Konstruksi Wacana Pemberitaan di Media Sosial

[1]I Gusti Ngurah Parthama
[2] *Program Studi Sastra Inggri, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana*
Denpasar, Indonesia
ngurah_parthama@unud.ac.id

[2]Ni Made Ayu Widiastuti
[2]*Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana*
Denpasar, Indonesia
ayufsb@gmail.com

Abstract—Artikel ini mendeskripsikan konstruksi wacana pemberitaan di media sosial. Media sosial menjadi fenomena tersendiri saat ini. Keberadaannya memberikan beragam kemudahan bagi setiap orang untuk berinteraksi. Media sosial juga memungkinkan seseorang mengakses beragam informasi, melakukan kegiatan ekonomi, dan berkomunikasi. Selain itu, media sosial saat menjadi media paling efektif untuk menyebarluaskan informasi secara cepat, efektif, dan efisien. Karena berbagai kemudahan tersebut sejumlah media-media pemberitaan baik media cetak maupun media elektronik kini beralih ke media digital khususnya media sosial. Salah satu yang paling mudah diakses saat ini adalah informasi-informasi pemberitaan melalui laman media sosial *facebook*. Dengan akses 135 juta pengguna di Indonesia, media sosial *facebook* menjadi media sosial paling interaktif di Indonesia dengan beragam fitur akses yang memungkinkan para pengguna melakukan berbagai hal. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif. Sumber data berupa data tertulis yang diambil dari media pemberitaan *Kompas* yang diakses melalui laman media sosial *facebook*. Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dengan teknik perekaman berupa tangkapan layar dan membaca rinci serta pemilahan data terpilih. Kesimpulan yang diperoleh konstruksi wacana pemberitaan di media sosial khususnya *facebook* dipengaruhi fitur-fitur linguistik. Sehingga fitur linguistik mengarahkan pada empat komponen praktik wacana digital yang diusulkan Jones (2015) seperti teks, konteks, interaksi dan aksi, serta ideologi dan kuasa. Keseluruhan komponen praktik wacana digital didukung oleh fitur linguistik seperti pilihan kata, bentukan frasa, serta kalimat-kalimat yang memberikan pemahaman terkait konstruksi wacana pemberitaan di media sosial *facebook*.

***Kata Kunci*— konstruksi, wacana, teks pemberitaan, media sosial**

I. PENDAHULUAN

Media sosial berkembang sangat masif dalam satu dekade terakhir. Perkembangan tersebut tidak lepas dari perkembangan berupa penemuan-penemuan yang terkait dengan teknologi dan internet. Perkembangan media sosial juga membuka ruang baru dalam hal komunikasi digital. Jika sebelumnya, seseorang hanya berkomunikasi satu arah melalui internet. Beberapa tahun terakhir, pengguna internet mampu berkomunikasi dua arah dengan berbagai macam *platform* media sosial. Keadaan itu setidaknya memberikan kesempatan baru bagi model komunikasi di dunia maya.

Komunikasi baru di dunia baru membentuk cara baru seseorang berinteraksi di dunia maya. Setiap orang mempunyai kesempatan berbagi banyak hal di dunia maya. Mulai dari cerita, foto, video, gambar, dan lainnya. Selain berbagi, seseorang juga mempunyai kesempatan untuk menyampaikan pendapat, argumentasi, pertanyaan, sindiran, atau lainnya terhadap postingan-postingan yang dilakukan orang lain maupun suatu lembaga. Keterlibatan seseorang terhadap postingan maupun status orang lain di media sosial memperlihatkan cara baru berinteraksi di dunia maya. Tidak semata-mata hanya dibatasi pada orang-orang yang dikenal, interaksi baru dunia maya memungkinkan setiap orang ikut berpendapat tanpa memperhatikan latar belakang kedekatan secara kekeluargaan, kekerabatan, atau pertemanan. Bahkan orang dari luar negeri juga dapat berinteraksi di dunia maya.

