

BAB 1**PENDAHULUAN****I.1 Latar Belakang Masalah**

Penelitian ini merupakan studi yang akan secara kritis menjelaskan bagaimana wacana pacaran dibentuk oleh gerakan Indonesia Tanpa Pacaran. Peneliti juga akan secara kritis menjelaskan bagaimana Indonesia Tanpa Pacaran mengartikulasikan wacana fenomena pacaran dalam akun instagram @IndonesiaTanpaPacaran. Penelitian ini menarik untuk diteliti karena dalam beberapa unggahannya ITP disinyalir melakukan penindasan terhadap suatu kaum. ITP melakukan stereotip negatif dan dugaan diskriminasi terhadap remaja dan perempuan berpacaran. Berbagai bentuk kampanye ‘Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran’ menengarai peneliti untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai narasi implisit yang terkandung dalam wacana tersebut. Penelitian ini akan menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis wacana kritis milik Fairclough.

Topik penelitian ini muncul karena unggahan dan narasi wacana yang disebarakan cenderung melakukan stereotip negatif dan diskriminasi terhadap remaja atau perempuan yang berpacaran. Gerakan ITP sering melakukan sweeping terhadap remaja yang berpacaran di depan umum. Dosen FISIP Universitas Indonesia, Reni Sumarso menjelaskan bahwa gerakan ITP “kerap mendatangi para pasangan muda-mudi yang berduaan, berpacaran, lalu diceramahi. Kemudian disuruh nikah dan disiapkan segala sesuatunya, bahkan hotelnya.” (Gunadha, 2019). Sweeping sepihak yang dilakukan ITP dapat meresahkan dan mengganggu public. Selain itu narasi yang diciptakan juga seringkali ditujukan hanya kepada perempuan. Perempuan yang berpacaran dalam pandangan ITP direpresentasikan sebagai individu yang tidak suci dan hina. Hal ini menunjukkan keberpihakan ITP kepada salah satu gender. Kaum perempuan diminta untuk berperilaku tertentu sesuai dengan syariat mereka. Mereka cenderung melanggengkan tradisi kuno dan menolak perubahan seputar kesetaraan gender dan seksualitas. Selain itu peneliti

juga melihat adanya indikasi komodifikasi agama yang dilakukan gerakan ini melalui kampanye dan bimbingan berbayar. Nilai – nilai agama yang dikapitalisasi menjadi perhatian peneliti karena hal ini dinilai kurang etis. Melalui isu dan fenomena pacaran gerakan ini berusaha menggaet banyak generasi muda agar bersedia mengikuti gerakan Indonesia Tanpa Pacaran.

Kampanye gerakan Indonesia Tanpa Pacaran dilakukan melalui program online dan offline. Pada program online gerakan ini mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti youtube, instagram, dan facebook. Selain itu para pengikut gerakan ITP dapat secara gratis bergabung dalam akun telegram Indonesia Tanpa Pacaran yang di dalamnya rutin menyebarkan artikel dakwah. Artikel – artikel ini tentu berisi topik yang membahas bahaya pacaran serta solusi – solusi yang ditawarkan. Dalam usaha menanamkan ideologi mereka, ITP menggunakan ayat suci Al – Quran dan hadist untuk melegitimasi hal tersebut. Fenomena pacaran bagi ITP adalah hal yang dapat merusak pikiran generasi muda, sehingga ITP sangat menentang adanya hubungan interpersonal dengan status “pacaran”.

Dalam lingkup bermasyarakat manusia selalu membentuk pola hubungan dengan manusia lainnya. Pola hubungan pada penelitian ini akan berfokus pada hubungan ‘percintaan’ antar dua individu (lawan jenis). Salah satu elemen penting dalam hubungan percintaan merupakan komitmen. Sebuah komitmen dapat terbentuk apabila pasangan yang dimiliki dapat berinteraksi secara intim baik dalam aspek emosional dan seksual. Komitmen yang kuat akan mendorong hubungan tersebut untuk melangkah ke tahapan selanjutnya, yakni tahap pernikahan. Menjalani hubungan percintaan (berpacaran) sebelum menikah dirasa penting karena interaksi intim secara emosional dilalui pada masa tersebut. Keterbukaan diri pada pasangan dalam masa pacaran akan membantu proses pendekatan satu sama lain.

Proses memilih pasangan sebelum melangkah ke jenjang pernikahan idealnya dimulai dengan hubungan percintaan atau disebut juga pacaran. *“Committed romantic relationships are relationships between individuals who assume that they will be primary and continuing parts of each other’s lives”* (Wood 2010:298).

Pacaran juga dianggap sebagai proses pengenalan dan pendekatan antara dua orang manusia yang bertujuan untuk mencari kecocokan satu sama lain. Tujuan utama dalam proses ini adalah untuk mengenal lebih jauh jati diri dan kepribadian calon pasangannya.

Terdapat tiga dimensi yang membentuk hubungan percintaan, yakni *intimacy*, *commitment*, dan *passion*. Keintiman dalam hal ini termasuk di dalamnya secara emosional maupun seksual. Sesuai dengan norma Indonesia keintiman dalam masa pacaran hanya sebatas pada keintiman secara emosional. Sepasang kekasih akan merasa nyaman apabila pasangannya memiliki rasa emosional yang sama dan dapat saling melengkapi. Hal tersebut membuat hubungan berjalan dengan baik. Selanjutnya adalah *passion* atau gairah yang cenderung berkaitan dengan *positive feelings* dan keinginan yang kuat terhadap pasangan. *Passion* juga melibatkan ikatan emosional yang luar biasa dan ketertarikan intelektual. Dimensi yang terakhir adalah *commitment*, dimana melalui komitmen sepasang kekasih akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungannya (Wood, 2010).

Pacaran dapat disebut juga dengan istilah *dating* atau berkencan. Lamanna, Riedmann, & Stewart (2018:126) mengungkapkan bahwa “*Dating replaced old fashioned of “courtship” as a process of finding mate*”. Selanjutnya pada masa *three-quarters life* yang dialami remaja membuat mereka percaya terhadap konsep cinta sejati. Lebih dari 90 persen remaja menyebut pasangannya sebagai “*soulmate*”. Pada penelitian child trends di US pada tahun 2014 mengungkapkan bahwa sekitar setengah dari siswa kelas 8, enam persen siswa kelas 10, dan dua pertiga dari siswa kelas 12 mengatakan mereka saat ini "berkencan". Berkencan sendiri telah dibebaskan untuk semua kelompok umur sejak awal 1990-an. (Lamanna, Riedmann, & Stewart, 2018)

Bartoli and Clark (2006) dalam Lamanna, Riedmann, & Stewart (2018:129) menjelaskan beberapa tipe kencan yang dilakukan oleh mahasiswa.

Both men and women in the study said that a typical date involved (1) initiation – meeting in a public place (class, a party, or bar) ; casual talking, finding common interests, and

calling for a date; (2) the date itself – movies, dinner, or engaging in shared interests; and (3) an outcome – going back to the house, kissing goodnight, going home, and developing a relationship (Lamanna, Riedmann, & Stewart 2018:129).

Konsep pacaran sendiri semakin berkembang seiring dengan munculnya teknologi. Dilansir melalui *www.idn.times* terdapat perbedaan gaya berpacaran pada zaman sebelum dan sesudah mengenal teknologi. Dahulu ketika seseorang menjalin hubungan pacaran mereka cenderung jarang untuk bertemu. Bentuk komunikasi hanya dilakukan melalui telepon umum atau saling mengirim surat. Sedangkan saat ini komunikasi jauh lebih mudah dengan kehadiran smartphone dan media sosial. Kegiatan berkomunikasi mulai dari telepon, chat, hingga video call menjadi lebih mudah dan efektif (Aulia, 2016). Saat ini pula informasi dan gambaran pacaran banyak di televisi dan jauh lebih tinggi maka mudah untuk diadaptasi. Kegiatan komunikasi remaja yang berpacaran mulai mengadaptasi apa yang mereka lihat di internet atau televisi.

Konsep berpacaran diatas nyatanya tidak sesuai dengan prinsip yang dianut oleh La Ode Munafar, penggagas gerakan Indonesia Tanpa Pacaran. Melalui gerakan Indonesia Tanpa Pacaran ia berusaha menghimbau masyarakat Indonesia untuk segera menghentikan hubungan pacaran dan berhenti melakukan kegiatan berpacaran kedepannya. Gerakan ini tentu saja menuai banyak pro dan kontra dari masyarakat. Pasalnya berbagai kampanye yang disuarakan oleh ITP berkuat pada isu zina dan menikah muda. Berbagai komentar dan kritik melalui tulisan di media online ditujukan baik kepada akun tersebut maupun secara personal pada La Ode Munafar sendiri. Melalui gerakan ini Munafar berusaha menunjukkan *religious identity*-nya secara masif. Ia membuat sebuah gerakan sosial guna mendapat banyak pendukung agar pandangan dan pemikiran gerakan ITP tersebar dan dianut banyak individu.

Jauh sebelum gerakan ITP muncul, *religious identity* diwujudkan dalam berbagai bentuk media khususnya film yang telah bermunculan sejak tahun 1960-an. Hal tersebut diungkapkan oleh ketua Komite Film Dewan Kesenian Jakarta, Hikmat Darmawan dalam wawancaranya dengan CNNIndonesia.com. Pada masa

itu tiga pelopor perfilman Nusantara, yakni Usmar Ismai, Asrul Sani dan Djamaludin Malik bergabung dengan Lesbumi (Lembaga Seniman Budayawan Muslimin Indonesia), sebuah lembaga gagasan Nahdlatul Ulama (NU). Saat itu ancaman terbesar Indonesia adalah ideologi komunisme, sehingga karya yang di produksi pun berisi ideologi dan kontruksi nilai – nilai islam yang menentang komunisme (Armenia, 2017). Berkembang pada tahun 1970-an hingga 1980-an film – film dengan pengentalan nilai islam semakin berfokus pada film dakwah. Beberapa diantaranya adalah *Para Perintis Kemerdekaan*, *Al-Kautsar*, dan *Titian Serambut Dibelah Tujuh*. Para sineas pun bertujuan memberikan dakwah dan ajaran islam melalui produksi film mereka.

