

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara umum, media itu punya kepentingan ekonomi-politik. Hal ini berkaitan dengan produksi wacana punya isu kepentingan ekonomi-politik. Dalam kebijakan pemberitaan, media tidak terlepas dari kepentingan pemilik modal dan kepentingan ekonomi politik, sehingga media saat ini memiliki kontrol kuat mengenai banyak hal. Kontrol kuat tersebut, sebagaimana pandangan Mosco (2009) Adanya hubungan sosial yang melakukan kontrol kekuasaan yang diorganisir secara bersama atas proses produksi, distribusi, dan konsumsi (Mosco, 2009). Hal ini menandai terdapat upaya kontrol kekuasaan atas kepentingan ekonomi politik tersebut yang mewujud menjadi komoditas yang laku (Mosco, 2009). Proses ini, dalam media, dimulai saat media sebagai produsen informasi mengubah pesan/informasi atau pemberitaan media yang berkorelasi dengan relasi kuasa (kuasa media) dan pemilik modal (kapital) diubah menjadi interpretasi yang bermakna dan memiliki pesan yang sangat *marketable* (dapat dipasarkan/dijual).

Dari konteks diatas, media, dalam pemberitaannya dimaknai dalam perspektif ekonomi-politik bahwa isu menyangkut agama, termasuk ketika isu pindah agama itu muncul, apalagi isu pindah agama publik figur/selebritas memungkinkan kecenderungan menjadi bahan komoditas baru bagi media. Terlebih di Indonesia, isu terkait agama adalah isu yang sensitif (Semarangkota.go.id, 2019; Septiasputri, 2019; UII.ac.id, 2021). Menurut Salim (dalam Septiasputri, 2019), bagi

masyarakat Indonesia, nilai religius atau nilai agama sangat sentral, mendalam, dan dimanifestasikan dalam wujud konstitusi Negara yang terdapat dalam sila 1 Pancasila yakni, Ketuhanan Yang Maha Esa.

Ketika pesan-pesan isu pindah agama selebritas dimunculkan oleh media menjadi sebuah komoditas baru, hal ini semakin diperburuk oleh rutinitas media di media *online* yang kerap kali melanggar kode etik jurnalistik, dan adanya praktik kloning berita, mengedepankan kecepatan dibanding dengan verifikasi informasi (Djauhar et al., 2019). Selain itu, media cenderung menjadi institusi yang praktis, dan cenderung pula pada penyampaian informasi yang bombastis-sensasional (Alfani, 2017), orientasi kecepatan dan *pageview* semata (Margianto & Syaefullah, 2012) yang acap kali media *online* terjebak pada informasi yang belum final terverifikasi ke masyarakat, lalu, melakukan *clickbait* (Hadiyat, 2019).

Maka, dalam perspektif ekonomi dan politik media, informasi pindah agama selebritas menjadi komoditas baru. Pada konteks media di Indonesia, isu pindah agama menjadi isu yang populer dan dapat dijual dan menjadi perhatian banyak media. Terlebih, fenomena selebritis pindah agama banyak memberi perhatian publik. Hal ini juga dipengaruhi pada selebritas yang memiliki nilai berita (*news values*). Selebritas merupakan salah satu bagian dalam nilai berita (Caple & Bednarek, 2016; Harcup & O'Neill, 2001, 2017). Selebritas menjadi sebuah nilai berita ditunjukkan dalam studi O'Neill (2012) yang menyatakan bahwa nilai berita selebritas telah meningkat dalam hierarki berita, dan menjadi semakin meningkat manakala liputan dikombinasikan pada aspek nilai berita seperti nilai berita buruk (*bad news*) dan nilai berita kejutan (*surprise*).

Dalam studi lain, Rohde (2019) menunjukkan berita tentang selebriti menyajikan nilai-nilai jurnalistik yang lebih tinggi; kemudian, dalam pandangan Gay (2018) bahwa konten media memiliki fokus yang besar pada selebriti, dalam konteks lebih jauh, pemberitaan media dibubuhi dengan gosip, skandal, dan sensasi. Pandangan peneliti sebelumnya semakin diperkuat dalam studi Motta et al. (2020) yang menjelaskan bahwa selebriti sebagai *news angles* punya daya tarik atau minat bagi audiens. Maka, dalam konteks ini, media dengan berita tentang selebritas menjadi komoditas baru yang berpotensi memikat minat audiens, apalagi jika berita tersebut cenderung ditampilkan secara sensasional.

Diantaranya informasi pindah agama artis yang fenomenal adalah pindahnya agama dari Kristen ke Islam Deddy Corbuzier. Pindahnya agama Deddy mendapat banyak perhatian oleh banyak pihak diantaranya banyak ustadz, kiyai, fans, dan masyarakat. Selain itu, ia mendapat banyak doa dan dukungan dari berbagai pihak (Anggie, 2019; Nurin, 2019). Meski demikian, terkait pindahnya agama Deddy Corbuzier menyisahkan pro dan kontra. Selain itu, isu pindah agama dari Islam ke Kristen yang dialami oleh selebgram, Salmafina. Lantaran ia pindah agama dari Islam ke Kristen, Salmafina kena tuduhan netizen bahwa ia memeluk agama Kristen hanya demi uang, dan mencibirnya ia terlena akan dunia dan media sosial (Ariefana, 2020). Salmafina digambarkan pindah agama dari Muslim ke Kristen dengan penggambaran berita yang negatif, dan berita pindah agama dari Kristen ke Muslim, Deddy dipandang berita positif, namun disisi lain, pemberitaan ada pula yang menuai kontroversi penolakan dari keluarganya.

Selanjutnya, Thaniago (Thaniago, 2019) meneliti tentang kepindahan agama artis menemukan bahwa pindah agama merupakan hal yang wajar ditemui, namun kedua media bertolak belakang atau kontras makna dalam menggambarkan isu pindah agama; beralihnya agama Muslim ke non-Muslim adalah sesuatu yang tidak pantas, sebagai konsekuensi gaya hidup individu, dan punya resiko. Dalam arti, wacana dominan yang ditampilkan media bahwa pindahnya agama menjadi non-Muslim merupakan sesuatu yang tidak sesuai. Sementara, pindah agama dari non-Muslim ke Muslim dimaknai sebagai peristiwa illahi dan kesadaran aktif individu (Thaniago, 2019). Kemudian, pada studi kolaborasi Tim Jadigini & Prasetya (2019) yang meneliti mengenai berita selebritas pindah agama menunjukkan bahwa artis Deddy Corbuzier ditampilkan secara positif bahwa pindah agama menjadi Islam karena ‘hidayah’, dan tidak terdapat paksaan apapun, ‘belajar jadi orang baik’, ‘ingin bela kaum marjinal’. Berbeda dengan artis Salmafina yang ditampilkan secara negatif bahwa pindah agama menjadi Non Islam melalui *headline* berita dengan mencantumkan kata ‘terbongkar sudah’, ‘pengakuannya’, ‘kontroversi’; selain itu, media memberitakan masa lalu Salmafian, dan menjadikan sorotan perubahan penampilan Salmafina (Tim Jadigini & Prasetya, 2019).

Selanjutnya, Setiawan & Suyoto (2020) dalam studinya menunjukkan terdapat letak perbedaan pandangan media terhadap suatu isu terorisme, yakni Kompas memandang terorisme dengan pendekatan humanisme, dengan mendefinisikan terorisme sebagai bentuk kejahatan manusia dan memfokuskan pemberitaan pada upaya penanggulangan terorisme; berbeda dengan Republika, yang memandang isu terorisme sebagai sebuah peristiwa hegemonis-politis atau rekayasa barat untuk

mendiskreditkan Islam. Hal tersebut tak lain adalah upaya Republika sebagai media berwacana Islam dalam rangka menangkal stereotipe teroris adalah kaum Muslim (Setiawan & Suyoto, 2020). Artinya, pada hal ini menggambarkan kondisi dimana terdapat realitas tertentu menjadi penting oleh media, tetapi tidak untuk media lain, dan bisa juga berbeda dalam menyajikan informasi dari satu media dengan media lainnya.

Dari beberapa studi-studi sebelumnya yang telah dipaparkan diatas menandai rutinitas kerja jurnalistik yang menampilkan wacana pindah agama secara berbeda-beda; pindah agama selebritas menjadi Islam lebih ditampilkan secara positif, sementara pindah agama selebritas menjadi Non Islam cenderung ditampilkan secara negatif. Kondisi tersebut, selaras dengan Balnaves et al. (2009) (dalam Obalanlege & Adesina, 2016) bahwa media memainkan peran dalam menetapkan agendanya untuk isu-isu terbaru. Dalam kerangka tersebut, penekanan pada sajian informasi yang diberikan oleh media menentukan tingkat kepentingan informasi dari media dan khalayaknya (Obalanlege & Adesina, 2016). Maka, dalam penelitian ini, sebagaimana identifikasi dan temuan studi-studi sebelumnya diatas, menunjukkan peristiwa pindah agama selebritas ini tidak dapat dimaknai sebagai pemberitaan dengan makna yang umum juga alamiah, namun keberadaan pemberitaan pindah agama selebritas di media *online* sebagai komoditas yang dapat memicu sorotan, memicu tendensi makna wacana yang beragam dan taksa, serta memungkinkan mengakomodir kepentingan tertentu.