Kemudahan dan efektivitas media sosial menjadikannya sebagai media bagi pemberitaan oleh lembaga-lembaga penyiaran. Tidak hanya penyiaran di Indonesia, sebagian besar lembaga penyiaran di dunia juga memanfaatkan perkembangan media sosial. Media sosial menurut Carnelissen (dalam Nur, 2020) menjadi salah satu media pada jangkauan internet seperti halnya *blogs*, *websites*, dan *banner*. Secara khusus, media sosial dipandang secara cara baru untuk tetap terhubung antara penghasil berita dengan konsumen berita. Selain itu, media sosial juga memungkinkan adanya kreativitas penciptaan inovasi seperti pelayanan, penyampaian pesan, dan menarik konsumen. Media sosial juga menjadi fleksibel dengan kemampuannya beradaptasi pada lingkungannya. Saat ini media sosial mampu menyampaikan pesan formal dengan cara informal dan sederhana yang mudah dipahami oleh pihak-pihak lain. Dengan beragam keuntungan tersebut, media sosial menjadi alat yang menarik untuk dikaji secara lebih lanjut. Dari pembahasan latar belakang pada bagian sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut. Pertama, bagaimanakah konstruksi wacana pemberitaan di media sosial? Sedangkan kedua adalah elemen napa sajakah yang berperan dalam mengkonstruksi wacana pemberitaan di media sosial?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konstruksi wacana pemberitaan di media sosial. Konstruksi wacana di media sosial menarik untuk dibahas mengingat perkembangan digital dan teknologi yang sangat pesat. Wacana-wacana di media sosial juga menarik dengan bervariasinya *platform* penyedia layanan digital seperti layanan teks, gambar, foto, video, atau kombinasi beberapa layanan sekaligus. Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman terkait perkembangan teknologi digital terutamanya media sosial. Media sosial menjadi bagian perkembangan teknologi dan internet yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan manusia. Perkembangan media sosial memudahkan pengguna internet memperoleh beragam informasi, berkomunikasi, dan mendapatkan hiburan. Dengan kemudahan tersebut, seseorang hanya memerlukan sebuah telepon genggam pintar (*smartphone*) untuk dapat mengakses beragam media sosial.

Terdapat sejumlah kajian pustaka yang relevan dengan penelitian ini dan berkaitan dengan media sosial. Pemanfaatan media sosial dalam membentuk opini publik sebagai bagian kajian wacana (Syarief, 2017). Artikelnya yang berjudul *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisis Wacana Twitter SBY)* membahas secara rinci kajian wacana melalui perspektif fitur-fitur linguistik. Fitur linguistik tersebut antara lain bentuk kalimat, tata bahasa, semantik, dan kosakata yang digunakan. Kajian penelitian tersebut berkaitan dengan perkembangan media sosial yang saat ini cenderung dipergunakan untuk membangun opini publik. Masyarakat dengan mudah menyampaikan pendapat, argumentasi, kritikan, atau lainnya melalui berbagai *platform* media sosial. Media sosial dalam kaitan dengan *public figure* atau *influencer* semasa pandemi Covid-19 menjadi perhatian Zuhri (2020). Artikelnya yang berjudul *Instagram, Pandemi, dan Peran Influencer (Analisis Wacana Kritis pada Postingan Akun Instagram @najwashihab dan @jrxsid)* mendeskripsikan secara kualitatif peran figur publik melalui media sosial. Apalagi dalam kondisi pandemi Covid-19 yang tergolong pada keadaan berbahasa serta mendesak untuk memutuskan beragam aksi terkait pencegahan dan penanganan Covid-19. Gaya komunikasi figur publik menjadi fokus pada artikelnya. Hal itu berkaitan dengan perbedaan sudut pandang kedua figur publik terhadap kebijakan yang diputuskan dan dilaksanakan oleh pemerintah Republik Indonesia. Figur publik Najwa Shibab mempunyai kecenderungan pandangan penanganan Covid yang sejalan dengan pemerintah. Sedangkan Jerinx justru berpandangan berbeda dengan penanganan yang dilakukan pemerintah.