Tren memasukkan idologi dan nilai keislaman semakin berkembang dengan munculnya novel Ayat – Ayat Cinta di tahun 2004. Novel ini menjadi pelopor karya sastra dengan nuansa islam di Indonesia. “Ayat-Ayat Cinta adalah karya sastra yang berhasil memadukan dakwah, tema cinta, dan latar belakang budaya Islam, dituturkan dengan memakai penceritaan orang pertama 'aku'. Label novel pembangun jiwa pada jilidnya dan predikat sastra islami yang diberikan oleh para pembacanya, tidak membuat novel ini menjadi sebuah pemaksaan dogmatis yang kering. Amanat atau pesan yang disampaikan tidak terasa menggurui” (“Artikel "Ayat-Ayat Cinta" - Ensiklopedia Sastra Indonesia", n.d.) Novel tersebut menjadi *bestseller* dan menjadi wacana anti poligami yang cukup menarik perhatian masyarakat. Keberhasilan novel Ayat – Ayat Cinta mendorong para sineas Indonesia untuk mengemasnya dalam bentuk film. Film ayat – ayat cinta pun akhirnya juga menjadi pelopor kebangkitan film dengan ideologi dan nilai keislaman didalamnya. Hingga saat ini baik novel maupun film dengan nuansa religi telah banyak bermunculan di Indoneisa. Hal tersebut menjadikan isu seputar keagamaan menjadi topik yang hangat untuk diangkat dan dibicarakan. Transformasi masyarakat dari yang awalnya terkesan “tidak peduli” dengan isu seputar agama menjadi sangat aware dan sensitif dengan isu – isu tersebut. Kehadiran gerakan Indonesia Tanpa Pacaran menjadi lorong baru bagi para penggiat “islam” untuk menyebarkan ideologi mereka.

Berkembangnya film dan novel yang mengimplementasikan nilai keislaman di dalamnya menjadi sangat menarik. Dari transformasi masyarakat di tahun 1960-an yang belum *aware* dengan isu seputar agama, kini menjadi sangat peduli dan sensitif. Dilansir melalui *kompas.com* menteri agama, Lukman Hakim Saifuddin menyampaikan 5 isu agama yang menjadi perhatian pemerintah saat ini. Isu tersebut diantaranya adalah: 1) Posisi penganut agama di luar agama yang diakui pemerintah, 2) pendirian rumah dan tempat ibadah, 3) munculnya gerakan keagamaan yang baru, 4) kekerasan antar umat beragama dan 5) penafsiran keagamaan yang sempit (Gatra, 2014).

Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran merupakan sebuah gerakan sosial keagamaan yang baru muncul beberapa tahun kebelakang. Gerakan sosial sendiri didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan sekelompok orang guna memperjuangkan doktrin atau pandangan tertentu (Dewi, 2017). Sebagai gerakan keagamaan berbasis islam, gerakan ITP memperjuangkan perlawanan terhadap kegiatan berpacaran. Berbagai bentuk kegiatan dilakukan baik dalam media maupun diluar media. Kegiatan seperti kampanye, longmarch, hingga seminar dan dakwah dilakukan secara konsisten dan masif. Gerakan ITP juga menyebarkan ideologi dan semangat gerakannya melalui media sosial seperti facebook, instagram, dan website. Gerakan ITP secara tidak langsung dapat dianggap sebagai gerakan yang berusaha mengislamkan Indonesia dilihat pada penggunaan kata “Indonesia” dalam nama resmi gerakan. Alih alih memilih kata “Indonesia Tanpa Pacaran” daripada “Islam Tanpa Pacaran” menimbulkan kesan untuk berusaha mengislamkan Indonesia. Dengan menggunakan tafsir dan simbol simbol agama sebagai alat untuk menarik simpatisan dan keikutsertaan masyarakat, gerakan ini berhasil memperoleh 80.000 anggota di 80 daerah di Indonesia.

Gerakan ITP berusaha melakukan ideologisasi agama melalui kajian dan seminar – seminar yang dibentuk. Para anggota akan ditanamkan doktrin, dogma, dan teks – teks agama yang telah dipolitisasi. Hal ini tentu berbahaya karena akan menimbulkan fanatisme terhadap agama dan memicu timbul perpecahan karena merasa yang paling benar. Selain itu spiritualitas seseorang dapat terkikis oleh

komersialisasi pengalaman dan praktik religius. Seperti yang diungkapkan Abner Cohen di bukunya *Two-Dimensional Man: An Essay on the Anthropology of Power and Symbolism in Complex Society* dalam Ibrahim (2007) bahwasannya konsumsi masyarakat diatur oleh permainan simbol. Simbol – simbol yang bernuansa agama bahkan yang dianggap sakral sekalipun tak bisa lepas dari komersialisasi dan komodifikasi. (Ibrahim, 2007)

Gerakan ini pun dianggap menjadikan agama sebagai komoditas bisnis. La Ode Munafar menerapkan tarif yang cukup tinggi, yakni Rp189.000,- untuk menjadi pengikut gerakan tersebut. Dengan membayar sesuai tarif tersebut, peserta akan mendapatkan *id card*, buku panduan hijrah yang tentu saja ditulis oleh La Ode Munafar serta gantungan kunci dan sticker. Anggota ITP juga mendapatkan tausiyah (kajian) lewat grup chat WhatsApp, berhak mengikuti "kopi darat atau kumpul bareng", serta mendapatkan diskon 20 persen setiap pembelian produk Indonesia Tanpa Pacaran. Menggunakan agama sebagai alat bisnis bukanlah sesuatu yang sepenuhnya salah namun komersialisasi agama dapat menimbulkan semacam “hedonisme spiritual” yang menyebutkan bahwa praktik dan ritualisme agama hanya menjadi jalan untuk bersenang – senang (Ibrahim, 2007).

Gerakan perjuangan menghapus pacaran di Indonesia ini juga memberikan solusi yakni ta’aruf. Definisi ta’aruf sendiri adalah proses bertemunya laki – laki dan perempuan yang mempunyai tujuan untuk menikah dengan mengikut sertakan orang lain. (Utama, 2018). Ta’aruf juga dianggap sebagai proses untuk mengenal lebih jauh calon pasangan sebelum menikah. Hal yang membedakan dengan konsep pacaran adalah adanya orang ketiga dalam proses ini. Struktur dan konsep dalam ta’aruf telah diatur sedemikian rupa oleh beberapa biro jodoh dan keikutsertaan keluarga. Peserta ta’aruf akan mulai mengirimkan data pribadi termasuk kekurangan dan kelebihan pada biro jodoh atau pihak ketiga (Utama, 2018). Hal ini akan semakin rancu dan berbahaya ketika pasangan ta’aruf memberikan kepalsuan terkait kekurangan dan kelebihan. Kebenaran identitas dan jati diri akan terungkap setelah pernikahan dan menyebabkan peluang terjadinya *failure of marriage*.

Faktanya tidak sedikit ta'aruf yang mengalami kegagalan. Salah satu contoh gagalnya ta'aruf dialami oleh Taqy Malik seorang hafidz quran yang menikah dengan anak dari pengacara kondang Sunan Kalijaga, Salmafina Sunan. Dilansir melalui tribunnews.com hubungan pasangan ini bermula dari proses ta'aruf yang diajukan oleh keluarga salmafina. Dengan label sebagai hafidz quran dan anak dari pengacara kondang, mereka berdua sepakat melalui proses ta'aruf selama beberapa bulan. Meski belum banyak mengenal sifat dan watak keduanya, mereka pun memutuskan menikah. Mereka percaya bahwa melalui proses tanpa pacaran hubungan pernikahan akan semakin baik karena mereka mengikut syariat islam. Namun nyatanya setelah menikah selama dua bulan pasangan tersebut memutuskan untuk bercerai. Berbagai spekulasi masyarakat bermunculan saat kasus perceraian mereka terkuak. Keduanya saling menyerang di media, merasa yang paling benar. Hal ini menjadi salah satu contoh bobroknya permainan ta'aruf oleh oknum tertentu. Ketidaksiapan pasangan dalam ukuran usia maupun mental menjadikan kegagalan pernikahan meningkat.

Kegagalan dalam sebuah pernikahan disebabkan oleh berbagai macam faktor. Alex Mugume dalam bukunya "*10 Steps to Success in Love and Marriage*" mengungkapkan beberapa penyebab utama kegagalan dalam pernikahan. Penyebab pertama adalah ketika salah satu pasangan tidak siap dengan kehidupan pernikahan baik secara fisik maupun mental. Penyebab lainnya adalah ketika salah satu pasangan berbohong tentang identitasnya. Seseorang akan berusaha menampilkan dirinya sebaik dan sesempurna mungkin meskipun itu bukan pribadi yang sebenarnya. Kebenaran akan jati diri ini biasanya terungkap setelah pernikahan. Selanjutnya adalah perbedaan pandangan dan pola pikir. Penyebab lainnya adalah kurang pengetahuan tentang konsep diri pasangan dan kurang kesabaran di awal pernikahan dalam menyikapi permasalahan ini. Ketika pasangan berhenti mencoba memahami diri suami atau istrinya maka kegagalan pernikahan dapat mudah terjadi. (Mugume, 2004). Penyebab diatas biasanya terjadi karena seseorang melewati tahapan pencocokan diri. Konsekuensi terbesar dengan melewatkan tahap pacaran adalah ketika berbagai perbedaan yang terlalu ekstrem muncul setelah pernikahan.

Seiring dengan gagalnya pernikahan baik secara internal maupun eksternal, perceraian pun semakin meningkat jumlahnya di Indonesia. Parahnya saat ini kesakralan dalam sebuah pernikahan mulai luntur. Seperti yang diungkapkan oleh Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin dalam sebuah wawancara bersama media Tempo bahwa saat ini perceraian seolah sudah menjadi gaya hidup. “Pernikahan sudah tidak dianggap sakral, terjadi desakralisasi pernikahan,” (Kurniawati, 2017). Seperti yang diungkapkan diatas terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kegagalan pernikahan. Menggunakan tafsir dan dogma islam sebagai alasan untuk segera menikah semakin memperburuk citra islam.

