

Ideologi dan Kekuasaan Berita Pelarangan Transaksi di Tiktok Shop: Analisis Wacana Kritis Theo Van Leeuwen

Agus Milu Susetyo¹

Dzarna Dzarna²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Jember

¹agusmilus@unmuhjember.ac.id

²dzarna@unmuhjember.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan ideologi dan kekuasaan di pemberitaan mengenai pelarangan sosial media *TikTok Shop*. Permasalahan tersebut di analisis secara kritis dengan pendekatan Theo Van Leeuwen yaitu (*Social Actors Approach/SAA*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Materi penelitian yang merupakan data yang dicari adalah kata, frasa, kalimat dan kalimat yang berkaitan dengan model analisis wacana kritis Theo van Leeuwen. Sumber data penelitian ini adalah media massa digital *kompas.com*, *kontan.co.id*, dan *belitung.tribunnews*. Data dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, baca simak dan pencatatan. Teknik analisis memiliki tahapan reduksi, penyajian dan penyimpulan. Berdasarkan analisis data peneliti memperoleh beberapa simpulan. (a) Jenis inklusi yang dipakai adalah pasivasi, nominaslisasi dan penggantian anak kalimat. Sementara itu, strategi eksklusi yang dipakai adalah deferensiasi-indeferensiasi, objektivikasi-abstraksi, nominasi-kategorisasi, nominasi-indentifikasi dan determinasi-indeterminasi. (b) Terlihat bahwa produsen teks memperlihatkan adanya keberpihakan kepada aktor atau kelompok yang dominan, dimana adalah pemerintah dan kementerian perdagangan (c) Dengan alasan tertentu atau kekurangan akan informasi produsen teks menggunakan strategi abstraksi dalam menyebutkan para korban dan kerugian finansial berkat aplikasi *TikTok Shop*.

Kata kunci: *ideologi, kekuasaan, inklusi, eksklusi, media massa, tiktok*

Pendahuluan

Media massa menjadi satu dari sekian banyak media yang menjadikan bahasa sebagai alat bantu guna menyebarkan nilai-nilai sosial ke masyarakat. Hal ini sesuai dengan salah satu dari lima fungsi yaitu fungsi penyebaran nilai/fungsi sosial merupakan fungsi yang paling penting dan menunjukkan kekuatan komunikasi massa dalam mempengaruhi masyarakat. Seiring berjalannya waktu, media menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari kondisi sosial masyarakat (Andheska, 2015). Pasalnya, media menjadi tolak ukur atau acuan pembangunan negara. Peran media massa tergantung pada tujuan dan sasaran khalayaknya. Oleh karena itu, media massa bisa memegang peranan penting dalam mempengaruhi opini masyarakat dalam membentuk opini atau pembentukan opini terhadap suatu hal.

Dalam berkomunikasi, seseorang memerlukan suatu media untuk menyampaikan pemikiran, gagasan, dan konsep tertentu (Rosalina, 2022). Media itu tidak lain hanyalah bahasa. Bahasa merupakan alat yang memungkinkan manusia untuk berkomunikasi satu sama lain. Bahasa dalam ranah penggunaannya tidak bias dilepaskan dari proses komunikasi manusia. Manusia berbahasa dalam rangka menyampaikan pendapat, gagasan/pemikiran dan keinginan, maupun perasaan (Revita & Fathiya dalam Aldiansyah et al., 2024). Keberadaan bahasa, baik secara verbal

maupun nonverbal, memberikan informasi kepada manusia mengenai realitas yang ada disekitarnya. Seiring berkembangnya revolusi teknologi, informasi yang semakin kompleks dan maju secara tidak langsung telah menjadi kebutuhan utama masyarakat. Seseorang kini dapat menemukan segala macam informasi di media dan mendapatkannya hanya dengan gerakan jari sederhana, misalnya dengan menyalakan perangkat keras dan perangkat lunak atau membuka koran, majalah atau bahkan buku. Kemudahan ini menandakan cepatnya perubahan zaman, pencarian informasi tidak lagi memakan waktu berhari-hari atau jarak jauh dan tersedia secara bebas melalui internet, media elektronik dan cetak. Tugas media massa adalah menghimpun seluruh peristiwa di daerahnya secara faktual dan realistis untuk kemudian dikonsumsi masyarakat atau individu yang membacanya. Peristiwa-peristiwa tersebut dikemas ke dalam bahasa yang kemudian disebut berita.

Berdasarkan pandangan lebih dalam tentang hubungan media massa dan bahasa dalam perkembangan kehidupan bermasyarakat, terlihat bahwa bahasa sebagai elemen utama dan media massa mempunyai peran penting dalam menyebarkan ideologi sebuah kelompok sehingga menjadi hegemoni struktur sosial yang luas (Azmi, 2021). Oleh karena itu, bahasa mampu menjadi senjata yang tidak terlihat yang digunakan sebuah kelompok maupun individu yang mempunyai kekuasaan untuk menindas pihak-pihak yang mengalami kesenjangan sosial. Media dan bahasa adalah dua kekuatan yang membangun realitas. Realitas tersebut diwujudkan sesuai dengan kepentingan pusat-pusat kekuasaan tertentu, yang kemudian terkait dengan kepentingan kelangsungan hidup media itu sendiri. Dalam kaitan ini, media sebenarnya berada pada posisi ambigu, karena mampu memberikan pengaruh "positif" dan "negatif". Tentu saja atribut normatif tersebut sangat berkaitan dengan dimensi kepentingan yang diwakili. Media massa telah memiliki kekuatan yang harus diperhitungkan berdasarkan kemungkinan-kemungkinan yang ada.