II. METODE DAN PROSEDUR

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data tertulis. Data tertulis diambil dari media sosial yakni *facebook*. Adapun data yang digunakan adalah data terkait teks pemberitaan mengenai kebijakan pemerintah saat pandemi covid-19 tahun 2020. Pemilihan media sosial *Facebook* sebagai sumber data mengingat tingkat penggunaan *platform* media tersebut tidak hanya terbatas pada anak muda. Metode pengumpulan data akan dilakukan secara dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan sejumlah teknik. Adapun teknik-teknik itu antara lain teknik observasi, teknik pemilahan data, teknik perekaman, dan teknik membaca rinci. Teknik observasi dilakukan untuk mengamati sejumlah laman-laman media sosial yang berhubungan dengan media-media pemberitaan dalam menyampaikan informasi ke publik. Selanjutnya dilakukan teknik pemilahan data mengingat jumlah informasi atau berita yang disampaikan melalui laman media sosial *facebook*. Setelah data terpilih, dilakukan proses perekaman dengan cara tangkapan layar dan duplikasi terhadap teks berita serta isi berita. Metode analisis data dilakukan dengan metode kualitatif. Data-data terpilih selanjutnya dideskripsikan secara kualitatif berdasarkan teori-teori yang berhubungan dengan wacana di media sosial. Pengaplikasian teori wacana media sosial menurut Jones (2015) menjadi fokus kajian. Wacana pemberitaan di media sosial dikaji secara khusus berdasarkan teks, konteks, aksi dan interaksi serta ideologi dan kekuasaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teks pemberitaan yang menjadi perhatian adalah teks pernyataan resmi Presiden RI terkait pandemi covid-19. Pernyataan resmi tersebut disampaikan sebagai upaya informasi dari pemerintah terutama pemerintah pusat kepada masyarakat. Khususnya informasi terkait penanganan pandemi covid-19. Pernyataan resmi Presiden RI disampaikan pada tanggal 15 Maret 2020. Pernyataan itu hanya beberapa hari setelah ditemukannya varian pertama virus korona di Indonesia. Mengingat pandemi covid-19 sebelumnya telah berlangsung sejak akhir tahun 2019 di sejumlah negara, pemerintah pusat memberikan pernyataan atau statemen terkait dengan penemuan virus korona di masyarakat. Tujuannya untuk memberikan kepastian pencegahan dan penanganan penyebaran virus korona. Mengingat kekhawatiran masyarakat terhadap belum adanya obat atau vaksin yang dapat mengatasi masalah virus korona. Sehingga pernyataan resmi Presiden RI setidaknya dapat mengurangi kekhawatiran masyarakat dan publik dapat mengakses informasi terhadap kebijakan-kebijakan yang dilakukna pemerintah pusat.

Sebagai **teks pemberitaan**, teks pernyataan resmi Presiden RI diolah sedemikian rupa menjadi sebuah berita seperti halnya teks-teks pemberitaan pada umumnya. Hal itu terlihat pada penggunaan kutipan-kutipan langsung seperti halnya hasil wawancara. Kombinasi penggunaan teks dengan pernyataan langsung memberikan informasi pemberitaan yang tidak hanya berupa teks pernyataan resmi, namun mempunyai kecenderungan sebagai teks pernyataan resmi yang dirubah menjadi teks berita. Dengan begitu, masyarakat tidak hanya memperoleh pernyataan secara resmi, namun terdapat kutipan-kutipan dari Presiden RI terkait informasi tertentu. Teks pemberitaan pada laman *Kompas* secara khusus mempunyai karakteristik penggunaan **kalimat aktif**. Kalimat aktif sangat dominan pada teks pemberitaan tersebut. Keseluruhan bentuk kalimat aktif tersebut mempunyai **fungsi** yang jelas seperti penyampaian informasi tentang siapa yang melakukan suatu tindakan, mengacu terhadap suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh subyek, dan memberi kesan dinamis dan hidup terhadap suatu teks terutama yang dibangun secara naratif atau bercerita.