Penelitian mengenai wacana di akun instagram terkait gerakan tanpa pacaran maupun gerakan menikah muda beberapa kali telah dilakukan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Naufal Mauludy dengan judul Analisis Wacana Persuasif Pada Akun Instagram @GerakanNikahMuda sebagai salah satu penelitian yang membahas topik serupa. Hasil penelitian tersebut secara konteks sosial menjelaskan bahwa para pengikutnya menanggapi isi akun secara positif maupun negatif. Beberapa argumen dari sisi kontra adalah karena mereka merasa bahwa generasi muda dapat melakukan kegiatan yang lebih produktif daripada sekedar menikah. Selain ini unggahan yang menggambarkan kemesraan ikhwan dan akhwat dirasa dapat mengundang perasaan zina.

Penelitian lain terkait analisis wacana di media sosial instagram juga kerap dilakukan. Seperti pada penelitian dengan judul Analisis Wacana Humor Media Sosial Instagram Dalam Akun “Si Sableng” yang dilakukan oleh Annaz Fauzi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa wacana humor dalam meme tidak bisa dilepaskan dari hal yang melatarbelakanginya. Pada akun tersebut gambar meme menitikberatkan pada gambaran situasi yang mewakili perasaan ataupun kejadian yang pernah dialami seseorang. Hal tersebut tentunya menarik perhatian para pembaca terhadap wacana humor yang diunggah.

Penelitian ini menjadi berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya dikarenakan topik utama yang dibahas adalah pada wacana gerakan tanpa pacaran. Peneliti hendak melihat bagaimana wacana tersebut dibentuk oleh penggagas akun

instagram @IndonesiaTanpaPacaran. Melalui paradigma kritis peneliti akan menggali lebih dalam mengenai struktur sosial, kekuasaan, serta sejarah terkait gerakan dan akun tersebut. Pacaran dalam akun tersebut selalu dipandang dengan stigma negatif. Para pengikut gerakan tersebut percaya bahwa dengan mengikuti gerakan tersebut mereka akan selamat dari peluang zina. Hal ini menjadi menarik untuk dibahas karena apakah setiap hubungan pacaran selalu identik dengan perzinaan.

Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis. Analisis wacana kritis merupakan pengkajian secara mendalam untuk mengungkapkan kegiatan, pandangan, dan identitas berdasarkan bahasa yang digunakan. Analisis wacana kritis menurut konsep fairclough merupakan sebuah praktik sosial. Beberapa ahli lain pun mengungkapkan model analisis wacana yang cukup beragam. Pada penelitian kali ini akan menggunakan model analisis wacana dari Norman Fairclough. Wacana oleh Fairclough mempunyai tiga dimensi yakni teks, praktik sosio-kultural, dan produser teks. Wacana pacaran akan dipahami secara utuh dengan mempertimbangkan konteks sosial dan kognisi sosial di sekitar teks. (Eriyanto, Analisis Wacana, 2008). Penelitian ini bersifat interpretatif dengan pendekatan kualitatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah “Bagaimana gerakan Indonesia Tanpa Pacaran mengkonstruksi dan mengartikulasikan wacana pacaran dalam akun instagram Indonesia Tanpa Pacaran?”

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengeksplorasi konsep Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran yang diwacanakan pada akun instagram @IndonesiaTanpaPacaran

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai analisis wacana gerakan Indonesia tanpa pacaran dalam unggahan – unggahan di akun instagram @IndonesiaTanpaPacaran dapat memberikan manfaat berupa :

- 1.1.1 Mengungkap konsep pacaran yang diwacanakan pada akun instagram @IndonesiaTanpaPacaran
- 1.1.2 Memberikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan gerakan tanpa pacaran

I. 5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Hubungan Interpersonal Manusia (Romantic Relationship)

Komunikasi antar persona (*interpersonal communication*) dilakukan manusia sebagai bentuk eksistensi diri mereka. Manusia cenderung menghabiskan 80 – 90% waktu hidupnya untuk berkomunikasi dengan individu lainnya (Beebe, J, & Beebe, 2008). Komunikasi yang dilalukan terus – menerus akan membentuk suatu pola hubungan dengan individu lainnya. Duck (1981) menjelaskan bahwasannya “*individual with good relationships live longer and report less physical and psycholological illness and greater satisfication with life*” (Nicotera, 1993). Virginia (2009) pun selanjutnya mengungkapkan beberapa teori terkait motif seseorang dalam membangun sebuah *relationships*. Salah satu teori dikemukakan oleh William Schutz (1958) yakni *fundamental interpersonal relationship orientation theory*. Teori ini menjelaskan bahwasannya manusia termotivasi untuk membangun suatu hubungan karena tiga kebutuhan mereka. Ketiga kebutuhan tersebut diantaranya adalah inklusi, kontrol dan afeksi. Inklusi atau penyertaan merupakan kebutuhan manusia untuk merasa dimiliki dan dianggap. Kontrol merujuk pada keinginan manusia untuk “*shaping their interactions*”. Terakhir kebutuhan afeksi menjelaskan bahwa manusia perlu untuk dicintai dan “*maintain relationship*” (Dermott, 2009).

Interpersonal communication sendiri di definisikan sebagai “*process of message transaction between people to create and sustain shared meaning*” (West & Turner, *Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times* 2nd ed, 2011). Dari definisi tersebut terdapat tiga dimensi penting yang tidak dapat dilupakan yakni *process*, *message exchange*, dan *shared meaning*. West dan Turner (2011) menjelaskan bahwa proses yang dimaksud adalah bentuk komunikasi yang terus berkelanjutan dan tidak berujung. Komunikasi terus berlangsung tanpa henti dan terus berubah. Selanjutnya adalah *message exchange* dimana terjadi transaksi pertukaran pesan baik verbal maupun nonverbal yang dilakukan secara bersamaan oleh dua orang. Melalui pesan dua orang dapat berkomunikasi dengan baik, akan tetapi pesan saja tidak cukup untuk dapat meningkatkan kualitas hubungan. Hal ini berkaitan dengan dimensi ketiga, *shared meaning*. *Meaning* menjadi inti utama dalam *interpersonal communication*. Pemaknaan dipengaruhi oleh persepsi dan budaya yang dimiliki seseorang. Ketika *interpersonal communication* terjadi di antara dua orang yang memiliki budaya serta persepsi terhadap realitas yang sama, maka kegiatan komunikasi akan terjadi dengan lancar tanpa gangguan. Individu akan terus memproduksi dan mempertahankan pemaknaan mereka melalui *shared meaning* yang dilakukan dalam *interpersonal communication*.

Terdapat dua tipe *relationship* yang dianggap paling penting dan problematik yakni *friend-relationship* dan *mate-relationship* (Nicotera, 1993). Pada penelitian ini penulis akan berfokus pada jenis *mate-relationship*. Term “*mate*” diartikan sebagai hubungan dengan lawan jenis. *Mate relationship* merujuk pada hubungan pada seseorang yang memiliki “*deep sense of love and commitment*” dengan diri sendiri. Selanjutnya istilah “*mate*” akan dipahami sebagai istilah “*romantic*”. Kaitannya dengan *romantic relationship* Irwin Altman dan Dalmas Taylor (1973, 1987) mengembangkan teori penetrasi sosial guna menjelaskan proses hubungan tersebut. Melalui teori ini *intimacy* tumbuh dan berkembang sebagai bentuk penetrasi dari lapisan terluar hingga paling dalam dalam kepribadian

individu. Proses penetrasi ini dilakukan agar kedua individu dapat mengembangkan lebih jauh *romantic relationship* mereka (Wood, 2010).

Teori penetrasi sosial “merujuk pada proses ikatan hubungan dimana individu – individu bergerak dari komunikasi superfisial dan menuju ke komunikasi yang lebih intim” (Wesly & Turner, 2008). Keintiman tidak hanya dipahami secara fisik, namun juga secara emosional dan intelektual. Teori ini pun melihat bahwasannya sebuah hubungan dapat berkembang dengan baik melalui proses. Apabila seorang individu dapat mengembangkan hubungannya dengan baik maka ia akan merasakan “*satisfying*” atas hubungan yang ia bentuk. Selanjutnya teori ini dapat digunakan untuk memahami tiga fase perkembangan sebuah *romantic relationship*.

Mongeau dan Henningsen (2008) dalam buku yang ditulis Julia Wood mengungkapkan bahwa riset terkait *romantic relationship* banyak berkembang di masyarakat barat. Penelitian di dunia barat melihat bahwa *romantic relationship* tumbuh melalui tiga fase, yakni *growth*, *navigaton*, dan *deterioration*. Pada fase *growth* tersusun atas enam tingkatan. Tingkat pertama adalah *individuality*, dimana setiap manusia merupakan individu yang memiliki tujuan, keinginan, dan pandangan tertentu. Hal – hal tersebut selanjutnya mempengaruhi bagaimana individu tersebut melihat dan memaknai sebuah “*relationship*”. Tingkatan kedua adalah *invitational communication* yang menunjukkan individu mana yang tertarik untuk melakukan interaksi. Setelah menemukan individu yang tertarik untuk diajak berkomunikasi, tingkatan meningkat pada *explorational communication*. *Explorational communication* adalah fase dimana antar individu mulai berfokus untuk saling bertukar informasi. Tingkatan keempat disebut *intensifying communication* yang artinya dua individu saling menghabiskan waktu bersama untuk meningkatkan kualitas komunikasi mereka. Tingkatan kelima adalah *revising communication* dimana antar individu mulai menyadari masalah – masalah di hubungan mereka. Apabila kedua individu dapat menyelesaikan masalah dengan baik maka hubungan akan berlanjut pada tingkatan *commitment*. *Commitment*

apabila dipahami sesuai dengan konteks budaya di Indonesia adalah pernikahan. *Commitmen* merupakan keputusan besar yang diambil setiap individu terkait kesediaan mereka untuk bertahan dalam suatu hubungan. (Wood, 2010).

