

SKRIPSI

**PEMBERITAAN MEDIA PRANCIS MENGENAI GERAKAN “GILETS
JAUNES” (ANALISIS WACANA)**



Di susun dan diajukan oleh:

WAHYUNI YUSUF

F31115505

**DEPARTEMEN SASTRA PRANCIS
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PEMBERITAAN MEDIA PRANCIS MENGENAI GERAKAN "GILETS
JAUNES" (ANALISIS WACANA)**

Disusun dan diajukan oleh:

WAHYUNI YUSUF

F31115505

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana, Program Studi Sastra Prancis, Fakultas Ilmu
Budaya

Univeritas Hasanuddin

Pada tanggal 09 Desember 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

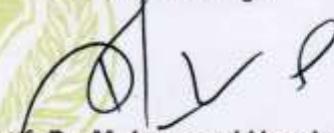
Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Ade Yolanda Latjuba, M.A
NIP. 19601015 198703 2 001

Pembimbing II



Prof. Dr. Muhammad Hasyim, M.Si
NIP. 19671028 199403 1 004

Ketua Departemen
Sastra Prancis,



Dr. Prasuri Kuswarini, M.A
NIP. 19630127 199203 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyuni Yusuf

NIM : F31115505

Program Studi : Sastra Prancis

Jenjang : S1

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

PEMBERITAAN MEDIA PRANCIS MENGENAI GERAKAN "GILETS JAUNES" (ANALISIS WACANA)

Adalah hasil karya tulis saya sendiri, dan bukan tulisan atau pemikiran orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya yang diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 09 Desember 2022

Yang menyatakan,



Wahyuni Yusuf

F31115505

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Bonjour !

Alhamdulillah rabbil 'alamin, semua ucapan atas rasa syukur kepada Allah SWT, yang selalu memberikan pertolongan dalam segala bentuk apapun. Skripsi yang ditulis oleh penulis tidak akan selesai tanpa ijin, restu, dan ridho darinya. Berkat kasih sayangnya, Skripsi yang berjudul "**Pemberitaan Media Prancis Mengenai Gerakan *Gilets Jaunes***" dapat diselesaikan.

Adapun pihak-pihak yang berperan dalam membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan Skripsi, penulis ingin mengucapkan rasa Terima kasih sebesar-besarnya kepada

- Dr. Prasuri Kuswarini, M.A.
- Dr. Ade Yolanda Latjuba, S.S M.A.,
- Prof. Dr. Muhammad Hayim, M.Si.
- Dr. Mardi Adi Armin, M.Hum.
- Drs. Hasbullah, M.Hum.
- Seluruh Dosen Departemen Sastra Perancis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu, dan juga motivasi kepada peneliti
- Seluruh staf administrasi Fakultas Ilmu Budaya dan Departemen Sastra Perancis Universitas Hasanuddin

- Mes Parents, selaku orang tua, Mama dan Papa, dan kakak-kakak yang selalu memberikan dukungan, agar bisa menyelesaikan SKRIPSI
- Keluarga besar MARONG FRANCE MALUT
- Keluarga besar LAFAM LBA AL-MARKAZ Makassar
- Keluarga besar WP
- Keluarga besar HIMPRA KMFIB-UH
- Keluarga besar KNPI MALUT
- Keluarga besar G

Makassar, 28 Mei 2022

Wahyuni Yusuf

ABSTRAK

Wahyuni Yusuf. Penelitian ini menganalisis tentang “**PEMBERITAN MEDIA PRANCIS MENGENAI GERAKAN *GILETS JAUNES* (ANALISIS WACANA)**”. Peneliti mengambil data dari dua media daring Prancis, yaitu L’humanite dan Le Monde.

Jenis penelitian ini adalah analisis teks dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif, menggunakan teori analisis wacana kritis Teunan A. Van Dijk untuk menggambarkan bagaimana teks pemberitaan media dan bagaimana bentuk praktik wacana media dalam memberitakan *Gilets Jaunes*. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi wacana yang dibangun oleh media Prancis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Media L’humanite terlihat berpihak ke pemerintah, hal itu berdasarkan teks media mengutip pendapat Pemerintah dan juga tuntutan dari Gerakan *Giltes Jaunes* terhadap pemerintah. 2) Media Le Monde subjektif, hal itu berdasarkan isi teks berita yang hanya berfokus pada jajak pendapat online, berapa banyak yang mendukung aksi gerakan *Gilets Jaunes*.

Kata kunci: analisis wacana kritis, gerakan *Gilets Jaunes*, media Prancis

RÉSUMÉ DU MÉMOIRE

Wahyuni Yusuf. Le titre de ce mémoire est « **LES MÉDIAS FRANÇAIS SUR LE MOUVEMENT DES GILETS JAUNES (ANALYSE DU DISCOURS)** ».

Les données sont pris de deux médias en ligne français, à savoir L'humanité et Le Monde.

Le type de la recherche est une analyse de texte utilisant une approche descriptive qualitative, utilisant la théorie de l'analyse critique du discours de Teunan A. Van Dijk pour décrire comment sont les textes d'actualité des médias et comment les pratiques du discours médiatique se forment dans les reportages sur Gilets Jaunes. L'objectif de cette thèse est d'expliquer le fonctionnement de la stratégie de discours construite par les médias français.

Les résultats de l'étude montrent que : 1) Les médias de L'humanité paraissent, ceci est basé sur des textes médiatiques citant l'opinion du Gouvernement et aussi les revendications du Mouvement des Giltes Jaunes contre le gouvernement. 2) Médias Le Monde est subjectif, il se base sur le contenu du texte d'actualité qui se concentre uniquement sur les sondages en ligne, combien soutiennent les actions du mouvement Gilets Jaunes.

