemilihan kepala daerah dilakukan melalui Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sebagai salah satu bentuk pencitraan dan pengkhianatan yang dilakukan penguasa terhadap demokrasi (Mulyadi, 2015).

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Urip Mulyadi (2015)

Nama Peneliti	Urip Mulyadi
Judul	Gerakan Sosial di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag #ShameOnYouSBY di Twitter)
Teori/Metode	Teori : 1. Konsep Ruang Publik Habermas 2. Konsep gerakan sosial 3. Konsep media baru Metode : Metode Deskriptif kualitatif
Abstraksi	Hadirnya media sosial telah memberi arah penting bagi perjalanan demokrasi di Indonesia. Pengguna internet khususnya media sosial, begitu powerful dalam memberdayakan ruang publik, sehingga berwujud gerakan sosial (Social movement). Media sosial memberi ruang peningkatan partisipasi publik dalam aktivitas politik, dimana dimulai dari ruang publik menjadi aksi politik. Salah satunya dengan munculnya gerakan sosial melalui hashtag #ShameOnYouSBY di Twitter yang menjadi Trending Topic World Wide selama periode 26-28 September 2014, dimana merupakan ungkapan kritik masyarakat yang ditujukan

kepada Susilo Bambang Yudhoyono yang saat itu masih menjabat sebagai Presiden RI dan Ketua Umum Partai Demokrat. Saat itu Partai Demokrat melakukan aksi walkout, sehingga menjadi salah satu penyebab disahkannya UU Pilkada tak langsung.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wacana gerakan sosial melalui hashtag #ShameOnYouSBY sebagai upaya perlawanan di media sosial twitter. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisis wacana kritis, model Theo Van Leeuwen, yang secara umum menampilkan bagaimana pihak-pihak dan aktor ditampilkan dalam teks. Pusat perhatian dalam model ini yaitu eksklusi dan inklusi. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam gerakan sosial melalui hashtag #ShameOnYouSBY adalah untuk menyusun klaim bersama menentang pemegang kekuasaan para elit politik. Karena melalui gaya atau sistem kepemimpinan SBY, relasi kuasa pemerintah dapat mengarah kepada relasi kuasa yang bersifat dominan. Sehingga perlawanan adalah sesuatu yang inheren dan tidak bisa dipisahkan dari kekuasaan itu sendiri. Di mana ada penggunaan kekuasaan pasti ada resistensi atau perlawanan. Disini masyarakat menggambarkan pemegang kekuasaan (SBY) dalam pembahasan RUU Pilkada yang menyepakati pemilihan kepala daerah lewat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah sebagai bentuk pencitraan dan pengkhianatan terhadap demokrasi. Di sisi lain penelitian ini juga melahirkan refleksi teoritis dalam memahami ruang public bahwa ruang diskusi dan ekspresi di internet belum dapat disejajarkan dengan ruang publik ideal seperti yang digambarkan oleh Habermas.

Dari penelitian Mulyadi dapat disimpulkan bahwa gerakan sosial yang dilakukan masyarakat melalui media sosial Twitter dengan menggunakan *tagar* #ShameOnYouSBY merupakan usaha untuk menyusun sebuah klaim bahwa ada pertentangan terhadap pemegang kekuasaan dan elit politik. Media sosial digunakan untuk menggambarkan bahwa peristiwa disahkannya rancangan undang-undang Pilkada oleh DPR RI yang menyetujui proses pemilihan kepala daerah dilakukan oleh DPRD merupakan bentuk pengkhianatan terhadap demokrasi. Media digunakan sebagai media untuk menyampaikan gagasan

perlawanan terhadap keputusan maupun kebijakan yang dilahirkan oleh pemegang kekuasaan dan elit politik. Proses diskusi dan penggambaran ekspresi yang muncul di masyarakat melalui media sosial Twitter belum dapat disetarakan dengan konsep ruang publik ideal yang dijelaskan oleh Habermas.

Kedua, penelitian Dewi Kartika Sari & Royke R. Siahainenia pada tahun 2015 dengan judul “Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual pada Kasus Sartinah”. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kartika Sari & Royke R. Siahainenia menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode etnografi. Objek penelitian ini adalah gerakan tagar #SaveSartinah yang muncul di media sosial. Munculnya tagar #SaveSartinah sebagai bentuk dukungan terhadap Sartinah seorang buruh migran Indonesia yang bekerja di negara Arab Saudi yang terlibat kasus hukum dugaan usaha pembunuhan terhadap majikannya. Sartinah melakukan usaha penyelamatan diri terhadap tindakan penganiayaan majikannya dengan melakukan pemukulan. Atas kasus ini Sartinah terancam hukuman mati oleh pemerintah Arab Saudi. Kejadian yang telah terjadi pada tanggal 18 september baru mendapatkan perhatian dari pemerintah Indonesia pada tahun 2011, setelah isu hukuman mati terhadap TKI ramai di media sosial. Setelah ramai di media sosial, gerakan ini berlanjut di dunia nyata. Salah satunya aksi #SaveSartinah yang dilakukan di Titik Nol Kilometer pada hari Senin tanggal 24 Maret 2014 dengan melakukan penggalangan dana yang bertujuan untuk membayar uang pengampunan (*diyath*) supaya Sartinah bisa bebas dari hukuman mati. Teori yang digunakan adalah teori ruang publik Habermas, serta konsep gerakan sosial baru. Teori ruang publik menjelaskan bagaimana media sosial

memiliki ciri khas tertentu dalam proses penyampaian dan penyebarluasan pesan yang dibawa oleh gerakan sosial baru melalui tagar #Savesartinah. Sedangkan konsep Gerakan sosial baru lebih menekankan kepada empat isu penting yaitu; 1) Adanya unsur jaringan masyarakat yang kuat, namun interaksi yang terjadi pada masyarakat bersifat informal atau tidak terstruktur. 2) Adanya kegiatan berbagi keyakinan dan solidaritas di antara masyarakat yang terlibat dalam gerakan sosial. 3) Adanya aksi bersama yang dilakukan masyarakat dengan membawa sebuah isu yang bersifat konfliktual. 4) Adanya aksi yang memiliki tuntutan tertentu yang berkelanjutan, namun tidak terlembaga dan mengikuti prosedur yang rutin sebagaimana terjadi pada sebuah organisasi (Sari dan Royke, 2014).

Tabel 1.2
Ringkasan Penelitian Dewi Kartika Sari & Royke R. Siahainenia (2015)

Nama Peneliti	Dewi Kartika Sari & Royke R. Siahainenia
Judul	Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual pada Kasus Satinah
Teori/Metode	Teori : 1. Konsep masyarakat Virtual 2. Konsep Gerakan Sosial 3. Konsep Ruang Publik Habermas Metode : Metode Etnografi
Abstaksi	Munculnya gerakan sosial baru di ranah ruang virtual merupakan kajian menarik setelah Rheingold (1993) mencoba merumuskan konsep masyarakat virtual. Gerakan sosial baru saat ini mulai masuk di ruang publik virtual sebagai ruang berbagi untuk publik. Artikel ini akan menganalisis seberapa jauh gerakan sosial baru memasuki ruang public virtual khususnya pada kasus Satinah. Hasil kajian menunjukkan bahwa ruang virtual telah mampu menjadi ruang public bagi masyarakat untuk mempertahankan diri serta melakukan perlawanan melalui aktivitas kolektif warga yang digerakkan oleh aktor-aktor tertentu.

Dari penelitian Dewi Kartika Sari & Royke R. Siahainenia dapat disimpulkan bahwa ruang virtual yang ada dalam jaringan internet telah mampu

menjadi sebuah ruang publik baru bagi masyarakat yang dapat digunakan untuk mempertahankan diri serta melakukan sebuah perlawanan lewat aksi kolektif masyarakat yang digerakkan oleh aktor sosial tertentu. Isu konfliktual tentang ketidakhadiran negara untuk menjamin keselamatan warganya di tempat lain yang dibangun melalui gerakan tagar #savesartinah di media sosial bertujuan untuk menggerakkan negara agar bertanggung jawab dan membebaskan warganya dari ancaman hukuman mati yang terjadi di negara lain.

Ketiga, penelitian I Gusti Agung Ayu Kade Galuh pada tahun 2016 dengan judul “Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi”. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti gerakan Bali tolak reklamasi yang diinisiasi oleh WALHI. Gerakan ini membentuk Gerakan ini membentuk Forum Rakyat Bali Tolak Reklamasi (ForBALI). Munculnya gerakan ini didasari oleh isu lingkungan di masyarakat Bali sebagai akibat dari rencana reklamasi teluk Benoa. Rencana pembangunan reklamasi dengan alasan pembangunan pariwisata dikhawatirkan akan terjadi kerusakan lingkungan berupa ombak laut yang meninggi, abrasi pantai, banjir, dll. Gerakan ini awalnya berupa gerakan *offline* yang dilakukan dengan melakukan protes secara langsung ke DPRD Bali, namun tidak berhasil. Kemudian meluas melalui media *online* (facebook, twitter dan petisi online change.org), dan melahirkan kembali gerakan demonstrasi massa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan sosial dan bagaimana karakteristik penggunaan media sosial sebagai strategi gerakan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa aktor gerakan sosial (ForBALI)

menggunakan media sosial Twitter untuk: 1) Mengungkapkan manipulasi citra peduli mangrove yang dilakukan oleh SBY dan Tommy Winata, serta kebohongan Metro TV yang dianggap berpihak kepada pengusaha. 2) Meminta dukungan kepada pihak untuk menyuarkan pembatalan Perpres No. 51/2014. 3) Menyebarkan sindiran kepada Pemprov Bali yang dianggap melakukan kesalahan dalam tata kelola lingkungan. 4) Melakukan perlawanan kepada ForBALIs (Forum Bali Harmonis) yang bersebrangan dengan ForBALI dan melakukan *counter* terhadap unggahan ForBALIs di media sosial.

Tabel 1.3
Ringkasan Penelitian I Gusti Agung Ayu Kade Galuh (2015)

Nama Peneliti	I Gusti Agung Ayu Kade Galuh
Judul	Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi
Teori/Metode	Teori : Konsep Gerakan Sosial Metode : Metode Studi Kasus
Abstaksi	Tulisan ini mengaji bagaimana media sosial bermakna bagi aktivis gerakan. Media sosial dipandang sebagai salah satu strategi gerakan sosial baru. Menggunakan metode studi kasus serta kerangka berpikir <i>new social movement</i> dan <i>cyberprotest</i> , penelitian ini melihat bagaimana peran karakteristik media sosial ikut mempengaruhi proses demokrasi akar rumput di Indonesia. Karakteristik media sosial seperti bentuk, konten, dan khalayak memengaruhi pembentukan nalar dan refl eksi public atas isu reklamasi Teluk Benoa. Kesimpulannya, posisi media sosial sebagai strategi gerakan sosial baru berperan memfasilitasi strategi nalar dan refl eksi dalam mobilisasi dukungan. Ini berarti media social mampu mendorong representasi demokratis ketika berhasil bertransformasi menjadi aksi nyata.