Penggunaan dan pemilihan bahasa pada teks berita dapat menunjukkan bagaimana suatu kelompok berusaha meraih dukungan publik dan bagaimana kelompok lain dipinggirkan. Bahasa sebagai sistem klasifikasi, artinya pemilihan kosakata dalam sebuah judul dan isi berita merupakan suatu hal yang menarik dan penting dipelajari. Pilihan bahasa mengungkap ideologi dan kekuatan yang terdapat pada teks berita, ideologi produsen berita, dan tujuan media pemberitaan. Salah satu teori yang dapat digunakan dalam kajian analisis wacana kritis berfokus pada penggunaan bahasa untuk mengungkap misi informasi, kekuasaan, dan ideologi dalam teks berita. Bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam pembentukan topik, tema, dan strategi tertentu. Bahasa tidak dimaknai netral, melainkan tertanam dalam ideologi yang membawa muatan kekuatan tertentu. Teks berasal dari bagian presentasi yang menggambarkan suatu tujuan tertentu. Teks tersebut mewakili marginalisasi masyarakat dalam pemberitaan. Selain itu, teks berita tidak hanya menggambarkan aspek kebahasaan saja, namun juga mengaitkannya dengan konteks. Konteks yang relevan adalah bahasa yang digunakan untuk tujuan tertentu. Oleh karena itu, analisis wacana kritis digunakan untuk mengungkap kekuatan dan ideologi masing-masing bahasa (Rahmaniar et al., 2021).

Pilihan bahasa dalam teks berita pada media massa dapat menunjukkan bagaimana penguasa berusaha meraih dukungan publik dan memarginalkan kelompok lainnya. Bahasa sebagai sistem klasifikasi, artinya pemilihan bahasa dalam judul berita dan isi berita merupakan suatu hal yang menarik dan penting untuk dipelajari agar tujuan dan ideology dapat memengaruhi orang lain. Pilihan bahasa mengungkap ideologi dan kekuatan, ideologi pembawa berita, dan tujuan media pemberitaan. Salah

satu teori yang dapat digunakan dalam kajian analisis wacana kritis berfokus pada penggunaan bahasa untuk mengungkap misi informasi, kekuasaan, dan ideologi dalam teks berita. Bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam pembentukan topik, tema, dan strategi tertentu. Bahasa tidak dimaknai netral, melainkan tertanam dalam ideologi yang membawa muatan kekuatan tertentu. Teks berasal dari bagian presentasi yang menggambarkan suatu tujuan tertentu. Teks tersebut mewakili marginalisasi masyarakat dalam pemberitaan. Selain itu, teks berita tidak hanya menggambarkan aspek kebahasaan saja, namun juga mengaitkannya dengan konteks. Konteks yang relevan adalah bahasa yang digunakan untuk tujuan tertentu. Oleh karena itu, analisis wacana kritis digunakan untuk mengungkap kekuatan dan ideologi masing-masing bahasa.

Salah satu pemberitaan yang tengah menyita perhatian masyarakat adalah pemberitaan mengenai pelarangan terhadap sosial media *TikTok Shop* untuk bertransaksi jual beli. *TikTok* merupakan salah satu platform media sosial yang paling cepat berkembang di dunia. Aplikasi ini memungkinkan penggunaannya untuk membuat, membagikan, dan menonton video pendek yang biasanya disertai dengan musik, efek suara, dan berbagai filter (Kurnia dkk, 2024). Pelarangan pada media massa *Tik Tok Shop* tentunya dilakukan oleh pemerintah melalui kementerian perdagangan. Berdasarkan pemberitaan yang ada, menurut Jokowi akibat aplikasi tersebut pedagang konvensional di beberapa pasar mengalami penurunan omset yang signifikan. Pemberitaan ini tidak hanya sekedar menampilkan informasi saja, namun juga mencakup pihak-pihak atau pelaku pemberitaan yang menyampaikan pendapat, fakta, tokoh pemberitaan, pelaku kejahatan, dan korban yang dirugikan dalam peristiwa tersebut, sehingga mempunyai makna atau ideologi tertentu dimana di dalamnya melibatkan aktor-aktor sosial. Untuk memahami tersebut tentunya dilakukan analisis wacana kritis.

Studi analisis wacana kritis (AWK) merupakan jenis teori analisis yang berupaya untuk menjelaskan suatu teks berdasarkan fenomena sosial untuk mengetahui kepentingan tertentu. Teori ini merupakan salah satu jenis pendekatan untuk membedah wacana secara kritis dengan tujuan mencari makna dalam suatu wacana (Hafizhah et al., 2024). Sementara itu, wacana merupakan bentuk praktik sosial dapat dianalisis dengan bantuan analisis wacana kritis untuk mengetahui hubungan wacana dalam dimensi linguistik terhadap perkembangan sosial budaya di berbagai wilayah sosial. Analisis wacana kritis sendiri mempunyai peranan yang penting dalam kehidupan sosial suatu masyarakat. Hal itu karena analisis wacana kritis merupakan upaya menjelaskan fenomena dan kepentingan sosial yang terkandung dalam teks. Analisis wacana adalah analisis satuan kebahasaan yang berkaitan dengan penggunaan bahasa lisan dan tulisan, dimana pengirim dan penerima pesan terlibat dalam komunikasi tersebut (Andriana & Manaf, 2022).

Berbagai teori dan pendekatan tentang AWK telah dikembangkan oleh beberapa ahli. Analisis wacana tersebut membantu meningkatkan dan mengembangkan pemahaman bahasa dalam penggunaannya. Oleh karena itu, bahasa tidak hanya sebagai medium komunikasi, akan tetapi bahasa digunakan sebagai alat untuk menerapkan strategi menyebarkan ideologi dan kekuasaan. Bahasa mampu memahami cara kerja seseorang dan dapat meningkatkan efektivitas strategi komunikasi dan diskusi. Berbagai cara menggambarkan realitas atau isi dalam bahasa yang melibatkan kepentingan, tujuan, dan sasaran tertentu memerlukan ketajaman penafsiran. Hal inilah yang menjadi fokus riset dalam hal membedah teks sebagai bagian dari fenomena kebahasaan.