Mots-clés: analyse critique du discours, *Gilets Jaunes*, media français

ABSTRACT

Wahyuni Yusuf. This study analyzes "**FRENCH MEDIA REPORTING ABOUT THE *GILETS JAUNES* MOVEMENT (DISCOURSE ANALYSIS)**".

Researchers took data from two French online media, namely L'humanite and Le Monde.

This type of research is text analysis using a qualitative descriptive approach, using Teunan A. Van Dijk's critical discourse analysis theory to describe how media news texts are and how media discourse practices form in reporting on *Gilets Jaunes*. The purpose of writing this thesis is to explain how the discourse strategy built by the French media.

The results of the study show that: 1) L'humanite media seems to be in favor of the government, this is based on media texts quoting the government's opinion and also the demands of the *Giltes Jaunes* Movement against the government. 2) Media Le Monde is subjective, it is based on the contents of the news text which only focuses on online polls, how many support the actions of the *Gilets Jaunes* movement.

Keywords: critical discourse analysis, *Gilets Jaunes* movement, French media

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| RÉSUMÉ DU MÉMOIRE | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA PUSTAKA | 9 |
| A. Landasan Teori | 9 |
| A. Media dan Komunikasi | 9 |
| B. Media dan Wacana | 14 |
| C. Analisis Wacana | 15 |
| D. Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk | 17 |
| 1. Superstruktur | 18 |
| 2. Struktur Makro | 20 |
| 3. Struktur Mikro | 21 |

| | | |
|---------|--|----|
| | B. Tinjauan Obyek Peneitian..... | 23 |
| | a. Gambaran Singkat Media <i>L'Humanité</i> dan <i>Le Monde</i> | 23 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 26 |
| | A. Jenis Penelitian | 26 |
| | B. Fokus Penelitian | 26 |
| | C. Sumber Data..... | 27 |
| | D. Teknik Pengumpulan Data | 27 |
| | E. Teknik Analisis Data | 29 |
| BAB IV | DATA DAN PEMBAHASAN | 30 |
| | A. Analisis Data..... | 30 |
| | 1. Teks Berita <i>L'humanite</i> | 30 |
| | 2. Teks Berita <i>Le Monde</i> | 53 |
| | B. Strategi Wacana Media <i>L'humanite</i> dan <i>Le Monde</i> | 69 |
| BAB V | PENUTUP | 72 |
| | A. Kesimpulan | 72 |
| | B. Saran | 73 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 74 |
| | LAMPIRAN | 77 |

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Gambar 1. | <i>Gilets Jaunes</i> | 53 |
| Gambar 2. | <i>Gilets Jaunes</i> | 68 |
| Tabel 1. | <i>lead</i> pada media <i>L'Humanité</i> | 33 |
| Tabel 2. | Komentar dalam <i>L'Humanité</i> | 37 |
| Tabel 3. | Topik dan Subtopik teks berita media <i>L'Humanité</i> | 40 |
| Tabel 4. | Metafora pada teks berita media <i>L'Humanité</i> | 46 |
| Tabel 5. | <i>lead</i> pada media <i>Le Monde</i> | 56 |
| Tabel 6. | Komentar pada teks berita <i>Le Monde</i> | 59 |
| Tabel 7. | Topik dan sub topik teks berita media <i>Le Monde</i> | 61 |
| Tabel 8. | Metafora pada teks media <i>Le Monde</i> | 67 |
| Tabel 9. | Fokus Berita | 69 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berita merupakan sebuah informasi penting mengenai fakta atau ide ter-update yang dibuat atau dirancang dengan semenarik mungkin untuk menciptakan daya tarik terhadap khalayak, melalui berbagai media surat kabar, radio, televisi, dan media internet. Dalam kehidupan sehari-hari saat ini, manusia terbiasa dengan keadaan dunia yang semakin canggih di era digital ini, banyak platform media sosial yang digunakan untuk mencari informasi penting yang terjadi di seluruh dunia. Topik berita yang dipilih biasanya sesuai dengan minat seperti perang, pemerintahan politik, pendidikan, kesehatan, lingkungan, ekonomi, bisnis, mode, dan peristiwa unik.

Menurut Tuchman (1998), berita adalah institusi sosial yaitu suatu institusi yang membolehkan pembaca mendapat maklumat daripadanya. Berita juga mempunyai 'sekutu' dengan institusi berkuasa. Dan berita ditentukan, dikumpulkan dan disebar oleh profesional yang bekerja dalam sebuah organisasi yang menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan media. Selain itu, Tuchman juga menerangkan bahwa berita adalah suatu hasil (produk) yang disebar oleh sekumpulan profesional yang khusus bekerja dalam sebuah organisasi media.

Walter Lippmann (2006) dalam tulisannya yang berjudul *The Nature of News* yang diterbitkan pada tahun 1950 dan diterbitkan ulang pada tahun 2006 memberi analogi berita yang menarik untuk memudahkan pemahaman tentang berita. Menurut Lippmann, analogi yang tumbuh besar menjadi anak pohon.

Dalam konteks Malaysia, Mansor Ahmad Saman (1986) mendefinisikan berita sebagai laporan tentang isu pada masanya yang penting, ganjil dan menarik, serta ide dan pendapat yang menarik perhatian sejumlah pembaca. Pengertian ini tidak jauh berbeda daripada definisi-definisi berita dari Barat.