Dari penelitian I Gusti Agung Ayu Kade Galuh dapat disimpulkan bahwa gerakan lingkungan Bali Tolak Reklamasi merupakan gerakan sosial baru, karena isu yang diangkat merupakan isu ontemporer dan bukan merupakan wacana perjuangan kelas. ForBALI menggunakan media sosial sebagai strategi untuk

memublikasikan target massa gerakan, meminta dan mendorong dukungan, berkoordinasi, menyebarkan informasi, mengumpulkan dana, serta mempromosikan berbagai tujuan, baik individu maupun kolektif. Tiga karakter kunci media social (bentuk, konten, dan khalayak) berhasil memperkuat gerakan melalui empat cara. Pertama, media sosial secara murni digunakan sebagai instrumen kampanye oleh aktor gerakan yang minim sumber daya finansial. Kedua, media sosial digunakan sebagai media perlawanan. Ketiga, konstruksi pengetahuan publik yang bersifat *counter* hegemoni melalui media sosial. Keempat, pembentukan identitas kolektif melalui pembentukan ikatan lemah antaraktor, sehingga pengguna media sosial yang terlibat dalam aktivitas protes di ruang virtual tidak lain adalah bagian utuh dari ForBALI.

Keempat, penelitian Norma Atika Sari dan Eka Yusriansya pada tahun 2020 dengan judul Analisis Wacana Kritis terhadap Konten Media Sosial “Bekal Buat Suami” dalam Perspektif Gender. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan gender. Penelitian ini meneliti salah satu unggahan akun media sosial Twitter @rainydecember yang berjudul “Bekal buat Suami” menjadi *trending topic* pada tanggal 29 Juni 2020. Unggahan tersebut berupa foto dan resep makanan dengan disertai narasi teks yang menunjukkan posisi perempuan di ranah domestik sebagai subjek penyedia bekal makanan, dan laki-laki sebagai objek penerima bekal sekaligus menegaskan perannya sebagai pencari nafkah dalam konstruksi keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana wacana dalam konten “Bekal buat Suami” mereproduksi dominasi sosial dan bagaimana respon kelompok yang didominasi.

Hasilnya topik unggahan “Bekal buat Suami” secara tidak langsung merepresentasikan posisi perempuan di dalam sistem sosial terkecil masyarakat yaitu keluarga. Unggahan “Bekal buat Suami” adalah wacana patriarkis. Dalam level kebahasaan jelas ada relasi kuasa laki-laki terhadap perempuan. Narasi yang dibangun secara semantik dan sintaksis menunjukkan bahwa konten ini menegaskan adanya pembagian kerja berdasar gender pada konsep keluarga di Indonesia. Unggahan tersebut membawa ideologi konservatif dengan sasaran penerima pesan yang juga konservatif.

Tabel 1.4
Ringkasan Penelitian Norma Atika Sari dan Eka Yusriansya (2020)

Nama Peneliti	Norma Atika Sari dan Eka Yusriansya
Judul	Analisis Wacana Kritis terhadap Konten Media Sosial “Bekal Buat Suami” dalam Perspektif Gender
Teori/Metode	Metode : Deskriptif kualitatif dengan pendekatan gender
Abstaksi	Dalam budaya patriarki, kerja-kerja domestik seperti memasak, mencuci, membersihkan rumah dan merawat anak adalah tanggung jawab perempuan. Sedangkan laki-laki bertugas bekerja mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Pembagian tugas secara dikotomis semacam ini sudah mengakar di level ketidaksadaran kolektif masyarakat sejak lama. Dikotomi kepala rumah tangga - ibu rumah tangga, publik - domestik, serta stereotipe rasional - emosional menjadi dasar pembagian gender pada masyarakat Indonesia. Perbedaan perspektif dalam menyikapi pembagian tugas ini memicu polemik salah satunya karena unggahan “Bekal buat Suami” yang menjadi trending topic di platform Twitter pada tanggal 29 Juni 2020. Polemik bermula ketika akun dengan nama pengguna @rainydecember mengunggah utas konten berisi foto dan resep masakan dengan topic “Bekal buat Suami”. Konten disertai narasi teks yang menunjukkan posisi perempuan di ranah domestic yaitu sebagai subjek penyedia bekal makanan, dan laki-laki sebagai objek penerima bekal sekaligus menegaskan perannya sebagai pencari nafkah dalam konstruksi keluarga. Konten “Bekal buat Suami” diteliti menggunakan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk dengan pendekatan gender. Metode penelitian

	<p>yang dipilih adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan analisis struktur makro (tematik), super struktur (skematik) dan struktur mikro dari objek penelitian. Hasil penelitian menemukan bentuk wacana patriarkis yang diproduksi oleh pemilihan bahasa dalam konten tersebut. Unggahan “Bekal buat Suami” melegitimasi adanya pembagian kerja berbasis gender. Namun ketidaktepatan cara merespon dan keterbatasan pola komunikasi daring/ virtual memunculkan permasalahan baru diantaranya miskonsepsi, penyangkalan, membenaran, bahkan berpotensi melahirkan kelompok misoginis pada platform Twitter.</p>
--	---

Dari penelitian Norma Atika Sari dan Eka Yusriansya dapat disimpulkan bahwa bahasa dapat memproduksi wacana dan pemahaman tertentu yang terkadang masyarakat sebagai pengguna bahasa tidak menyadarinya. Sistem kepercayaan atau ideologi yang diyakini secara personal dapat membentuk wacana kolektif di masyarakat. Unggahan “Bekal buat Suami” di Twitter menunjukkan adanya relasi kuasa berbasis gender sebagai indikator konsep keluarga harmonis di Indonesia. Relasi kuasa yang terjadi atau dimunculkan dalam unggahan tersebut tidak dapat secara langsung dapat disadari bahwa relasi kuasa tersebut lahir dari pemilihan bahasa yang ditampilkan dalam teks.

Penelitian sebelumnya memberikan referensi mengenai gerakan sosial yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, serta referensi analisis wacana kritis terhadap unggahan teks di media sosial . Media sosial memberikan dampak yang cukup signifikan baik dalam pembangunan wacana dalam gerakan sosial, seperti yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan oleh Urip Mulyadi. Selain itu, media sosial juga berperan dalam munculnya gerakan sosial baru di dunia nyata yang sebelumnya digalakkan melalui tagar #SaveSartinah sebagaimana dijelaskan dalam penelitian yang berjudul “Gerakan Sosial Baru di

Ruang Publik Virtual pada Kasus Satinah”. Dari beberapa tinjauan penelitian sebelumnya, terdapat bidang kebaruan dalam gerakan sosial yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu adanya gerakan sosial berbasis agama. Gerakan sosial pada penelitian ini menekankan kepada gerakan sosial yang memiliki orientasi kepada perubahan yang dilakukan oleh individu di masyarakat. Gerakan hijrah riba sebagai bentuk perlawanan terhadap praktik riba sesuai dengan kepercayaan dan ideologi yang diyakini oleh produsen teks. Pada penelitian ini produsen teks melakukan perlawanan terhadap praktik pembungaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan yang lainnya maupun yang dilakukan oleh masyarakat secara individu.

1.5.2 Paradigma Penelitian

Guba dalam Denzin dan Lincoln (2009: 123) mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat keyakinan dasar yang memandu sebuah tindakan. Paradigma meliputi tiga elemen, yaitu : epistemology (mengetahui realitas), ontology (mengetahui hakikat realitas itu sendiri), dan metodologi (cara mendapatkan pengetahuan tentang realitas).

Jenis paradigma yang digunakan pada penelitian ini, yaitu paradigma kritis. Paradigma kritis menurut Gunter (2000: 6) berasal dari pemikiran Karl Marx serta gagasannya tentang perjuangan kelas sosial. Paradigma kritis dalam melihat fenomena menambahkan dimensi sosio-ekonomi dan politik untuk mengidentifikasi motif di balik sebuah fenomena yang selaras dengan kekuatan sosio-ekonomi dan politik yang dominan di masyarakat.

Paradigma kritis tidak hanya sekedar menjelaskan tentang sesuatu yang tersembunyi di balik realitas yang diamati, namun juga melakukan kritik terhadap kondisi dari realitas tersebut dan menyiratkan rencana perubahan akan realitas tersebut (Nasrullah, 2014: 165). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menjelaskan serta memahami praktik riba yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan yang lainnya maupun yang dilakukan oleh masyarakat secara individu melalui praktik pembungaan dan bagaimana gerakan hijrah riba membangun wacana anti riba di masyarakat melalui media sosial Instagram.

Media siber dan fenomena-fenomena yang terjadi di dalamnya, diidentifikasi sebagai sebuah sumber yang memiliki kekuatan untuk melakukan kontrol sosial kepada masyarakat. Kontrol sosial ini dikendalikan oleh elit sosial, budaya serta politik. Kelompok elit sosial mempertahankan posisinya dengan menyebarkan nilai-nilai, keyakinan, dan pendapat-pendapatnya melalui media. Kaum Marxis menganggap bahwa media membangun kesadaran palsu yang berbeda dengan realitas lapangan. Sehingga pada penelitian dengan paradigme kritis, peneliti akan sampai pada proses membongkar makna di balik teks, nilai-nilai yang hendak dicapai oleh produsen teks, serta ideologi yang hendak disebarkan oleh produsen teks kepada masyarakat (Nasrullah, 2014: 164-165). Gerakan sosial hijrah riba yang digalakkan oleh akun Instagram @xbank.indonesia merupakan upaya untuk melakukan kritik terhadap praktik riba yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan yang lainnya

maupun yang dilakukan oleh masyarakat secara individu masih berada dalam lingkaran praktik riba.

Fungsi paradigma atau metode penelitian dalam sebuah penelitian adalah untuk menggali dan mengeksplorasi struktur, rasionalitas serta ideologi yang tersembunyi di balik sebuah teks pada sebuah media tertentu (Dedy N. Hidayat, 2000: 127-164). Terdapat beberapa karakteristik utama dalam seluruh filsafat pengetahuan paradigma kritis yang bisa dilihat secara jelas. Berikut pemaparan mengenai kepercayaan dasar dari paradigma kritis dari Guba dan Lincoln dalam Denzin dan Lincoln (2009: 123).

1.5.2.1 Aspek Ontologi

Realisme Historis. Sebuah realitas dianggap bisa dipahami pernah suatu berciri lentur, namun dari waktu ke waktu dibentuk oleh serangkaian faktor sosial, politik, budaya dan ekonomi, etnik gender, yang kemudian mengkrystal (membatu) kedalam serangkaian struktur yang saat ini (secara tidak tepat) dipandang sebagai sesuatu yang nyata, yaitu alamiah dan abadi. Demi tujuan-tujuan praktis, struktur tersebut adalah nyata, yaitu sebuah realitas maya dan historis.

1.5.2.2 Aspek Epistemologi

Transaksional dan Subjektivitas. Peneliti dan objek yang diteliti terhubung secara interaktif, dengan nilai nilai peneliti (dan nilai 'orang-orang lain' yang terposisikan) mempengaruhi penelitian secara tak terhindarkan. Oleh karenanya, temuan-temuan penelitian diperantarai oleh nilai. Perhatikan bahwa sikap ini secara efektif menentang pembedaan tradisional antara ontologi dengan

epistemology, sesuatu yang dapat diketahui ternyata terjalin secara erat dengan interaksi antara seorang peneliti tertentu dengan obyek atau kelompok tertentu. Garis putus-putus yang memisahkan baris ontologis dengan epistemologis.