Dari ulasan-ulasan diatas, peneliti hendak berupaya menelisik secara kritis kenapa muncul teks-teks pemberitaan pindah agama selebritas yang tak setara; pada

berita pindah agama menjadi Islam yang cenderung dominan bermuatan positif, sementara berita pindah agama selebritas menjadi Non Islam cenderung bermuatan negatif.

Dari hal tersebut, dapat diasumsikan bahwa perspektif media atas sebuah informasi/isu merupakan rangkaian produksi wacana oleh media yang syarat kepentingan yang dominan. Dalam sisi ini, media memproduksi berita tidak lepas dari sebuah wacana keberpihakannya. Wacana dari hasil pandangan maupun sikap dari media yang berpihak ini terwujud melalui pemberitaan yang disajikan ke publik. Media memilah mana realitas yang penting untuk diambil dan tidak diambil untuk dijadikan pemberitaan, dan juga turut andil dalam menentukan sumber berita dan mendefinisikan aktor dan peristiwa tertentu (Eriyanto, 2018a).

Maka, dari studi-studi sebelumnya diatas pula dan permasalahan penelitian, peneliti berasumsi bahwa terdapat kecurigaan peneliti pada apa yang hendak media soroti dalam pemberitaan pindah agama selebritas dan menaruh kecurigaan terhadap rutinitas media menjadi permasalahan yang diluar konteks ideal ketika melalui proses produksi media yang menampilkan pemberitaan pindah agama selebritas yang setara, memiliki dominasi pada kepentingan agama tertentu, dan cenderung memberi muatan negatif pada berita agama lainnya. Kecurigaan tersebut diperkukuh dengan memungkinkan terdapat unsur kepentingan ekonomi-politik tertentu yang hendak diakomodir oleh media dalam pemberitaan pindah agama.

Berdasarkan identifikasi-identifikasi diatas, penelitian ini berfokus pada upaya menganalisis wacana dalam teks pemberitaan pindah agama publik figur/selebritas pada tahun 2019 dan 2020 di media *online*. Dalam upaya menjawab hal tersebut, peneliti menggunakan Critical Discourse Analysis (CDA) Norman Fairclough sebagai metode penelitiannya. Penelitian ini bertujuan ingin mengidentifikasi praktik wacana dominan, praktik dibalik produksi makna pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*.

Lalu, objek dalam penelitian ini adalah teks-teks pemberitaan yang bertema selebritas pindah agama; menjadi Islam dan menjadi Non Islam di media *online* pada tahun 2019 dan 2020. Peneliti menelusuri berbagai media *online* yang memiliki tema berkaitan dengan pindah agama selebritas secara acak di mesin pencari *Google*. Kemudian, menganalisisnya menggunakan kerangka analisis empat tahap CDA Fairclough.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana media *online* memberitakan tentang isu pindah agama selebritas pada tahun 2019-2020?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk memahami media *online* dalam memberitakan tentang isu pindah agama selebritas pada tahun 2019-2020. Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Mengidentifikasi wacana dominan dalam teks mengenai isu pindah agama selebritas di media *online*.

2. Mengidentifikasi proses produksi dibalik wacana dominan dalam teks pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*.
3. Mengidentifikasi praktik sosiokultural wacana dominan dalam teks pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*.

1.4. Signifikansi Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi kontribusi dalam bidang:

1. Akademis

Penelitian ini berkontribusi pada pengayaan studi komunikasi, terutama pada studi analisis teks dalam melihat proses produksi dan wacana dalam pemberitaan/peliputan pindah agama selebritas di media *online*. Kemudian, melalui analisis empat tahap Critical Disource Analysis Fairclough dapat melakukan penyelidikan nilai dominan tertentu yang ditampilkan pada pemberitaan isu pindah agama selebritas di media *online*.

2. Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada penggambaran praktik jurnalisme sebagai produksi informasi dan memahami pembentukan wacana isu pindah agama oleh media *online* yang didalamnya syarat akan kepentingan tertentu. Dalam kerangka ini, terdapat hubungan antara jurnalis, dan praktik relasi kuasa di media *online*.

3. Sosial

Memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa mengenai wacana keagamaan pada informasi pindah agama yang berdampak pada penilaian tertentu

pada suatu agama. Kondisi ini diharapkan masyarakat dapat selektif dan kritis dalam mengonsumsi informasi di media *online*.

1.5. Kerangka Teoritis

1.5.1. *State of the Art*

Pada penelitian-penelitian terdahulu telah banyak menunjukkan analisis teks isu-isu yang berkaitan dengan agama yang kerap muncul dengan pemaknaan yang beranekaragam, dan menunjukkan bagaimana penyingkapan wacana pindah agama oleh media *online*. Pertama, studi Hakiki (2020) bertajuk “ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN POLEMIC VAKSIN MR (MEASSLES RUBELLA) ANTARA PEMERINTAH DAN MUI DALAM PORTAL MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID PERIODE AGUSTUS 2018”. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme dan menggunakan Analisis Framing model Entman (Hakiki, 2020). Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana bingkai media atas berbagai isu, dalam hal ini polemik vaksin. Hakiki (2020) menemukan bahwa dua media Kompas.com & Republika.co.id berbeda dalam pemberitaan polemik mengenai vaksin MR; Kompas.com mengarah pada langkah prosedural yakni menekankan hanya pihak MUI yang seakan-akan mempersalahkan Kementerian Kesehatan; sementara itu, pemberitaan Republika.co.id tentang vaksin MR mencakup kearah religi. Media menilai masalah vaksin MR terkait dengan kebutuhan keagamaan masyarakat (Hakiki, 2020).

Kedua, studi Yuliarti et al. (2017) pada tahun 2017 bertajuk “ISIS DAN STIGMA ISLAMOFobia FRAMING TENTANG KONSTRUKSI

PEMBERITAAN ISIS DALAM MEDIA ONLINE”. Penelitian tersebut (Yuliarti et al., 2017) memakai framing model Zhandong dan Gerald Kosicki, dan pemilihan media nya menggunakan media dalam negeri dan asing (luar negeri) yakni media Al Jazeera.com, CNN.com, dan di Indonesia media Kompas.com, dan Republika.co.id. Pada studi tersebut ingin melihat penggambaran media dalam melihat suatu isu tertentu. Diantara isu agama yang muncul, misalnya isu ISIS dan Islamofobia di media. Pada studi Yuliarti et al. (2017), ada beragam pandangan yakni bagaimana CNN.com yang mewakili sebagai media yang tidak mendukung Islam, dan salah satu hal yang dilakukan adalah mengaitkan Islam dengan ISIS. Lalu, media AlJazeera.com yang muncul untuk melawan isu yang menyudutkan Islam melalui berita Amerika dan Eropa sebagai negara barat yang melakukan laku diskriminatif pada kaum Muslim (Yuliarti et al., 2017). Di Indonesia, media Republika.co.id mengonstruksi bahwa orang Barat membenci Muslim karena keyakinan agama mereka; kemudian, Kompas.com cukup hati-hati dan tampak berimbang pada pemberitaan menyangkut ISIS (Yuliarti et al., 2017).

Ketiga, studi Musyaffa (2017) bertajuk “Konstruksi Pemberitaan Media Online Indonesia terhadap ISIS (Analisis Framing Kompas.com, Okezone.com, Tempo.co, dan Republika.co.id)”. Penelitian ini menggunakan empat media, yakni Kompas, Okezone, Tempo, Republika. Penelitian ini memberi gambaran kondisi realitas yang beragam; penyajian isu tertentu yang beragam. Situasi ini, dimaknai bahwa suatu realitas dapat menjadi penting oleh media yang satu, namun, tidak dari media yang lain, maupun berbeda dalam menyajikan informasi dari satu media dengan media lainnya. Musyaffa (2017) berusaha meneliti mengenai sudut pandang

media di Indonesia, yakni Kompas, Tempo, Okezone, dan Republika mengenai isu ISIS. Hasil menunjukkan bahwa Kompas.com, Tempo.co, Okezone.com, dan Republika.co.id menyandarkan sebuah bingkai tertentu, yang mana keempat media tersebut memiliki nilai yang memengaruhi pemberitaan menyangkut ISIS yang ada di Indonesia (Musyaffa, 2017). Kompas, Okezone, Republika pemberitaannya mengarah pada upaya mengatasi ISIS; sementara, Tempo pemberitannya tidak pada ranah mengatasi ISIS, tapi mengarah pada ISIS merupakan kumpulan organisasi mengarah pada kekerasan yang berbeda dengan HTI yang fokus pada dakwah (Musyaffa, 2017).

Keempat, studi (Setiawan & Suyoto, 2020) bertajuk “Duka Surabaya dalam Bingkai Surat Kabar (Analisis Framing Pemberitaan Terorisme di Surabaya pada Surat Kabar Republika dan Kompas Edisi Mei 2018)”. Studi tersebut menggambarkan perbedaan sudut pandang media dalam memandang perihal terorisme. Penelitian tersebut (Setiawan & Suyoto, 2020) menggunakan pendekatan kualitatif, dan Analisis Framing Entman, dan pemilihan media adalah menggunakan Surat Kabar Republika dan Kompas. Hasil menunjukkan bahwa media Kompas pada isu terorisme dimaknai sebagai sebuah gerakan humanisme; terorisme adalah sebuah bentuk kejahatan yang dilakukan manusia dan mengonstruksi pemberitaan terorisme merupakan ancaman bangsa dan berita kearah upaya atasi terorisme melalui proses hukum (Setiawan & Suyoto, 2020). Hal ini berbeda dengan Republika, yang memaknai isu terorisme adalah hegemonis-politis atau rekayasa barat untuk menyudutkan kaum Muslim (Islam) (Setiawan &

Suyoto, 2020). Republika berupaya menolak stereotip terorisme ialah Muslim (Setiawan & Suyoto, 2020).