Konteks situasional adalah konteks paling dasar dan penting dalam pemahaman sebuah teks dan wacana. Konteks situasi berkaitan dengan informasi dasar seperti apa, siapa, di mana, mengapa, dan kapan. Keseluruhan informasi dasar itu berhubungan dengan teks pemberitaan. Teks pemberitaan pada laman *facebook Kompas* berupa informasi mengenai pernyataan resmi Presiden RI saat penanganan pandemi covid-19. Pernyataan resmi disampaikan langsung oleh Presiden RI, Joko Widodo. Presiden menjadi representasi pemerintah pusat yang menangani secara langsung pandemi korona. Dengan memperhatikan hubungan kedua pihak, Presiden RI dan pembaca sebagai masyarakat, maka konteks yang berkembang adalah **konteks sosial**. Dimana konteks itu memunculkan faktor-faktor terkait interaksi sosial. Faktor-faktor yang dimaksud adalah struktur sosial, nilai, norma, dan faktor interaksi sosial seperti kelas sosial, gender, dan lainnya. Masing-masing faktor itu memberikan kontribusi terhadap konstruksi konteks sosial. Memperhatikan posisi presiden dan masyarakat, maka konteks sosial yang terjadi adalah perbedaan kelas sosial. Kelas sosial yang menempatkan seseorang dengan posisi presiden berada paling atas dalam tatanan sosial masyarakat. Sedangkan masyarakat umum menjadi bagian tatanan sosial paling bawah. Secara tidak langsung, konteks sosial yang dipaparkan di atas juga menjadi bagian dari **konteks kultural atau budaya**. Di Indonesia, masyarakat memahami presiden sebagai pimpinan tertinggi dan masyarakat menjadi bagian yang mengikuti aturan dan perintah pimpinan. Secara tradisi dan kepercayaan, masyarakat memberikan kepercayaan kepada pimpinan seperti seorang presiden untuk membuat, memutuskan, dan melaksanakan sebuah aturan, kebijakan, atau ketentuan. Dengan pemahaman tradisi dan kepercayaan juga memastikan masyarakat mengikuti aturan yang berlaku. Bagian **konteks institusional** adalah konteks yang berkaitan dengan organisasi atau lembaga yang mempengaruhi dan mengendalikan produksi wacana. Sebagai pernyataan resmi pemerintah, maka wacana pemberitaan pada laman media sosial *facebook Kompas* merupakan pernyataan yang diatur sedemikian rupa oleh pemerintah. Pemerintah melalui Presiden RI menyampaikan informasi-informasi terkait dengan pandemi covid-19. Informasi tersebut menyangkut ketersediaan pangan, kebijakan ekonomi, isu-isu terkait kesehatan, dan langkah antisipatif di tingkat masyarakat. Informasi yang disampaikan oleh Presiden RI juga dirilis oleh lembaga di lingkungan kepresidenan yang berhubungan dengan pemberitaan yaitu Biro Pers, Media, dan Informasi Sekretariat Presiden.

Selanjutnya elemen **interaksi dan tindakan** (*acts and interaction*) pada wacana pemberitaan di media sosial *facebook Kompas* dapat dilihat pada sisi bawah berita. Media sosial *facebook* memperlihatkan adanya tanda suka (*like*), kolom komentar (*comments*), dan berbagi (*shares*). Perhatian besar itu terlihat dari jumlah pengguna yang menyukai (*like*) informasi pada laman media sosial mencapai 795 tanda suka. Hal itu menunjukkan bahwa banyak pengguna media sosial yang mendapatkan informasi penting. Berbeda dengan kolom komentar (*comments*) yang justru berbeda dalam jumlah pengguna yang berinteraksi. Komentar yang mengikuti wacana pemberitaan di media sosial *facebook Kompas* berisi 82 komentar. Dari keseluruhan komentar, tentunya tidak keseluruhan komentar yang berkaitan dengan topik atau tema teks berita yang ditampilkan. Seringkali komentar-komentar yang muncul justru tidak terkait bahkan melenceng jauh dari topik atau tema dari teks berita. Berbagi informasi secara langsung atau