Gilets Jaunes menjadi salah satu topik berita yang menarik yang dimuat diberbagai surat kabar, dan juga media sosial. Gilets Jaunes atau disebut juga gerakan rompi kuning adalah sebuah komunitas yang membuat gerakan protes tentang kenaikan harga bahan bakar, tingginya biaya hidup, dan beban yang tidak proposional dari reformasi pajak pemerintah yang menimpa para kelas pekerja menengah, terutama yang berada di daerah pedesaan. Para pengunjuk rasa menyerukan perubahan kebijakan harga bahan bakar tersebut, dan pengunduran diri Presiden Prancis.

Gerakan rompi kuning muncul di Prancis pada sekitar bulan Oktober tahun 2018. Setelah sebuah petisi online yang diposting pada bulan Mei telah berhasil menghimpun hampir satu juta tanda tangan, secara demokratis, demonstrasi massa dimulai pada 17 November 2018 diadopsi oleh

pemrotes sebagai symbol dari keluhan mereka. Protes ini muncul secara spontan pada bulan November terhadap kenaikan pajak bahan bakar mobil, dengan pendukung mengenakan rompi keselamatan *fluorescent* yang diwajibkan oleh hukum Prancis untuk dibawa oleh semua pengendara.

Pengunjuk rasa marah atas kenaikan harga di pompa bensin, dengan biaya diesel meningkat sekitar 20 persen pada tahun lalu menjadi rata-rata 1,49 euro (\$ 1.68) per liter. Macron kemudian mengumumkan pajak lebih lanjut untuk bahan bakar, yang mulai berlaku pada 1 Januari 2019, suatu langkah yang menurutnya perlu memerangi perubahan iklim dan melindungi lingkungan.

Awalnya gerakan ini didukung dan diikuti oleh orang-orang di kota-kota kecil dan pedesaan Prancis, dimana sebagian besar berkeliling dengan mobil. Dalam hal kenaikan harga bahan bakar, sangatlah penting, karena hampir 61% masyarakat Prancis menggunakan bahan bakar diesel dan banyak supir truk dan petani terbiasa menggunakan bahan bakar dengan harga yang murah. Hal tersebut diperparah karena banyak dari warga negara Prancis yang tergantung pada kendaraan mobil mereka dimana mereka tidak bisa mengakses angkutan umum reguler. Protes gerakan yang menjadi lebih luas dimana Macron dirasa mendukung kaum elit dan penduduk kota yang kaya.

Pengamat mengatakan sebagian besar dari mereka yang bergabung dengan gerakan “rompi kuning” adalah pekerjaan berpenghasilan

menengah kebawah yang mengatakan mereka nyaris tidak sedikitpun menikmati layanan publik dari imbalan beberapa tagihan pajak tertinggi di Eropa.

Dulu banyak tuntutan mereka dari gerakan rompi kuning tersebut, contohnya seperti penarikan kebijakan kenaikan bahan bakar diesel, kenaikan pajak bagi golongan kaum borjuis, kenaikan layanan publik, hancurkan kapitalisme, tingkatkan taraf layanan kesehatan dan sebagainya. Dari banyaknya tuntutan yang dituntut oleh gerakan ini dapat disimpulkan bahwa telah terjadi kondisi ekonomi yang tidak stabil serta menindaskan kaum kelas menengah kebawah di Prancis.

Gerakan Gilets Jaunes awalnya dipopulerkan oleh seorang aktivis Prancis yang bernama Priscilla Ludosky. Priscilla mengupload petisi ini secara langsung di akun Facebook pribadinya. Dan postingan petisi ini kemudian mendapatkan banyak respon dari masyarakat di Prancis. Tuntutannya antara lain, tingkatkan koordinasi di tingkat Eropa dalam mengatasi krisis kesehatan, perbaikan ekonomi dan daya beli, lingkungan hidup, demokrasi dan pemerintah. Petisi ini diluncurkan melalui Facebook untuk panggilan turun berdemonstrasi. Gerakan ini menggunakan rompi kuning dengan alasan, warna kuning sangat mencolok dan rompi yang dipakai itu, adalah pakaian wajib bagi pekerja kasar, selain murah dan mudah didapat, dan juga bisa dikenali oleh sesama aktivis.

Gerakan Gilets Jaunes ini pada November 2018 menuntut “keadilan sosial, dan perbaikan lingkungan hidup” hasilnya pada Desember 2018 pajak karbon dibatalkan. Dan pada tahun 2019, tuntutan awal diajukan “Restorasi pajak kekayaan”. Pemerintah menanggapi pemberontakan dengan pemotongan pajak (anggaran 2020). Serangkaian tindakan yang diumumkan oleh Presiden Prancis Emanuel Macron pada Desember 2018 menelan biaya sekitar 10 miliar euro. Penurunan biaya sebesar 1 euro pada tahun 2020, dan Gerakan Gilets Jaunes tidak puas dengan keputusan ini.

Gerakan Gilets Jaunes ini tidak dibuat berdasarkan profesi tertentu masyarakat di Prancis. Dan juga tidak dibuat berdasarkan perusahaan tertentu, dan bersifat politis. “Mouvement Gilets Jaunes” merubah nama menjadi “Syndicat Gilets Jaunes” yang tidak didanai oleh perusahaan atau negara. Visi misi mereka adalah mengurangi ketimpangan sosial dan memperjuangkan kemanusiaan serta lingkungan hidup. Situs resmi **#SYNDICATGJ** (www.syndicatgj.fr).