1.5.2.3 Aspek Metodologi

Dialogis dan Dialektis. Sifat transaksional peneliti membutuhkan dialog antara peneliti dan subjek-subjek penelitian, dialog tersebut haruslah berciri dialektis agar dapat mengubah ketidaktahuan dan kesalahpahaman (yakni, menerima struktur-struktur yang diperantai secara historis yang tak dapat diubah) menjadi kesadaran yang lebih mendalam/matang (yang menyadari bagaimana struktur-struktur dapat diubah dan memahami tindakan apa saja yang diperlukan untuk menghasilkan perubahan) atau seperti ungkapan Giroux dalam Norman K Denzin (2005: 136), “Sebagai intelektual transformative, untuk menyingkap dan menggali bentuk-bentuk pengetahuan historis dan terkungkung yang mengacu pada pengalaman akan penderitaan, konflik, dan perjuangan kolektif, untuk mengaitkan gagasan tentang pemahaman historis dengan elemen-elemen kritik dan harapan”. Para peneliti transformasional menampilkan ‘Kepemimpinan transformasional’ (Burns, dalam Norman K Denzin, 2005: 136).

1.5.3 Teori Kritis

Munculnya teori kritis, pada awalnya dipandangan sebagai sesuatu yang negatif. Teori kritis dianggap sebagai alat analisis yang digunakan untuk merendahkan suatu hal, orang, dan ide. Kritik merupakan sesuatu yang banyak diasosiasikan dengan negativitas, penghinaan, dan ketidaksetujuan. Dalam studi komunikasi, teori kritis menawarkan kerangka untuk menganalisis kompleksitas

dan pertentangan marjinalisasi dan perlawanan dalam masyarakat. Teori kritis merupakan teori pelengkap yang digunakan untuk memeriksa adanya struktur dominasi dalam masyarakat serta untuk membuka kemungkinan bagi emansipasi masyarakat, makna, dan nilai-nilai (Littlejohn dan Foss, 2009: 237).

Littlejohn dan Foss menjelaskan: *“These theories show that power, oppression, and privilege are the product of certain forms of communication throughout society”* (Littlejohn dan Foss, 2009: 237). Teori ini menjelaskan bahwa kekuasaan dan keistimewaan yang dimiliki suatu kelompok serta penindasan yang dilakukan oleh kelompok tertentu merupakan produk dari bentuk komunikasi tertentu yang ada di masyarakat. Teori ini berpandangan bahwa media massa bekerja dengan tujuan utama untuk memberikan pembenaran dan mendukung status quo dengan mengorbankan masyarakat biasa. Teori kritis memiliki gagasan bahwa pengaturan sosial budaya dibentuk untuk memperkuat kekuasaan kelompok tertentu dalam cara-cara yang mendominasi dan bahkan menindas kelompok lainnya. Pemikiran kritis mempelajari bagaimana ketidakseimbangan kekuasaan, hegemoni dan dominasi dapat membentuk melalui interaksi sosial dan membayangkan berbagai kemungkinan lain yang dinilai manusiawi dan demokratis (Morissan dkk, 2017: 150-151).

Ben Agger (dalam Fuchs, 2014: 13) berpendapat bahwa teori sosial kritis didasarkan pada tujuh dasar:

- 1) Kritik terhadap positivisme dan asumsi bahwa teori itu bebas nilai.
- 2) Kemungkinan masa depan yang lebih baik tanpa dominasi dan eksploitasi.
- 3) Dominasi sebagai fenomena struktural.

- 4) Manusia yang hidup dalam struktur dominasi, cenderung mereproduksi struktur ini dalam kesadaran palsu.
- 5) Sangat tertarik dengan kehidupan sehari-hari seperti tempat kerja dan keluarga.
- 6) Struktur dan agensi sebagai proses dialektis.
- 7) Pembebasan sebagai proses yang harus dicapai oleh yang tertindas dan dieksploitasi.

Mengaitkan aspek-aspek ini dengan karya-karya Marx, kita dapat mengidentifikasi enam dimensi dari teori kritis:

- 1) Etika kritis.
- 2) Kritik dominasi dan eksploitasi.
- 3) Alasan dialektis.
- 4) Perjuangan dan praktik politik.
- 5) Kritik ideologi.
- 6) Kritik terhadap ekonomi politik.

Teori kritis kontemporer bukanlah teori yang disatukan, tetapi harus dipahami sebagai seperangkat kerangka kerja teoritis untuk mengkritik dominasi dengan tujuan akhir perubahan sosial. Beberapa konsep yang digunakan dalam teori kritis diantaranya : kesadaran palsu, alienasi, dorongan kematian, dan melankolia. Namun, ada konsep menyeluruh yang menginformasikan sebagian besar analisis teori kritis (Littlejohn dan Foss, 2009: 238). Menurut Littlejohn dan Foss (2009: 238) konsep-konsep dalam analisis teori kritis yang bisa digunakan:

1) Kritik Dominasi

Urutan utama dalam penelitian teori kritis adalah pemeriksaan kondisi sosial struktur produktif yang terpinggirkan dari marginalisasi. Pemeriksaan semacam ini melihat kendala yang ditempatkan pada subjektivitas orang, agensi, dan akses ke sumber daya dalam konteks tertentu. Struktur sosial seperti bahasa, lembaga sosial, dan pemerintah menghasilkan sistem makna dan pengetahuan tentang kelompok-kelompok tertentu. Struktur juga menghasilkan, atau memperkuat, aturan dan norma untuk mendistribusikan sumber daya dan pengakuan di seluruh kelompok dalam menciptakan pengetahuan tentang masyarakat dan mengalokasikan sumber daya untuk masyarakat tersebut. Struktur ini mengistimewakan beberapa orang dan meminggirkan orang lain. Tujuan mengkritik Struktur dominasi tersebut adalah untuk menghasilkan kemungkinan untuk mentransformasikan hubungan sosial.

2) Ideologi

Dimensi dasar dominasi adalah ideologi, atau sistem kepercayaan yang berfungsi sebagai landasan pandangan kelompok tertentu dan persepsi tentang realitas dan kesadaran. Gagasan-gagasan ini membentuk apa yang dipercaya orang tentang orang lain dan dunia. Louis Althusser (dalam Littlejohn dan Foss, 2009: 237), mengatributkan pembentukan ideologi ke dalam superstruktur (aparatur negara). Ahli teori kritis lainnya menolak sumber ideologi yang realistis seperti itu. Sebagai gantinya, banyak yang memahami ideologi dominan didasari oleh wacanaa dominan dan praktik diskursif dalam masyarakat atau lembaga yang menyebabkan tidak ada ideologi alternatif di dalam masyarakat. Namun, melalui

penyebaran bahasa, beberapa ideologi muncul menjadi lebih normatif dan alami. Proses ini yang menghasilkan struktur dominasi atau hegemoni.

3) Hegemoni

Studi hegemoni menguji perjuangan atas ideologi dan minat antar individu yang berbeda kelas sosial dalam masyarakat. Hegemoni terjadi ketika satu kelompok atau gagasan tertentu diistimewakan dari yang lain, melalui subversi atau kooptasi. Hegemoni bekerja dalam saran halus dan lembut. Kepentingan kelompok tertentu dibentuk dan digeser untuk memperkuat kekuatan dan menguntungkan kepentingan kelompok yang lebih dominan. Hegemoni membuat orang sering tidak menyadari bahwa tindakan dan kepercayaan mereka memperkuat kepentingan kelompok dominan. Tujuan transformasi sosial dalam teori kritis adalah untuk menganalisis praktik-praktik sosial, norma-norma, dan kondisi tertentu untuk menentang keunggulan ideologi tertentu.

4) Transformasi Sosial/Emansipasi

Transformasi sosial, selain menganalisis juga memberikan kemungkinan atau melembagakan perubahan sosial. Dalam nada ini, para ahli teori dari tradisi ini memahami deskripsi dan reformasi sosial sebagai tujuan bersama dari teori. Transformasi sosial tidak terbatas pada aktivisme fisik, tetapi perubahan juga melalui intervensi diskursif, atau menawarkan pembacaan emansipatori mengenai dominasi yang mungkin memimpin individu untuk mengubah partisipasi mereka dalam sistem dan gagasan yang menindas.

1.5.4 Teori New Media

Marks Poster menerbitkan buku yang cukup penting yang berjudul *The Second Media Age* di tahun 1990. Terbitnya buku ini menjadi penanda periode baru teknologi informasi dan komunikasi jaringan dalam hal ini adalah teknologi internet yang berpotensi merubah masyarakat. Ide mengenai media baru (*second media*) sebenarnya sudah dimulai pada tahun 1980-an yang dimulai dengan beberapa perubahan penting dalam teori media. *Perubahan pertama* yaitu, adanya pelanggaran tentang konsep media terutama tentang komunikasi massa menuju berbagai media yang memiliki cakupan luas hingga yang cakupannya pribadi seperti: *personal computer, tablet, dan telepon pintar*. *Kedua*, adanya bentuk baru penggunaan media oleh masyarakat yang berfokus pada informasi pribadi dan akuisisi pengetahuan, sampai pada penggunaan media untuk berinteraksi dengan orang lain. *Ketiga*, media kedua membawa teori media menjadi lebih populer setelah tahun 1990. Kekuatan media kembali menjadi focus terutama dalam hal penyebaran dan penyiaran media (Littlejohn, 2017: 148-149).

David Holmes menjelaskan mengenai perbedaan media yang pertama dengan yang kedua. *Era pertama*, media digambarkan dengan karakteristik : 1) Bentuk komunikasi satu arah; 2) Adanya sentralisasi produksi pesan; 3) adanya sebuah kendali situasi, untuk sebagian besar; 4) Adanya proses Reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan dalam media; 5) Adanya pembentukan kesadaran sosial masyarakat oleh media; 6) Audiens media yang terpecah. *Era kedua*, media digambarkan dengan karakteristik : 1) Bentuk komunikasi menjadi dua arah; 2) Desentralisasi; 3) Adanya demokratisasi; 4) Media di luar kendali situasi tertentu;

5) Meningkatnya kesadaran individu pada masyarakat; 6) Orientasi individu (Litteljohn dan Foss, 2014: 413).

Nicholas Gane dan David Beer dalam Nasrullah (2014: 14) menjelaskan tentang ciri-ciri khusus media baru dengan istilah jaringan (*network*), interaktif (*interactivity*), informasi (*information*), menghubungkan (*interface*), arsip (*archive*), dan simulasi (*simulation*). Karakter-karakter tersebut dijelaskan ke dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1.5
Perbedaan Era Media Pertama dengan Era Media Kedua

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (<i>interactivity</i>)
Sentralisasi/tersentral (komunikasi terjadi dari satu sumber kepada banyak audiens/khalayak).	Desentralisasi/tersebar (komunikasi terjadi dari banyak sumber kepada banyak audiens/khalayak).
Bentuk komunikasi yang terjadi adalah komunikasi satu arah.	Bentuk komunikasi yang terjadi adalah Komunikasi dua arah atau timbal balik.
Terbukanya peluang media atau sumber komunikasi untuk dikuasai oleh pihak tertentu.	Tertutupnya peluang media untuk dikuasai oleh pihak tertentu, dan media bebas dari adanya kontrol pihak tertentu.
Media menjadi alat untuk melestarikan strata sosial dan ketidaksetaraan kelas sosial masyarakat.	Media memberikan fasilitas kepada setiap masyarakat untuk berkomunikasi..
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa.	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing.
Media dianggap dapat menjadi alat untuk memenuhi kesadaran masyarakat.	Media ikut melibatkan pengalaman masyarakat pada ruang dan waktu tertentu.