Kelima, studi Sari & Rusadi (2017) bertajuk “Wacana Pemberitaan Diskriminasi Terhadap Muslim Uyghur di Republika.co.id dan Kompas.com”. Studi tersebut (Sari & Rusadi, 2017) menggunakan pendekatan kualitatif, kritis, Analisis Wacana Kritis Roger Fowler. Hasil menunjukkan kedua media yakni Republika dan Kompas memiliki wacana yang berbeda dalam memberitakan kasus diskriminasi terhadap muslim Uyghur (Sari & Rusadi, 2017). Republika.co.id lebih cenderung menampilkan kasus diskriminasi etnis ini sebagai diskriminasi yang berkaitan dengan agama, berupa pengikisan nilai-nilai religius warga Uyghur; kemudian, Kompas.com menampilkan klasifikasi, pembatasan pandangan dan pertandingan wacana, yang mana kerap menghadirkan kasus diskriminasi etnis sebagai sebuah perbuatan melanggar Hak Asasi Manusia oleh pemerintah China terhadap warga asal Uyghur (Sari & Rusadi, 2017). Kemudian, Republika.co.id lebih banyak menampilkan ihwal berhubungan dengan Islam, seperti dari pemilihan pada kosakatan dan narasumber yang berasal dari organisasi/lembaga Islam (Sari & Rusadi, 2017). Pada saat yang sama, Kompas.com lebih menunjukkan nilai kemanusiaan dalam memberitakan kasus diskriminasi yang menimpa warga Uyghur (Sari & Rusadi, 2017).

Keenam, studi (Sriwimon & Zilli, 2017) bertajuk “Applying Critical Discourse Analysis as a conceptual framework for investigating gender stereotypes in political media discourse”. Pendekatan penelitian tersebut (Sriwimon & Zilli, 2017) adalah kualitatif, dan menggunakan Analisis Wacana Kritis, Transitivity

Analysis from Systemic Functional Linguistics (SFL). Pada studi tersebut, Sriwimon & Zilli (2017) ingin melihat bagaimana konteks wacana gender di media. Hasil menunjukkan bahwa berita dalam media masih memberi ruang stereotip kepada perempuan (Sriwimon & Zilli, 2017). Stereotip media masih kental ketika Yingluck Shinawatra mendapat stereotip oleh media sebagai pemimpin yang pasif dan politisi yang bergantung, politisi yang ambius, tidak berpengalaman, dan tidak kompeten (Sriwimon & Zilli, 2017). Situasi ini, menggambarkan bagaimana stereotip gender dalam politik direproduksi dan dihasilkan melalui bahasa yang digunakan dalam media (Sriwimon & Zilli, 2017).

Ketujuh, studi (Törnberg & Törnberg, 2016) bertajuk “Muslims in social media discourse: Combining topic modeling and critical discourse analysis”. Studi tersebut (Törnberg & Törnberg, 2016) menggunakan kombinasi pendekatan corpus-linguistic (CL) & Critical Discourse Analysis (CDA). Hasil penyelidikan Törnberg & Törnberg (2016) mengenai bagaimana Muslim dan Islam direpresentasikan ekstrimis, teroris di forum Flashback. Lebih jauh, diskursif Islam dan Muslim di forum Flashback menunjukkan sebagian besar topik tetap berorientasi pada konflik dan dicirikan oleh perbedaan antara Muslim sebagai yang lain: kelompok luar yang bertentangan dengan budaya Swedia dan nilai-nilai (Törnberg & Törnberg, 2016). Dengan dikontekstualisasikan kembali, dengan demikian, Islam direpresentasikan sebagai inheren dengan agama kekerasan, dan umat Muslim kerap direpresentasikan sebagai fundamentalis, teroris, seksis, militan, tidak demokratis, kekerasan dan fanatik (Törnberg & Törnberg, 2016).

Kedelapan, studi Aprilia (2019) bertajuk “KONTRUKSI ISU TOLERANSI AGAMA DALAM MEDIA ONLINE”. Studi tersebut (Aprilia, 2019) menggunakan paradigma penelitian konstruktivis, pendekatan kualitatif, dan metode analisis framing Robert N. Entman, dan data diperoleh dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil studi Aprilia (2019) menunjukkan bahwa letak perbedaan sudut pandang; Republika.co.id melihat toleransi beragama dari sudut pandang ajaran Islam yakni upaya saling menghargai antar umat beragama; sementara, Detik.com memandang tidaklah sebuah masalah, dalam konteks ini Detik.com menerima dengan toleransi agama masyarakat Indonesia dan mengajak masyarakat untuk introspeksi secara diri dan kolektif pada suatu persoalan yang ada. Lalu, Tribunnews.com memaknai melalui konstruksi pemberitaannya bahwa bukan faktor latar belakang agama yang menjadi penyebab adanya perselisihan intoleransi, akan tetapi ada faktor kesenjangan sosial-ekonomi dan politik yang merupakan penyebab intoleransi terjadi di masyarakat (Aprilia, 2019). Kemudian, Kompas.com memaknai toleransi sebagai sebuah pandangan kemanusiaan, lahiriah pada diri individu (Aprilia, 2019). Kompas.com dan Tribunnews.com menyoroti hal yang sama yakni penuntutan hak kebebasan beribadah dan beragama antara umat minoritas dan mayoritas (Aprilia, 2019).

Kesembilan, studi Arifin (2019) bertajuk “FRAMING MEDIA REPUBLIKA ONLINE PADA KASUS KEKERASAN TERHADAP PEMUKA AGAMA”. Studi tersebut (Arifin, 2019) menggunakan pendekatan kualitatif, dan Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki, serta menggunakan teori Konstruksi Realitas. Studi Arifin (2019) menunjukkan bagaimana berita-berita

kekerasan terhadap para pemuka agama meningkat. Hasil menunjukkan bahwa *Republika online* mengonstruksi kekerasan terhadap para pemimpin agama dalam pemberitannya dengan muncul serangkaian kasus-kasus pembunuhan dan penganiayaan di mana para korbannya adalah pemimpin agama (Arifin, 2019). Wacana yang dibangun *Republika* adalah wacana kasus kekerasan pemuka agama telah merambah terjadi yang mengkhawatirkan masyarakat (Arifin, 2019).

Kesepuluh, studi (Fathurokhmah, 2018) bertajuk “IDEOLOGI RADIKALISME DALAM ISLAM TENTANG WACANA HOMOSEKSUAL DI MEDIA MASSA”. Studi tersebut (Fathurokhmah, 2018) menggunakan pendekatan kualitatif, kritis, dan menggunakan teori Critical Discourse Analysis Norman Fairclough, dan Repressive State Apparatus dan Ideological State Apparatus Althusser. Pada studi tersebut (Fathurokhmah, 2018) menggambarkan wacana homoseksual pada dua media yakni *Republika* dan *Tempo*. Hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan makna dari kedua media ini; *Republika* memandang homoseksual adalah tidak sesuai dengan syariat agama Islam dan mengingatkan masyarakat agar tidak terpengaruh pada homoseksual (Fathurokhmah, 2018). Berbeda, *Tempo* memaknai bahwa kaum homoseksual dipandang pada segi HAM, bahwa homoseksual adalah sah-sah saja, perlu untuk diakui dan diterima, serta difasilitasi sebab sama-sama memiliki hak (Fathurokhmah, 2018).

Berdasarkan studi-studi sebelumnya diatas, telah banyak membuktikan terdapat beragam sudut pandang atas sebuah peristiwa atau fenomena tertentu dengan menggunakan analisis framing. Berbeda dengan studi sebelumnya, bahwa penelitian ini berupaya mengidentifikasi wacana pemberitaan pindah agama

selebritas di media *online* dengan menggunakan Critical Discourse Analysis (CDA) Fairclough. Titik fokus pada penelitian ini adalah pada penyingkapan aspek bahasa, dan wacana dominan apa yang hendak diproduksi dan ditampilkan oleh media *online*, kemudian, mengidentifikasi aspek produksi teks pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*. Pada situasi tersebut, keberadaan wacana dalam teks-teks pemberitaan ditunjukkan sebagai pilar penting untuk memaknai sebuah realitas tertentu.

Atas dasar tersebut, asumsi dasar penelitian ini yakni media menyajikan fakta-fakta dalam pemberitaan melalui bahasa yang sesungguhnya tidak bebas nilai, tidak netral, dan menimbulkan bias makna. Dari hal tersebut, media melakukan praktik pewacanaan melalui penataan bahasa-bahasa (tanda). Kondisi demikian, menitikberatkan bahwa menata tanda memiliki makna wacana tertentu dan semua tanda memiliki makna yang taksa.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan seperangkat atau sistem keyakinan dasar yang memandu tindakan yang didasarkan pada aspek ontologis, epistemologis, dan metodologis (Guba, 1990). Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, dan pendekatan kualitatif. Tradisi kritis, Griffin (2000) (dalam Soyomukti, 2012) berpandangan bahwa penyelidikan secara kritis mengenai fenomena komunikasi yang dianggap sebagai bentuk penindasan & kekuasaan. Tradisi ini erat kaitannya dengan merespons masalah-masalah yang bersifat ideologis, penindasan, penolakan, perlawanan, sampai pada persoalan emansipasi sebagai upaya melawan adanya dominasi kekuasaan. Penelitian kualitatif (Denzin & Lincoln, 2018)

berusaha memahami atau menginterpretasikan fenomena tertentu dalam rangka mendapatkan pemahaman yang mendalam pada realitas. Dalam makna ini, Penelitian kualitatif melibatkan studi pengumpulan data yang menggambarkan momen dan makna dalam suatu realitas kehidupan individu, diantaranya penggunaan studi kasus, pengalaman pribadi, kisah hidup, wawancara, introspeksi, artefak, teks dan produksi budaya, observasi teks, sejarah, interaksional, dan visual (Denzin & Lincoln, 2018).