Model analisis wacana kritis yang bisa mengungkap ideologi dan kekuasaan aktor sosial dalam pemberitaan media massa yaitu model analisis dari Theo van Leeuwen. Dalam penelitian Dzarna (2023), media massa dalam tema apapun penguasa akan berjuang mempertahankan kekuasaan dan ideologinya dengan berbagai cara, salah satunya dengan menggunakan bahasa. Model analisis dari Theo van Leeuwen ini mempunyai kelebihan dalam mengungkap aktor sosial yang dihilangkan dan dapat dilihat pada pemberitaan. Konsep model Theo van Leeuwen, aktor sosial (penguasa) dipublikasikan, disajikan serta disembunyikan dalam teks berita dengan menggunakan strategi wacana tertentu (Fauzan dalam Amaliah et al., 2021), dimana aktor atau kelompok yang paling dominan mendominasi dan ada pula aktor atau kelompok lain yang dirugikan, mereka biasanya sangat terpinggirkan dan menjadi objek makna. Hal ini senada dengan pendapat Gusti et al., (2024), menyatakan bahwa model analisis wacana dari Theo van Leeuwen menciptakan deskripsi dari bagaimana aktor sosial, baik secara individu ataupun kelompok, dalam berita. Adapun teknik yang dipakai di model analisis ini yaitu dengan strategi eksklusi dan inklusi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimanakah ideologi dan kekuasaan yang ada pada pemberitaan mengenai pelarangan terhadap sosial media *TikTok Shop* untuk bertransaksi jual beli? Permasalahan tersebut dianalisis dengan pendekatan AWK yang dipopulerkan oleh Theo Van Leeuwen yaitu (*Social Actors Approach/SAA*). SAA merupakan pendekatan analitis yang menjelaskan cara mengungkap atau menyembunyikan suatu grup. Pendekatan analisis wacana kritis Theo Van Leeuwen menjelaskan bagaimana seseorang dan aktor sosial tertentu muncul dalam wacana (Masitoh, dalam Anshori & Kholisin, 2021).

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi perkembangan ilmu linguistik, khususnya mengenai penggunaan dan pengembangan kata dan tata bahasa dalam analisis wacana kritis media massa. Dari segi manfaat praktis bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perdebatan media. Bagi mahasiswa sastra Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan tentang analisis wacana kritis Theo van Leeuwen di media massa, sedangkan bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan referensi untuk pengembangan lebih lanjut terkait penelitian serupa di masa mendatang.

Metode

Metode deskriptif kualitatif dipilih menjadi jenis penelitian ini. Dengan alasan, bahwa metode ini bermaksud untuk memahami kejadian, fenomena sesuatu yang dialami oleh subjek penelitian. Fenomena atau kejadian suatu misalnya persepsi, tindakan, perilaku, motivasi dan lain-lain (Moleong dalam Rosmita, 2019). Selain itu, metode deskriptif menggambarkan informasi yang diperoleh tanpa mengartikannya sebagai angka-angka, melainkan lebih mengutamakan kedalaman interaksi antara konsep-konsep yang dipelajari secara empiris (Sugiyono dalam Rahim et al., 2024). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan paradigma kritis yang tergolong analisis wacana kritis (AWK). Materi penelitian yang merupakan data yang dicari adalah kata, frasa, dan kalimat yang berkaitan dengan model analisis wacana kritis Theo van Leeuwen.

Sumber data adalah media massa digital antara lain: *kompas.com*, *kontan.co.id*, dan *belitung.tribunnews*. Pemilihan sumber data ini dikarenakan di dalamnya terdapat pemberitaan tentang pelarangan *TikTok Shop* untuk bertransaksi jual beli. Sumber data

ini dikumpulkan dengan studi dokumentasi, baca simak dan pencatatan. Dokumentasi dilakukan demi mengumpulkan teks pemberitaan pelarangan *TikTok Shop*. Teknik baca simak dilakukan untuk menelaah dan memilah data dari sumber data sesuai dengan pendekatan model analisis wacana kritis Theo van Leeuwen. Pencatatan dilakukan dengan mengutip dan mengkategorikan ke dalam inklusi dan eksklusi dari pendekatan Theo van Leeuwen.

Tahap berikutnya adalah analisis data. Teknik analisis yang dipakai oleh peneliti memakai tahapan analisis dari Miles dan Huberman, dengan tahapan reduksi, penyajian dan penyimpulan. (1) tahap reduksi data dilakukan dengan memilah data dari sumber yang dibaca dengan pendekatan analisis wacana kritis dengan pendekatan model Theo van Leeuwen. (b) penyajian data dilakukan dengan cara menarasikan dibarengi dengan data sebagai bukti dan ditelaah untuk mengungkap ideologi dan kekuasaan yang terdapat dalam sumber data. Untuk mengungkap hal itu, peneliti akan meneliti unsur inklusi dan eksklusi dalam data yang dipilih. (3) Tahap penyimpulan data dilakukan untuk mendapatkan simpulan akhir berdasarkan tahapan pertama dan kedua.

Hasil

Untuk mengungkap permasalahan pokok (ideologi dan kekuasaan) dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat eksklusi dan inklusi dari pemberitaan pelarangan *TikTok Shop*. Peneliti menggunakan tiga pemberitaan dari *kompas.com* dengan judul "*Alasan Pemerintah Larang Transaksi di 'Social E-commerce' seperti TikTok Shop*", *kontan.co.id* dengan judul "*Pemerintah Larang Social E-Commerce, TikTok: Bisa Berdampak ke UMKM*" dan *belitung.tribunnews.com* dengan judul "*Pemerintah Larang TikTok Shop dkk 'Social E-commerce' untuk Transaksi Jual Beli, Hanya Boleh Promosi*"

Eksklusi

Proses eksklusi mengacu pada penghapusan kelompok atau aktor dari wacana (Virginia et al., 2023). Proses eksklusi ditemukan dalam berita dari *kompas.com* yang berjudul "*Alasan Pemerintah Larang Transaksi di 'Social E-commerce' seperti TikTok Shop*", *kontan.co.id* dengan judul "*Pemerintah Larang Social E-Commerce, TikTok: Bisa Berdampak ke UMKM*" dan *belitung.tribunnews.com* dengan judul "*Pemerintah Larang TikTok Shop dkk 'Social E-commerce' untuk Transaksi Jual Beli, Hanya Boleh Promosi*". Proses eksklusi yang ditemukan yaitu pasivasi, nominalisasi, penggantian anak kalimat. Berikut ini paparannya.

Pasivasi

Pasivasi adalah strategi untuk mengubah kalimat aktif menjadi kalimat pasif, sehingga aktor sosial disembunyikan dalam teks (Amaliah et al., 2021a). Strategi ini umumnya menggunakan prefiks ter-, ke-an, di-, untuk membuat kalimat menjadi pasif sehingga tidak memerlukan subjek. Berikut paparannya.