shares juga menjadi bentuk interaksi dan tindakan yang lain. Fitur berbagi (*shares*) pada laman media sosial *facebook Kompas* dibagikan sebanyak 250 kali. Hal itu memperlihatkan jumlah pengguna media sosial yang berbagi dengan pernyataan resmi pemerintah yang sumber informasinya berasal dari media sosial *facebook Kompas*. Jumlah fitur berbagi (*shares*) yang mencapai angka ratusan hampir serupa dengan fitur pemberian tanda suka (*like*) yang juga mencapai angka ratusan (795).

Poin terakhir dari praktik wacana digital pada wacana pemberitaan di laman media sosial *facebook Kompas* adalah **ideologi dan kuasa** (*power*). Jones (2015) mengungkapkan ideologi pada praktik wacana digital merupakan upaya untuk merealisasikan hal-hal yang abstrak pada dunia digital. **Nasionalisme dan patriotisme** menjadi dasar dari **ideologi negara** yang ditemukan pada wacana pemberitaan *facebook Kompas*. Hal itu berkaitan dengan konten isi pemberitaan terkait pandemi covid-19 di Indonesia. Nasionalisme dapat dicermati dari penggunaan kata *larangan*. Kata *larangan* yang disampaikan pemerintah atau perwakilan pemerintah memperlihatkan bentuk otoritas atau kewenangan. **Ideologi kesehatan masyarakat** sudah tentu ditemukan pada wacana pemberitaan di laman *facebook Kompas*. Hal itu mengingat keterkaitan pernyataan Presiden RI yang menjadi berita di media sosial dengan kondisi Indonesia saat pandemi covid-19. Ketiga kata dan frasa kunci itu adalah *memastikan*, *kewaspadaan*, dan *langkah-langkah antisipatif*. Kata *memastikan* dapat ditemukan pada kalimat *pemerintah memastikan ketersediaan bahan kebutuhan pokok*. Bagian ini menunjukkan jaminan dan komitmen pemerintah terhadap kesehatan masyarakat sebagai bagian kebutuhan yang utama ketika pandemi berlangsung. Selanjutnya kata *kewaspadaan* dapat dicermati pada kalimat *mengingkatkan kewaspadaan terhadap penyebaran covid-19*. Pemakaian kata *kewaspadaan* merefleksikan pentingnya semua pihak mempunyai kesadaran dan pencegahan saat pandemi. Sedangkan frasa *langkah-langkah antisipatif* digunakan pada kalimat *kepala negara melanjutkan, pihaknya juga telah melakukan langkah-langkah antisipatif* dan dipahami sebagai wujud tindakan proaktif dalam menghadapi krisis akibat pandemi covid-19. **Ideologi ekonomi** terdiri dari dua bagian, stabilitas ekonomi dan insentif ekonomi dan keduanya dapat ditemukan informasinya pada teks berita. Penggunaan kata *menjaga* dalam kalimat *untuk menjaga dunia usaha yang telah berjalan agar tetap berjalan seperti biasa* memperlihatkan usaha untuk mempertahankan stabilitas ekonomi. **ideologi solidaritas sosial** menjadi bagian dari wacana pemberitaan di media sosial *facebook Kompas*. Solidaritas sosial diartikan sebagai perasaan senasib atau setia kawan yang muncul di masyarakat dan umumnya terkait dengan kejadian-kejadian tertentu yang dialami masyarakat. Pandemi covid-19 memunculkan perasaan senasib, setia kawan, dan solider di masyarakat mengingat adanya kesamaan akibat yang diterima sebagian besar masyarakat di bidang kesehatan dan ekonomi. Ideologi yang tidak kalah penting adalah **ideologi keamanan dan ketertiban**. Ideologi tersebut menjadi hal dasar dalam penanganan pandemi covid-19 di Indonesia. Mengingat dampak sosial, kesehatan, dan ekonomi yang terjadi di masyarakat, maka menjadi sangat mudah seseorang atau individu bersikap provokatif terhadap kebijakan dan aturan selama pandemi berlangsung. Fitur linguistik yang mendukung ideologi keamanan dan ketertiban dapat dilihat pada penggunaan frasa *tetap tenang* dan *melanjutkan produktivitas* serta pemakaian kata *langkah antisipatif*.