Keenam tingkatan yang didefinisikan sebelumnya dirasa penting bagi seseorang dalam menjalin sebuah *romantic relationship*. *Final stage* pada tingkatan tersebut adalah *commitmen* (pernikahan). Setiap *commitmen* yang diputuskan tentu saja harus melalui proses yang panjang. Tidak mudah bagi seseorang untuk memutuskan pernikahan tanpa harus melewati keenam tingkatan tersebut. Individu yang telah mengalami kelima tingkatan sebelumnya dengan baik akan melanjutkan hubungan mereka ke jenjang pernikahan.

I.5.2 Instagram sebagai ruang publik

Berbagai jenis media sosial terus berkembang seiring dengan kecanggihan teknologi. Para perusahaan startup terus memberikan kebaruan mereka guna mendapatkan banyak pengikut. Salah satu media sosial yang mendapatkan banyak perhatian selain facebook dan twitter adalah instagram. Seperti yang dilansir melalui katadata.co.id Indonesia menempati urutan ketiga sebagai pengguna instagram terbanyak yakni mencapai 53 juta pengguna. Kompas.com juga mengungkapkan bahwa *monthly active user* (MAU) Instagram telah mencapai 1 miliar per Juni 2018. Pertumbuhan MAU instagram jauh lebih signifikan dibandingkan Facebook dan Snapchat, yakni mencapai 5 persen dari kuartal ke kuartal (QoQ).

Keterbukaan Indonesia terhadap kebaruan teknologi menjadikan media sosial sebagai ruang publik atau seperti yang diungkapkan Jones (1977) dalam Nasrullah (2016) sebagai *new public space*. Ruang publik sendiri merupakan sebuah area dimana masyarakat dapat berkumpul menjadi satu dan menyampaikan pelbagai masalah dan pandangan mereka. Istilah ruang publik dalam buku *Ruang Publik: melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace* mengacu pada dua arti. Arti pertama mengungkapkan bahwa ruang publik adalah suatu ruang

yang dapat diakses oleh semua orang. Inti dari pengertian ini adalah adanya distingsi antara ruang publik dan ruang privat. Arti selanjutnya merupakan arti normatif dimana ruang publik mengacu pada peranan masyarakat warga dalam demokrasi. Ruang publik dianggap sebagai ruang komunikasi para warganegara untuk mengawasi jalannya pemerintahan (Hardiman, 2010). Ruang publik bertujuan untuk mengkomunikasikan suatu isu yang ingin dibahas. Sebuah ruang publik dapat menghasilkan opini umum. Opini umum yang dihasilkan merupakan bayangan tentang kumpulan pandangan, ide – ide, pendapat – pendapat yang berlaku di masyarakat luas (Hardiman, 2010).

Di era digitalisasi istilah ruang publik semakin berkembang menjadi *virtual space*. Ruang publik tidak lagi diartikan sebatas artian fisik, namun juga sebagai ruang di ranah virtual. *Virtual space* memberikan gambaran baru dalam proses demokratisasi. Setiap individu dapat dengan mudah terlibat diskusi politik. Selain itu isu dapat menjadi sebuah informasi yang mudah tersebar dan selanjutnya menjadi topik perdebatan. Namun Habermas (2006) mengungkapkan bahwasannya ruang publik tidak serta merta sepenuhnya sama dengan *virtual space* atau *public sphere*. Interaksi yang terjadi dalam *virtual space* seperti mengunggah status terkait pendapat atau pandangan mereka tidak dianggap sebagai upaya mencapai perdebatan kritis seperti yang terjadi di ruang publik pada umumnya. Hal itu hanya dianggap sebagai upaya kontruksi diri mereka. Selanjutnya mengkritisi ruang publik Habermas bahwasanya *virtual space* melahirkan bentuk ruang publik yang baru. *Virtual space* tidak hanya diisi kalangan borjuis semata, tetapi melibatkan entitas yang lebih beragam (Nasrullah, Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia), 2016).

Virtual space menjadi tempat baru untuk berdiskusi atau sekedar menyatakan pendapat. Setiap orang berhak menyampaikan opini, gagasan, dan ekspresinya secara bebas. Saat ini media sosial menjadi salah satu bentuk virtual space yang dekat dengan masyarakat. Mulai dari *facebook*, *twitter*, hingga *instagram*. Beberapa kasus terkait media sosial sebagai ruang publik biasanya berfokus pada *facebook* atau *twitter*. Contoh kasus tersebut adalah kasus

penghinaan Jokowi di *facebook*, kasus penghinaan Ahok di *twitter*, kasus Prita dan RS Omi, dan kasus Florence di *path*. Kasus - kasus tersebut membuktikan bahwa media sosial kini menjadi ruang publik yang menjadi paling banyak diikuti masyarakat

Pada penelitian kali ini penulis akan berfokus pada media sosial instagram sebagai bentuk ruang publik baru bagi masyarakat. Fitur – fitur instagram lebih menekankan pada aspek visual dan audio visual. Fitur “*video call*” , “*live*” , hingga “*ig tv*” juga menjadi fitur yang memungkinkan terjadi *face to face communication* melalui instagram. Para pengguna dapat melihat *live* sebuah akun yang mereka ikuti sambil melakukan interaksi. Kemudahan ini tentu saja membantu individu maupun golongan dalam melakukan komunikasi atau diskusi publik. Kurangnya perhatian dan ketertarikan generasi muda terhadap media tradisional seperti koran, radio dan televisi menjadikan instagram sebagai pilihan teratas mereka. Hal ini semakin dibuktikan oleh perolehan instagram yang memiliki 56 juta pengguna di Indonesia menurut *Hootsuite* (UGM, 2019).

Kaitannya dengan ruang publik adalah sebuah golongan atau individu dapat mengunggah pandangan atau ideologi yang persuasif dengan bebas melalui instagram. Semakin banyak pengikut maka akun tersebut akan terlihat semakin memiliki kredibilitas di mata masyarakat luas. Sebagai media sosial yang banyak digandrungi generasi milenial maka ideologi atau pandangan yang disebarakan melalui instagram dapat dengan mudah menancap kepada mereka. Melalui *virtual space* itu berbagai macam diskusi baik berupa kritik dan saran akan tersebar dengan mudah dan tanpa batas.

I.5.3 Indonesia Tanpa Pacaran sebagai *New Social Movement*

Gerakan sosial merupakan fenomena yang terjadi pada masyarakat modern. Artinya dalam hal ini gerakan sosial dapat terjadi ketika masyarakat mulai menyadari hak dan kewajiban mereka sebagai individu maupun warga negara. Dapat dipahami pula bahwa “Gerakan sosial yang baru (GSB) adalah hasil dari perubahan struktur sosial dan juga perubahan nilai-nilai dalam masyarakat modern”

(Putranto, 2017). Dalam buku “Sosiologi Politik” gerakan sosial didefinisikan sebagai usaha bersama yang dilakukan suatu massa untuk mendukung suatu doktrin atau pandangan sosial tertentu dan diatur secara sistematis (Dewi, 2017). Sebuah gerakan sosial pun memiliki tatanan internal dan tujuan yang telah disepakati bersama.

Pendekatan *social movements* menurut Buechler (1995) dalam jurnal *Social Movements in Framing Perspectives: A Study on Corruption Case Issues in Indonesia* terbagi dalam tiga teori. Teori pertama adalah *resource mobilization theory*. Teori ini melihat bahwa gerakan sosial hanya dapat muncul jika ada sumber daya yang dapat mengakomodasi ketidakpuasaan dan suara protes hingga dapat menjadi gerakan. Sumber daya dalam gerakan ini meliputi orang, organisasi, sumber dana, dan kepemimpinan. Teori kedua disebut *political opportunity theory* yang melihat gerakan sosial hanya dapat muncul jika ada peluang politik terbuka. Keberhasilan gerakan sosial ditentukan oleh apakah perubahan yang terjadi mendukung proses dan perjuangan gerakan sosial. Teori ketiga adalah *framing theory* yang lebih berfokus pada bagaimana isu dibentuk oleh aktor gerakan sosial. Selain berfokus pada organisasi dan sumber daya dari gerakan sosial, gerakan ini pun berfokus pada elemen yang lebih penting, yakni isu atau masalah itu sendiri. Keberhasilan gerakan sosial ditentukan oleh sejauh mana publik terlibat dengan isu-isu yang diperjuangkan. Oleh karena itu, teori ini lebih berfokus pada bagaimana realitas dibangun, menentukan bagaimana anggota masyarakat memahami masalah gerakan, dan pada akhirnya menentukan bentuk dan tingkat keterlibatan masyarakat dalam gerakan sosial (Jamil, 2018).

Gerakan sosial pun kini terbagi pada dua tipe, yakni gerakan sosial lama dan gerakan sosial baru. Perbedaan utama kedua gerakan ini ada pada fokus gerakan tersebut. Gerakan sosial lama lebih terfokus pada keresahan ekonomi, sedangkan gerakan sosial baru memfokuskan pada kaitan isu-isu simbolik dan kebudayaan dengan identitas (Sari & Siahainenia, 2015). Gerakan sosial baru dinilai cukup penting karena hakikat dan volume aktivitas kognitif serta keterampilan yang

dimiliki suatu organisasi sosial. Kecakapan kognitif menjadi salah satu aspek berhasilnya kontribusi gerakan sosial dalam mengkonstruksi dunia sosial. Gerakan sosial dapat memberikan pengaruh pada kebijakan publik, dengan mengolah dan mempergunakan semaksimal mungkin sumber-sumber pengetahuan yang tersedia, serta ikut berkontribusi menentukan agenda (Jamil, 2018). Lingkup isu atau masalah yang diangkat oleh gerakan sosial baru biasanya berpusat di sekitar isu-isu yang tidak terpisahkan dari masalah sosial. Beberapa contoh isu yang diangkat oleh gerakan sosial baru meliputi gerakan feminis, gerakan hak-hak gay, gerakan perdamaian dan lain – lain.