Data 1

"Habis *diperingatkan*, kemudian ditutup," tegas Zulkifli. (*kompas.com*)

Data 2

"Dia menegaskan bahwa aturan untuk mengendalikan perdagangan elektronik berbasis media sosial segera *disiapkan* oleh kementerian terkait". (*tribunnews.belitung*)

Kutipan data (teks berita) tersebut, tergolong pada bentuk cara dari penulis untuk mengubah kalimat aktif menjadi kalimat pasif. Dengan demikian, aktor-aktor sosial tidak dihadirkan dalam teks yang ditandai dengan kata *diperingatkan*, *disiapkan*. Di dua data tersebut sama sekali tidak disinggung siapakah sebenarnya yang memperingatkan, dan apa yang disiapkan. Pihak yang memperingatkan dan apa yang akan disiapkan untuk tik tok shop. Kedua kalimat di nampak jelas adanya penghilangan aktor sosial atau objek sentralnya. Padahal sebagaimana yang diketahui pemerintah dengan segala kebijakan dan pihak yang dimilikinya bisa dengan tegas dalam kasus ini. Pemilihan strategi bahasa ini disebabkan (a) media massa ingin menjadi sosok tik tok shop sebagai objek pemberitaan. (b) media massa belum mendapatkan informasi yang akurat tentang apa yang sedang diberitakan. (c) media massa ingin melindungi pemerintah karena sikapnya yang masih belum tegas.

Nominalisasi

Nominasi merupakan strategi mengubah kata 'kerja' menjadi bentuk penggunaan kata benda, yang menghilangkan aktor sosial dari teks dengan memberi imbuhan pe-an, sehingga menjadi kata 'peristiwa'. Tujuan untuk menghilangkan subjek dalam kalimat (Yuliana et al., 2023). Penghilangan subjek ini terjadi karena dalam nominalisasi tidak membutuhkan kata kerja dan subjek. Berikut paparannya

Data 3

"Alasan *pelarangan* ini lantaran social e-commerce hanya diperbolehkan untuk mempromosikan layaknya sebuah iklan, bukan untuk berjualan". (kompas.com)

Data 4

"Menurut Jokowi, omzet *penjualan* pedagang di sejumlah pasar menjadi anjlok karena perdagangan berbasis online". (Tribunnew.belitung)

Data 5

"Selain itu, regulasi ini juga mengatur beberapa hal di antaranya seperti *pembatasan* menjual barang cross border di bawah US\$ 100, pengaturan positive list transaksi di e-commerce dan s-commerce, hingga larangan e-commerce dan s-commerce bertindak sebagai produsen" (Kontan,co,id)

Berdasarkan data di atas, terdapat kata *pelarangan*, *penjualan* dan *pembatasan* dapat melegitimasi pemahaman pembaca terhadap (a) tindakan yang tegas oleh pemerintah dengan melarang semua aktivitas *social ecomerce* untuk jualan, (b) adanya turunnya omset dari berbagai jenis barang dagangan padahal tidak semua barang dagangan bisa di jual belikan dan ada kemungkinan ada yang masih untung, (c) adanya batasan untuk menjual barang impor, dan pastinya pedagang akan lebih menjual produk impor minimal di atas US\$ 100 untuk semua produk luar negeri. Hal ini tentu saja menyulitkan pada pembeli yang hanya ingin membeli secara eceran.

Penggantian Anak Kalimat

Penggantian anak kalimat merupakan jenis eksklusif dengan menggunakan anak kalimat untuk menggantikan subjek sehingga menghilangkan aktor-aktor sosial di dalam teks (Amaliah et al., 2021). Berikut paparannya.

Data 6

Aturan tersebut terkait dengan *perdagangan elektronik* dan akan diteken pada Senin (25/9/2023) ini juga. (Tribunnew.belitung).

Pemakaian anak kalimat sebagai pengganti aktor dalam hal ini *e-commerce* dilakukan penulis dengan menganggap bahwa pembaca tahu bahwa perdangana elektronik itu sebutan lain dari *e-commerce*.

Inklusi

Proses inklusi merupakan strategi menampilkan kelompok atau aktor kedalam sebuah wacana (Yuliana et al., 2023). Proses eksklusivitas ditemukan dalam berita *kompas.com* yang berjudul "*Alasan Pemerintah Larang Transaksi di 'Social E-commerce' seperti TikTok Shop*", *kontan.co.id* dengan judul "*Pemerintah Larang Social E-Commerce, TikTok: Bisa Berdampak ke UMKM*" dan *belitung.tribunnews.com* dengan judul "*Pemerintah Larang TikTok Shop dkk 'Social E-commerce' untuk Transaksi Jual Beli, Hanya Boleh Promosi*". Proses inklusi yang ditemukan yaitu deferensiasi-indeferensiasi, objektivikasi-abstraksi, nominasi-kategorisasi, nominasi indentifikasi, determinasi-indeterminasi. Berikut ini paparannya.

Deferensiasi-Indeferensiasi

Teknik ini membuat pelaku sosial atau aktor ditampilkan dalam teks sebagai peristiwa yang berdiri sendiri, khas, dan unik, namun dapat dikontraskan dengan menampilkan peristiwa atau pelaku lain dalam teks. Teknik ini membuat memunculkan kelompok yang kurang baik dibandingkan kelompok lain. Teknik ini memiliki tujuan menghadirkan kelompok atau aktor yang dianggap lebih dominan atau superior. Teknik ini seringkali menimbulkan prasangka-prasangka tertentu, terutama menarik garis batas antara "kita" dan "mereka", "kita" baik sedangkan "mereka" buruk (Rosmita, 2019). Berikut data datanya.

Data 7

"Karena *kita* tahu itu berefek pada UMKM, kepada produksi di usaha kecil, usaha mikro, dan juga pada pasar. Ada pasar, di beberapa pasar mulai anjlok menurun karena *serbuan*. Dengan demikian, apabila ada social e-commerce yang melanggar maka akan ada peringatan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika. (*kompas.com*)

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa adanya niatan yang kuat untuk mendiferensiasi aplikasi tik tok shop sebagai aktor yang tidak baik, jahat dan merugikan. Terbukti dengan adanya kata 'serbuan'. Kata 'serbuan' mempunyai arti hasil menyerbu (menyerang). Sementara itu, 'menyerang' sama halnya dengan melawan. Data di atas juga terdapat kata 'kita' dimana kata itu merupakan sang pahlawan (indiferensiasi) diwujudkan secara mandiri dan tidak dikontraskan yaitu pemerintah dalam hal ini adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika tertulis dengan jelas

Objektivikasi-Abstraksi

Teknik ini mengacu pada pertanyaan apakah informasi tentang suatu peristiwa atau aktor sosial disajikan secara konkrit atau malahan abstrak. Penonton melihat sesuatu yang berbeda antara apa yang dinyatakan secara gamblang dengan apa yang diciptakan dalam bentuk abstraksi. Jika produsen teks tidak mempunyai pengetahuan yang cukup akan menggunakan abstraksi (Rosmita, 2019). Namun jika memiliki informasi yang cukup akan menuliskan secara objektif. Berikut ini datanya.