Dengan adanya gerakan awal “Gilets Jaunes” di Prancis, banyak negara di luar negara Prancis yang mengikuti gerakan tersebut. Mulai dari protes “Rompi Kuning” terbesar Prancis diadakan di Taipei dengan lebih dari 10.000 pendemo pada 19 Desember 2018. Perhatian utama mereka adalah keadilan pajak. Beberapa protes di negara-negara lain terkait dengan keprihatinan utama Prancis (Perpajakan, biaya hidup, perwakilan, dan perbedaan pendapat). Berikut beberapa negara yang mengikuti pola gerakan “Gilets Jaunes”. Di Belgium beberapa anggota gerakan mulai

bekerja untuk membentuk sebuah partai untuk pemilihan federal Belgia pada tahun 2019 dengan nama Mouvement Citoyen Belge. Pada 8 Desember, ketika para pemrotes menyerukan pengunduran diri Perdana Menteri Charles Michel. Di negara Australia “Australian Liberty Alliance”, sebuah partai politik sayap kanan kiri, berganti nama menjadi “Yellow Vest Australia pada 9 April. Di Bulgaria, pengunjuk rasa anti-pemerintah di Bulgaria mulai menggerakkan rompi kuning dengan visibilitas tinggi mulai 16 November. Di Kanada, rompi kuning adalah gerakan paling kanan dan ultra-kanan. Dimulai pada akhir 2018 setelah Prancis memprotes, Kelompok Rompi Kuning Kanada dikatakan telah mengambil nada xenophobia dari awal. Gerakan ini dikatakan menentang Undang-Undang harga polusi gas Rumah Kaca Federal dan pro-pipa, tetapi sebagian besar berfokus pada anti-imigran, anti-islam, antisemit, dan retorika supremasi kulit putih. Di Kroasia, pada 15 Desember 2018. “Yellow Vests Croatia” mengadakan demonstrasi di Zagreb, Pula, dan Rijeka. Di negara Finlandia pengunjuk rasa anti-imigrasi, yang telah memulai demonstrasi sebelum munculnya gerakan rompi kuning, telah mengadopsi simbol rompi kuning, dimulai dengan demonstrasi pada 17 Desember. Di negara Irak, pada 5 Desember 2018, pengunjuk rasa yang terinspirasi rompi kuning berdemonstrasi di Basra, Irak, untuk lebih banyak kesempatan kerja dan layanan yang lebih baik. Di negara Iran, pada tanggal 23 Juni, rompi kuning memprotes keterlambatan gaji setelah 5 bulan (<https://www.scribd.com/doc/473432163>).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk terhadap pemberitaan yang memberitakan gerakan rompi kuning yang dimuat di media *L'Humanité* dan *Le Monde*. Media adalah *L'Humanité* dan *Le Monde* merupakan salah satu media daring terkenal di kalangan masyarakat Prancis dengan latar belakang ideologi yang berbeda. Pertama *L'Humanité* secara historis merupakan salah satu surat kabar komunis paling berpengaruh yang diterbitkan di negara non komunis. Kedua, *Le Monde* yaitu media dengan ideologi sosialis atau dikenal dengan istilah aliran sayap kiri di Prancis, yang mengedepankan membangun interpretasi dalam setiap publikasinya atas suatu kejadian. Adapun judul penelitian ini :

PEMBERITAAN MEDIA PRANCIS MENGENAI GERAKAN “GILETS JAUNES” (ANALISIS WACANA KRITIS)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, agar pembahasan tersusun secara sistematis, maka penulis merumuskan beberapa pertanyaan dalam penelitian ini

1. Bagaimana Media Prancis (*L'Humanite* dan *Le Monde*) menggambarkan Gerakan Gilets Jaunes menurut Teori Teun A. Van Dijk ?
2. Bagaimana Posisi Media Prancis (*L'Humanite* dan *Le Monde*) dalam memberitakan gerakan *Gilets Jaunes* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Permasalahan yang telah dirumuskan. Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menjelaskan wacana yang dibangun media Prancis (*L'Humanite* dan *Le Monde*) dalam memberitakan Gerakan *Gilets Jaunes*
2. Menjelaskan posisi media Prancis (*L'Humanite* dan *Le Monde*) dalam memberitakan Gerakan *Gilets Jaunes*

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti dalam bidang kajian linguistik/bahasa serta memberi pemahaman akan Gerakan *Gilets Juanes* dalam pemberitaan media Prancis.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta kesadaran kritis terhadap berita-berita yang ada di media sosial.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan teori-teori sebagai acuan dan pedoman untuk menganalisis data. Peneliti menganalisis berita dari media massa, khususnya media daring Prancis.

A. Media dan Komunikasi

New media (Media Sosial) merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*. (Flew, 2002: 11-22).

Munculnya *virtual reality, komunitas virtual, identitas virtual* merupakan fenomena yang banyak muncul seiring dengan hadirnya *new media*. Fenomena ini muncul karena *new media* memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya di *new media*, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. (Flew, 2002: 25) Sebutan media

baru/ *new media* ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi media lama/ *old media*, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru/ *new media*. Pengistilahan ini bukan lah berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan media baru, namun ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja.

Media Sosial menurut (Boyd dalam Nasrullah, 2015) merupakan sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. Secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris “*communication*” mempunyai kata dari bahasa latin “*communicare*” (Weekly, 1967: 338). Kata “*communicare*” memiliki tiga arti yaitu “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum, “*cum + munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah, dan “*cum + munire*” yaitu membangun pertahanan bersama. Sedangkan secara epistemologis (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (bersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi.

Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Sementara Shannon dan Weaver (1949) mengatakan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.(Cangara,2016).