Sumber : Nasrullah (2014: 14)

McQuail (2011: 156-157) menyebutkan bahwa secara umum perbedaan antara media baru dan media lama bisa dijelaskan dengan mempertimbangkan peranan utama dan hubungan yang ditemukan dalam lembaga media lama yang berkaitan dengan kepengarangan, publikasi, produksi, distribusi, dan penerimaan pesan. Dalam bidang kepengarangan, media baru meningkatkan kesempatan

kepada semua orang untuk menjadi pengarang yang menghasilkan sebuah teks yang diterbitkan sendiri melalui sarana internet. Dalam bidang penerbit, media baru membukan bentuk publikasi alternatif dan memberikan kesempatan kepada siapapun untuk menjadi penerbit teks. Dalam bidang khalayak, khalayak memiliki kesetaraan dengan sumber teks, serta distributor teks. Khalayak memiliki banyak pilihan media dan informasi yang diinginkan.

Lebih lanjut, David Holmes menjelaskan mengenai kemungkinan dua pandangan dominan antara media pertama yang menekankan kepada media penyiaran atau proses penyiaran pesan komunikasi kepada masyarakat, dan media kedua yang menekankan pada penggunaa jaringan untuk berkomunikasi. Dua pandangan David Holmes tersebut, yaitu :

1) Pendekatan interaksi sosial (*social interaction*). Pendekatan interaksi sosial membedakan media berdasarkan kedekatan media dengan bentuk interaksi tatap muka (*face to face*). Media pertama, lebih menekankan pada penyebaran informasi dan mengurangi peluang terdinya interaksi khalayak dan media. Sedangkan media kedua lebih interaktif daripada media pertama, dan dapat menciptakan pemahaman baru pada masyarakat tentang komunikasi pribadi. Tokoh pendukung dari pandangan ini yaitu Pierre Levy. Levy berpandangan bahwa *World Wide Web* (website) merupakan sebuah lingkungan informasi yang terbuka, dinamis, dan fleksibel yang memberikan peluang kepada khalayak untuk mencari informasi baru serta lebih interaktif dalam dunia demokratis di dalam masyarakat luas. Dunia siber menjadi media terjadinya pertemuan semu masyarakat yang memperluas batasan dunia sosial, memberi

ruang kepada pengetahuan baru, serta menjadi tempat untuk saling berbagi pandangan antar masyarakat secara luas.

- 2) Pendekatan Integrasi sosial (*social integration*). Pendekatan integrasi sosial menjelaskan media tidak dalam bentuk interaksi, informasi, maupun penyebarannya, namun dalam bentuk ritual yaitu bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara untuk menciptakan sebuah masyarakat. Media bukan hanya sebagai tempat untuk mencari informasi yang menarik khalayak, namun tempat membentuk khalayak ke dalam berbagai bentuk masyarakat serta memberi khalayak rasa saling memiliki satu dengan yang lainnya. Pada media pertama, khalayak akan mendengarkan dan melihat sesuatu yang disajikan oleh media. Namun, media tidak berbicara dan berinteraksi kepada khalayak. Masyarakat yang terbentuk tidak terikat satu dengan yang lainnya. Sedangkan pada media kedua, penggunaan media oleh khalayak sebagai sebuah ritual bersama. Hal ini menyebabkan khalayak pengguna media merasa menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas. Masyarakat yang terbentuk terikat dalam komunitas sosial pengguna media baru (Liittlejohn dan Foss, 2014: 413-415).

Perkembangan media baru, sangat erat hubungannya dengan korvergensi media. Bruce Owens dalam bukunya yang berjudul *The Internet Challenge to Television*, membuat ramalan tentang konvergensi media. Proses korvergensi media masa dilakukan melalui proses digitalisasi. Jaringan internet akan menjadi sangat berpengaruh, karena televisi, telepon, dan komputer akan masuk ke dalam

jaringan internet melalui digitalisasi konten. Digitalisasi dan konvergensi merupakan inti dari teori media baru (Littlejohn dan Foss, 2009: 685-686).

Aspek teknologi informasi dan komunikasi adalah digitalisasi. Digitalisasi sendiri diartikan sebagai sebuah proses pengurangan teks media (proses perekaman dan pengkodean makna simbolik) menjadi kode digital yang memungkinkan teks media menjalani proses produksi, distribusi, dan penyimpanan yang sama. Saat ini, banyak media massa konvensional yang melakukan proses konvergensi media ke dalam media digital dalam upaya pengaturan, distribusi, dan penerimaan pesan media massa kepada masyarakat. Proses konvergensi media ini melibatkan internet (McQuail, 2011: 154).

1.5.5 Teori Wacana

Teori wacana berhubungan dengan sebuah pandangan tentang wacana. Penggunaan wacana dalam masyarakat terdapat pada berbagai bidang ilmu pengetahuan mulai dari psikologi, bahasa, politik, komunikasi, dan lain sebagainya. Pemakaian istilah wacana seringkali diikuti definisi yang berbeda sesuai dengan disiplin ilmu yang digunakan. Berikut beberapa definisi wacana yang dapat dijelaskan.

Tabel 1.6
Definisi Wacana

Wacana dijelaskan oleh Michael Foucault sebagai sebuah sistem pengetahuan yang memberikan informasi mengenai teknologi sosial serta teknologi memerintah yang merupakan sebuah bentuk kekuasaan yang ada pada masyarakat modern. Wacana dilihat sebagai sebuah bahasa dalam praksis sosial, atau bahasa yang menjadi suatu peristiwa sosial (Haryatmoko, 2016:3).

Wacana dijelaskan oleh Jusuf Sjarif Badudu sebagai: 1) Suatu rangkaian kalimat yang saling terkait dan menghubungkan antara satu proposisi dengan yang lainnya, membentuk kesatuan, hingga membentuk makna yang selaras antar

kalimat. 2) Suatu kesatuan bahasa yang paling lengkap di atas sebuah kalimat/klausa serta memiliki koherensi dan kohesi yang tinggi dan berkelanjutan, yang bisa memiliki awal dan akhir yang nyata, serta disampaikan secara lisan atau tertulis (Eriyanto, 2001: 2).

Wacana dijelaskan oleh Cook sebagai suatu penggunaan bahasa dalam praktik komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan yang dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan (Badara, 2012: 16-17).

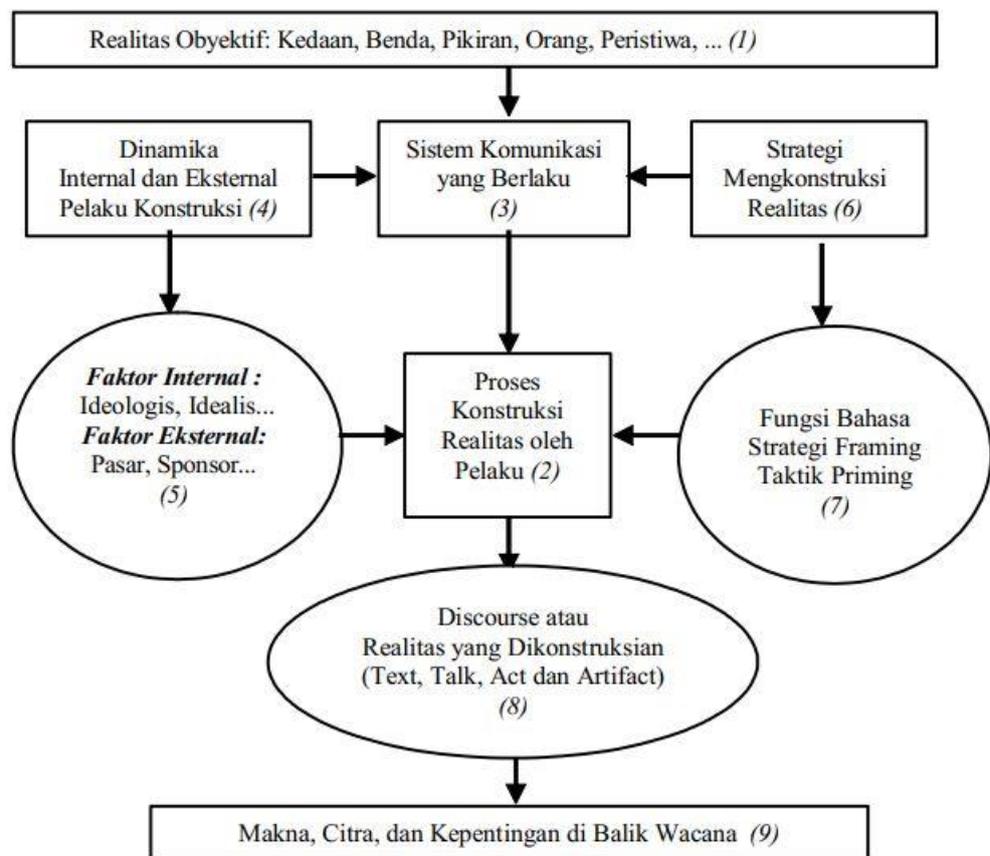
Wacana dijelaskan oleh Halliday & Hasan sebagai sebuah satu kesatuan semantic, bukan satu kesatuan gramatikal. Sebuah kesatuan yang bukan karena bentuknya (kata, morfem, klausa maupun kalimat). Terdapat dua unsur yang dapat menjadi objek kajian: *Pertama*, unsur suatu abstrak yang dapat digunakan untuk mengajarkan bahasa serta mengetahui aturan-aturan bahasa bekerja. *Kedua*, unsur yang digunakan untuk melakukan proses komunikasi (Badara, 2012: 17).

Perbedaan pengertian wacana dalam berbagai disiplin ilmu dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Ilmu Sosiologi; wacana melihat kepada hubungan yang terjadi di antara konteks sosial dalam penggunaan bahasa.
- 2) Ilmu Linguistik; wacana merupakan suatu unit bahasa yang lebih besar dari sebuah kalimat.
- 3) Ilmu Psikologi, wacana merupakan sebuah praktek dialog seseorang.
- 4) Ilmu Politik, wacana merupakan suatu praktik penggunaan bahasa, khususnya politik bahasa (Eriyanto, 2001: 3).

Hamad (2005: 327-328) menjelaskan bahwa wacana muncul dari hasil sebuah proses konstruksi realitas oleh produsen teks/wacana. Konstruksi realitas ini dimulai dari adanya sebuah realitas pertama yang berupa; keadaan, benda, pikiran, orang, peristiwa, dan lain sebagainya. Dalam proses konstruksi realitas

sosial, produsen teks dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor tersebut dapat berupa kepentingan idealis, ideologis, dan lain sebagainya. Produsen teks memakai strategi *framing* untuk melakukan konstruksi realitas sosial, strategi ini berupa pemilihan bahasa yang dimulai dari kata sampai paragraf, pemilihan fakta yang akan dimasukkan ke dalam wacana maupun akan dikeluarkan, serta pemilihan teknik menampilkan kepada masyarakat. Hasil dari proses konstruksi realitas ini dapat berupa tulisan (*teks*), ucapan (*talks*), atau peninggalan (*artifact*). Di balik sebuah wacana, terdapat sebuah kepentingan yang sedang diperjuangkan oleh produsen wacana/teks.