Otoritasi pemerintah, penggunaan kata *presiden* dan *kepala negara*, serta pemakaian kata kerja atau verba *memastikan* menjadi bagian dari **kuasa otoritas pemerintah**. Kuasa otoritas pemerintah merefleksikan adanya kekuatan penuh, mementingkan posisi tertentu, dan memastikan tindakan tegas serta final dari pengambil kebijakan tertinggi. Penggunaan kata *pemerintah* dapat dilihat pada pernyataan *pemerintah bekerja keras untuk menjaga dan meminimalkan dampak dari penyebaran virus korona*. Penggunaan kata *pemerintah* memperlihatkan otorisasi dan kekuatan pemerintah dalam bertindak untuk bertujuan melindungi masyarakat. Sedangkan kata *presiden* dan *kepala negara* dapat dilihat pada kalimat *Presiden Joko Widodo dalam keterangannnya di Istana Kepresidenan Bogor* dan *Kepala Negara melanjutkan*. **Kuasa kesehatan dan ekonomi** dapat dilihat dari penggunaan frasa *langkah-langkah antisipatif* dan *insentif kebijakan ekonomi*. Penggunaan frasa *langkah-langkah antisipatif* berkaitan dengan kuasa kesehatan dan dapat dilihat pada kalimat *pihaknya juga telah melakukan langkah-langkah antisipatif bagi jajarannya di Kabinet Indonesia maju*. K**uasa menjaga ketertiban dan ketenangan publik** berkaitan dengan pemerintah sebagai pemegang kekuasaan tertinggi. Kata *meminta* jika diartikan secara harfiah berarti berkata-kata supaya diberi atau mendapat sesuatu atau memohon. Sehingga kata *meminta* pada kalimat *Presiden meminta masyarakat untuk tetap tenang, melanjutkan produktivitas* mempunyai makna memohon agar seluruh masyarakat tidak panik. Selanjutnya, frasa *meningkatkan kewaspadaan* dapat ditemukan pada kalimat *sekaligus meningkatkan kewaspadaan terhadap penyebaran Covid-19* mempunyai dua makna kuasa, seruan tindakan kepada masyarakat dan kontrol pemerintah. Penggunaan kata *kita* dan frasa *gerakan masyarakat* memperlihatkan adanya **kuasa mobilisasi masyarakat**. Kuasa itu sekaligus mencerminkan peran serta masyarakat dan upaya-upaya dari pemerintah untuk bersama-sama mengatasi persoalan pandemi. **Kuasa komunikasi dan informasi** dapat dilihat dari penggunaan kata *keterangan* pada wacana pemberitaan *Kompas*. Kata *keterangan* secara lengkap dapat dilihat pada *Presiden Joko Widodo dalam keterangannya*

di Istana Kepresidenan Bogor. Pemakaian kata *keterangan* mengindikasikan sebuah otoritas dalam penyampaian informasi yang resmi dari seorang pejabat negara yang dalam hal ini adalah presiden.