Komunikasi Massa (*Mass Communication*) dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dll. Komunikasi pada dasarnya dapat dilihat dari berbagai dimensi, seperti : *Komunikasi*

Sebagai Aksi. Komunikasi boleh dikata tidak pernah terjadi tanpa aksi, apakah itu diucapkan, ditulis, maupun dilakukan dalam bentuk isyarat. Bahkan gerakan dalam bentuk diam juga merupakan suatu aksi. Oleh karena itu aksi (*action*) merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang, maka pada suatu saat ia berhubungan dengan orang lain, maka ia melakukan interaksi. Jika pada tindakan aksi sifatnya linear dilakukan oleh seseorang sebagai pelaku komunikasi, maka pada tindakan interaksi komunikasi menuntut adanya *umpan* balik antara pihak-pihak yang ikut dalam proses komunikasi. Dalam konteks ini, maka para pelaku komunikasi berada pada derajat atau kedudukan yang sama, dan bisa mempengaruhi satu sama lain. *Komunikasi Sebagai Aktivitas Sosial.* Sudah menjadi sifat manusia yakni selalu berusaha untuk berhubungan dengan sesamanya. Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan keterasingan mereka, dan juga keinginan untuk mengetahui apa yang terjadi di luar dirinya (*communication is human*). Hubungan antara sesama manusia, apakah itu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, ataukah untuk kepentingan aktualisasi diri dalam membicarakan masalah-masalah politik, sosial, budaya, seni, dan teknologi. Semuanya hanya dapat dipenuhi melalui komunikasi.

Level komunikasi terdiri dari komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Tiap level komunikasi memiliki ciri dan karakter tersendiri. Utari menyatakan, bahwa perkembangan media baru membawa konsekuensi pergeseran dan perubahan dalam teori-teori komunikasi massa.

Karakteristik media yang selama ini dikenal, melebur dalam media baru. Ini karena terbentuknya *mass-self communication*. Dalam media baru ada kombinasi antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa. Karena menjangkau khalayak secara global maka bisa dikatakan komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal. (Utari, 2011:52-53).

Komunikasi interpersonal dipahami sebagai komunikasi yang melibatkan dua orang atau komunikasi yang secara kontekstual merupakan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal secara kontekstual memang sangat berbeda dari komunikasi kelompok, meskipun terjadi dalam kelompok kecil. Komunikasi interpersonal mensyaratkan keterlibatan penuh pihak yang terlibat. Jika salah satu pihak menarik diri dari percakapan maka komunikasi interpersonal pun praktis akan berakhir. Jelas, kondisi ini juga berlaku di media sosial. Dalam media sosial, komunikasi tak terjadi secara interaktif jika pihak yang diajak berkomunikasi menarik diri dari percakapan yang ada. Jika pertukaran informasi tidak terjadi, maka pihak pemberi informasi, dalam hal ini pemilik akun media sosial hanya melakukan komunikasi searah, namun begitu ada pihak lain yang menanggapi apa yang dituliskannya dan terjadi interaksi maka komunikasi interpersonal terjadi. (Adler & Rodman, 2006:188- 189).

Komunikasi massa, merupakan level komunikasi terbesar dengan cakupan sasaran komunikasi terbanyak. Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan

yang ditransmisikan ke sasaran audience yang banyak dan tersebar luas, dengan menggunakan koran, majalah, televisi, radio, dan internet. (Adler & Rodman, 2006: 8). Kondisi ini juga ditemui dalam media sosial. Apa yang diungkapkan seseorang dalam media sosial, akan bisa dilihat khalayak banyak, sehingga komunikasi massa terjadi.

B. Media dan Wacana

Media daring adalah sebuah organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk, yaitu pesan berbentuk virtual yang dapat mempengaruhi publik. Seperti media *L'Humanite* dan *Le Monde* media daring tersebut bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik, baik oleh individu ataupun kelompok seputar kejadian terkini, salah satunya adalah informasi atau berita, yang terjadi di setiap tempat. Melalui media, baik secara perorangan maupun kolektif dapat membangun persepsi untuk menyampaikan berita, citraan, atau gambaran umum tentang banyak hal, media juga mampu, berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik, bahkan menjadi kelompok penekan atas suatu gagasan yang harus diterima pihak lain (Sobur, 2009:31). Media memiliki andil besar dalam menjelaskan peristiwa dan bagaimana peristiwa itu dimaknai dan dipahami oleh masyarakat (Hall, 2007:31). Hal tersebut terlihat dari banyaknya media, terutama media daring berbasis internet sistem sebagai sarana penyampainnya yang ikut serta dalam perkembangan komunikasi.

Kata wacana adalah salah satu kata yang banyak disebut saat ini selain demokrasi, hak asasi manusia, masyarakat sipil, dan lingkungan hidup. Kata wacana juga dipakai oleh banyak kalangan mulai dari studi bahasa, psikologi, sosiologi, politik, komunikasi, sastra dan sebagainya (Eriyanto, 2001:1). Wacana: 1. Komunikasi verbal, ucapan, percakapan; 2. Sebuah perlakuan formal dari subjek dalam ucapan atau tulisan; 3. Sebuah unit teks yang digunakan oleh linguis untuk menganalisis satuan lebih dari kalimat (Collins *Concise English Dictionary*, 1998), (Eriyanto, 2001:2). Wacana: sebuah percakapan khusus yang alamiah formal dan pengungkapannya diatur pada ide dalam ucapan dan tulisan; 2 pengungkapan dalam bentuk sebuah nasihat, risalah, dan sebagainya; sebuah unit yang menghubungkan ucapan atau tulisan (*Longman Dictionary of the English Language*, 1984), (Eriyanto, 2001:2). Wacana: 1. Rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi di antara kalimat-kalimat itu; 2. Kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang tinggi yang berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis (J.S Badudu 2000) (Eriyanto, 2001:2).