Kemunculan gerakan Indonesia Tanpa Pacaran menjadi salah satu contoh gerakan sosial baru di Indonesia. Perjuangan melawan pacaran menjadi isu utama yang diangkat oleh gerakan ini. Gerakan sosial ITP menargetkan pada perubahan secara personal atau individu. ITP mendapat sorotan cukup besar karena dinilai memperjuangkan keresahaan dan ketidakpuasan sekelompok masyarakat terhadap fenomena sosial berpacaran saat ini. Gerakan ini pun berhasil memberikan dampak atau perubahan pada beberapa kelompok masyarakat. Dilansir dari website resminya, beberapa anggota ITP mengaku berhenti berpacaran dan memutuskan untuk berhijrah setelah mengikuti gerakan ini. Gerakan ini menjadi sangat besar karena mampu menjaring minat masyarakat secara kolektif.

“Gerakan sosial baru dapat dikategorikan sebagai suatu perkumpulan yang inklusif dan diprakarsai aktor-aktor dan diikuti kelompok - kelompok yang secara sadar memobilisasi diri untuk bersama-sama memperjuangkan *democratization of everyday life*.” (Sari & Siahainenia, 2015). Aktor - aktor yang bekerja dibalik munculnya gerakan sosial ini menjadi salah satu faktor besarnya gerakan ITP. Aktor gerakan ITP tentu saja memiliki eksistensi dan kredibilitas bagi sebagian kelompok masyarakat. Beberapa aktor dibalik gerakan tersebut adalah La Ode Munafar (penggagas ITP) yang merupakan penulis dan alumni HTI. Gerakan ini pun juga didukung oleh aktor muda Cholidi Asadil Alam yang tentu saja memiliki banyak penggemar.

Aktor dalam gerakan sosial tentu saja memengaruhi perkembangan dan keberhasilan gerakan itu sendiri. Kaitannya dengan *framing theory* adalah *framing* berperan dalam menentukan keberhasilan partisipasi publik dalam gerakan sosial (Jamil, 2018). Aktor dan pemimpin gerakan sosial dapat membingkai peristiwa sedemikian rupa sehingga publik memiliki pendapat, penilaian, dan perasaan yang sama. Melalui bantuan para aktor gerakan sosial, ITP menyebarkan ideologi – ideologi konservatif terkait pacaran dan menghimbau pengikutnya untuk menikah muda. Berbagai pro dan kontra bermunculan selaras dengan perkembangan gerakan ini yang semakin besar.

Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran dapat dikategorikan sebagai gerakan sosial baru yang berkembang baik dalam dunia virtual maupun dunia maya. Gerakan ITP diluar dunia virtual dilakukan secara konsisten dan masif. Kegiatan gerakan ITP meliputi *longmarch*, kampanye, seminar, hingga dakwah yang rutin dilakukan. Berbagai bentuk kegiatan tersebut menjadi tolak ukur keberhasilan ITP menjaring pengikut dalam jumlah besar. La Ode Munafar mengaku kegiatan “Temu Nasional Indonesia Tanpa Pacaran” pada April 2018 di Islamic Center Bekasi peserta yang datang mencapai 5000 peserta (Malia, “Bom Waktu” dari Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran, 2018). Dalam dunia virtual gerakan ITP dikembangkan melalui media sosial instagram, facebook, whatsapp, serta website. Gerakan ITP dalam dunia virtual berkembang melalui berbagai media sosial yang digunakan. Facebook dan instagram menjadi dua sosial media utama gerakan tersebut dalam menyebarkan ideologi mereka. Himbauan larangan berpacaran dan gerakan menikah muda disampaikan secara bebas dan menuai beragam reaksi dari masyarakat. Dengan jumlah pengikut yang tinggi akun gerakan ITP menjadi salah satu gerakan sosial paling menarik perhatian masyarakat saat ini.

Kaitannya dengan ruang publik virtual, gerakan sosial yang dilakukan melalui media sosial cukup sering terjadi. Gerakan ITP pun menjadi salah satu gerakan sosial yang juga berkembang melalui media sosial. Gerakan sosial baru

yang berkembang dalam ruang publik virtual menekankan pada empat isu penting: “(1) adanya unsur jaringan yang kuat tetapi interaksinya bersifat informal atau tidak terstruktur, (2) adanya *sharing* keyakinan dan solidaritas di antara mereka, (3) ada aksi bersama dengan membawa isu yang bersifat kon_iktual, dan, (4) aksi tuntutan itu bersifat kontinyu tetapi tidak terinstitusi dan mengikuti prosedur rutin seperti dikenal dalam organisasi” (Sari & Siahainenia, 2015).

I.5.4 Ekonomi Politik dalam Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran

Ekonomi politik merupakan istilah yang merujuk pada isu – isu dalam teori sosial, yakni hubungan antara ilmu ekonomi dan ilmu politik. Pendekatan ekonomi politik digunakan untuk meninjau fenomena – fenomena baik secara eksplanatori maupun normatif. Dalam sebuah buku yang berjudul “*What is Political Economy? A Study of Social Theory and Underdevelopment* (1985)” ekonomi politik didefinisikan sebagai hubungan antara ilmu ekonomi dan politik yang menjelaskan bagaimana kedua proses tersebut saling terkait dan mengenai bagaimana seharusnya mereka terkait. Beberapa ahli ekonomi politik juga sepakat bahwa kegiatan ekonomi tidak dapat terlepas dari sistem politik. Sistem politik tidak hanya menciptakan “power relation” dalam masyarakat, tetapi juga mengatur bagaimana nilai dan norma yang menentukan kegiatan ekonomi selanjutnya (Deliarnov, 2006)

Vincent Mosco dalam Hardy (2014) mendefinisikan bahwa “*Political economy as study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources*” (Vincent Mosco, 2009:24). Secara umum teori ekonomi politik adalah sebuah kajian relasi sosial yang berkaitan dengan kontrol, kekuasaan, dan pertahanan dalam kehidupan sosial (Rizki, 2016). Dalam ranah ilmu komunikasi, ekonomi politik juga hadir dalam dunia media. Ekonomi politik dalam hal ini erat kaitannya dengan komunikasi politik. Sistem media mempunyai hubungan erat dengan pasar, dimana suatu pasar (aspek ekonomi) selalu dipengaruhi oleh sistem politik (Subiakto & Ida, 2012). Satu aspek yang menjadi penting dalam praktik sistem

ekonomi dan politik adalah rakyat. Oleh karena itu rakyat menjadi target utama dalam praktik ini. Pengelolaan media dengan menyesuaikan pasar dipengaruhi pula oleh sistem politik yang berkuasa. Hal ini akan memperkuat suatu media apabila ia memiliki kewenangan untuk mempolitisasi rakyat.

Seseorang atau suatu institusi yang memiliki kekuasaan seringkali memanfaatkan kehadiran media untuk melanggengkan kuasa mereka. Dalam perspektif Marxist, para pemilik modal media cenderung berusaha mengembangkan jaringan mereka agar kekuasaan yang dimiliki menjangkau masyarakat lebih luas. Melalui media konvensional maupun digital saat ini menjadi suatu ilmu dan pengetahuan dapat tersebar sangat cepat dan menjadi konsumsi utama masyarakat. Kekuasaan yang dibentuk melalui pengetahuan dan informasi berita diterima oleh khalayak secara luas. Dalam konteks penelitian ini kampanye dan penyebaran narasi terkait wacana tanpa pacaran merupakan bagian dari aktivitas politik, sedangkan usaha – usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup medianya (ITP maupun Gaul Fresh) meliputi proses produksi, distribusi, dan konsumsi produk merupakan bagian dari aktivitas ekonomi.

Ekonomi politik media dapat dipahami pula sebagai upaya dalam melihat sistem komunikasi yang terintegrasi antara aspek ekonomi, politik, sosial, dan kultural. Melalui teori ini, Mosco mengungkapkan tiga konsep utama, yang salah satunya adalah komodifikasi. Bentuk komodifikasi dalam media terlihat pada usaha yang dilakukan media dalam mengemas informasi menjadi suatu wacana yang memiliki nilai jual tinggi. Media dalam hal ini berangkat dari suatu fenomena yang berada di tengah masyarakat, kemudian fenomena tersebut diproduksi menjadi sesuatu yang dapat dikonsumsi publik. Sementara itu dalam proses produksi wacana, media dapat memperoleh keuntungan berupa materi (Rizki, 2016).

Media dalam konteks penelitian ini adalah *instagram* menjadi ruang bisnis melalui produksi teks. Dikatakan bahwa para produser teks media semata – mata hanya melihat masyarakat sebagai pihak untuk dipertimbangkan bagi kepentingan ekonomi politiknya saja (Wahid & Pratomo, 2017). Khalayak pun dijadikan sebagai komodifikasi ketika mereka dituntut untuk menyebarkan ideologi atau dukungan

mereka terhadap suatu gerakan. Seperti yang dilakukan oleh ITP pada gambar 3.30, melalui grup whatsapp disebutkan bahwa artikel yang ditulis langsung oleh La Ode Munafar diminta untuk dibagikan melalui media sosial pribadi para anggotanya. Anggota eksekutif juga diminta untuk mengunggah foto mereka pada akun instagram pribadinya setelah resmi mendaftar anggota eksekutif.

I.5.5 Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis)

Analisis wacana erat kaitannya dengan studi bahasa atau struktur pemakaian bahasa. Analisis wacana pada umumnya berusaha mencari serta membongkar “*hidden meaning*” dalam sebuah teks. Wacana selalu ada dan tersebar luas, namun tidak semuanya dapat menjadi topik atau objek utama dalam lingkungan. *Main feature* dalam *discourse analysis* adalah yang pertama : 1) “*analysis of language beyond the sentence*”, dalam hal ini kalimat tidak dipandang sebagai entitas mandiri, melainkan ada banyak aspek yang mengikuti dan mengelilinginya. 2) “*analysis of language in use*”, artinya bahasa yang dianalisis saat itu selalu terikat dengan konteks ruang, waktu, dan konteks historis.

