

BAB II

KAJIAN TEORI

A. DAKWAH

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni (دعوة). Dalam Al-Qur'an, kata dakwah bisa diartikan dengan bermacam-macam makna. Namun kata dakwah kerap kali diartikan dengan mengajak, menyeru, memanggil, meminta, dan mengundang. Dari beberapa arti tersebut, dapat diketahui bahwa dakwah merupakan kegiatan persuasif yakni mengajak manusia kepada kebaikan dan mencegah pada adanya kemunkaran. Dengan demikian dalam dakwah lebih mementingkan proses daripada hasil.¹

Islam merupakan agama dakwah yang selalu mendorong pemeluknya untuk aktif melakukan kegiatan dakwah. Oleh karena itu setiap muslim berkewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam. Seperti yang dikatakan di atas, dalam dakwah lebih mementingkan adanya proses daripada hasil, karena keberhasilan dakwah terkait dengan kuasa Tuhan dalam memberikan hidayah pada hambaNya. Ukuran keberhasilan dakwah tersebut dapat diketahui dengan adanya perubahan lebih baik dari orang yang mendapat pesan dakwah. Setiap pendakwah dari agama mana pun pasti berusaha mengajak pengikutnya untuk berperilaku baik menurut pandangan agama.

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 10

Dengan demikian, dakwah Islamiyyah menurut Achmad Mubarak adalah upaya mempengaruhi orang lain agar bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan apa yang diajarkan agama Islam.²

Selain itu, beberapa ahli dalam bidang dakwah turut memberikan persepsi tersendiri untuk memaknai arti dakwah. Seperti:

1. Syaikh Ali Mahfudz dalam kitabnya *Hidayah al-Mursyidin* menyebutkan bahwa dakwah adalah:

حَتَّى النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْهُدَى وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَفُوزُوا بِسَعَادَةِ
الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ

“Menyeru manusia kepada kebajikan dan petunjuk serta menyuruh kepada kebajikan dan melarang kemungkaran agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat”

2. Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan agama Islam kepada seluruh manusia dan mempraktikkannya dalam kehidupan nyata.
3. Toha Yahya Omar mengatakan dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara baik dan bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia maupun di akhirat.³

Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dalam dakwah juga terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Dakwah menurut prakteknya

² Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Malang: Madani Press, 2014) hal. 27

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 11-13

merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.⁴

2. Unsur-unsur Dakwah

Dalam berdakwah tentu diperlukan serangkaian alat untuk menunjang perjalanan dakwah. Terdapat 6 unsur penting dalam kegiatan dakwah:

1. Da'i (orang yang berdakwah)

Dalam ilmu komunikasi, da'i atau pendakwah adalah komunikator, yakni orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain. Dalam buku Ilmu Dakwah kualifikasi da'i ada dua macam, yakni secara umum dan khusus. Secara umum, dakwah diharuskan untuk semua muslim yang mukallaf sebagai bentuk kepatuhan atas perintah Nabi SAW, untuk menyampaikan dakwah kepada umat manusia. Secara khusus, penyebaran dakwah Islam diharuskan pada muslim yang mumpuni dalam bidang agama seperti ulama, guru, kiai, dan lain sebagainya.⁵

Hadis yang diriwayatkan oleh Muslim dari Tsauban, Nabi bersabda, "Di antara umatku selalu ada kelompok yang menegakkan kebenaran. Dan orang-orang yang membenci mereka tidak dapat memberikan bahaya kepada mereka. Hingga datangnya keputusan

⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013) hal. 16-17

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pramadamedia Group, 2004) hal. 216

Allah, mereka pun tetap seperti itu.”⁶ Di mana pun, kapan pun dan bagaimana pun pendakwah selalu hadir untuk mempelajari ajaran Islam sekaligus memperkenalkannya kepada masyarakat luas.

2. Mad’u (orang yang menerima pesan dakwah)

Abu Fath al-Bayanuni berpendapat bahwa mad’u adalah siapa pun yang menjadi penerima pesan dakwah. Sebutan lain dari mad’u adalah mitra dakwah, bukan dikatakan sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah dengan maksud agar pendakwah menjadi kawan berpikir dan bertindak bersama dengan mitra dakwah.