Gambar 1.4
Proses Konstruksi Realitas dalam Membentuk Wacana
 (Sumber: Hamad (2005: 327))

1.5.6 Gerakan Sosial

Isu tentang *social movements* atau gerakan sosial sudah menjadi sebuah objek kajian dari berbagai kegiatan penelitian. Perkembangan gerakan sosial begitu cepat setelah tahun 1960-an yang dimulai dengan munculnya berbagai gerakan sosial yang mengusung tujuan yang beragam. Sehingga topik tentang gerakan sosial cukup menarik dikaji (Porta dan Diani, 2006: 1). Meingkatnya kajian tentang gerakan sosial, memunculkan beragam perspektif yang terus berkembang untuk melihat munculnya berbagai gerakan sosial.

Selama satu dekade terakhir, perspektif tentang gerakan sosial didominasi oleh pendekatan politik (*politik approach*). Pendekatan politik memandang gerakan sosial dalam sebuah kerangka *state-centerness*, yang membuat Negara menjadi target utama dari gerakan sosial. Karena Negara yang memiliki satu-satunya sumber otoritas (*Source of power*) (Amstrong dan Bernstein, 2008: 74). Pandangan dengan kerangka *state-centerness* menjadi pandangan dominan dalam gerakan sosial karena sejalan dalam perkembangan gerakan sosial, meskipun gerakan sosial yang muncul tidak secara langsung bersinggungan dengan kepentingan Negara. Beberapa contoh gerakan sosial, diantaranya: Gerakan mahasiswa, gerakan buruh, gerakan HAM dan anti peperangan (*civil rights and anti war movements*), dan gerakan sosial lainnya (Porta dan Diani, 2006: 1). Pandangan *state-centerness* menuai banyak kritik, sejak berkembangnya gerakan sosial baru (*new social movements*), sebagaimana yang disebut oleh Tilly (1998) bahwa gerakan sosial baru merupakan sebuah gerakan yang memiliki dasar

pada isu yang berkembang di masyarakat seperti isu gender, isu lingkungan, isu preferensi seksual, dan isu-isu yang lain.

Giddens (dalam Martono, 2011: 392) menjelaskan mengenai konsep gerakan sosial yang diartikan sebagai bentuk upaya kolektif/tindakan kolektif untuk mencapai kepentingan atau tujuan bersama di luar lingkungan lembaga yang telah ada di masyarakat. Sedangkan, Snow (2004: 11), menjelaskan bahwa gerakan sosial merupakan sebuah gerakan kolektif masyarakat yang terorganisir serta berkelanjutan, yang memiliki tujuan untuk menentang pada otoritas yang berkuasa, baik otoritas institusi atau otoritas kultural. Penjelasan dari Snow tersebut, menunjukkan bahwa negara bukanlah target satu-satunya dari gerakan sosial, akan tetapi *source of power and authority* atau berbagai sumber kekuatan dan otoritas dari berbagai institusi dan *cultural meaning* dapat menjadi target gerakan sosial oleh masyarakat.

Definisi konsep gerakan sosial tersebut di atas mencakup kepada karakter gerakan sosial secara umum, yaitu karakter : terorganisis, tindakan kolektif/aksi kolekti, mempunyai sebuah tujuan tertentu (*change-oriented goals or claims*), mempunyai keberlanjutan (kontinuitas) (Snow, 2011: 6). Sztompka (dalam Martono, 2011, 398) membagi gerakan sosial berdasarkan beberapa klasifikasi, diantaranya :

1) Berdasarkan Bidang Perubahan.

- a. Gerakan sosial yang memiliki tujuan terbatas, gerakan ini hanya bertujuan merubah aspek tertentu yang ada dalam masyarakat, tanpa menyasar kepada

struktur lembaga yang ada di masyarakat. Gerakan dengan tujuan seperti ini, disebut sebagai gerakan reformasi.

- b. Gerakan radikal, yaitu sebuah gerakan yang berusaha mewujudkan perubahan yang mendalam dan menyentuh landasan dasar sebuah organisasi social masyarakat.

Smelser, memberikan tipologi lain dalam klasifikasi ini, yaitu :

- a) Gerakan sosial berorientasi norma. Gerakan yang memobilisasi massa atas keyakinan umum, yang menginginkan penataan ulang norma.
- b) Gerakan sosial beorientasi nilai. Gerakan yang memobilisasi massa atas keyakinan umum, menginginkan penataan ulang nilai.

2) Berdasarkan Kualitas Perubahan

- a) Gerakan konservatif, gerakan yang mengarah kepada masa lampau yang berusaha untuk mengembalikan eksistensi hukum, lembaga, keyakinan, maupun cara hidup yang pernah eksis pada masa lampau, namun tmengalami erosi serta dihilangkan dalam perjalanan sejarah.
- b) Gerakan progresif, gerakan yang fokus kepada inovasi-inovasi untuk menyongsong masa mendatang.

3) Berdasarkan Target Perubahan

- a) Gerakan sosial yang bertujuan kepada perubahan struktur sosial.
- b) Gerakan sosial yang bertujuan kepada perubahan individu.

4) Berdasarkan Arah Perubahan

- a) Gerakan sosial dengan arah perubahan positif, gerakan yang berusaha untuk memperkenalkan sebuah perubahan tertentu, membuat sebuah

perbedaan, serta memerangi kebijakan yang memiliki dampak negatif kepada masyarakat.

- b) Gerakan sosial dengan arah perubahan negative, gerakan yang bertujuan untuk merubah UU tertentu, misalnya : gerakan menolak undang-undang anti pornografi.

5) Berdasarkan Logika Dasar Strategi Gerakan

- a) Gerakan sosial dengan logika instrumental, gerakan yang bertujuan untuk mendapatkan kekuasaan politik, dan melakukan perubahan peraturan hukum, lembaga, maupun organisasi masyarakat sesuai dengan keinginan melalui kekuasaan politik yang sudah diperoleh.
- b) Gerakan sosial dengan logika perasaan, gerakan sosial yang bertujuan untuk memperkuat identitas supaya memperoleh pengakuan dari kelompok lain dan memperoleh kesetaraan dengan kelompok lain.

6) Berdasarkan Sejarah Perkembangan

- a) Gerakan sosial lama, sebuah gerakan pada awal masa modernisasi di abad ke-19 yang dominan. Gerakan sosial lama memperjuangkan kepentingan kelompok sosial tertentu, misalnya: buruh, warga kulit hitam, petani, dan lain sebagainya.
- b) Gerakan sosial baru, gerakan sosial yang mulai muncul pada akhir modernisasi di abad ka-19. Gerakan sosial baru, lebih kepada kepentingan baru, isu-isu baru, serta konflik yang baru yang berkembang di sekitar masyarakat.

Komponen-komponen gerakan sosial yang harus ada dalam kerangka definisi gerakan sosial, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Tindakan kolektif/tindakan bersama oleh masyarakat.
- 2) Memiliki tujuan bersama.
- 3) Kebersamaan anggota gerakan relatif lebih tersebar, akan tetapi tidak sebagai kebersamaan yang muncul pada organisasi formal.
- 4) Memiliki tingkat spontanitas tindakan yang tinggi, namun tidak melembaga dan berbentuk konvensional (Syarbaini, 2013: 156).

Munculnya gerakan sosial dilandasi oleh beberapa faktor, diantaranya : 1) Struktur kesempatan politik (*political opportunity structure*); 2) Mobilisasi sumber daya (*resources mobilization theory*); 3) Bingkai tindakan kolektif (*collective action frames*) (McAdam, McCarthy dan Zald, 1996: 7); dan 4) Keluhan baru (Sigtumorang, 2013: 25). Pada penelitian ini, difokuskan kepada gerakan sosial yang dilakukan dengan penyebaran konten gagasan gerakan hijrah riba melalui media sosial. Sehingga, faktor yang cenderung masuk dalam kerangka penggunaan media sosial dalam sebuah gerakan sosial adalah *Collective Action Frames* dan Keluhan.

1.5.6.1 Teori *Framing Process*

Para ahli gerakan sosial mengkonseptualisasikan kegiatan penandaan atau konstruksi makna ini dengan menggunakan kata kerja "*framing*". Proses framing ini merupakan fenomena prosedural yang aktif, artinya proses framing membutuhkan agen atau produsen teks dalam proses konstruksi realitas yang dinamis dan berkembang. Agen dalam konteks ini dapat berbentuk organisasi

gerakan sosial atau aktivis sosial. Proses framing yang dilakukan oleh agen melibatkan kerangka interpretatif yang bisa berbeda bahkan bertentangan dengan kerangka interpretatif yang sudah ada atau umum di masyarakat. Hasil dari proses pembingkain ini, nantinya disebut sebagai “*collective action frame*”. *Collective action frame* merupakan seperangkat keyakinan serta makna yang memiliki tujuan kepada sebuah tindakan yang memberikan inspirasi dan legitimasi kegiatan serta kampanye yang dilakukan oleh organisasi gerakan sosial (Benford dan Snow, 2000: 614).

Studi gerakan sosial menggunakan konsep framing yang bersumber dari karya Goffman. Framing dalam pandangan Goffman menunjukkan skema interpretasi yang memberikan peluang kepada individu untuk menemukan, mengamati, melakukan identifikasi, serta memberikan label pada sebuah kejadian yang ada dalam ruang kehidupan individu-individu serta dunia secara umum. Bingkai memiliki fungsi untuk memberikan makna kepada peristiwa atau kejadian, serta mengatur pengalaman dan memandu tindakan (Benford dan Snow, 2000: 614).

Kerangka aksi kolektif dibangun sebagai penganut gerakan yang menegosiasikan pemahaman bersama tentang beberapa kondisi atau situasi bermasalah yang mereka definisikan sebagai kebutuhan perubahan, membuat atribusi mengenai siapa atau apa yang harus disalahkan, mengartikulasikan seperangkat pengaturan alternatif, dan mendesak orang lain untuk bertindak bersama-sama untuk memberikan pengaruh kepada sebuah perubahan (Benford

dan Snow, 2000: 615). Ada tiga fokus utama yang ada dalam proses framing sebagaimana disebutkan oleh Benford dan Snow, yaitu:

1) *Diagnostic Framing*

Diagnostic Framing berperan mengidentifikasi masalah dan penyebab masalah tersebut. Menunjukkan masalah secara jelas dan terang-benderang. Gamson menyebutkan bahwa *diagnostic framing* sebagai kerangka ketidakadilan. Gerakan sosial pada umumnya mengidentifikasikan diri mereka sebagai korban (*victim*) atau orang yang dirugikan dari masalah-masalah yang muncul. Pada proses *diagnostic framing*, gerakan sosial melakukan proses identifikasi sumber, sebab, dan penanggung jawab masalah (Benford dan Snow, 2000: 615-616).