Bahasa dalam *Critical Discourse Analysis* (CDA) tidak dilihat dan dipahami dalam pengertian linguistik tradisional saja. Bahasa dipahami lebih jauh dengan melihat korelasinya dengan konteks. Melalui sebuah konteks peneliti melihat bahasa digunakan sebagai praktik sosial dan termasuk di dalamnya praktik kekuasaan. Analisis wacana dalam pandangan kritis lebih menekankan pada kumpulan kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Maka dari itu bahasa melalui pandangan ini merupakan wujud representasi yang bertujuan untuk membentuk subjek tertentu, tema – tema wacana, serta strategi yang terkait di dalamnya. Berdasarkan definisi singkat tersebut analisis wacana dapat digunakan untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa. Melalui pandangan ini wacana melihat bahasa selalu terlibat dengan hubungan kekuasaan. (Badara, 2012).

Fairclough melihat wacana sebagai cara untuk mewakili aspek dunia. Aspek dunia tersebut meliputi proses, hubungan, dan struktur dunia material maupun

dunia mental. Dunia mental artinya disini yang diwakilkan adalah pikiran, perasaan, dan kepercayaan terhadap sesuatu hal. Aspek tersebut dapat direpresentasikan dalam bentuk wacana secara berbeda tergantung si pembuat wacana. Wacana terbentuk secara berbeda, artinya perspektif terhadap dunia pun berbeda pula. Wacana harus dipahami berdasarkan identitas sosial pembuat wacana, keberpihakan, kepribadian, dan posisi mereka di dunia. Wacana tidak hanya mewakili dunia sebagaimana adanya, wacana juga bersifat proyektif, imajinari dan mewakili dunia yang mungkin berbeda dari dunia yang sebenarnya (Fairclough, 2003).

Melalui paradigma kritis teori – teori terkait wacana diperkenalkan oleh Michel Foucault dan Althusser. Michel Foucault seorang filsuf asal Prancis memperkenalkan konsep kekuasaan yang sedikit berbeda. “Foucault menawarkan konsep formasi – formasi kewacanaan yang berfungsi antara lain untuk mengidentifikasi kekuatan pemberangusan dan larangan dalam sejarah wacana sosial kunci untuk memahami bagaimana kekuasaan di dunia modern bekerja dengan membungkam berbagai oposisi” (Wiradnyana, 2018). Kekuasaan memproduksi pengetahuan melalui wacana yang di dalamnya berisi ide, gagasan, dan konsep. Wacana dianggap sebagai sebuah kebenaran yang harus diterima meskipun kebenarannya adalah fana. Kekuasaan pun membentuk wacana sebagai pengendalian terhadap perilaku dengan cara membentuk pandangan terhadap suatu hal. Kuasa disini tidak dimaknai sebagai suatu bentuk “kepemilikan”, menurutnya kuasa tidak dimiliki melainkan dipraktikkan dalam suatu ruang lingkup di mana ada banyak posisi yang secara strategis berkaitan satu sama lain (Eriyanto, 2001).

Fairclough dalam bukunya *CDA: Critical Study Of Language* menyebut sebuah konsep hegemoni. Menurutnya hegemoni memberikan alat yang bisa digunakan untuk menganalisis bagaimana praktik kewacanaan menjadi bagian dari praktik sosial yang luas dengan melibatkan unsur kekuasaan. Praktik kewacanaan pun dipahami sebagai aspek perjuangan hegemonis yang memberikan kontribusi dalam proses reproduksi dan transformasi tatanan wacana. Dalam bukunya Fairclough juga menyinggung perkara ideologi. Ideologi menurutnya merupakan

sebuah “makna yang melayani kekuasaan” yang artinya ideologi adalah bentuk proses konstruksi makna (Fairclough, 1995).

Paradigma kritis menghendaki analisis wacana dengan menggunakan *multilevel methods*. Salah satu model analisis wacana kritis dengan *multilevel methods* dikemukakan oleh Norman Fairclough. Fairclough melihat bahwa analisis wacana kritis merupakan proses dimana bahasa menyebabkan konflik atau pertarungan pengajuan ideologi antar kelompok sosial. Sama halnya dengan Foucault, Norman Fairclough melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan dimana penempatan dan fungsi bahasa memengaruhi kekuatan dominan dan ideologi. Model analisis wacana menurut Fairclough dianggap *multilevel methods* karena menghendaki pemahaman teks secara utuh dengan melibatkan konteks sosial-budaya dan latar belakang pembuat teks (wacana) tersebut. Dalam melakukan analisa Fairclough menggabungkan yang mikro (teks) dengan konteks masyarakat yang makro. Ia membagi analisis wacana kritis kedalam tiga level yakni; (a) *analysis of text* (level mikro), (b) *analysis of processes of text production, consumption and distribution* (level meso), (c) *sociocultural analysis of the discursive event (be it an interview, a scientific paper, or a conversation) as a whole* (level makro) (Fairclough, 1995).

Sebuah wacana dikemas dalam bentuk bahasa sehingga Fairclough melihat kaitannya dengan unsur linguistik. Teks wacana yang dibuat merupakan bagian dari praktik sosial yang memiliki dampak. “*Texts have causal effects upon, and contribute to changes in, people (beliefs, attitudes, etc.), actions, social relations, and the material world.*” (Fairclough, 2003). Sebagai elemen sosial dampak sebuah teks pada dasarnya dimediasi oleh proses pembuatan makna. Halliday (1978, 1994) dalam Fairclough (2003) mengungkapkan bahwa proses pembuatan makna meliputi *texturing* dan *making text*. Ia melihat bahwa teks secara simultan mewakili aspek – aspek dunia, serta koheren dan kohesif menghubungkan bagian teks bersama – sama dan menghubungkan teks dengan konteks situasional mereka. Fairclough menyebutkan tiga tipe makna dari sebuah teks, yakni *action*, *representation*, dan *identification*.

Action artinya suatu teks dapat menyiratkan hubungan sosial antara pembuat teks dengan pembaca atau dengan partisipan lainnya. Memberi informasi, peringatan dan sebagainya dalam hubungan sosial yang ditampilkan dalam teks merupakan contoh dari bentuk '*action*' itu sendiri. Fungsi *action* seringkali dipahami pula sebagai fungsi '*relasi*'. *Representation* berkaitan dengan cara yang dilakukan untuk melihat representasi ideologi dan realitas sosial yang dikemukakan dalam wacana. Sedangkan *identification* adalah identitas yang dibentuk baik oleh pembuat teks dan pembaca. Masalah yang ketiga juga melihat bagaimana identitas tersebut dibentuk dan ditampilkan (Fairclough, 2003).

Pada level mikro yang merupakan level untuk menganalisis teks dari sebuah wacana. Sebuah teks memiliki relasi dengan sebuah unsur eksternal dan internalnya yang mengelilinginya. Analisis relasi eksternal merupakan analisis terhadap *elements of social events*, seperti praktik sosial dan struktur sosial. Analisis relasi eksternal teks mencakup analisis tentang bagaimana sebuah teks mewakili fungsi *Action*, *Identification*, dan *Representation*. Sedangkan pada analisis relasi internal merupakan analisis terhadap hubungan semantik, gramatikal, dan kosakata. Pada tahapan ini pula peneliti berusaha mengungkapkan deskripsi linguistik dari sebuah teks bahasa dan membangun koneksi antara sifat – sifat teks tersebut (Eriyanto, 2001).

Pada level meso (praktik kewacanaan) menjelaskan proses produksi dan konsumsi teks. CDA biasanya digunakan untuk menganalisis sebuah teks berita, dimana proses produksi teks berita tentu saja dipengaruhi struktur institusi yang menaunginya. Pola aturan kerja dalam institusi media memengaruhi proses produksi suatu wacana. Proses konsumsi teks pun akan berbeda dengan konteks sosialnya pula. Konsumsi teks dapat dilakukan secara personal maupun kolektif. Distribusi teks artinya melihat bagaimana sebuah teks berhubungan wacana – wacana lainnya.

Terakhir adalah level mikro (praktik sosial-budaya) yang berkaitan dengan konteks di luar teks. Praktik sosial budaya melakukan analisis terhadap ekonomi, politik, dan budaya yang mempengaruhi baik institusi maupun wacananya. Level

analisis ini meliputi tiga tingkatan yakni; 1) situasional, berkaitan dengan produksi dan konteks situasi, 2) institusional, berkaitan dengan pengaruh institusi baik secara internal maupun eksternal, 3) sosial, berkaitan dengan situasi yang lebih makro seperti sistem politik, ekonomi, dan budaya masyarakat secara keseluruhan (Fairclough, 1995).

Dikutip melalui buku yang ditulis oleh Eriyanto (2001) terdapat beberapa karakteristik penting analisis wacana kritis yang dirangkum dari tulisan Teun A. Van Dijk, Fairclough, dan Wodak.

1. Karakteristik pertama adalah melihat wacana sebagai bentuk tindakan, dimana penulis menggunakan bahasa untuk berinteraksi. Melalui pengertian tersebut maka wacana harus dipandang melalui dua hal penting. Wacana dipandang sebagai sesuatu untuk mempengaruhi atau membujuk dan dipandang pula sebagai sesuatu yang diekspresikan secara terkontrol dan sadar.
2. Karakteristik kedua adalah konteks dimana terdapat latar, situasi, peristiwa, dan kondisi yang juga dihubungkan dalam analisis wacana. Konteks yang dipilih adalah konteks yang memang relevan dan berpengaruh atas produksi dan penafsiran teks. Namun terdapat dua konteks penting yang harus diperhatikan, yang pertama partisipan wacana atau latar pembuat wacana meliputi pendidikan, kelas sosial, etnis, dan agama. Kedua adalah setting sosial meliputi tempat, waktu, dan posisi pembicara dan pendengar.
3. Karakteristik selanjutnya adalah historis. Kita harus menarik lebih jauh ke belakang terkait sejarah mengapa suatu wacana dikembangkan dan bagaimana konteks sosial kala itu. Artinya wacana dapat dipahami dengan melakukan tinjauan atas mengapa wacana dikembangkan seperti itu dan mengapa bahasa yang digunakan seperti itu.
4. Karakteristik yang keempat adalah kekuasaan. Seperti yang sudah disinggung diatas bahwasannya sebuah wacana erat kaitannya dengan praktik kekuasaan. Segala sesuatu dalam wacana tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah dan netral, melainkan di dalamnya pasti ada

pertarungan kekuasaan. Melalui kekuasaan dalam wacana kita dapat melihat siapa yang melakukan kontrol dan di kontrol. Dalam hal ini kelompok dominan cenderung melakukan kontrol atas kelompok non-dominan.