Data 8

“Pemerintah melarang social e-commerce bertransaksi langsung di platform media sosial seperti *TikTok Shop*” (kompas.com)

Data 9

“Selain itu, regulasi ini juga mengatur beberapa hal di antaranya seperti *pembatasan menjual barang cross border di bawah US\$ 100, pengaturan positive list transaksi di e-commerce dan s-commerce, hingga larangan e-commerce dan s-commerce bertindak sebagai produsen*” (kontan.co.id)

Data 8 dan 9 ditas terlihat jelas bahwa produsen berita telah menyebutkan secara eksplisit (objektifikasi) sosial media apa yang menjadi sumber masalah dalam pemberitaan. Hal ini terlihat jelas adanya kata “*TikTok Shop*”. Selain itu, regulasi akan diberlakukan juga detail antara lain pembatasan menjual barang cross border di bawah US\$ 100, pengaturan positive list transaksi di *e-commerce* dan *s-commerce*, hingga larangan *e-commerce* dan *s-commerce* bertindak sebagai produsen.

Data 10

“Sebelumnya, Jokowi mengakui omzet perdagangan di pasar *menurun drastis* akibat terdampak perdagangan berbasis elektronik melalui media sosial atau social e-commerce”

Data 11

“Hal tersebut disampaikan Presiden saat menjawab pertanyaan wartawan soal tindak lanjut dari *banyaknya* keluhan pedagang soal *TikTok Shop*”

Berdasarkan kutipan di atas penulis berita menggunakan abstraksi dalam beritanya, hal ini terlihat jelas adanya kata “*menurun drastis*” yang belum ditekahui berapa banyak penurunannya dan kata “*banyaknya*” yang menandakan kuantitas yang belum secara pasti berapa jumlahnya. Abstraksi ini dikarenakan produsen berita belum memiliki informasi yang cukup akan pemberitaan ini. Hal ini juga menggambarkan bahwa *TikTok Shop* adalah tersangka yang harus ditertibkan

Nominasi-Kategorisasi

Teknik ini dipakai untuk memberitakan suatu aktor (orang/kelompok) atau isu, apa adanya. Kategori ini bisa berbeda-beda, menunjukkan ciri-ciri penting seseorang, bisa berupa agama, status, bentuk fisik, dll (Rosmita, 2019). Kategori ini tidak terlalu penting karena biasanya tidak mempengaruhi makna yang ingin disampaikan kepada pembaca. Berikut ini datanya.

Data 12

“Pemerintah melarang *social e-commerce* bertransaksi langsung di platform media *Social e-commerce* itu hanya boleh memfasilitasi promosi barang/jasa, tidak boleh transaksi langsung, bayar langsung, enggak boleh lagi,” ujar Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan usai rapat.

Sebelumnya, Jokowi mengakui omzet perdagangan di pasar menurun drastis akibat terdampak perdagangan berbasis *elektronik melalui media sosial atau social e-commerce*. Menurut Jokowi, omzet penjualan pedagang di sejumlah pasar menjadi anjlok karena *perdagangan berbasis online*”.

Berdasarkan data di atas terdapat beberapa kata atau frasa yang mengkategorisasikan aplikasi *TikTok Shop*. Kata dan frasa seperti *e-commerce*, *sosial media*, *social e-commerce*, *berbasis online* memperlihatkan bahwa *TikTok Shop* merupakan aplikasi online yang bisa digunakan untuk sosial media dan jualan *online*.

Nominasi-Identifikasi

Strategi inklusi ini hampir sama dengan kategorisasi. Dalam strategi ini bagaimana mendefinisikan kelompok, peristiwa, atau aktivitas tertentu. Bedanya, dalam identifikasi, proses definisi terjadi dengan membuat pernyataan untuk klarifikasi. Berikut adalah dua kalimat dimana kalimat kedua merupakan penjelasan atau penjelasan dari kalimat pertama. Biasanya dikaitkan dengan kata sambung seperti: *apa*, *dimana* (Rosmita, 2019). Strateginya adalah memberikan penjelasan yang buruk kepada seseorang, kelompok, atau suatu tindakan, sehingga jika diterima oleh masyarakat, maka itu juga buruk.

Data 13

"Social e-commerce itu hanya boleh memfasilitasi promosi barang/jasa, tidak boleh transaksi langsung, bayar langsung, enggak boleh lagi," ujar Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan usai rapat". (Kompas.com)

Data 14

"Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan mengatakan, pemerintah akan menerbitkan aturan soal s-commerce melalui revisi Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020". (tribunnews.belitung)

Berdasarkan kutipan data di atas terlihat bahwa adanya nominasi dari aktor yang dipaparkan apa adanya. Dimana Zulkifli selalu Menteri Perdagangan yang menjadi penolong UMKM yang terdampak dari adanya *social e-commerce* dari aplikasi *TikTok Shop*.

Determinasi-Indeterminasi

Pelaku atau peristiwa seringkali disebutkan dengan jelas dalam berita, namun seringkali juga tidak jelas (anonim). Anonimitas mungkin terjadi karena jurnalis tidak diberikan cukup bukti untuk menulis, sehingga lebih aman untuk menulis secara anonim. Hal ini juga dapat disebabkan oleh ketakutan struktural ketika kategori aktor sosial disebutkan dalam teks. Apa pun alasannya, jaminan anonimitas ini mempunyai dampak berbeda terhadap publik. Hal ini karena anonimitas membuat generalisasi, bukan spesifik (Rosmita, 2019). Efek generalisasi ini bahkan lebih besar ketika, misalnya, anonim digunakan dalam bentuk jamak, seperti banyak orang, beberapa orang, dan sebagainya. Berikut datanya.