Pada konteks diatas, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, guna mendapatkan pemahaman yang mendalam melalui interpretasi teks berita pindah agama selebritas di media online. Selain interpretasi teks, peneliti hendak melibatkan studi penggunaan berbagai bahan empiris, yakni dengan wawancara. Hal ini menandai pendekatan tekstual-naratif (Denzin & Lincoln, 2018), sebagaimana masuk dalam wilayah penelitian kualitatif, inheren dalam penelitian ini.

Kemudian, alasan menggunakan paradigma kritis berangkat dari asumsi kritis yakni bagaimana realitas ialah semu yang memiliki kekuatan sosial, ekonomi-politik, dan budaya. Dengan kata lain, paradigma kritis dipilih didasari atas cara peneliti kritis melihat realitas yang diasumsikan bahwa seseorang harus memahami kekuatan masyarakat yang membentuknya—memeriksa interaksi membangkitkan kesadaran untuk melawan penindasan—*status quo*. Oleh karena itu, peneliti melakukan penyelidikan secara kritis, mendalam tentang bagaimana wacana dominan pada pemberitaan pindah agama ditampilkan oleh media *online*.

Penelitian beratan paradigma kritis terletak pada bagaimana kekuatan sosial mempengaruhi dan berinteraksi dengan kekuatan individu dengan tujuan akhir mengubah masyarakat. Sebuah pendekatan yang digunakan untuk transformasi—mengubah masyarakat juga, selain memahami perilaku manusia. Pendekatan ini menggunakan metode kualitatif (Alberts, *et al.*, 2019). Dalam kajian kritis, Littlejohn & Foss (2018) menyampaikan bahwa gagasan utama dalam tradisi kritis yaitu pertama, memahami sebuah sistem yang telah dianggap benar, kedua, pada struktur kekuatan bermuatan ideologis yang telah mendominasi masyarakat dari sudut pandang tertentu.

Berangkat dari bagaimana ada kekuatan dominan yang mendominasi, peneliti berpijak pada paradigma kritis, yakni berupaya secara mendalam mengidentifikasi bagaimana media sebagai instrumen strategis dalam memproduksi makna yang juga mengakomodir nilai-nilai tertentu dan meminggirkan nilai/wacana tertentu lainnya. Dengan kata lain, peneliti menyelidiki secara kritis wacana dominan, dan pada titik tertentu membongkar nilai/ideologi yang mengakomodir media-media *online* dalam menampilkan pemberitaan isu pindah agama selebritas Indonesia.

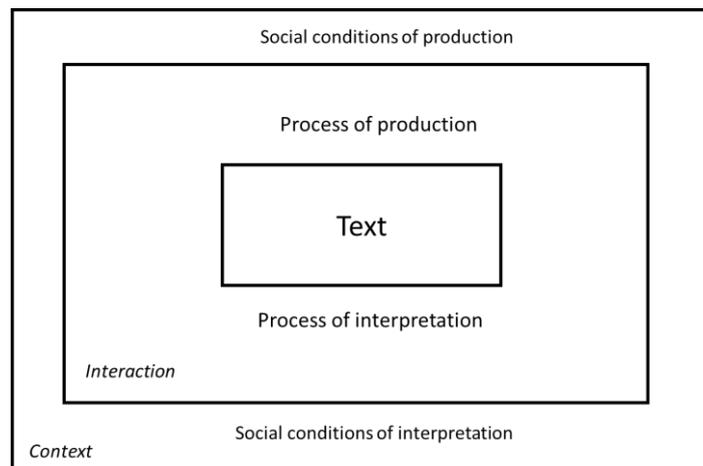
1.5.3. Critical Discourse Analysis (CDA)

Critical Discourse Analysis (CDA) atau Analisis Wacana Kritis adalah studi kritis yang telah dikembangkan oleh Norman Fairclough (Fairclough, 1992; Weiss & Wodak, 1950). Dalam pengertian Fairclough, analisis wacana kritis berkaitan pada pendekatan sistematis terhadap relasi antara bahasa dan struktur sosial. Kerangka kerja linguistik dan sarana untuk mengeksplorasi keterkaitan antara

bahasa dan praktik-praktik kelembagaan sosial, dan kontekstual, hubungan intim antara bahasa sebagai wacana dan struktur sosial dan politik yang lebih luas (Fairclough, 2010). Penekanan pada bahasa adalah hal yang penting, dan berkorelasi kuat pada perubahan keadaan sosial dan budaya. Bahasa, menjadi hal yang lebih sentral dalam kehidupan sosial (Thompson 1984) (dalam Fairclough, 1992).

Dalam hal ini, Fairclough mencoba menyoroti apa yang disebut dengan wacana. Dari wacana tersebut, berwujud pada konstruksi sosiologis-politis seperti hegemoni & kekuasaan (Fairclough, 2010). Kerangka CDA (Fairclough, 1992, 2010) mengacu pada sebuah nilai, ideologi. Hal ini didasari atas pandangan teori Marxis, Gramsci (1971) dan Althusser yang menekankan pentingnya praksis ideologi, dan juga Pecheux (1982) yang menitikberatkan wacana sebagai manifestasi materi ideologi.

Ada tiga konsep kerangka kerja dari CDA Fairclough (Fairclough, 1995), yaitu analisis teks (*text and the study of 'texture'*), kedua, praktik diskursif (*discoursal practices and the concept 'orders of discourse'*), dan ketiga, praktik sosio-kultural (*sociocultural practices and the concept of 'culture'*), hal ini terlihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1. 1. Kerangka Kerja CDA Fairclough (Fairclough, 1989)

Konsep dari analisis wacana kritis memiliki tiga dimensi (Fairclough, 1992), yakni dimensi teks, melakukan upaya analisis bahasa teks; teks-interaksi dalam suatu wacana. Kemudian, Dimensi praktik diskursif (*discursive practice*), seperti wacana dalam teks berinteraksi, dan melakukan sifat dari proses produksi dan interpretasi teks. Terakhir, dimensi praktik sosial (*the social practice*). CDA (Fairclough, 1992) ingin menunjukkan bagaimana wacana dibentuk oleh hubungan kekuasaan & ideologi (*relations of power and ideologies*), efek wacana konstruktif (*the constructive effects discourse*) terhadap identitas & relasi sosial, serta sistem pengetahuan dan kepercayaan. Kemudian, objek dari CDA (van Dijk, 1997) yaitu “dokumen, kertas diskusi, perdebatan parlemen, pidato, kartun, foto, koran atau sumber media lain, termasuk risalah politik dan pamflet” (van Dijk, 1997) (dalam Haryatmoko, 2017). Pada penelitian ini, objek yang hendak diidentifikasi adalah teks-teks dalam berita-berita pindah agama selebritas di media *online*.

Bagi Fairclough, (Fairclough, 1989) teks disebut produk dari proses produksi teks—dalam bahasa Fairclough, adalah wacana. Analisis teks mencakup

proses produksi teks (*the process of production*); teks (produk), dan proses interpretasi (*process of interpretation*). Pertimbangan untuk melakukan penafsiran teks yakni pengetahuan tentang bahasa, representasi dari dunia alami dan sosial yang dihuni, asumsi, nilai-nilai, kepercayaan, dan lain sebagainya.

Berikutnya, wacana melibatkan kondisi sosial, yang dapat ditentukan, Fairclough menyebutnya sebagai sebuah kondisi sosial produksi (*Social conditions of production*), dan juga kondisi sosial interpretasi (*Social conditions of interpretation*) (Fairclough, 1989). Kondisi sosial tersebut bersifat kontekstual, dan berkaitan dengan tiga 'tingkatan' organisasi sosial yang berbeda, yakni; tingkat situasi sosial, atau lingkungan sosial langsung di mana wacana itu terjadi; tingkat lembaga/institusi sosial yang merupakan matriks yang lebih luas untuk wacana; dan tingkat masyarakat secara keseluruhan. Hal ini juga menyoroti ketika kondisi sosial membentuk orang untuk menghasilkan dan menafsirkan, lalu, membentuk cara di mana teks diproduksi dan ditafsirkan (Fairclough, 1989).