5. Karakteristik yang terakhir adalah ideologi. Hasil produksi bahasa selalu mencerminkan ideologi kelompok tertentu. Ideologi dibentuk untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi suatu kelompok. Oleh karena itu wacana tidak dapat dipahami sebagai sesuatu yang netral dan alamiah, karena pasti ada ideologi yang mengikutinya.

Kekuasaan bekerja secara tidak terlihat, ia bekerja melalui praktik disiplinisasi. Hal ini terbukti bahwasannya kehidupan bukan diatur melalui serangkaian penekanan atau represi dari pihak dominan, melainkan melalui definisi yang dibentuk serta regulasi yang berlaku. Berbagai regulasi yang berlaku pada akhirnya mengklasifikasikan makna mana yang benar dan salah, mana yang harus dipercaya dan tidak, serta mana yang harus dilakukan dan tidak. Mekanisme kontrol yang terjadi pada akhirnya mempengaruhi hubungan kita dengan realitas. Hubungan tersebut diatur melalui wacana yang selanjutnya membentuk konsep - konsep, ide - ide, dan kepercayaan yang secara ideal harus kita ikuti. "Melalui wacana individu tidak hanya didefinisikan, tetapi juga dibentuk, dikontrol, dan didisiplinkan" (Eriyanto, Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media, 2001).

I.6 Metodologi Penelitian

I.6.1 Jenis Penelitian

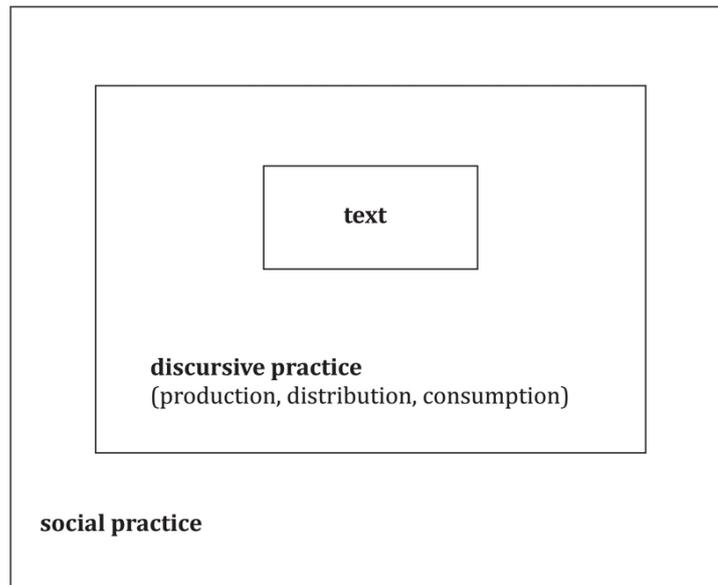
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti ingin mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta, atau realita (Raco, 2000). Penelitian ini berpedoman pada paradigma kritis sehingga metode penelitian yang dipilih adalah metode *critical discourse analysis* yang digagas oleh Norman Fairclough. Metode penelitian tersebut dipilih karena peneliti ingin mengeksplorasi konsep pacaran yang diartikulasikan dalam unggahan di akun instagram @IndonesiaTanpaPacaran. Peneliti berpendapat bahwa CDA dapat menjadi pisau analisis yang mampu mengupas konsep narasi pacaran sehingga dapat diperoleh kesimpulan mengenai apa dan bagaimana unggahan di akun @IndonesiaTanpaPacaran mengartikulasikan gerakan tersebut.

I.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif, yang akan mendeskripsikan sebuah permasalahan tanpa melakukan generalisasi terhadap fenomena lainnya. Tipe penelitian ini dipilih karena penulis ingin mendeskripsikan bagaimana wacana pacaran di artikulasikan oleh gerakan Indonesia Tanpa Pacaran. Tipe ini juga dipilih karena penulis ingin mendeskripsikan proses atau cara - cara yang ditempuh oleh gerakan Indonesia Tanpa Pacaran dalam melakukan konstruksi wacana pacaran. Melalui metode ini permasalahan terkait narasi wacana pacaran akan dijabarkan dalam bentuk kata – kata tertulis.

I.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis yang digagas oleh Norman Fairclough. Melalui CDA Fairclough melihat wacana sebagai suatu praktik sosial. Analisis wacana sebagai metode penelitian sosial tidak hanya mempersoalkan bahasa (wacana) melainkan pula dikaitkan dengan problematika sosial. Oleh karena itu proses penelitian tidak hanya memahami makna yang dalam teks, tetapi juga menggali makna dibalik teks wacana menurut paradigma kritis yang digunakan (Fairclough, 1995).



Gambar 1.6.1 Critical Discourse Analysis Model Fairclough (Eriyanto, 2001)

Analisis wacana kritis menurut Fairclough terbagi ke dalam tiga dimensi, yakni *text*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Berdasarkan gambar diatas dimensi pertama adalah teks dimana objek analisis merupakan semua tanda verbal yang dianalisis secara linguistik. Dimensi kedua dari CDA menurut Fairclough adalah praktik kewacanaan yang dipahami sebagai proses produksi, distribusi, dan konsumsi objek penelitian (wacana). Pada dimensi terakhir merupakan praktik sosial-budaya yang melihat pengaruh *power behind discourse*. Praktik sosial budaya melakukan analisis terhadap ekonomi, politik, dan budaya yang mempengaruhi baik institusi maupun wacananya (Fairclough, 1995).

1.6.4 Objek Penelitian

Peneliti memilih tujuh unggahan akun instagram @IndonesiaTanpaPacaran sebagai objek penelitian. Unggahan dipilih berdasarkan keyword yang ditentukan sesuatu dengan tema dan tujuan penelitian. Keyword tersebut adalah “Pacaran” , “Menikah” , dan “Dosa”. Jangka waktu unggahan yang dipilih adalah foto yang diunggah selama bulan Desember 2019.



Gambar 1.6.2 Objek Penelitian “Biaya Pacaran”(www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)



Gambar 1.6.3 Objek Penelitian “Orang Pacaran Itu Lemah” (www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)



Gambar 1.6.4 Objek Penelitian “Kasus Pembunuhan Berawal Dari Pacaran”
(www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)



Gambar 1.6.5 Objek Penelitian “Tips Mengenai Pasangan Tanpa Pacaran”
(www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)



Gambar 1.6.6 Objek Penelitian “Pacaran Berakhir di Pelaminan”
(www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)



Gambar 1.6.7 Objek Penelitian “Perempuan Harga Diri”
(www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)



Gambar 1.6.8 Objek Penelitian “Apa Standar Siap Menikah”
(www.instagram.com/indonesiatanpapacaran)

Selain konten instagram yang ada di periode Desember 2019, peneliti juga menggunakan unggahan di luar periode tersebut. Unggahan lain tersebut selanjutnya menjadi data pendukung antar satu teks dengan teks lainnya (intertekstualitas). Peneliti juga menggunakan data pendukung yakni berupa video yang diunggah melalui media sosial youtube.



*Gambar 1.6.9 Objek Penelitian “Pacaran Tergantung Orangnya”
(<https://www.youtube.com/watch?v=K5q4sk9MB18>)*



*Gambar 1.6.10 Objek Penelitian “Bukti Pacaran Aktivitas Sia – Sia”
(<https://www.youtube.com/watch?v=zQVOzzXMJSQ>)*



*Gambar 1.6.11 Objek Penelitian “Kedok Lelaki Bejat Dalam PDKT”
(<https://www.youtube.com/watch?v=jDyac9yMLtM>)*

I.6.5 Unit Analisis

Unit analisis merupakan satuan terkecil dari objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini unit analisis dibagi berdasarkan level analisis wacana Fairclough yakni teks, praktik diskursif, dan praktik sosialbudaya.

1. Pada level teks unit analisis merupakan teks yang menempel pada unggahan yang telah dipilih. Unit analisis pada objek penelitian meliputi teks dalam foto, caption, dan hashtag.
2. Pada level praktik diskursif unit analisis merupakan transkrip wawancara dengan narasumber (pembuat teks wacana gerakan ITP)
3. Pada level praktik sosialbudaya unit analisis wacana lain yang berada di sekitar wacana ITP dilihat dari aspek ekonomi, sosial, dan budaya.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi :

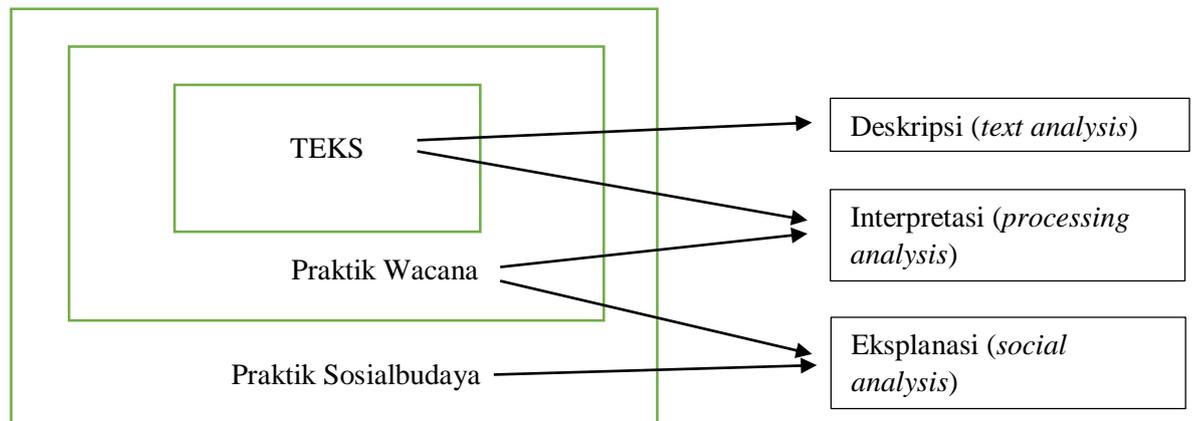
1. Data primer : data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi.
2. Data sekunder : data dalam bentuk yang tersedia melalui publikasi dan informasi dari studi kepustakaan dan profil organisasi terkait.