Data 15

"Menurut Jokowi, omzet *penjualan* pedagang di sejumlah pasar menjadi anjlok karena perdagangan berbasis online" (kompas.com)

Data 16

"*Kami* sangat menyayangkan terkait pengumuman hari ini, terutama keputusan tersebut bisa berdampak pada mereka" (kontan.co.id)

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa produsen teks menyebutkan kata *pedagang*, *kami* dan *mereka* yang menyatakan anonim (tidak jelas siapa). Hal ini

dikarenakan bahwa penulis berita belum cukup informasi atau bukti yang kuat tentang siapa yang dimaksud 'pedagang', siapa 'kami' dan 'mereka' yang dimaksudkan. Hal ini mengeneralisasi bahwa semua pedagang terkena dampaknya, *kami* dan *mereka* menyatakan semua pihak yang terkait pengguna aplikasi termasuk dalam perusak pasar.

Pembahasan

Media massa mempunyai tanggung jawab besar yaitu tidak hanya mengabarkan informasi, melainkan membentuk persepsi pembaca yang bersifat konstruktif. Dengan kata lain, media tidak hanya berfungsi sebagai pemberi berita tetapi sebagai agen yang membantu menghasilkan citra dan ciri-ciri aktor sosial eksklusif, baik melalui pengunggulan ataupun pamarjinalan. Hal ini sejalan dengan pendapat Wahyuni et al., (2024) yang menjelaskan bahwa media massa bias menjadi media yang efektif untuk menyebarkan informasi dan membentuk opini publik. Media massa di dalam tugasnya ini tidak hanya menyiarkan berita, tetapi juga berpartisipasi secara aktif dalam mendukung ide-ide tertentu dan menyebarkan pesan-pesan yang dianggap relevan. Hal ini dicapai melalui praktik konstruksi berita yang dipublikasikan, di mana media massa memilih, mengolah, dan menyajikan informasi. Hal yang diberitakan pun punya daya untuk memengaruhi pandangan masyarakat. Dengan demikian, media massa tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi publik dan pemahaman mereka tentang berbagai masalah dan peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.

Media massa, terutama situs berita digital seperti *kompas.com*, *kontan.co.id*, dan *belitung.tribunnews.com* mempunyai jangkauan pembaca secara nasional. media massa digital ini memiliki banyak pembaca saat ini. Keadaan seperti ini media massa tersebut punya peran penting dalam menentukan opini masyarakat. Media berita digital tidak hanya memberikan informasi terkini kepada masyarakat, tetapi juga berperan penting dalam memengaruhi pandangan publik tentang berbagai masalah dan peristiwa yang sedang terjadi. Media berita digital tersebut memberikan perspektif, interpretasi, dan analisis melalui berbagai artikel, berita, dan konten yang didistribusikan, yang dapat membentuk pemahaman dan pandangan masyarakat. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efektif, media berita digital memiliki peran yang signifikan dalam membentuk opini publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai topik penting.

Berita tentang pelarangan transaksi atau jual beli di aplikasi *TikTok Shop* yang diberitakan oleh berbagai media massa digital (*kompas.com*, *kontan.co.id*, dan *belitung.tribunnews.com*) dapat memiliki dampak signifikan dalam membentuk persepsi pembaca mengenai baik pengguna aplikasi *TikTok* maupun pemilik aplikasi tersebut. Ketika media massa digital menyiarkan informasi tentang adanya pelarangan transaksi di *platform e-commerce TikTok*, berita tersebut dapat memengaruhi cara pandang publik terhadap kedua belah pihak. Di satu sisi, pemberitaan ini mungkin membentuk pandangan negatif terhadap pengguna *TikTok*, yang mungkin dianggap terlalu membatasi dalam bertransaksi. Di sisi lain, berita seperti ini juga dapat memengaruhi persepsi terhadap pemilik aplikasi *TikTok*, yang mungkin dianggap tidak mampu mengelola *platform* mereka dengan baik atau gagal dalam memastikan keamanan dan kenyamanan transaksi. Dengan demikian, cara media massa digital menyajikan dan melaporkan berita tentang pelarangan ini dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi opini publik, baik mengenai pengguna individu di platform tersebut

maupun mengenai kebijakan dan manajemen yang diterapkan oleh pemilik aplikasi *TikTok*."

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bagian hasil, pemberitaan pelarangan transaksi di *TikTok Shop* di *kompas.com*, *kontan.co.id* dan *belitung.tribunnews.com* memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi pembaca terhadap pengguna dan pemilik aplikasi *TikTok*. Adapun pembahasan ideologi dan kekuasaan atas pemberitaan pelarangan transaksi jual beli di *TikTok Shop* sebagai berikut.

Pengaruh terhadap Citra Pemerintah

Pemberitaan yang menyoroti penyalahgunaan aplikasi *TikTok* untuk melakukan transaksi jual beli dapat mempengaruhi citra pemerintah selaku pemegang kekuasaan. Aplikasi *TikTok* yang sebenarnya bisa membantu masyarakat Indonesia untuk bisa berkembang dan memajukan di sektor ekonomi. Akan tetapi pengguna aplikasi *TikTok* mendapatkan tentangan keras dari pemerintah. Dengan kejadian tersebut citra pemerintah menjadi jelek di mata pengguna aplikasi *TikTok*. Hal ini karena aplikasi tersebut mempunyai fitur untuk melakukan jual beli. Di sisi lain di awal penggunaannya aplikasi tersebut merupakan aplikasi sosial media. Akan tetapi adanya fitur *shop* pada aplikasi tersebut membuat aplikasi terkini bisa melakukan transaksi jual beli. Hal inilah yang ditentang oleh pemerintah karena tidak sesuai dengan peruntukannya dari media sosial tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat aktor dan komunitas yang menjadi sosok yang menunjukkan siapa yang berkuasa siapa yang termarginalkan. Pemerintah dan Kementerian Perdaganganlah yang menjadi aktor yang berkuasa dan aplikasi *TikTok* merupakan sosok yang menjadi korban atau yang dimarginalkan. Hal ini karena, media sosial *TikTok* dengan fitur *Shopnya* yang telah merubah dirinya menjadi sosial *e-commerce* merupakan aplikasi sosial media yang membawa dampak buruk untuk perekonomian, terutama fitur *shopnya*. Fitur tersebut menjadikan siapapun pengguna *TikTok* bisa berjualan dan ini merupakan bukan peruntukannya yang sewajarnya dari aplikasi tersebut. Oleh karena itu, menjadi aplikasi ini menjadi tersangka, penjahat yang merugikan pedagang dan pengusaha UMKM. Pemerintah sebagai pemegang kekuasaan lewat Kementerian Perdagangan akan segera memberikan aturan yang ketat untuk fenomena ini. Ideologi dan kekuasaan ini tergambar dari inklusi dan Eksklusi di 3 berita di atas. Terlihat juga bahwa pemerintah menjadi aktor utama dan *TikTok* menjadi yang pihak yang termarginalkan.