IV. KESIMPULAN

Bagian-bagian praktik wacana digital dapat diidentifikasi seperti teks, konteks, interaksi dan tindakan, serta ideologi dan kuasa. Dari keempat bagian tersebut, masing-masing wacana pemberitaan membawa spesifikasi tersendiri. Spesifikasi itu mencakup pilihan kata dan bentuk kalimat yang digunakan untuk membangun wacana pemberitaan. Konteks keseluruhan wacana mencakup konteks situasional, konteks sosial, konteks kultural atau budaya, dan konteks institusional atau lembaga. Interaksi dan tindakan yang memiliki kekhususan dalam pemberian tanda suka (*like*), jumlah pengguna internet yang memberikan komentar, dan seberapa banyak pengguna yang berbagai (*share*) informasi dari laman media sosial *facebook.* Ideologi dan kuasa yang ditemukan pada teks berkaitan dengan ideologi dan kuasa negara, kesehatan masyarakat, solidaritas sosial, serta keamanan dan ketertiban.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih kepada I Nyoman Aryawibawa, S.S., M.A., Ph.D., selaku dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Udayana atas tuntunannya selama proses pembuatan dan penyelesaian penelitian ini. Tidak lupa kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak Universitas Udayana khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) melalui Prof. Ir. Ngakan Putu Gede Suandana, M.T., Ph.D., IPU, sebagai rektor Universitas Udayana dan Prof. Dr. drh. I Nyoman Suarsana, M.Si., sebagai ketua LPPM atas kesempatan penelitian yang diberikan kepada peneliti Universitas Udayana.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Apriani, V., Utamidewi, W., Nurkinan. (2021). Konstruksi Realitas Sosial dan Makna Diri Penyintas Covid-19 di Jakarta. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Volume 20, No. 1, Juni 2021, 81-96. DOI: https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1395

[2] Fairclough, N. (2013). Critical Discourse Analysis The Critical Study of Language. London: Routledge.

[3] Fairclough, N. (1995). Critical Discourse Analysis The Critical Study of Language. London: Longman.

[4] Jones, R.H., Chik A., Hafner, C.A. (2015). *Discourse and Digital Practices Doing discourse analysis in the digital age*. Routledge.

[5] Lindgren, S. (2017). *Digital Media & Society*. Sage Publication Ltd.

[6] Liu, B. (2015). *Sentiment Analysis Mining Opinions, Sentiments, and Emotions*. Cambridge University Press.

[7] Muttaqin, M.Z., & Sriyono (2021). Konstruksi Opini Publik melalui Media Sosial: Studi Pendekatan Analisis Wacana Kritis Grup Facebook Lintas Kejadian Kota Jayapura pada Bulan Juni 2021. *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan, 1(2): 113-129.* Doi: https://doi.org/10.22225/politicos.1.2.2021.113-129.

[8] Nur. M. (2020). Konstruksi reputasi dan responsivitas instansi pemerintah melalui media sosial pada situasi pandemi covid-19 di Indonesia (analisis wacana pada laman facebook Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan RI). ***Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara dan Kebijakan Publik***, 5(3), 217-234.

[9] Nurdin, A. & Labib, M. (2021). Komunikasi Sosial Generasi Milenial di Era Industri 4.0 pada *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 5 Nomor 2. DOI: 10.15575/cjik.14912 ISSN 2549-8452

[10] Page, R., Barton, D., Unger, J.W., Zappavigna, M. (2014). *Researching Language and Social Media*. Routledge.

[11] Sari, M.P., Utami, Y.P., Marsono, J. (2023). Konstruksi Wacana Media Sosial Terhadap Permenaker Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Tata Cara dan Persyaratan Pembayaran Manfaat Jaminan Hari Tua (JHT). *CAKRAWALA: Repositori IMWI*, Volume 6, Nomor 4, Juli 2023, 622-642.

[12] Suprayitno, D. (2020). Konstruksi Wacana Citra Kepemimpinan Joko Widodo Dalam Penanganan Covid-19 Pada Infografis CNBC Indonesia. *ACTA DIURNA*, Vol. 16 No. 2, 28-49.

[13] Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY). *Jurnal Komunikasi*, Volume VIII Nomor 3, September 2017, 262-266.

[14] Zuhri, A. (2020). Instagram, Pandemi dan Peran Influencer (Analisis Wacana Kritis pada Postingan Akun Instagram *@najwashihab* dan *@jrxsid*). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, Vol. 1, No. 2, Desember 2020, 351-382.