Pengumpulan data primer diawali dengan melakukan screening berdasarkan pedoman berikut : 1) Pengambilan sample disesuaikan dengan tujuan penelitian, 2) jumlah sample tidak dipersoalkan, 3) unit sampel yang dihubungkan sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Screening dilakukan berdasarkan kata yang dipilih dapat mewakili level analisis teks. Kata – kata tersebut meliputi “Pacaran” , “Menikah” , dan “Dosa”. Kata tersebut dipilih karena sesuai dengan tema dan tujuan penelitian dimana gerakan ITP melarang hubungan berpacaran dan selalu menawarkan pernikahan sebagai solusi. Gerakan ini juga banyak memberikan gambaran perempuan yang ideal maupun perempuan yang berpacaran melalui instagramnya *Screening* dilakukan pada unggahan yang muncul pada bulan Desember 2019. Data primer meliputi unggahan instagram ITP dan video – video yang di unggah langsung oleh produser teks.

Peneliti juga mengumpulkan beberapa data pustaka terkait fokus penelitian meliputi buku dan artikel. Data tersebut tentu saja menjelaskan beberapa konsep gerakan indonesia tanpa pacaran, sejarah penggagas gerakan Indonesia Tanpa Pacaran, *power and knowledge* dan materi lainnya terkait penelitian ini.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana dari Norman Fairclough. Model analisis wacana kritis milik Fairclough menerapkan *multilevel methods*, dimana ia menggabungkan level mikro (analisis teks) dan level makro yang lebih luas yakni konteks masyarakat. Tiga level tersebut meliputi analisis pada *text* (level mikro), *discourse practice* (level meso), dan *sociocultural practice* (level makro) seperti yang digambarkan pada bagan di bawah ini.



Gambar 1.6.12 Dimensions of discourse and Dimensions of discourse analysis (Fairclough, 1995)

Level mikro meliputi analisis tekstual dalam wacana. Analisis ini berguna untuk melihat bagaimana penulis menkonstruksikan simbol – simbol linguistik untuk membentuk wacana gerakan ITP. Sebuah teks memiliki relasi dengan sebuah unsur eksternal dan internalnya yang dapat dianalisis. Analisis relasi eksternal merupakan analisis terhadap *elements of social events*, seperti praktik sosial dan struktur sosial. Analisis relasi eksternal teks mencakup analisis tentang bagaimana sebuah teks mewakili fungsi *Action, Identification, dan Representation* (Fairclough, 2003). Sedangkan analisis relasi internal meliputi hubungan semantik, gramatikal, dan kosakata yang dijelaskan sebagai berikut :

1. *Semantic relations* : makna yang dipahami melalui hubungan antara kata dengan unsur yang lebih panjang untuk memahami ekspresi manusia, seperti antara unsur klausa, antara klausa dan antara kalimat
2. *Grammatical relations* : makna yang dipahami melalui hubungan antara “morfem” dalam kata, antara kata dalam frasa, antara frasa dalam klausa, dan antara klausa dalam kalimat.
3. Kosakata (*‘lexical’ relations*) : makna yang dipahami melalui hubungan antara kata atau ekspresi. Makna leksikal merupakan makna sebenarnya sesuai dalam kamus

4. *Relations* : Hubungan dalam bahasa lisan, termasuk pola prosodi intonasi dan ritme; hubungan grafik dalam bahasa tertulis - misalnya hubungan antara berbagai font atau jenis ukuran dalam teks tertulis.

Representasi : representasi dipahami sebagai bentuk kelompok, tindakan, atau ideologi yang ingin ditampilkan pembuat wacana. Representasi menurut Fairclough dapat dilihat dalam anak kalimat, kombinasi anak kalimat, dan gabungan atau rangkaian antar anak kalimat (Eriyanto, 2001).

1. Representasi dalam anak kalimat

Pada tingkatan ini representasi dapat dilihat melalui pilihan kosakata (*vocabulary*) dan tata bahasa (*grammar*) dalam teks. Representasi kelompok, tindakan, atau ideologi dalam sebuah teks akan dibahasakan sebagai tindakan (*action*) atau sebagai peristiwa (*event*). Pemilihan kosakata dan tata bahasa yang beragam dapat memberikan makna yang berbeda pula. Hal yang perlu ditekankan disini adalah bagaimana pilihan kata dapat menimbulkan realitas yang berbeda dan bagaimana realitas yang sama dapat dibahasakan secara berbeda.

2. Representasi dalam kombinasi anak kalimat

Pada dasarnya sebuah realitas dapat terbentuk melalui bahasa dengan gabungan antar anak kalimat. Koherensi pada titik tertentu dapat menunjukkan ideologi pembuat wacana. Beberapa bentuk koherensi antar anak kalimat adalah: 1) elaborasi, anak kalimat satu menjadi penjelas anak kalimat lain dengan menggunakan kata sambung “yang”, “lalu”, atau “selanjutnya” 2) perpanjangan, anak kalimat satu merupakan perpanjangan anak kalimat lain dengan menggunakan kata hubung “dan”, “tetapi”, “meskipun”, “akan tetapi”, dan sebagainya

3. Representasi dalam rangkaian antarkalimat

Pada aspek ini melihat bagaimana pembuat teks wacana menyusun dan merangkai kalimat. Pemaknaan representasi dilihat dari bagian kalimat mana yang lebih menonjol dibandingkan kalimat lain. Pembuat teks akan berusaha

menonjolkan suatu kalimat yang mereka nilai penting. Penekanan ini dilakukan agar pembaca dapat berfokus pada kalimat yang mereka anggap penting.

4. Relasi atau *Action*

Fungsi relasi berhubungan dengan bagaimana partisipan lain dihubungkan dan ditampilkan dalam teks. Partisipan ini menurut Fairclough dibagi menjadi tiga kategori, yakni *wartawan* (pembuat teks dan pencari sumber informasi), *khalayak media*, dan *partisipan publik* (tokoh masyarakat, artis, ulama, ilmuwan, dan sebagainya). Pada analisis ini peneliti berfokus pada bagaimana pola hubungan ketiga partisipan tadi ditampilkan dalam teks. Dalam analisis hubungan peneliti dapat melihat bagaimana kekuatan sosial kelompok dominan ditampilkan dalam teks oleh pembuat wacana. Kedua peneliti juga dapat melihat bagaimana khalayak ditampilkan dalam teks wacana.

5. Identitas

Pada fungsi identitas peneliti melihat bagaimana identitas pembuat wacana ditampilkan dalam teks. Dalam hal ini pembuat wacana akan menempatkan dan mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok atau sebagai entitas yang mandiri

Level berikutnya adalah level meso yang meliputi analisis praktik diskursif. Hubungan antara teks dan praktik sosialbudaya di mediasi oleh praktik diskursif. Bagaimana teks diproduksi dan diinterpretasi dilihat pada praktik diskursif mana yang diambil dari urutan wacana yang dibuat. Peneliti melakukan interpretasi (*processing analysis*) berdasarkan pada pendapat kritik subjektif peneliti. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan representasi makna yang ingin diciptakan teks tersebut. Menurut Fairclough makna dapat dipahami dengan melibatkan konteksnya. Realitas di balik teks dapat ditemukan dengan menganalisis konteks produksi teks, konsumsi teks, dan penyebaran teks yang mempengaruhi pembuatan teks. Ketiga dimensi tersebut dijabarkan sebagai berikut :

1. Produksi teks : tahapan ini menganalisis pihak – pihak yang terlibat dapat pembuat teks wacana. Analisis dilakukan pada level terkecil seperti latar belakang tim penyusun konten hingga level tertinggi seperti pemilik organisasi atau pemilik modal
2. Penyebaran teks : tahapan ini menganalisis bagaimana dan media apa yang digunakan dalam menyebarkan teks wacana tersebut.
3. Konsumsi teks : tahapan ini menganalisis pihak – pihak yang menjadi target wacana Indonesia Tanpa Pacaran.

Level terakhir merupakan level makro yang meliputi analisis praktik sosial budaya. Praktik sosial budaya tidak mempengaruhi teks secara langsung, namun mempengaruhi bagaimana teks diproduksi dan dipahami. Hubungan antara teks dengan praktik sosialbudaya ditentukan oleh praktik diskursif yang dipilih. Peneliti akan melihat aspek situasi, intitusi, dan konteks masyarakat yang terkait dengan wacana gerakan ITP. Fairclough membuat tiga level analisis pada level analisis ini, yakni :

1. Situasional : meliputi konteks sosial yang memperhatikan aspek situasional saat teks di produksi. Satu teks dengan teks yang lain dapat berbeda tergantung pada kondisi yang unik. Teks dapat dipahami pula sebagai tindakan yang merespon situasi atau konteks sosial tertentu.
2. Institusional : meliputi pengaruh organisasi dalam praktik produksi wacana. Pengaruh institusi dapat muncul baik dari internal media itu sendiri maupun dari kekuatan eksternal. Kekuatan eksternal disini merupakan institusi politik dan pengaruh ekonomi media. Institusi politik mempengaruhi kebijakan sebuah organisasi atau media.
3. Sosial : meliputi analisis terhadap sistem ekonomi, sistem politik, dan sistem budaya masyarakat secara keseluruhan.