Pengaruh terhadap Aplikasi TikTok

Pemberitaan yang menyoroti pelarangan oleh pemerintah kepada aplikasi *TikTok* yang memiliki fitur *shop* atau jual beli ini berpengaruh terhadap aplikasi *TikTok* tersebut. Pengembang aplikasi *TikTok* mengambil langkah yang signifikan dari yang sebelumnya. Pengembang aplikasi tersebut mengambil langkah berupa pembatasan atau mengubah fitur *shopnya* menjadi hanya berupa tautan yang menuju pada aplikasi jual beli seperti *Tokopedia* dan *Shopee*. Sementara itu fitur yang lain pada aplikasi tersebut masih sama seperti awal mula dikembangkan. Sikap pengembang aplikasi *TikTok* ini merupakan langkah preventif guna mempertahankan eksistensi aplikasi *TikTok* di Indonesia. Jika tidak dilaksanakan atau diindahkan maka pemerintah bisa mengambil langkah tegas berupa penutupan aplikasi *TikTok* di Indonesia. Tindakan pengembang *TikTok* ini membuktikan bahwa sampai sekarang aplikasi tersebut masih eksis di Indonesia dan menjadi salah satu media sosial terbesar di Indonesia. Hal ini

bersanding dan sejajar dengan sosial media berupa *Instagram*, *Twitter* dan *Facebook*. Selain itu tindakan pengembang aplikasi *TikTok* ini membuktikan bahwa aplikasi *TikTok* tidak bisa mengalahkan ideologi dan kekuasaan yang ada dan dimiliki oleh pemerintah. Meskipun demikian aplikasi *TikTok* tetap bisa mendukung adanya pelaku UMKM atau pedagang asalkan mampu memperjualbelikan dagangannya lewat di kamar seperti yang sudah disebutkan sebelumnya. Dengan catatan bahwa penjual yang ingin memperdagangkan di aplikasi *TikTok* harus menyertakan atau mengaitkan tautan dagangannya ke *e-commerce* seperti *Tokopedia* dan *Shopee*.

Pengaruh terhadap Harapan Masyarakat

Adanya pemberitaan tentang pelarangan kepada *TikTok* dari pemerintah berpengaruh pada masyarakat, khususnya pelaku UMKM atau pedagang kecil menengah. Sebelum ada *TikTok* terutama pada fitur *shop*-nya, omset harian hasil berdagang masih stabil dan bisa mengambil keuntungan yang banyak dari tiap transaksi. Akan tetapi semenjak dilarangnya *TikTok* untuk bertransaksi jual beli, harapan dari masyarakat sudah tercapai. Meski demikian, masih terdapat *e-commerce* seperti *Tokopedia* dan *Shopee* masih menjadi tantangan tersendiri untuk bersaing secara bisnis. Namun, kedua *e-commerce* tersebut memang *platform* untuk berjualan. Berbeda dengan *TikTok* yang sebenarnya media sosial saja tanpa harus mampu dibarengi dengan fitur *shopping* di dalamnya. Di sisi lain, bagi masyarakat yang murni pengguna *TikTok* untuk bersosialisasi, tidak terlalu berpengaruh pada pelarangan ini. Masyarakat pengguna media sosial ini masih bisa melakukan transaksi jual beli di *platform e-commerce* yang memang untuk bertransaksi.

Simpulan

Wacana merupakan suatu konsep yang digunakan untuk mengkomunikasikan tujuan dan mempunyai tujuan tertentu. Dalam berita, wacana mengacu pada teks media dan bagaimana isi teks disampaikan melalui kata, frasa, atau metafora. Wacana berita seringkali tidak netral akibat kekuatan media dalam mengkonstruksi peristiwa yang disiarkan. Analisis wacana berupa strategi keterlibatan Theo Van Leeuwen merupakan metode untuk menghadirkan aktor atau fenomena dalam wacana. Pemaparan tersebut berbeda-beda, tidak semua aktor sosial tergambarkan secara gamblang, gamblang dan tepat. Biasanya kepentingan media membuat sang aktor menghilang, tersembunyi, kabur, bahkan abstrak. Hal ini menimbulkan kesalahan dan kesalahpahaman makna, karena informasi yang diterima tidak jelas dan ambigu.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dari tiga pemberitaan dari *kompas.com* dengan judul "*Alasan Pemerintah Larang Transaksi di 'Social E-commerce' seperti TikTok Shop*", *kontan.co.id* dengan judul "*Pemerintah Larang Social E-Commerce, TikTok: Bisa Berdampak ke UMKM*" dan *belitung.tribunnews.com* dengan judul "*Pemerintah Larang TikTok Shop dkk 'Social E-commerce' untuk Transaksi Jual Beli, Hanya Boleh Promosi*" peneliti memperoleh beberapa simpulan. (a) Dalam tiga pemberitaan tersebut terdapat strategi inklusi dan eksklusi. Jenis inklusi yang dipakai adalah pasivasi, nominasialisasi dan penggantian anak kalimat. Sementara itu, strategi eksklusi yang dipakai adalah deferensiasi-indeferensiasi, objektivikasi-abstraksi, nominasi-kategorisasi, nominasi-indentifikasi dan determinasi-indeterminasi. (b) Terlihat bahwa produsen teks memperlihatkan adanya keberpihakan kepada aktor atau kelompok yang dominan, dimana adalah pemerintah dan kementerian perdagangan. Selain itu, menyudutkan pihak yang bersalah. (c) Dengan alasan tertentu atau

kekurangan akan informasi yang lengkap produsen juga menggunakan strategi abstraksi dalam menyebutkan para korban dan kerugian finansial berkat aplikasi *TikTok Shop*.