2) *Prognostic Framing*

Prognostic Framing melibatkan penyebutan solusi yang diusulkan untuk masalah, atau setidaknya rencana serangan, dan strategi untuk melaksanakan rencana tersebut. Singkatnya, ini membahas pertanyaan Lenin-esque tentang apa yang harus dilakukan, serta masalah konsensus dan mobilisasi tindakan. Identifikasi masalah dan penyebab spesifik cenderung membatasi jangkauan kemungkinan solusi dan strategi yang "masuk akal" yang dianjurkan (Benford dan Snow, 2000: 616)

3) *Motivational Framing*

Motivational Framing, tugas pembingkai akhir adalah memberikan panggilan untuk bergerak atau alasan untuk terlibat dalam tindakan bersama untuk sebuah perbaikan. Aktifitas terakhir ini memberikan penjelasan aksi

yang melebihi langkah pada proses *diagnostic framing*, serta *prognostic framing* sebelumnya (Benford dan Snow, 2000: 617-618).

Proses framing dan *collective action frames* dapat berjalan dengan menjalankan tiga fungsi inti proses framing. Melalui aktifitas-aktifitas yang dilakukan yang berdasarkan tiga fungsi tersebut di atas, gerakan sosial dapat memberikan sebuah bingkai atau panduan untuk melakukan sebuah tindakan, selain itu juga menghasilkan kesepakatan mobilisasi, yaitu sebuah usaha supaya gagasan maupun pandangan yang dibawa oleh suatu gerakan sosial dapat diterima oleh masyarakat. Kemudian, selain mobilisasi konsesnsus tujuan dari proses framing tindakan kolektif ini adalah untuk memobilisasi aksi agar dilakukan oleh masyarakat sesuai dengan harapan dari aktor-aktor gerakan sosial.

1.5.6.2 Teori Keluhan

Sidney Tarrow dan sejumlah ahli gerakan sosial mempergunakan analisa Karl Marx yang berkenaan dengan penyebab utama perjuangan kelas, untuk memodifikasi konsep eksploitasi kelas menjadi teori keluhan. Teori keluhan juga digunakan untuk menjembatani perdebatan para ahli gerakan sosial dalam menganalisa penyebab utama munculnya gerakan sosial dari hasil proses framing berbagai bentuk ketidakadilan, ketimpangan, serta eksploitasi yang bermuara pada adanya keluhan. Alberto Melucci berpandangan, bahwa gerakan sosial baru merupakan sebuah bentuk reaksi dari adanya keluhan baru, yang diwujudkan dalam bentuk tindakan perlawanan terhadap intervensi negara serta intervensi pasar di dalam ruang privat individu dan masyarakat yang terlalu besar dalam serta berusaha untuk merebut kembali kemerdekaan sebagai individu yang telah

direbut oleh sistem yang manipulatif. Joe Fowerker mengutip Mouffe menyebutkan bahwa keluhan baru mendorong gerakan sosial baru. Keluhan baru merupakan sebuah bentuk baru dari adanya komersialisasi kehidupan sosial, birokratisasi masyarakat, subordinasi kapitalisme, ekspansi kapitalisme yang memasukkan budaya baru, kebagaiaan serta sesksualitas, dan adanya penyeragaman kehidupan masyarakat yang dilakukan dengan campur tangan/pengarus media massa (Situmorang, 2013: 25-27).

1.5.7 Riba dan Bunga Bank

Pengertian bunga secara makna merupakan terjemahan dari kata *interest*. Sedangkan pengertian bunga secara istilah, *interest is charge for financial loan, usually a percentage of the amount loaned*” yang artinya bunga merupakan sebuah tanggungan atas pinjaman sejumlah uang, berupa persentase dari nilai uang yang dipinjamkan. *Interest* pada pendapat yang lain dinyatakan sebagai jumlah uang yang harus dibarakan ataupun dikalkulasikan untuk penggunaan modal. Nilai uang yang harus dibayarkan tersebut misalnya dinyatakan dengan menggunakan satu tingkatan ataupun persentase modal yang bersangkutan dengan hal tersebut, saat ini dikenal dengan nama suku bunga modal (Muhammad, 2000: 146-147).

Riba secara etimologi (asal-usul kata) berasal dari bahasa Arab, yaitu : kata *raba yarbu rabwan*, yang memiliki arti tambahan (*az-ziyadah*), kelebihan (*al-fadl*), membesar (*al-‘uluw*), meningkat (*al-irfa’*), serta berkembang (*an-numuww*) (Munawir, 1984: 504). Sehingga bisa disimpulkan, bahwa riba memiliki arti penambahan, peningkatan, perkembangan, dan pembesaran atas pinjaman pokok yang dibebankan oleh pemberi pinjaman kepada penerima pinjaman sebagai

bentuk imbalan karena merelakan uang atau hartanya untuk dipergunakan orang lain dengan tempo atau waktu tertentu, untuk kemudian dikembalikan dengan penambahan jumlah tertentu.

1.5.7.1 Macam-macam Riba

Pembagian riba secara garis besar dibagi menjadi dua macam; *pertama*, riba sebagai akibat dari kegiatan hutang piutang. *Kedua*, riba akibat dari kegiatan jual beli. Kedua jenis riba ini sudah dijelaskan tentang keharamannya dalam Al-Qur'an terhadap praktek hutang piutang, serta boleh tidaknya riba dalam kegiatan jual beli yang dijelaskan dalam Hadist. Berikut penjelasan macam-macam riba:

- 1) Riba sebagai akibat dari kegiatan hutang-piutang, disebut juga sebagai riba *qard*. Riba *qard* merupakan sebuah penambahan manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang dipersyaratkan oleh pemberi hutang kepada peminjam (*muqtarid*), dan riba jahiliyah yaitu hutang yang dibayar oleh peminjam kepada pemberi hutang melebihi dari nilai pokok hutang karena peminjam tidak mampu membayar hutangnya pada waktu yang ditetapkan oleh keduanya (Antonio, 1999: 77-78).
- 2) Riba sebagai akibat dari kegiatan jual-beli, disebut juga sebagai riba *fadl*. Riba *fadl* merupakan kegiatan pertukaran antara barang-barang yang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, dan barang yang dipertukarkan termasuk dalam jenis barang ribawi (Antonio, 1999: 77-78). Dan *riba nasi'ah* yaitu sebuah penanguhan atas penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dengan sebuah barang ribawi lainnya. Riba *nasi'ah* terjadi karena

adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian kepada penerima.

1.5.7.2 Larangan Riba

Larangan riba ada dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 1 tahun 2004 dengan beberapa pokok, yang dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Praktik pembungaan uang yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan beberapa lembaga keuangan yang lain maupun yang dilakukan oleh masyarakat secara individu, sudah memenuhi syarat terjadinya riba sebagaimana terjadi pada zaman Rasulullah SAW. Praktik riba tersebut merupakan praktik riba *nasi'ah*. Sehingga, praktik pembungaan uang yang terjadi saat ini oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan lembaga lain maupun individu ini termasuk salah satu jenis Riba. Dalam Islam, riba adalah sesuatu yang haram hukumnya.
- 2) Praktik pembungaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan lembaga lain maupun individu hukumnya haram (<http://www.mui.go.id>).

Lembaga Tarjih Muhammadiyah Sidoarjo pada tahun 1986 memutuskan:

- 1) Hukum riba sesuai dengan Al-Wur'an dan Hadist adalah haram.
- 2) Hukum bank yang menggunakan atau mempraktekkan sistem pembungaan adalah haram, sedang bank yang tidak menggunakan dan mempraktekkan hukumnya haram.

3) Bunga yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan yang lain kepada nasabah yang berlaku selama ini, merupakan perkara *mutasyabihat* (samar-samar) (Antonio, 2001: 63).

Pada bulan desember tahun 1970, bertempat di Karachi, Pakistan Organisasi Konferensi Islam (OKI) melakukan sidang yang menyepakati dua hal utama, yaitu:

- 1) Praktik pembungaan yang dilakukan oleh bank, tidak sesuai dengan hukum syariat Islam.
- 2) Perlu didirikan bank alternatif yang menjalankan prinsip sesuai dengan syariat Islam (Antonio, 2001: 67).

1.6 Operasionalisasi Konsep

Praktik pembungaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan seperti koperasi, asuransi, bank, pasar modal, pegadaian, dan beberapa lembaga keuangan yang lain maupun yang dilakukan oleh masyarakat secara individu telah lama terjadi di masyarakat, dan merupakan sesuatu yang wajar terjadi dan dilakukan. Kegiatan pembungaan pada bank misalnya, secara hukum telah dilindungi oleh negara melalui UU nomor 11 tahun 1998 tentang perbankan. Namun, di kalangan para pemikir Islam terjadi perdebatan mengenai hukum bunga bank. Perdebatan ini memunculkan dua kelompok. *Pertama*, kelompok yang menyatakan bahwa bunga bank merupakan sesuatu yang haram dalam Islam. *Kedua*, kelompok yang menyatakan bahwa bunga bank bukan sesuatu yang haram.

Munculnya Fatwa Majelis Ulama Indonesia nomor 1 tahun 2004 yang isinya menyatakan bahwa bunga bank (*interest/fa'iadah*) sudah memenuhi

syarat/kriteria agar bisa disamakan dengan riba, sehingga berdasarkan fatwa tersebut bunga bank adalah sesuatu yang haram dalam Islam. Praktik-praktik pembungaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan konvensional terutama dalam layanan pinjaman (kredit) lebih banyak merugikan nasabah yang mengajukan pinjaman. Berbagai kasus yang terkait dengan layanan pinjaman muncul di masyarakat.

Snow (2004: 11), mendefinisikan gerakan sosial sebagai sebuah gerakan kolektif masyarakat yang terorganisir serta berkelanjutan, yang memiliki tujuan untuk menentang pada otoritas yang berkuasa, baik otoritas institusi atau otoritas kultural. Munculnya gerakan sosial didasari oleh beberapan faktor, diantaranya : 1) Struktur kesempatan politik (*political opportunity structure*); 2) Mobilisasi sumber daya (*resources mobilization theory*); 3) Bingkai tindakan kolektif (*collective action frames*) (McAdam, McCarthy dan Zald, 1996: 7); dan 4) Keluhan baru (Sigtumorang, 2013: 25). Pada penelitian ini, difokuskan pada dua faktor yang mendasari munculnya gerakan sosial, yaitu: *collective action frames* dan keluhan baru.

Collective Action Frames sebagai salah satu factor munculnya gerakan sosial merujuk kepada seperangkat keyakinan serta makna yang memiliki tujuan kepada sebuah tindakan yang memberikan inspirasi dan legitimasi kegiatan serta kampanye yang dilakukan oleh organisasi gerakan sosial (Benford dan Snow, 2000: 614).

Komunitas Xbank Indonesia melakukan proses *cultural framing process* untuk menghasilkan *collective action frames* ke dalam bentuk unggahan (teks)

yang diunggah pada media sosial Instagram. Isu-isu yang diframing oleh komunitas Xbank Indonesia adalah isu mengenai praktik riba. Pada penelitian ini, salah satu isu yang diteliti adalah isu tentang unggahan akun Instagram @xbank.indonesia yang menggunakan *tagar* #xbank_ceritaku. Unggahan yang menggunakan *tagar* #xbank_ceritaku berisi tentang cerita para pekerja lembaga keuangan konvensional yang telah melakukan hijrah riba yang ditandai dengan *resign* dari pekerjaannya. Cerita para pelaku hijrah riba, mengeluhkan berbagai hal yang dialami saat masih bekerja sebagai pekerja di lembaga keuangan konvensional.