Proses CDA (Fairclough, 1989) mensyaratkan pula untuk menganalisis teks berupa analisis proses produksi dan interpretasi (*processes of production and interpretation*) saja, tetapi juga berupaya melakukan analisis; hubungan antara teks, proses produksi praktik diskursif, dan kondisi sosial, baik secara langsung kondisi konteks situasionalnya, maupun sebuah kondisi yang lebih jauh dari struktur kelembagaan dan sosial, atau dalam makna lain Fairclough menyebutnya sebagai hubungan antara teks, interaksi, dan konteks. Maka, bahasa, dipandang sebagai sebuah wacana dan praktik sosial. Lebih spesifik, CDA (Fairclough, 1989) dibagi dalam tiga dimensi:

- Description merupakan teks.
- Interpretation, merupakan relasi antara teks dan interaksi; melihat teks sebagai produk atas proses produksi & proses interpretasi; proses interaksi dan tahap analisis.
- Explanation, merupakan penjelasan berkorelasi dengan hubungan interaksi dan konteks sosio-kultural/sosial. Hal ini didasarkan pertimbangan pada aspek penentuan sosial dari proses produksi dan interpretasi, dan efek sosialnya.

Lebih lanjut, Fairclough menawarkan analisis empat langkah atau analisis empat tahap metodologi CDA Fairclough (Fairclough, 2010), yakni sebagai berikut:

Tahap 1: pada tahap 1 fokus pada kesalahan/ketidakberesan sosial dalam aspek semiotiknya (Fairclough, 2010). Pada tahap awal ini lebih condong pada upaya analisis teks (mikro). Dalam memahami sebuah teks, diperlukan analisis teks secara linguistik, dengan melihat beberapa aspek; kosakata, semantik, tata kalimat, koherensi & kohesivitas, penggabungan kata atau kalimat dibangun sehingga membentuk sebuah maksud tertentu. Pada tahap 1, dapat diuraikan dalam dua hal; pertama, pilih topik penelitian yang berhubungan dengan atau menunjukkan kesalahan sosial dan yang secara produktif dapat didekati dengan cara transdisipliner. Ini berfokus pada relasi dialektis antara semiotik dan lainnya; kedua, mengonstruksi objek penelitian dengan menggunakan teori transdisipliner untuk topik penelitian (Fairclough, 2010). Dalam cara ini, berupaya mengonstruksi sebuah objek penelitian untuk topik melibatkan teori-teori relevan dalam berbagai

disiplin ilmu. Intinya, penggunaan teori sebagai dasar untuk menjelaskan objek penelitian.

Tahap 2: Identifikasi hambatan untuk menangani kesalahan sosial (Fairclough, 2010). Dalam tahap ini (Fairclough, 2010) mengidentifikasi apa yang menyebabkan adanya kesalahan sosial. Terdapat tiga hal untuk memahami tahap 2; pertama, menganalisis hubungan dialektis antara semiosis dan elemen sosial lainnya: antara tatanan wacana dan elemen praktik sosial lainnya, antara teks dan elemen peristiwa lainnya; kedua, memilih teks, dan fokus untuk analisisnya sesuai dengan objek penelitian; ketiga, melaksanakan analisis teks, baik analisis interdiskursif maupun analisis linguistik/semiotik (Fairclough, 2010).

Tahap 3: Pertimbangkan apakah tatanan sosial 'membutuhkan' kesalahan sosial tersebut (Fairclough, 2010). Tahap ini (Fairclough, 2010) dimaksudkan, tatanan sosial menghendaki kesalahan sosial yang ada. Dalam teks diidentifikasi bagian tatanan sosial yang menghendaki kesalahan sosial tersebut (Fairclough, 2010). Jadi, tahap ini menuntun peneliti untuk mempertimbangkan apakah kesalahan sosial melekat pada tatanan sosial, dan apakah itu dapat diatasi di dalamnya, atau dengan mengubahnya (Fairclough, 2010). Manakala tatanan sosial terbukti secara inheren memunculkan/menghasilkan kesalahan sosial yang besar, maka hal tersebut memungkinkan harus diubah (Fairclough, 2010). Hal tersebut berkaitan dengan unsur ideologis: wacana adalah ideologis sejauh berkontribusi untuk mempertahankan relasi kekuasaan dan dominasi tertentu (Fairclough, 2010).

Tahap 4: Identifikasi kemungkinan cara untuk melewati rintangan/hambatan-hambatan (Fairclough, 2010). Pada tahap ini (Fairclough, 2010), hendak mencari pemecahan/mengatasi hambatan-hambatan dalam rangka penanganan kesalahan sosial. Pada konteks ini, hambatan-hambatan ini benar-benar diuji, ditantang dan dilawan, baik itu di dalam kelompok atau gerakan politik atau sosial yang terorganisir, atau secara lebih informal oleh orang-orang dalam pekerjaan orang tertentu (Fairclough, 2010).

Atas dasar tersebut, pada penelitian ini pemberitaan pindah agama selebritas di media online dianalisis melalui analisis empat tahap CDA Fairclough yang menekankan didalamnya secara eksplisit termuat analisis dimensi teks, lalu, analisis dimensi praktik diskursif, dan juga analisis dimensi praktik sosiokultural. Metodologi CDA Fairclough ini hendak dijadikan metode sekaligus teori untuk menganalisis berita-berita isu pindah agama di media *online*. Adanya teks, bahasa, dan nilai-nilai tertentu yang menjadi komponen dalam analisis dalam penelitian ini. Tujuan peneliti menggunakan analisis empat tahap *Critical Discourse Analysis*) Fairclough untuk mengidentifikasi media-media *online* dalam menampilkan wacana tertentu mengenai isu pindah agama selebritas Indonesia.

Sebagaimana analisis studi wacana kritis umumnya mengidentifikasi wacana-wacana yang menunjukkan jenis identitas, tindakan, dan keadaan yang disembunyikan, diabstraksikan, atau didahulukan dalam sebuah teks, dari semua ini, menunjuk pada konsekuensi ideologis dan politis (Fairclough, 2003) (dalam Machin, 2013). Pada penelitian ini, berpijak pada asumsi bahwa teks dalam pemberitaan pindah agama tidaklah dimaknai netral, apa adanya, normal, alamiah,

melainkan memiliki relasi dialektis yang tidak setara—yang menurut Fairclough (2010) menimbulkan relasi kuasa (*power relations*) dan proses ideologis. Maka, dengan pemahaman diatas, peneliti berupaya menyingkap wacana tertentu yang terinternalisasi, tersosialisasikan, terakomodir dalam sebuah pemberitaan isu pindah agama selebritas di media *online* melalui studi wacana kritis, CDA Fairclough.

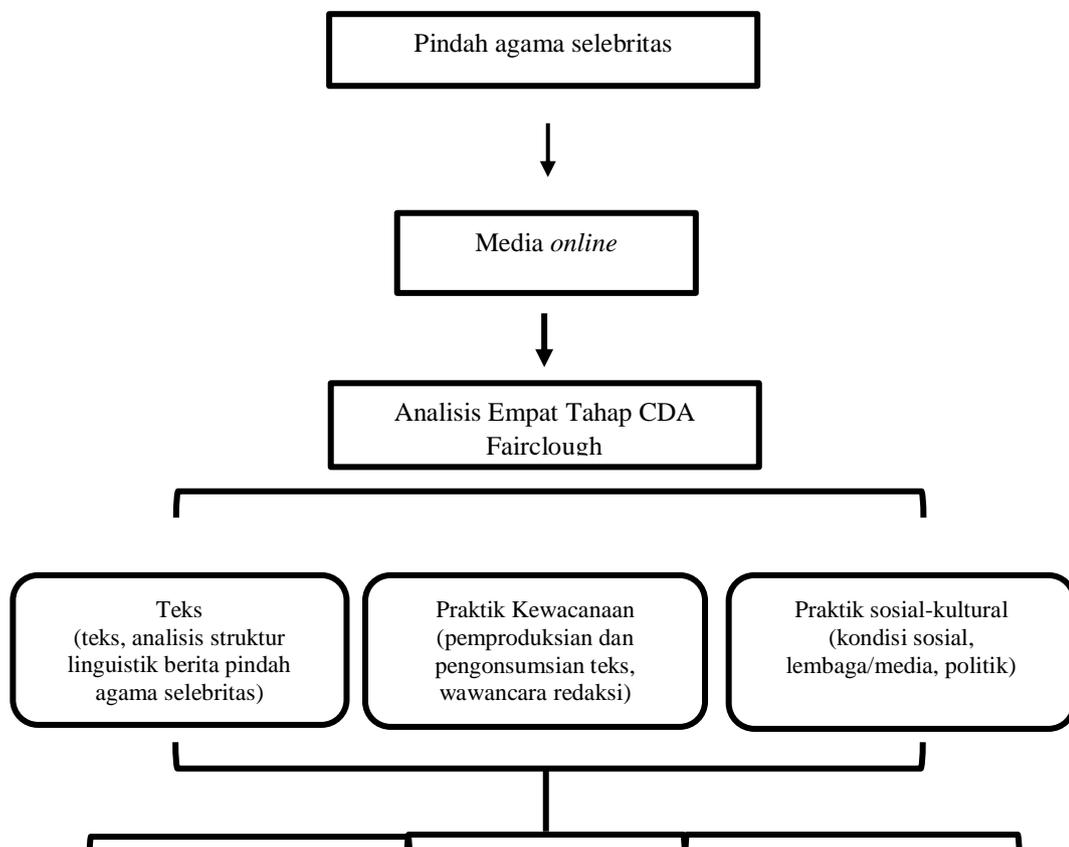
Dengan menggunakan CDA, senada dengan Fairclough (2010) bahwa ada soal kekuasaan, yang dilawan adalah asimetri antara wacana dan ketimpangan dalam mengontrol bagaimana teks itu diproduksi, kemudian, didistribusikan dan dikonsumsi (dan bentuk teks) dalam konteks sosio-kultural tertentu. Menurut Van Dijk (2003) (dalam Amoussou & Allagbe, 2018), dalam penelitian wacana kritis, terdapat beberapa persyaratan agar efektif menerapkan tujuannya, yakni sebagai berikut; penggunaan CDA diorientasikan untuk mengungkap sesuatu yang tersirat, tersembunyi, atau tidak langsung terlihat jelas relasi dominasi yang diberlakukan secara diskursif. Lebih jauh, CDA berperan melihat relasi kekuasaan yang dominan, ketidaksetaraan, dan dari itu, berperan melakukan perlawanan terhadap dominasi dan ketidaksetaraan (Amoussou & Allagbe, 2018).