C. Analisis Wacana

Analisis wacana memfokuskan pada struktur yang secara alamiah terdapat pada bahasa lisan, sebagaimana banyak terdapat dalam wacana seperti

percakapan, wacana, komentar, dan ucapan-ucapan (Crystal 1987), (Eriyanto, 2001:2).

Van Dijk (1993) menilai bahwa Analisis Wacana sebagai suatu metode melihat bagaimana struktur-struktur dalam teks memiliki kekuatan untuk mewacanakan suatu representasi maupun ideologi dibalik teks (T. A. van Dijk, 1983, 2009). Analisis wacana dalam studi linguistik merupakan reaksi dari bentuk linguistik formal yang lebih memperhatikan pada unit kata, frase, atau kalimat tanpa melihat keterkaitan di antara unsur tersebut. Sedangkan, analisis wacana dalam lapangan politik adalah praktik pemakaian bahasa atau disebut politik Bahasa karena bahasa dijadikan pusat penggambaran suatu subjek dan lewat bahasa ideologi terserap di dalamnya. Aspek inilah yang dipelajari dalam analisis wacana. Analisis wacana sebagai bentuk dan praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis dalam sebuah peristiwa, situasi, institusi, dan struktur sosial tertentu. Dalam praktik wacana, terdapat ideologi kelompok tertentu yang ditampilkan dalam pemberitaan media massa, sebagai sarana untuk mempublikasikan berita secara cepat kepada masyarakat. Media dalam setiap upayanya untuk mendeskripsikan konsep sebuah peristiwa, keadaan, atau benda merupakan proses dalam mengonstruksi realitas yang akan diberitakan (Badara, 2012).

D. Analisis Wacana Kritis : Model Teun A. Van Dijk

Analisis wacana kritis (AWK) model Teun A. Van Dijk yang paling banyak dipakai oleh peneliti teks tulis. Hal ini karena Van Dijk mengolaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa digabungkan dan dipakai secara praktis. Model yang dipakai oleh Van Dijk ini disebut sebagai “Kognisi Sosial”. Nama pendekatan semacam ini tidak dapat dilepaskan dari karakteristik pendekatan yang diperkenalkan oleh van Dijk. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Di sini harus dilihat juga bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga kita memperoleh suatu pengetahuan kenapa teks bisa semacam itu (Eriyanto, 2001:221).

Van Dijk membuat suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial tersebut dengan elemen wacana yang mikro dengan sebuah dimensi yang dinamakan kognisi sosial. Kognisi sosial tersebut mempunyai dua arti. Di satu sisi ia menunjukkan bagaimana proses teks tersebut diproduksi oleh wartawan/media, disisi lain ia menggambarkan bagaimana nilai-nilai masyarakat yang patriarkal itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan, dan akhirnya digunakannya untuk membuat teks berita (Eriyanto, 2001:221).

1. Superstruktur

Superstruktur (skematik) teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. Wacana percakapan sehari-hari misalnya, mempunyai skema salam perkenalan, isi pembicaraan dan salam penutup/perpisahan. Wacana pengetahuan seperti dalam jurnal atau tulisan ilmiah juga mempunyai skematik, ditunjukkan dengan skema seperti abstrak, latar belakang masalah, tujuan, hipotesis, isi, dan kesimpulan. Berita juga mempunyai skematik meskipun tidak disusun dengan kerangka yang linear seperti halnya tulisan dalam jurnal ilmiah (Eriyanto, 2001:231-232).

Meskipun mempunyai bentuk dan skema yang beragam, berita umumnya secara hipotetik mempunyai dua kategori skema besar. Pertama, *summary* yang umumnya ditandai dengan dua elemen yakni Judul dan *lead*. Elemen skema ini merupakan elemen yang dipandang paling penting. Judul dan *lead* umumnya menunjukkan tema yang ingin ditampilkan oleh wartawan dalam pemberitaannya. *Lead* ini umumnya sebagai pengantar ringkasan apa yang ingin dikatakan sebelum masuk dalam isi berita secara lengkap. Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan. Isi berita ini secara hipotetik juga mempunyai dua subkategori. Yang pertama berupa situasi yakni proses atau jalannya peristiwa, sedangkan yang kedua komentar yang ditampilkan dalam teks. Jadi, dalam berita mengenai demonstrasi, isi

berita umumnya terdiri atas laporan atau tulisan wartawan mengenai proses dan jalannya demonstrasi (apa yang dilihat dilapangan), juga komentar pihak-pihak yang terlibat. Subkategori situasi yang menggambarkan kisah suatu peristiwa umumnya terdiri atas dua bagian. Yang pertama mengenai episode atau kisah utama dari peristiwa tersebut, dan yang kedua latar untuk mendukung episode yang disajikan kepada khalayak (Eriyanto, 2001:232).

Sedangkan subkategori komentar yang menggambarkan bagaimana pihak-pihak yang terlibat memberikan komentar atas suatu peristiwa secara hipotetik terdiri atas dua bagian. Pertama, reaksi atau komentar verbal dari tokoh yang dikutip oleh wartawan. Kedua, kesimpulan yang diambil oleh wartawan dari komentar berbagai tokoh (Eriyanto, 2001:231-233).

Seperti juga pada struktur tematik, superstruktur ini dalam pandangan van Dijk, dilihat sebagai satu kesatuan yang koheren dan padu. Apa yang diungkapkan dalam superstruktur pertama akan diikuti dan didukung oleh bagian-bagian lain dalam berita. Apa yang diungkapkan dalam *lead* dan menjadi gagasan utama dalam teks berita akan diikuti dan di dukung oleh bagian skema berita yang lain seperti dalam kisah dan kutipan. Semua bagian dari skema ini dipandang sebagai strategi bukan saja bagaimana bagian dalam teks berita itu hendak disusun tetapi juga bagaimana membentuk pengertian sebagaimana dipahami atau pemaknaan wartawan atas suatu peristiwa. (Eriyanto, 2001:233-234).