Gerakan hijrah riba yang digalakkan oleh komunitas Xbank Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram. Komunitas ini, menyebarkan kampanye anti riba melalui unggahan-unggahan pada akun Instagram @xbank.indonesia tujuannya adalah untuk memberikan wawasan tentang riba dan mengajak masyarakat untuk menghindari riba, khususnya para pekerja di lembaga keuangan konvensional yang sangat dekat dengan praktik riba.

Penelitian ini akan melihat bagaimana proses produksi teks tentang hijrah riba yang diunggah melalui akun Instagram @xbank.indonesia, kemudian wacana apa yang disampaikan untuk mempengaruhi masyarakat menghindari riba, dan bagaimana isu riba menjadi isu yang penting bagi masyarakat, serta ideologi apa yang berada di belakang wacana anti riba.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Desain Penelitian

Penelitian ini bertipe penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis dari Teun A. Van Dijk. Penggunaan analisis wacana kritis dalam penelitian ini digunakan untuk meneliti sebuah fenomena sosial yang kompleks melalui pengamatan terhadap bahasa, namun bahasa dalam penelitian tidak diteliti secara kaku seperti dalam penelitian bahasa yang lain. Analisis wacana kritis meneliti adanya kemungkinan ideologi yang tersembunyi di balik penggunaan sebuah bahasa atau teks tertentu. Ideologi menjadi salah satu kajian pokok dalam penelitian dengan menggunakan analisis wacana kritis karena teks merupakan bentuk praktik ideologi, sebagaimana pendapat Eriyanto (2001: 13) yang menyebutkan bahwa teks, percakapan, dan yang lainnya merupakan sebuah bentuk praktik ideologi atau penggambaran ideologi tertentu.

Secara umum, kritik bertujuan guna mengungkap adanya struktur kekuasaan serta membongkar adanya ideologi tertentu yang bersembunyi di balik teks. Dalam konteks analisis wacana kritis, ideologi merupakan kepercayaan sehari-hari yang tersembunyi di balik sebuah teks tertentu dan bersifat rahasia. Ideologi yang dibawa oleh produsen teks muncul dengan cara menyamarkan diri di balik teks-teks dengan metafora serta analogi konseptual (Lakoff dan Johnson dalam Wodak dan Meyer, 2001: 8).

Paradigma kritis dalam studi analisis teks memandang teks bukan merupakan sesuatu yang betral, melainkan menjadi ruang publik bagi masyarakat untuk mengungkapkan pandangan dan gagasan yang bisa saling berseberangan

dengan pandangan dan gagasan masyarakat yang lain. Teks unggahan dalam media sosial Instagram yang diproduksi oleh masyarakat merupakan bentuk penyampaian gagasan masyarakat dalam media sosial melalui teks unggahannya. Wodak dan Meyer (2001: 20) berpandangan bahwa analisis wacana kritis mengutarakan pendapat bahwa semua wacana memiliki sifat sejarah/*historical*, sehingga wacana dapat dipahami dengan cara mengacu kepada konteks dari wacana itu sendiri. Konteks-konteks wacana tersebut, misalnya konteks budayanya, masyarakatnya, serta ideologi dari wacana tersebut yang terkait dalam penggunaan bahasa oleh produsen teks. Secara operasional, penelitian ini berusaha untuk menggambarkan proses analisis wacana kritis terhadap teks/bahasa yang digunakan dalam gerakan sosial hijrah riba yang dilakukan melalui akun media sosial Instagram @xbank.indonesia. Sebenarnya, ada beberapa akun Instagram yang melakukan kegiatan dakwah riba diantaranya: @xbank.indonesia dengan jumlah pengikut 526 ribu, @ribacrisiscentreofficial dengan jumlah pengikut 25 ribu, @hijrahtanpariba dengan jumlah pengikut 22,3 ribu, @masyarakattanpariba dengan jumlah pengikut 36,5 ribu, @pengusahatanpautangriba 18,9 ribu, dan lain sebagainya. Pemilihan akun Instagram @xbank.indonesia dengan pertimbangan jumlah pengikut yang besar, intensitas unggahan/postingan yang tinggi, serta pertumbuhan pengikut yang cukup cepat.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah akun media sosial Instagram @xbank.indonesia. Sedangkan unit analisisnya adalah unggahan akun Instagram @xbank.indonesia

dengan menggunakan *hashtag* (tanda pagar) #xbank_ceritaku. Unggahan dengan *hashtag* (tanda pagar) #xbank_ceritaku, relevan dengan konsep dalam teori keluhan sebagai faktor munculnya gerakan sosial.

1.7.3 Jenis Data

Menurut Moleong (2007: 157), jenis data dalam penelitian kualitatif dibagi dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik. Sumber data pada penelitian ini diambil dari teks-teks yang ditampilkan dalam unggahan akun media sosial Instagram @xbank.indonesia, serta hasil wawancara mendalam terhadap admin akun Instagram @xbank.indonesia.

1.7.4 Sumber Data

1.7.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data utama yang didapat secara langsung yang bersumber dari kumpulan teks dalam unggahan akun media sosial Instagram @xbank.indonesia yang menggunakan *hashtag* (tanda pagar) #xbank_ceritaku pada bulan Januari-Oktober 2019.

1.7.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain. Data ini tidak langsung diperoleh dari subjek penelitian (Azwar, 2001: 91). Data sekunder berfungsi sebagai penunjang referensi dari data primer, dan dapat berupa tulisan, gambar, grafik, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, data sekunder merupakan hasil studi literatur tentang studi analisis wacana kritis yang diperoleh dari jurnal penelitian, buku, artikel internet maupun artikel media cetak.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

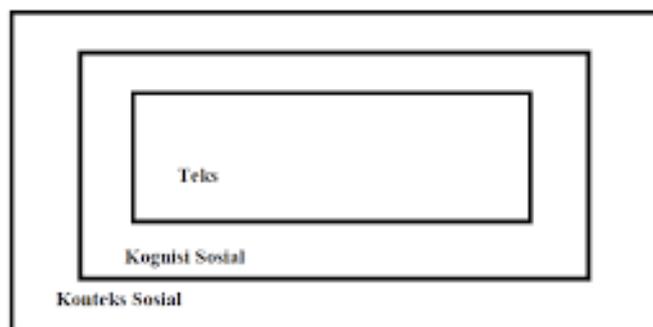
Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan kebutuhan analisa dan pengkajian. Peneliti mengumpulkan data sejak menentukan permasalahan yang akan diteliti dan dikaji, pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan pengamatan pada unggahan akun Instagram @xbank.indonesia yang menggunakan *hashtag* (tanda pagar) #xbank_ceritaku, unggahan yang dimaksud yang berupa teks atau gambar .
- 2) Pengumpulan data berupa teks pada beranda akun Instagram @xbank.indonesia. peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk melakukan pengambilan sampel. Setelah melakukan pengumpulan sampel, kemudian dilakukan pengkategorian sampel sesuai dengan konsep dari teori keluhan. Dalam hal ini Arikunto (2002: 17), menjelaskan bahwa pemilihan *purposive sampling* dilakukan karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, serta yang dimiliki oleh peneliti dalam melakukan proses penelitian yang lebih jauh dan besar

1.7.6 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk sebagai teknik analisis data. Analisis wacana kritis dari Teun A. Van Dijk ini sering disebut sebagai kognisi sosial, karena karakteristik pendekatan yang dikenalkan oleh Teun A. Van Dijk yang menyebutkan bahwa penelitian wacana tidak cukup hanya berdasarkan pada analisis teks saja. Teks merupakan sebuah hasil praktik produksi yang harus diamati secara mendalam. Wacana memiliki tiga dimensi

atau bangunan sebagaimana digambarkan oleh Teun A. Van Dijk, yaitu: 1) Dimensi teks. Pada dimensi ini yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dibangun oleh produsen teks dan bagaimana strategi yang digunakan oleh produsen teks untuk memberikan penegasan kepada sebuah tema yang diangkat ke dalam wacana. 2) Dimensi kognisi sosial. Pada dimensi ini dipelajari mengenai pelibatan kognisi sosial individu dari produsen teks dalam memproduksi suatu teks. 3) Dimensi konteks sosial. Pada dimensi ini dipelajari, bagaimana wacana yang diangkat oleh produsen teks berkembang di masyarakat (Eriyanto, 2001: 221). Analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk dapat dijelaskan dalam gambar berikut:



Gambar 1.5
Model Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk
(Eriyanto, 2001: 225)

1.7.6.1 Analisis Teks

Dalam penelitian ini, teks berupa unggahan-unggahan akun Instagram @xbank.indonesia yang menggunakan *tagar* #xbank_ceritaku. Teks unggahan berupa foto hasil tangkapan layar (*screenshot*), dan keterangan unggahan (*caption*) yang diberikan dalam unggahan foto. Periode unggahan yang digunakan adalah unggahan yang menggunakan *tagar* #xbank_ceritaku pada bulan Februari

2019. Dari 25 unggahan, dipilih 3 unggahan yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian.

Dari ketiga unggahan tersebut, teks-teks unggahan yang berupa foto yang mengandung tulisan akan direkonstruksi untuk mendapatkan susunan kalimat yang lebih rapi. Begitu juga dengan keterangan unggahan (*caption*) akan dilakukan rekonstruksi teks untuk mendapatkan susunan kalimat yang lebih rapi. Teks-teks unggahan yang telah dipilih akan dianalisis dengan memperhatikan struktur wacana yang ada. Menurut Teun A. Van Dijk teks terdiri dari beberapa struktur/tingkatan yang saling terkait dan mendukung. Struktur-struktur tersebut antara lain: 1) Struktur makro. Makna global/umum dari sebuah teks dapat diamati dengan cara melihat tema atau topik yang diangkat oleh produsen teks. 2) Superstruktur (struktur wacana yang berhubungan dengan struktur kerangka sebuah teks), 3) Struktur mikro (makna wacana yang bersumber dari bagian-bagian kecil dalam sebuah teks yang meliputi: kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar) (Eriyanto, 2001: 225-226).

Tabel 1.7
Struktur Wacana Model Teun A. Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK Tema maupun topik yang diangkat oleh produsen teks dalam teks yang diproduksi.	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Urutan-urutan dan bagian dalam teks disusun menjadi teks secara utuh.	Skema
Struktur mikro	SEMANTIK Makna yang hendak ditekankan oleh produsen dalam teks yang diproduksi.	Latar, maksud, detail, nominalisasi, praanggapan.
	SINTAKSIS	Bentuk kalimat, kata

	Pemilihan bentuk dan susunan kalimat yang dipilih oleh produsen teks.	ganti, dan koherensi kalimat.
	STILISTIK Pemilihan kata yang digunakan oleh produsen teks dalam memproduksi sebuah teks.	Leksikon
	RETORIS Cara penekanan yang dilakukan oleh produsen teks dalam teks yang diproduksinya.	Grafis, ekspresi, metafora.