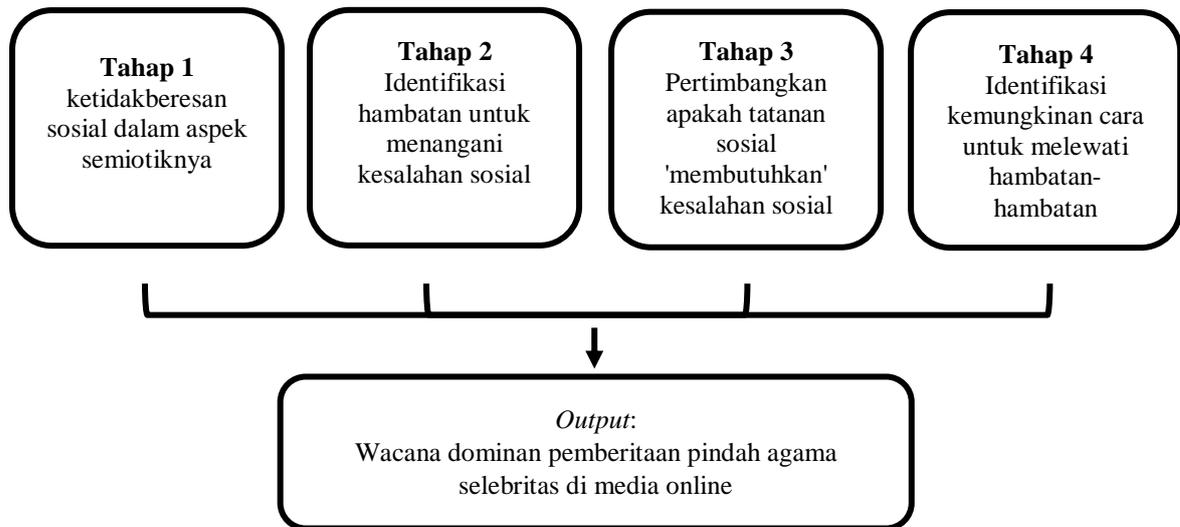
Dari penjelasan diatas, maka dari itu, peran CDA dalam penelitian ini berguna dalam rangka menyingkap makna, wacana yang memungkinkan tersembunyi melalui teks yang senantiasa diproduksi oleh media *online*. Maka, melalui analisis empat tahap CDA Fairclough, peneliti berupaya mengidentifikasi wacana dominan dan hambatan-hambatan yang menyebabkan munculnya wacana

dominan dalam pemberitaan pindah agama selebritas yang ditampilkan oleh media *online*.

CDA merupakan sebuah metode, namun sekaligus dalam digunakan sebuah sebuah teori. Teori yang digunakan adalah teori wacana, ideologi. Pada kerangka teori ini, CDA dipandang sebagai sebuah teori yang dapat menggambarkan wacana dibalik sebuah teks. Wacana yang diproduksi oleh jurnalis sejatinya tidaklah dikatakan alamiah, netral, melainkan sesungguhnya ada nilai-nilai tertentu yang melingkupi pemberitaan, khususnya pada berita isu pindah agama selebritas. Maka, berita isu pindah agama selebritas yang diproduksi memungkinkan bukanlah suatu yang netral.

1.5.4. Kerangka Pemikiran





Gambar 1. 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

1.6. Operasional Konsep

1.6.1. Wacana Media

Praktik wacana (Eriyanto, 2018b) memiliki peranan penting menentukan teks tersebut terbentuk. John Fiske memaknai bahwa makna itu tidak intrinsik ada dalam teks itu sendiri. Artinya, sebuah makna dihasilkan melalui proses yang aktif & pula dinamis oleh produser/pembuat teks dan khalayak. Wacana (Machin, 2013) merepresentasi sejenis pengetahuan mengenai apa yang terjadi dalam praktik sosial tertentu, juga gagasan mengapa hal itu terjadi & apa yang mesti dilakukan, dan wacana tidak saja merepresentasi model dunia dan mengapa ini sah, tetapi juga cara bertindak yang masuk akal di dunia. Sebagaimana penelitian ini, ingin mengidentifikasi bagaimana media menampilkan sebuah wacana tentang pindah agama selebritas di media *online*. Wacana yang hendak diidentifikasi termuat dalam teks-teks pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*. Wacana tersebut akan berdekatan dengan relasi kuasa, atau kepentingan tertentu.

1.6.2. Ideologi Media

Media sebenarnya berada pada realitas yang kompleks, penuh dengan berbagai kepentingan dan konflik. Gramsci (dalam Sobur, 2018) memandang bahwa media sebagai tempat dimana mewakili berbagai ideologi; bagaimana media sebagai sarana menyebarkan nilai (ideologi) penguasa, dan legitimasi dan sarana untuk mengontrol wacana publik. Kemudian, media juga bisa menjadi instrumen untuk membangun budaya dan ideologi dominan yang bermanfaat bagi kepentingan kelas penguasa, serta berselubung kepentingan kapitalisme pemilik modal (Sobur, 2018). Situasi ini diartikan bahwa media massa tidaklah independen, dan sarat akan kepentingan-kepentingan yang melingkupinya.

Dari hal tersebut, pula berkaitan dalam operasional kerja ideologi media massa yakni berada pada teks dalam memproduksi pemaknaan tertentu. Selaras dengan di atas, melalui pandangan bahwa media membawa nilai-nilai tertentu, maka, peneliti ingin ingin mengidentifikasi secara mendalam berkaitan dengan apakah dan bagaimana ideologi itu ada dan mengakomodir, dan dengan nilai tersebut memunculkan keberpihakan wacana tertentu yang ditampilkan dalam bentuk teks-teks berita mengenai isu pindah agama selebritas di media *online*.

Pada konteks ini, ideologi berperan sebagai sebuah sistem kepercayaan yang produksi (kesadaran palsu) dengan tujuan untuk kelompok yang sedang berkuasa atau upaya mendominasi kelompok lainnya yang dikatakan lemah (Eriyanto, 2018b). Dengan melalui penyebaran ideologi dominan disebarkan, membuat kelompok yang diatur menerima hubungan ini sebagai hal wajar dan diterima sebagai kebenaran. Proses ideologi bekerja di media massa, bersamaan

membentuk wacana. Pewacanaan dan ideologi media ini, yang hendak peneliti identifikasi dan selidiki pada penelitian ini yakni bagaimana proses nilai ideologis memengaruhi teks-teks yang ditampilkan di media *online*.

1.6.3. Pindah Agama

Pindah agama juga dimaknai konversi agama. Konversi agama (King, 2017) adalah proses yang melibatkan internalisasi wacana agama dan mengarah pada perubahan identitas internal, dan fisik, serta partisipasi dalam sebuah praktik-praktik baru. Menurut pindah agama merupakan perubahan di mana seseorang menganut agama baru (American Heritage, 1976) (dalam Lacar, 2001; Suchman, 1992). *Conversio* memiliki makna yang sama dalam bahasa Latin, yakni berubah dari kecerobohan menjadi kesalehan sejati (Cusack, 1996). Arthur Darby Nock (Cusack, 1996) mengemukakan konversi ialah dari bentuk kesalehan sebelumnya ke bentuk kesalehan lain, yang dalam konteks ini, terdapat perubahan yang menunjukkan kesadaran bahwa ada perubahan besar terlibat, yang lama salah dan yang baru itu baik. Cakupan penelitian ini ada pada konteks berita konversi/pindah agama selebritas Indonesia di media *online*.

Sementara, istilah pindah agama menurut Suleiman (2013) ialah seseorang membuat keputusan sadar dan memilih gaya hidup yang sama sekali berbeda dari kepercayaan dan praktik sebelumnya. Pilihan lain untuk kata kerja "mengubah" adalah "kembali", yang berarti "memulihkan untuk memperbaiki kondisi" (Suleiman, 2013). Dalam pengertian lain, konversi (Lacar, 2001) diartikan sebagai perubahan keyakinan atau keanggotaan agama, maka mereka adalah mualaf.

Beberapa peneliti menyebut pindah agama ke Islam (selanjutnya disebut mualaf) merupakan proses melakukan pembacaan syahadat (King, 2017). Lebih lanjut, penerapan pindah agama ke Islam dalam diri seseorang diwujudkan dalam cara-cara baru, seperti berdoa, berpuasa, dan mematuhi peraturan makanan, adanya perubahan pada identitas yang terlihat (seperti mengenakan jilbab) dan adat istiadat sosial dan budaya, seperti perilaku yang terkait dengan perayaan atau kontak dengan lawan jenis (Van Nieuwkerk 2006, 4) (dalam King, 2017).