Menurut van Dijk, arti penting dari skematik adalah strategi wartawan untuk mendukung topik tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. Skematik memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol (Eriyanto, 2001:234).

2. Struktur Makro

Struktur Makro (tematik) menunjukkan pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Topik menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh wartawan dalam pemberitaannya. Topik menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari isi suatu berita. Oleh karena itu, ia sering disebut sebagai tema atau topik. Hal ini mirip dengan kalau kita membaca sebuah buku atau sebuah karangan dan menyimpulkan bahwa buku cerita itu mengisahkan tentang petualangan seseorang, atau tentang pengalaman berlibur di desa. Dalam analisis, topik suatu berita ini memang baru bisa disimpulkan, seperti halnya kalau kita habis membaca satu buku, satu cerita atau menonton satu film, kalau kita telah selesai membaca tuntas berita tersebut. Topik menggambarkan gagasan apa yang dikedepankan atau gagasan inti dari wartawan ketika melihat atau memandang suatu peristiwa.

Gagasan penting Van Dijk, wacana umumnya dibentuk dalam tata aturan umum (*macro rule*). Teks tidak hanya didefinisikan mencerminkan suatu pandangan tertentu atau topik tertentu, tetapi suatu pandangan umum yang koheren. Van Dijk menyebut hal ini sebagai koherensi global (*global coherence*), yakni bagian-bagian dalam teks kalau dirunut menunjuk pada suatu titik gagasan umum, dan bagian-bagian itu saling mendukung satu sama lain untuk menggambarkan topik umum tersebut. Topik menggambarkan topik umum dari suatu teks berita, topik ini akan didukung oleh subtopik dan subtopik lainnya yang saling mendukung terbentuknya topik umum. Subtopik ini juga didukung oleh serangkaian fakta yang ditampilkan yang menunjuk dan menggambarkan subtopik, sehingga dengan subbagian yang saling mendukung antara satu bagian dengan bagian lain, teks secara keseluruhan membentuk teks yang koheren dan utuh.

3. Struktur Mikro

Jika pada struktur makro analisis hanya menentukan proposisi makro untuk mendapatkan topik tanpa mengkaji tataran teks secara penuh, maka pada bagian struktur mikro ini, dilakukan analisis tataran teks pada bagian yang lebih spesifik yakni semantik kata, kalimat, dan keterhubungan antar kalimat (Van Dijk, 1988). Secara umum semantik dipahami sebagai cabang linguistik yang membahas mengenai makna dalam bahasa. Semantik dalam pengertian Van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal (*local meaning*), makna yang berasal dari hubungan antar kalimat yang

membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks. Berikut ini unsur-unsur pada tataran teks tersebut:

a. Sintaksis

Verhaar (2008) mengemukakan bahwa sintaksis adalah tata bahasa yang membahas hubungan antar kata dalam satu kalimat atau tuturan. Pemakaian koherensi menjadi bagian dari memahami keterkaitan antar kalimat. Koherensi dapat diamati diantaranya dengan menggunakan kata penghubung seperti dan, akibat, tetapi, lalu, karena dan meskipun. Selain itu ada pula bentuk kalimat yang berhubungan dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Pada dimensi ini, selain persoalan teknis kebenaran, tata bahasa juga menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kata. Susunan kata ini menampilkan bagaimana bentuk kalimat itu, apakah berbentuk aktif atau pasif. Jika aktif, maka seseorang menjadi subjek dalam pernyataannya, dan jika pasif maka seseorang menjadi objek dari pernyataannya.

b. Stilistik atau Leksikon

Leksikon adalah pembendaharaan kata yang diartikan sebagai kekayaan kata yang dimiliki oleh pengguna bahasa (Kridalaksana, 2008). Leksikon ini terkait dengan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia (Eriyanto, 2001:255). Pilihan kata menunjukkan sikap dan ideologis tertentu. Melalui leksikon ini pula

dapat kita lihat kata yang digunakan oleh wartawan yang membentuk kata kunci.

c. Retoris

Elemen retorik berhubungan dengan pernyataan bagaimana cara wartawan menyampaikan pendapat. Penggunaan retorik pada berita bergantung pada tujuan dan efek yang ingin disampaikan (Van Dijk and Kintsch 1983). Penggunaan kiasan atau metafora dan grafis adalah cara wartawan dalam memberi tekanan pada suatu wacana.

E. Tinjauan Objek Penelitian

Penelitian ini membutuhkan tinjauan kepustakaan mengenai latar belakang media daring Prancis *L'Humanité* dan *Le Monde*.