(Sumber: Eriyanto, 2001: 228-229)

1.7.6.2 Analisis Kognisi Sosial

Pada level ini, peneliti memasuki tahap menjelaskan tentang proses produksi teks oleh produsen teks yang melibatkan kognisi sosial dari pembuat teks. Kognisi sosial dalam kerangka analisis wacana model Teun A. Van Dijk yang terlibat dalam proses produksi teks dapat berupa kesadaran mental, kepercayaan, dan pengetahuan pembuat teks terhadap suatu peristiwa tertentu maupun konteks sosial (van Dijk dalam Eriyanto, 2001: 259-260).

Kognisi sosial yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan kognisi sosial dari admin akun Instagram @xbank.indonesia dan salah pengurus komunitas Xbank Indonesia. Unggahan-unggahan akun Instagram @xbank.indonesia mengandung pesan yang mewakili komunitas Xbank Indonesia. Van Dijk merumuskan beberapa skema atau model, untuk memahami dan mengerti suatu peristiwa,. Skema ini berupa konseptualisasi bagaimana produsen teks melihat orang/ manusia, peranan sosial, dan sebuah peristiwa. Skema ini menunjukkan bahwa produsen teks menggunakan struktur mental untuk memproses dan melakukan seleksi terhadap informasi yang datang dari lingkungan sekitarnya. Skema bergantung kepada ingatan produsen teks yang

didapat dari pengalaman dan sosialisai. Skema menjelaskan bagaimana produsen teks mengintegrasikan informasi yang tersimpan dalam ingatan dengan suatu informasi baru yang menjelaskan sebuah peristiwa dipahami, ditafsirkan, serta dimasukkan menjadi bagian dari pengetahuan kita tentang sebuah realitas (Eriyanto, 2001: 261).

Tabel 1.8
Skema Kognisi Sosial Model Teun A. Van Dijk

Skema Person
Skema person menjelaskan bagaimana produsen teks memandang atau menggambarkan seseorang atau sebuah objek lain.
Skema Diri
Skema diri menjelaskan bagaimana produsen teks mendeskripsikan pandangan, dan pemahaman orang lain terhadap diri sendiri.
Skema Peran
Skema peran menjelaskan bagaimana produsen teks menggambarkan pandangannya terhadap peranan atau posisi orang lain dalam masyarakat.
Skema Peristiwa
Skema peristiwa berhubungan dengan bagaimana produsen teks melihat, mendengar, serta memaknai sebuah peristiwa yang terjadi

(Sumber: Augustinus dan Walker dalam Eriyanto, 2001: 262-263).

1.7.6.3 Analisis Konteks Sosial

Pada level terakhir, analisis konteks sosial bertujuan untuk mengetahui konstruksi wacana yang berkembang dari konteks wacana yang diteliti. Analisis konteks sosial memiliki hubungan dengan proses analisis intertekstual untuk meneliti bagaimana sebuah wacana diproduksi serta dikonstruksi oleh masyarakat (van Dijk dalam Eriyanto, 2001: 271). Untuk melakukan analisis secara intertekstual, digunakan data dari hasil analisis teks serta analisis kognisi sosial yang sudah dilakukan sebelumnya oleh peneliti.

Peneliti akan melakukan proses analisis terhadap wacana riba yang berkembang di masyarakat dengan menggunakan studi pustaka tentang dan

penelusuran sejarah dari riba itu sendiri. Teun A. Van Dijk dalam Eriyanto (2001: 271) menjelaskan bahwa dalam proses analisis konteks sosial, ada dua unsur penting dalam proses ini, yaitu:

1) Kekuasaan atau *power*.

Menurut Teun A. Van Dijk kekuasaan merupakan sebuah kepemilikan atas sumber-sumber yang memiliki nilai tertentu. Misalnya: harta, kekayaan, status sosial, jabatan, maupun ilmu pengetahuan. Dari ketiga nilai tersebut, kekuasaan yang dimiliki memiliki sifat kontrol secara langsung. Kemudian, kekuasaan yang memiliki sifat kontrol secara tidak langsung diperoleh dengan cara melakukan tindakan persuasif, yaitu tindakan mempengaruhi kondisi mental yang berupa keyakinan, sikap, serta pengetahuan orang lain. Analisis wacana kritis memberikan perhatian kepada bentuk dominasi terhadap pihak lain, misalnya: rasisme. Dominasi merupakan hasil dari adanya diskriminasi. Selain memberikan perhatian kepada dominasi, analisis wacana kritis juga memberikan perhatian kepada bentuk legitimasi pihak tertentu melalui kontrol pikiran terhadap pihak lain.

Pada penelitian ini, peneliti akan berusaha menemukan praktik kekuasaan yang ada, seperti : bagaimana ajaran agama mendominasi pemeluknya untuk melakukan sesuatu yang berdasarkan ajaran agama, serta bagaimana praktik kekuasaan yang dilakukan oleh lembaga yang menaungi ajaran agama dalam memberikan pedoman dalam melakukan sesuatu kepada pemeluk agama.

2) Akses. Teun A. Van Dijk berpendapat bahwa kelompok elit memiliki akses yang lebih daripada suatu kelompok yang tidak memiliki kekuasaan. Hal ini

disebabkan karena kelompok elit memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memiliki akses lebih terhadap media, serta mempengaruhi kesadaran masyarakat.

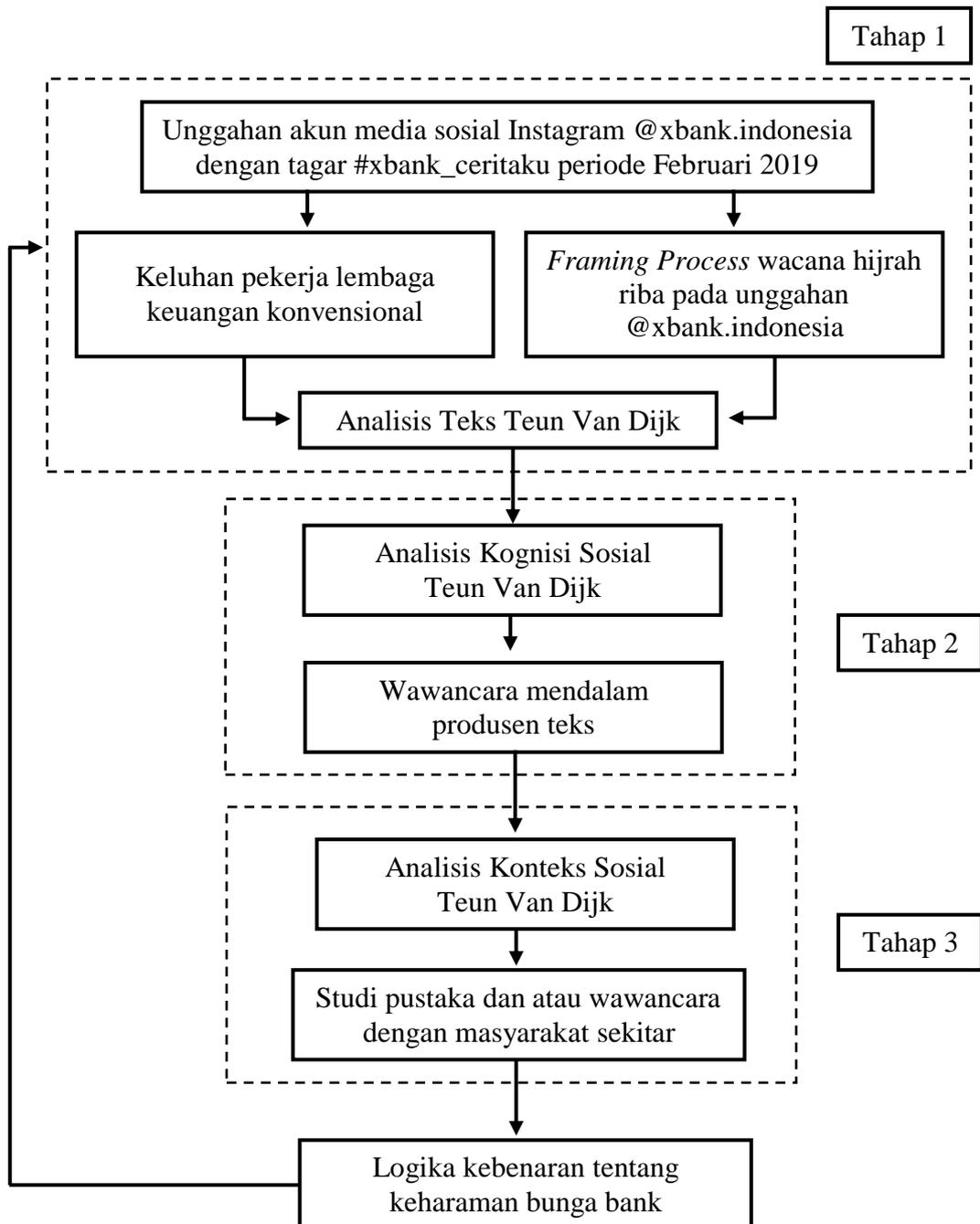
Pada penelitian ini, pengguna media sosial memiliki akses yang lebih terhadap akun yang di miliki dalam media sosial tertentu. Para pengguna memiliki kuasa untuk membuat dan menyebarkan apapun kepada khalayak.

Tabel 1.9
Dimensi Analisis Wanaca Model Teun A. Van Dijk

Dimensi	Jenis Data	Sumber Data
Teks	Primer	Hasil analisis teks dalam unggahan akun Instagram @xbank.indonesia
	Sekunder	Hasil penelitian yang relevan
Kognisi Sosial	Primer	Wawancara mendalam dengan pengunggah teks dalam akun Instagram @xbank.indonesia
	Sekunder	Transkrip wawancara dengan Wawancara mendalam dengan pengunggah teks dalam akun Instagram @xbank.indonesia dan tangkapan layar unggahan pada akun akun Instagram @xbank.indonesia
Konteks Sosial	Primer	Buku-buku atau penelitian yang menjelaskan mengenai gerakan sosial, dan larangan riba.
	Sekunder	Fatwa MUI tentang haramnya riba, ayat Al-Qur'an dan Hadist.

1.7.7 Kerangka Operasional

Gambar 1.6
Analisis Wacana Kritis Gerakan Hijrah Riba



1.7.8 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, populasi tidak dapat ditetapkan seperti dalam penelitian pada umumnya. Hal ini disebabkan karena internet bukan merupakan sebuah ruang sosial yang memiliki batasan-batasan yang jelas dan tegas. Kemudian, dalam segi data yang diperoleh melalui internet tidak bersifat nyata atau dalam bentuk fisik, seperti buku dan lain sebagainya. Basis data yang ada dalam internet dapat berubah sewaktu-waktu, bahkan dapat hilang, sehingga memerlukan pengamatan dalam kurun waktu tertentu untuk penelitian. Keterbatasan lain dari penelitian, terdapat dalam teori dan metode penelitian. pemakaian analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk tidak bisa mengungkap secara menyeluruh terhadap fenomena yang terjadi dalam gerakan sosial yang ada di media sosial Instagram, karena terbatas pada analisis teks terhadap teks yang diunggah melalui media sosial Instagram.