Seorang mualaf (*converts*) adalah seseorang yang telah memeluk Islam; dan melalui ketaatan pribadi kepada Tuhan, orang telah masuk Islam (Suleiman, 2013). Lalu, dalam bahasa Arab, orang yang menganut agama Islam dipahami masuk (*yadkhul*) atau memeluk (*ya'taniq*) Islam (Suleiman, 2013). Lalu, orang yang murtad (Assagaf, 2014) menurut pandangan ulama dimaknai *riddah*, yakni upaya seseorang pindah agama dari Islam ke agama yang baru atau menuju agamanya yang lama, atau bahkan tidak beragama. Pada fiqih Islam klasik, *riddah* adalah beralih dari Islam ke keyakinan agama lain atau atau memutus (diri) dari Islam (Ocktoberinsyah, 2015). Pada penelitian ini, peneliti fokus pada berita di media *online* yang memuat pindah agama selebritas yang mualaf dan murtad. Upaya pindah agama merupakan sebuah transformasi pribadi dan spiritual (Gez et al., 2017).

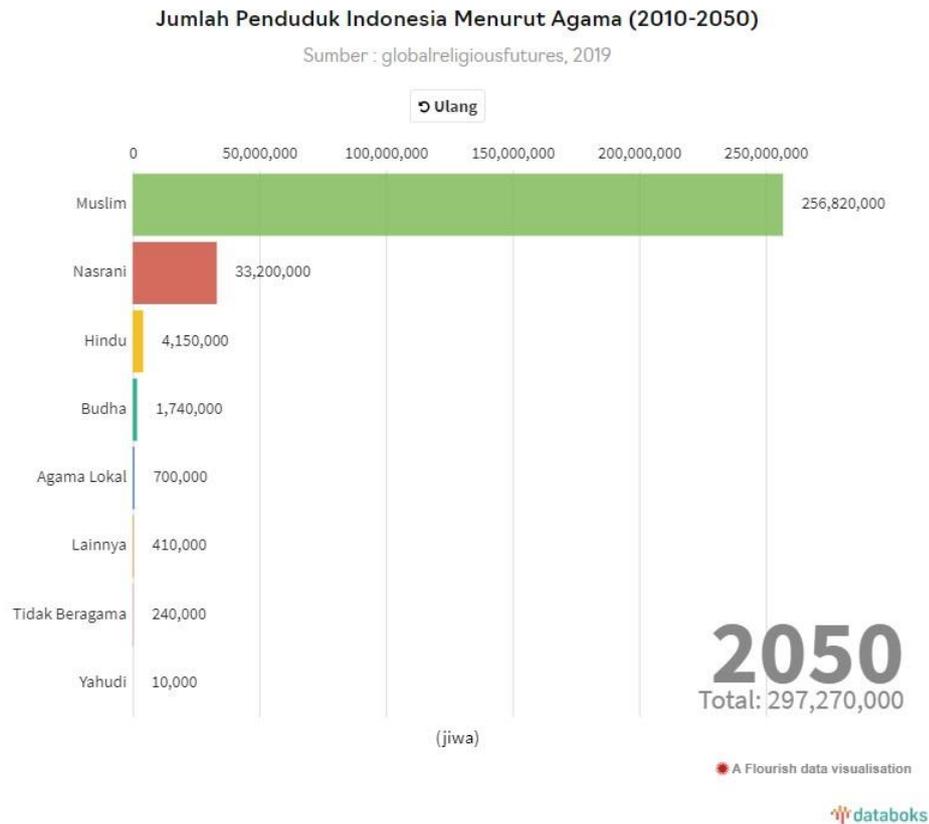
1.6.4. Agama Mayoritas dan Minoritas

Pemerintah Indonesia, mengakui agama di Indonesia berjumlah 6 yaitu, Islam, Katolik, Protestan, Buddha, Hindu, Konghucu (Indonesia.go.id, n.d.). Agama yang dikenal dengan mayoritas adalah agama yang mendominasi dalam

suatu tempat, wilayah, bahkan negara tertentu. Di Indonesia, agama yang mayoritas yaitu Islam (Budiawan, 2020; Chalid, 2018; Indonesia.go.id, n.d.).

Sementara, minoritas (Solikhin, 2016) merupakan secara kuantitas dimaknai kecil yang apabila dibanding dari populasi lainnya. Hal ini dimaknai bahwa ukuran dominan/mayoritas dan tidak dominan/minoritas dapat dilihat dari segi kuantitas masyarakat beragamanya. Didunia, Indonesia juga menempati urutan pertama penduduk Muslim terbesar, yakni 209,12 juta jiwa (Kusnandar, 2019b).

Sementara itu, seperti pada gambar 1.3 bahwa jumlah penduduk agama di Indonesia diprediksi dari 2010 sampai 2050 (Kusnandar, 2019a), yakni: total penduduk yang beragama Muslim/Islam berjumlah 256,820,000 juta jiwa, Nasrasi berjumlah 33,200,000, kemudian, agama Hindu berjumlah 4,150,000 juta jiwa, Budha berjumlah 1,740,000 juta jiwa, dan agama lokal berjumlah 700.000 jiwa, hingga tidak beragama berjumlah 240.000.



Gambar 1. 3. Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama (2010-2020)

(Kusnandar, 2019a)

Selain itu, berdasarkan statistik World Population Review tentang “Muslim Majority Countries 2021”, Indonesia adalah negara yang memiliki populasi Muslim tertinggi yakni 229,000,000 juta jiwa Muslim atau sekitar 87.20 % umat Muslim dari total populasi tahun 2021 berjumlah 276,361,783 juta jiwa masyarakat Indonesia (World Population Review, 2021). Hal ini menandai bahwa di Indonesia, agama Islam merupakan agama yang dominan. Fakta lain membuktikan bahwa Islam merupakan agama yang mayoritas, sementara agama lain adalah minoritas (Chalid, 2018).

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Tipe dan Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif-deskriptif yang menggunakan metode dan teori dari *Critical Discourse Analysis* (CDA) Norman Fairclough. CDA Fairclough dipilih dengan didasarkan atas wacana merupakan bentuk praktik sosial yang mereproduksi dan mengubah pengetahuan, identitas dan relasi sosial yang mencakup relasi kekuasaan dan sekaligus dibentuk oleh struktur dan praktik sosial yang lain (Jorgensen & Phillips, 2017).

1.7.2. CDA

Proses menganalisis pemberitaan isu pindah agama selebritas di Indonesia, penelitian ini menggunakan *Critical Discourse Analysis* (CDA) Norman Fairclough. CDA Fairclough didasarkan oleh kecenderungan relasi wacana berserta lembaga-lembaga seperti, universitas, tatanan wacana media, dan sebagainya. Dalam arti, bagaimana wacana terakomodir dalam suatu media yang termanifestasikan pada berita-berita. Penelitian ini ingin mengidentifikasi tatanan wacana dan nilai yang ditampilkan pada berita isu pindah agama selebritas di media *online* pada tahun 2019-2020.

1.7.3. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, subyek penelitiannya yaitu teks yang ditampilkan media *online* yaitu grid.id, wowkeren.com, merdeka.com, detik.com, kapanlagi.com, tribunnews.com, bersamadakwah.net, viva.co.id, intipseleb.com, okezone.com, jpnn.com, liputan6.com, tagar.id pada tahun 2019-2020 yang membahas mengenai isu pindah agama selebritas di Indonesia. Subjek penelitian dibagi dalam—analisis empat tahap Fairclough.

Tabel 1. 1. Subjek Penelitian

Kategori	Primer	Sekunder
Mikro (Analisis Teks)	Teks berita isu pindah agama pada media <i>online</i> pada tahun 2019-2020	Teks-teks relevan yang mendukung data primer
Meso (Analisis Produksi Teks)	Jurnalis, Redaktur	Kebijakan media dalam memilih topik
Makro (Analisis Praktik Sosial)	Pengamat/ahli media, Tokoh Masyarakat, Masyarakat	Studi Pustaka, wawancara

1.7.4. Sumber Data

- **Data Primer**

Data primer (utama) diperoleh secara langsung yaitu teks-teks berita media *online*, dan hasil wawancara penelitian dengan tim redaksi media.

- **Data Sekunder**

Data sekundernya yakni hasil-hasil penelitian terdahulu yang membahas seputar wacana, ideologi media, dan literatur-literatur seperti buku, artikel ilmiah mengenai kajian komunikasi massa, analisis wacana, dan jurnalistik.

1.7.5. Pemilihan Informan

Penelitian ini fokus pada analisis teks, lebih spesifik pada analisis teks berita pindah agama selebritas di media online. Namun, dalam rangka mendapat gambaran dan pemahaman lebih mendalam, penelitian ini melibatkan studi

penggunaan wawancara ihwal berita pindah agama selebritas di media *online*. Wawancara merupakan bagian proses analisis naratif, yakni berupaya memahami beberapa pengalaman hidup yang sangat menarik bagi orang yang diwawancarai (Lincoln & Denzin, 2003). Dalam penelitian ini, nama lengkap dari orang (informan) yang hendak diwawancarai dituliskan dengan inisial, dengan tujuan untuk menjaga kerahasiaan data informan. Informan yang hendak diwawancarai dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

- B (Reporter Tribunnews.com)
- W (Reporter VIVA.CO.ID)

1.7.6. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data menggunakan analisis teks, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Data teks diambil dari berita-berita di media *online* berdasarkan pencarian berita di situs *Google*. Berita yang dipilih secara acak dengan menggunakan pencarian seputar selebritas yang pindah agama dengan aturan; (a) dari berita di media *online* yang ada susunan redaksi yang jelas, dan (b) hanya mengambil berita yang membahas isu pindah agama; dari non-Islam ke Islam dan pindah agama dari Islam ke non-Islam secara spesifik satu orang selebritas, dan c) publikasi beritanya hanya pada tahun 2019 dan 2020. Setelah itu, berita dipilih dan dianalisis dengan analisis empat tahap Fairclough.