1. Gambaran singkat media *L'Humanité* dan *Le Monde*

a. *L'Humanité*

Humanité adalah surat kabar media Prancis yang didirikan oleh Jean Jaurés pada tahun 1920. Seorang pemimpin bagian Prancis dari pekerja Internasional (SFIO). Namun ketika kaum sosialis terpecah pada Kongres Tur 1920, Komunis mengambil alih *L'Humanité*. Oleh karena itu, ia menjadi surat kabar komunis meskipun berasal dari sosialis. PCF telah menerbitkannya sejak itu. Secara historis merupakan salah satu surat kabar komunis paling berpengaruh yang diterbitkan di negara non komunis. Selain itu sampai saat ini media *L'humanité* terkenal karena memiliki acara tahunan pada bulan September “Fête de *L'Humanité*” pertemuan populer

terbesar di Prancis. Pada tahun 2018 meraih rekor baru dengan pengunjung mencapai 800.000 yang berpartisipasi dalam festival tersebut di antaranya sukarelawan dari banyak aliran politik: komunis, social-demokrat, anarkis, Trotskyis, dan simpatisan sayap kiri.

b. Le Monde

Le monde adalah surat kabar Prancis yang didirikan oleh Hubert Beuve Mery. Edisi awalnya terbit pada 19 Desember 1944. Surat kabar ini adalah salah satu surat kabar terpenting di Eropa. Saham kepemilikannya dimiliki oleh "La Vie-Le Monde Group". *Le monde* berbeda dari surat kabar lainnya, ciri khas media ini adalah focus pada penyajian analisis dan opini terhadap suatu berita, bukan kepada aktualisasi. Dalam setiap publikasinya lebih mengedepankan membangun interpretasi atas suatu kejadian daripada menyajikannya hanya dalam suatu bentuk laporan berita.

Le monde adalah media dengan ideologi sosialis atau dikenal dengan istilah aliran sayap kiri di Prancis. Hal ini terbukti dengan dukungan penuh media ini pada François Mitterand, politikus yang berasal dari partai sosialis pada pemilihan Presiden Prancis tahun 1981 dan juga dukungannya kepada Segolène Royal yang juga politisi partai sosialis pada pemilihan Presiden Prancis tahun 2007 (Fadhil, 2014: 29-30). Media dengan orientasi politik *centre-gauche* adalah media yang mengedepankan pembangunan dan pemeliharaan suatu negara, turut campur tangan dalam urusan dalam negeri suatu negara dan mengedepankan kesejahteraan yang kuat bagi

suatu Negara. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa sebagai salah satu media nasional Prancis, Le Monde menyajikan berbagai berita yang mendukung kesejahteraan negaranya dan orientasi politik tersebut akan mempengaruhi isi berita yang dipublikasikan oleh Le Monde.

BAB III

METODE PENELITIAN

Suatu penelitian perlu mengikuti aturan atau kaidah yang berlaku, agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dikatakan valid. Metode penelitian bertujuan agar lebih terarah dan untuk mempermudah penelitian.

A. Jenis penelitian :

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan data bahasa sebagai objek kajian. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk untuk mendapat gambaran bagaimana media *L'Humanité*, dan *Le Monde* memberitakan melalui teks dan bagaimana bentuk praktik wacana media dalam menampilkan gerakan *Gilets Jaunes* sebagai focus penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif.

B. Fokus Penelitian :

Fokus penelitian harus jelas, dan signifikan. Dibutuhkan fokus penelitian untuk mempermudah peneliti. Fokus penelitian ini mengarah pada pandangan media dalam memberitakan gerakan *Gilets Jaunes* di Prancis, yang menunjukkan keberpihakan media melalui strategi wacana masing-masing.

C. Sumber Data :

Sumber data dalam penelitian ini, diperoleh peneliti dari sumber media daring di Prancis dengan latar belakang berbeda, yang memberitakan mengenai Gerakan *Gilets Jaunes* pada tahun 2018 – 2019. Yaitu : *L'Humanité* dan *Le Monde*.

1. HUMANITÉ : *Gilets jaunes : ils veulent du pain, macron cède des miettes*

<https://www.humanite.fr/article-sans-titre-664669>

2. LE MONDE : *Oui, les « gilets jaunes » sont bien majoritairement « soutenus » dans les sondages*

[https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/12/03/oui-les-gilets-jaunes-sont-bien-majoritairement-soutenus-dans-les-sondages_5392029_4355770.html#xtor=AL-32280270-\[default\]-\[android\]](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2018/12/03/oui-les-gilets-jaunes-sont-bien-majoritairement-soutenus-dans-les-sondages_5392029_4355770.html#xtor=AL-32280270-[default]-[android])

D. Teknik Pengumpulan Data :

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian ini yaitu pengumpulan data dilakukan dengan teknik studi dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan teks-teks berita media daring di Prancis, yaitu media ***L'Humanité*** dan ***Le Monde*** yang memuat tentang berbagai Pemberitaan *Gilets Jaunes* pada tahun 2018-2019. Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data yaitu, sebagai berikut :

- a. Peneliti membuka aplikasi google, masukan kata kunci “Rompi Kuning atau *Gilets Jaunes* 2018”, lalu akan muncul di tampilan beranda google berita-berita tentang *Gilets jaunes* dari berbagai media, klik berita yang ingin dilihat.
- b. Setelah itu peneliti membaca berita, dan diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia, lalu dilihat mana berita yang menarik untuk dipilih dan dianalisis. Dan peneliti menyimpan link-link berita-berita tersebut.
- c. Cara lain yang peneliti lakukan yaitu dengan membuka google playstore, dan download aplikasi dari media tersebut. Ketik kata kunci **L'Humanité** dan **Le Monde** pada pencarian, lalu akan muncul aplikasinya kemudian peneliti langsung mendownload aplikasi tersebut.
- d. Saat aplikasinya sudah terdownload, peneliti membuka aplikasi tersebut, dan memasukkan kata kunci “*Gilets Jaunes* 2018”, maka akan muncul di beranda berbagai berita tentang Rompi Kuning atau *Gilets Jaunes*. Dan setelah itu peneliti langsung memlih berita yang menarik, dan juga menyimpan link dari berita tersebut. Jika suatu waktu peneliti ingin membuka berita tersebut, peneliti bisa masukan linknya di google, atau bisa juga buka aplikasi dan masukan linknya pada pencarian.