Hasil penelitian ini diharapkan media pemberitaan mampu menghadirkan aktor-aktor yang ada di masyarakat secara objektif, sehingga pembacanya tidak terpaku pada aktor dan peristiwa tertentu saja, sehingga tidak menimbulkan prasangka-prasangka tertentu setelah dibaca dan diterima oleh pembaca dari aktor sosial yang terlibat dalam pemberitaan. Peneliti selanjutnya yang ingin mendalami pendekatan analisis wacana kritis Theo van Leeuwen disarankan untuk terlebih dahulu mengidentifikasi bahan dan sumber data yang digunakan agar data yang dihasilkan dapat ditemukan secara keseluruhan baik dari segi eksklusivitas maupun inklusi. Selain itu, pemberitaan jenis ini dapat dijadikan alternatif untuk mengungkap ciri-ciri ideologis yang tersembunyi dengan menggunakan model analisis wacana kritis lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dirinya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung dan juga tidak langsung dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, dan rekan sejawat di Universitas Negeri Semarang dan Universitas Muhammadiyah Jember serta keluarga yang telah memberikan bimbingan dan memberikan dukungan semangat dan selalu memotivasi penulis sehingga bias semangat dapat menyelesaikan tulisan ini.

Daftar Pustaka

- Aldiansyah, M. A., Putra, V. G. R., & Mukhlis, A. (2024). Variasi Bahasa Makian Dalam Konsep Interaksi Dakwah Gus Muhammad Iqdam: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(2), 1952–1963.
- Amaliah, R., Mahmudah, M., & Mayong, M. (2021a). Mengungkap Ideologi Teks Berita Covid 19 Berdasarkan Pendekatan Analisis Wacana Kritis Theo van Leeuwen. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 17(2), 203–215.
- Amaliah, R., Mahmudah, M., & Mayong, M. (2021b). Mengungkap Ideologi Teks Berita Covid 19 Berdasarkan Pendekatan Analisis Wacana Kritis Theo Van Leeuwen. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 17(2), 203–215.
- Andheska, H. (2015). Eksklusivitas dan inklusi pada rubrik Metropolitan Harian Kompas: Analisis wacana kritis berdasarkan sudut pandang Theo Van Leeuwen. *Jurnal Bahastra*, 34(1), 51–58.
- Andriana, M., & Manaf, N. A. (2022). Analisis Wacana Kritis Sara Mills dalam Novel Berkisar Merah Karya Ahmad Tohari. *Deiksis*, 14(1), 73.
- Anshori, A. M. M., & Kholisin. (2021). Analisis Wacana Kritis Berita Online Pelarangan Mudik pada Masa Pandemi Covid-19 dari Laman Indonesia Alyoum dengan Pendekatan Theo van Leeuwen. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa Arab VII*, 1028–1039.
- Azmi, W. (2021). Inklusi Pada Surat Kabar Online: Analisis Wacana Kritis Berdasarkan Sudut Pandang Theo van Leeuwen. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(2), 20–25.
- Dzarna D., & Oktarini, W. (2023). Hegemony in the Madurese Short Movie (Critical Discourse Analysis on Political Language in Indonesia). *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 9(2), 562-580. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara/article/view/24589>

- Gusti, E. C. T., Setiawati, E., & Warsiman, W. (2024). Strategi Media Daring Kompas.com dalam Membentuk Identitas Sepak Bola Nasional: Analisis Wacana Model Theo van Leeuwen. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(3), 3099–3118.
- Hafizhah, G. N. A., Hutubessy, E. D., & Muliastuti, L. (2024). Wacana Kritis Model Van Dijk pada Film Pendek Paranoid Karya Ferry Irawati. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(3), 2492–2501.
- Kurnia, Z., Zakiyyah, A. M., Fitriyah, N. Q., & Susetyo, A. M. (2024). Analisis Sentimen Masyarakat Berdasarkan Komentar Kerja Sama Tiktok Shop dan Tokopedia di Instagram Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Sains*, 2(2), 115-125. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JPTIS/article/view/1978>
- Rahim, A., Nursalam, N., Suhartatik, S., Nurhikmah, N., & Akhiruddin, A. (2024). Konsep Ideologi Sastra Lisan Doangang Makassar dalam Perspektif Semiotika Charles Sanders Peirce. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, 10(3), 3274–3282.
- Rahmaniar, S., Amir, J., & Thaba, A. (2021). Representasi Ideologi dan Kekuasaan Teks Berita Virus Corona di Indonesia (Analisis Wacana Kritis Roger Fowler, Dkk.). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(2), 76–81.
- Rosalina, U. (2022). Analisis Wacana Kritis Teori Inklusi Theo Van Leeuwen dalam Video Podcast pada Channel Youtube Gritte Agatha. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5), 9927–9936.
- Rosmita, E. (2019). Strategi Inklusi dalam Berita Kriminalitas Tema Perkosaan Surat Kabar Harian Pagi Posmetro Padang: Kajian Analisis Wacana Kritis Perspektif Theo Van Leeuwen. *inovasi Pendidikan*, 6(1), 16–27.
- Virginia, O., Ernanda, & Triandana, A. (2023). Analisis Wacana Kritis Theo van Leeuwen dalam Pemberitaan Mengenai Isu Rasisme Terhadap Boyband Korea BTS (Beyond The Scene) pada Media Pemberitaan Daring Kompas, Kumparan dan Republika. *Kajian Linguistik Dan Sastra*, 2(2), 151–160.
- Wahyuni, W., Jufri, J., & Azis, A. (2024). Analisis Representasi Aktor Perempuan dalam Berita Media Daring: Pendekatan Eksklusif Berdasarkan Model Theo van Leeuwen. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(2), 1593–1605.
- Yuliana, N., Muchtar, A. S., & Atikurrahman, M. (2023). Kuasa Narasi, Kuasa Gramatika: Strategi Inklusi van Leeuwen dalam Pemberitaan Mahasiswa Tolak Kenaikan Harga BBM. *Totobuang*, 11(1), 29–42.