Tabel 1. 2. Teknik Pengumpulan Data

Kategori	Primer	Sekunder
Mikro	Analisis Teks	-

Meso	Wawancara mendalam	Observasi lapangan
Makro	Wawancara mendalam	Studi Pustaka dan Penelusuran

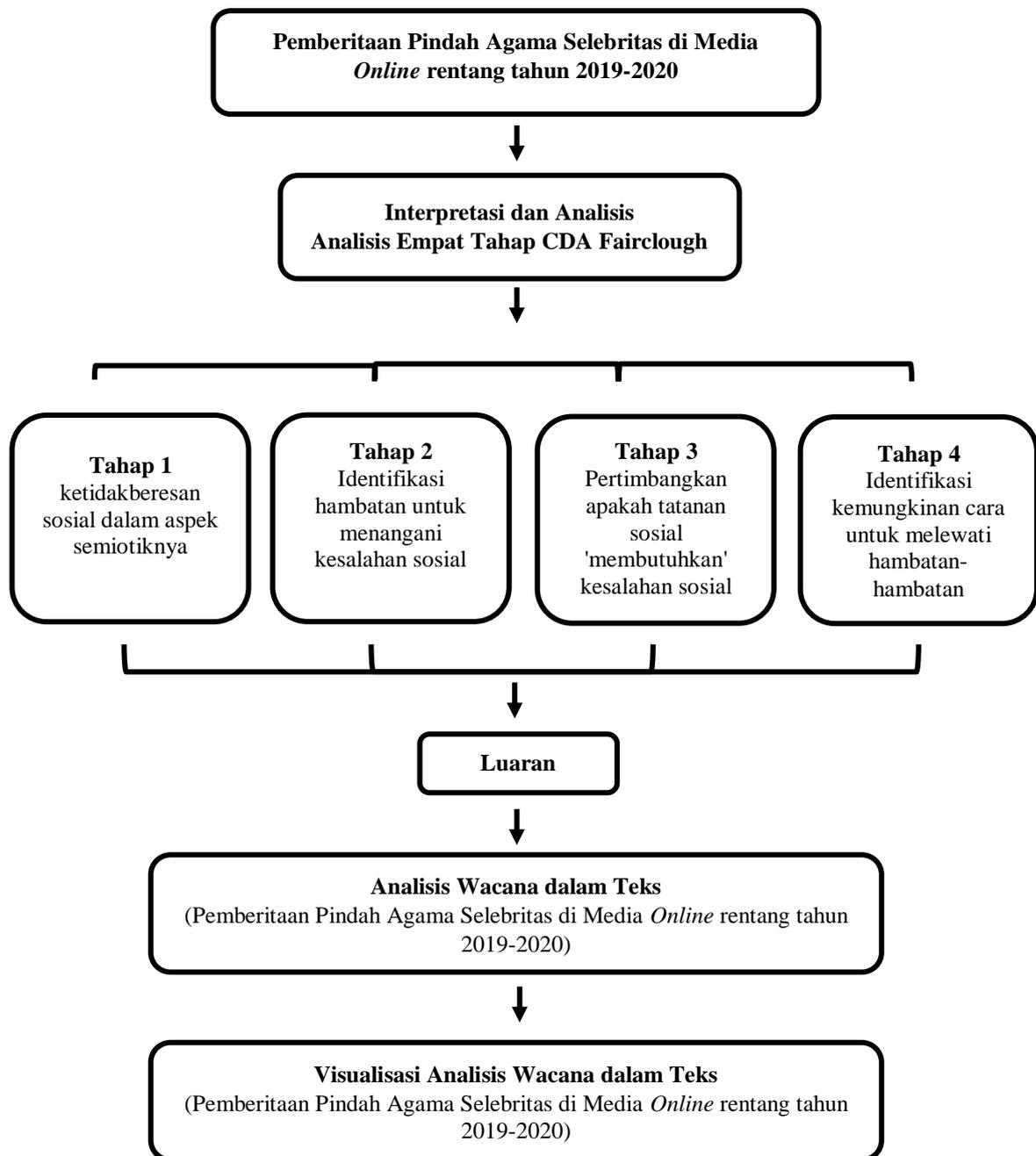
1.7.7. Analisis dan Interpretasi Data

Penelitian ini menggunakan CDA Norman Fairclough. Penggunaan CDA Fairclough (Jorgensen & Phillips, 2017) didasarkan oleh sebuah penyelidikan relasi antara peristiwa komunikasi dan wacana sebagai hubungan dialektis. Peristiwa komunikatif tidak hanya mereproduksi tatanan wacana, tapi juga bisa memperluasnya melalui penggunaan bahasa yang kreatif (Jorgensen & Phillips, 2017). Peristiwa melalui teks berita pindah agama selebritas di media *online* menjadi senada dengan misi penyelidikan Fairclough (Jorgensen & Phillips, 2017) mengenai praktik wacana, peristiwa, teks, struktur budaya dan sosial, serta praktik ideologis yang dibentuk oleh relasi kekuasaan.

Penyingkapan teks teks ihwal isu pindah agama di online ini menggunakan analisis tiga tahap/analisis tiga dimensi Fairclough. Dengan analisis tiga dimensi ini juga mencoba menelisik praktik kewacanaan dalam media *online* dan hal-hal yang memengaruhi wacana isu pindah agama itu muncul. Hal ini senada dengan pandangan Fairclough yang menelisik Praktek wacana media. Ia melihat media ikut serta dalam bentuk baru politik. Ia juga mempertimbangkan bahwa Praktik wacana dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang tidak punya wacana tunggal, seperti struktur dalam sistem politik, dan struktur institusi media (Jorgensen & Phillips, 2017).

Dalam tahap analisis teks, peneliti menggunakan CDA Fairclough. Hal tersebut dengan alasan bahwa CDA dapat digunakan untuk menyingkap wacana

dominan dalam teks-teks media *online*. Selain itu, dalam menguatkan hasil interpretasi data, peneliti menggunakan perangkat lunak (*software*) analisis data kualitatif ATLAS.ti 9. Dari hasil temuan menggunakan analisis empat tahap CDA Fairclough, kemudian divisualisasi dengan menggunakan perangkat lunak ATLAS.ti 9. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4 berikut ini:



Gambar 1. 4. Analisis Empat Tahap CDA Fairclough dan Visualisasi Analisis Wacana Pemberitaan Pindah Agama Selebritas di Media *Online*

1.7.8. Kualitas Data

Kualitas data dalam penelitian ini dengan didasarkan pernyataan Fairclough mengenai keberadaan CDA bahwa CDA muncul bukan sebatas semiosis, melainkan CDA berfokus pada hubungan antara semiotik dan elemen sosial lainnya. Upaya menganalisis sumber dan penyebabnya, berkontribusi untuk mengatasi permasalahan sosial, seperti ketidakadilan, ketidaksetaraan, kurangnya kebebasan, dan sebagainya. Identifikasi pada proses sosial yang dapat dilihat sebagai interaksi antara tiga tingkatan realitas sosial: struktur sosial, praktik dan peristiwa (Chouliaraki dan Fairclough, 1999) (dalam Fairclough, 2010). Artinya, proses sosial memiliki makna dan keterkaitan dengan yang lainnya. Hal ini tergambar menurut Fairclough yakni ada praktik sosial 'memediasi' hubungan antara struktur sosial pada tingkat yang paling umum dan abstrak dan khusus, peristiwa sosial yang konkret; bidang sosial, lembaga dan organisasi dibentuk sebagai jaringan praktik sosial (Bourdieu dan Wacquant, 1992) (dalam Fairclough, 2010).

Fairclough (2010) mengemukakan bahwa pada dasarnya CDA digunakan untuk mengatasi permasalahan sosial; ketidakadilan, ketidakbebasan, ketidaksetaraan dengan menganalisis sumber dan penyebabnya melalui bahasa, dan wacana yang dibentuk pada sebuah teks.

Oleh karena itu, dari pandangan diatas, pada penelitian ini, CDA adalah

pilihan tepat untuk melakukan penyelidikan mendalam “mengatasi permasalahan ketidaksetaraan” dengan mengeksplorasi wacana dan ideologi dalam teks-teks berita isu pindah agama selebritas di media *online*. Dalam upaya tersebut, langkah praktis/operasional pada penelitian ini yakni; menggunakan analisis tiga tahap CDA Fairclough; analisis teks (mikro), analisis produksi teks melalui wawancara mendalam (meso) dan analisis praktik sosial; melihat keterkaitan/keterlibatan konteks yang terjadi (situasional, institusi, dan sosial-politik) yang memengaruhi wacana pindah agama selebritas yang ditampilkan dalam teks berita di media *online* (makro).

1.7.9. Sistematika Tesis

Tesis ini terdiri dari BAB I PENDAHULUAN, BAB II MEDIA ONLINE DAN BERITA PINDAH AGAMA SELEBRITAS DI INDONESIA, lalu BAB III HASIL PENELITIAN, kemudian, BAB IV PEMBAHASAN, dan BAB V PENUTUP.