3. Pesan Dakwah

Isi pesan dakwah adalah kebenaran Islam. Agar kebenaran pesan dakwah dapat diterima oleh mitra dakwah dengan yakin, pendakwah harus menguatkannya dengan argumentasi logis dan fakta dari berbagai sumber. Seperti yang dicontohkan ulama Islam Ahmad Deedat dan Abdullah Wasi’an di Surabaya, mereka merupakan ulama yang ahli tentang ajaran agama Kristen (Kristolog). Ketika berdakwah mereka selalu menunjukkan kebenaran pesan Islam tentang Nabi Isa bin Maryam AS., dengan ayat-ayat Al-Qur’an disertai keterangan dari kitab Injil yang diakui oleh kaum Kristiani. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah tidak hanya berupa sumber utama, yakni ayat Al-Qur’an dan

⁶HR. Mulim: *Kitabul Imarah* No. 3550

hadis saja, tetapi juga beberapa uraian dari sumber-sumber lainnya sebagai penguat.⁷

Pada hakikatnya setiap pesan dakwah tergantung pada niat yang akan dituju. Secara keseluruhan, pesan dakwah diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu:⁸

a. Pesan Aqidah

Aqidah merupakan prinsip seorang muslim untuk mengimani apa yang diajarkan di dalam agamanya. Maka pesan aqidah meliputi tentang keimanan kepada Allah SWT, iman kepada malaikat, kitab-kitab Allah, Rasul-rasul Allah, iman pada hari kiamat, dan iman kepada qodlo qodar Allah.

b. Pesan Syari'ah

Pesan syari'ah berhubungan dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Allah kepada manusia dalam menjalani kehidupan di dunia. Sebagai seorang hamba maka ketentuan yang harus dijalani meliputi sholat, puasa, zakat, haji, serta ibadah lainnya. Sedangkan ketentuan sebagai sesama manusia mencakup ibadah yang bersifat muamalah seperti nikah, jual beli, dan lain-lain.

c. Pesan Akhlak

Pesan akhlak berarti berhubungan dengan tingkah laku manusia baik sebagai seorang hamba maupun akhlak kepada sesama dan semesta alam.

⁷ Ibid, hal. 318

⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) hal. 98

4. Media Dakwah

Dalam buku Ilmu Dakwah karya Moh. Ali Aziz, dikatakan bahwa media dakwah merupakan unsur tambahan di dalam dakwah. Maksudnya kegiatan dakwah boleh dan dapat berlangsung meski tanpa media. Contohnya seorang ustadz yang sedang menjelaskan tata cara tayammum kepada seorang tamu di rumahnya adalah salah bentuk dakwah tanpa media. Demikian dikatakan dakwah tanpa media, jika beranggapan bahwa sebuah media selalu merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah.

Kata media berasal dari bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara. Dari pengertian tersebut ahli komunikasi sepakat mengartikan bahwa media merupakan alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Sedangkan dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamaknya yakni *wasail* yang berarti alat atau perantara.⁹

5. Efek Dakwah atau *Feedback*

Sebuah respon atau *feedback* akan timbul jika terdapat stimulus untuk menarik sebuah gerakan itu muncul. Sama halnya dengan kegiatan dakwah yang tujuan utamanya adalah untuk

⁹ Ibid, hal. 403

mengajak manusia kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah yang dilakukan secara baik sudah barang tentu akan mendapat respon yang baik pula dari mitra dakwah. Respon yang baik itu dapat berupa kesadaran seseorang untuk melaksanakan sesuatu yang dalam hal ini adalah pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.¹⁰

6. Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yakni *meta* yang berarti “melalui” dan *hodos* yang berarti “jalan, cara”. Menurut Toto Tasmara, metode dakwah merupakan cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i dalam mengajak mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.

Ada 3 macam metode dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بَاتِّبِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”¹¹

Dari ayat di atas dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, *pertama*, yakni dengan hikmah yang menurut Imam Abdullah bin Ahmad Mahmud An-Nasafi

¹⁰ Ibid, hal. 446

¹¹ Departemen Agama RI Al Qur'an dan Terjemah, (Jakarta: Jabal, 2010) hal. 281

adalah dakwah menggunakan perkataan yang benar dan pasti, yaitu adil dalam menjelaskan kebenaran dan menghilangkan rasa keraguan. *Kedua*, dengan *mauidloh hasanah* atau dakwah *tabligh* yang banyak ditemui dalam acara-acara sejenis pengajian. *Ketiga*, dengan cara debat yang baik yang tujuannya adalah untuk menemukan kebenaran tanpa ada sedikit pun rasa untuk menjatuhkan lawan debat.¹²

B. DAKWAH BIL QOLAM MELALUI BUKU

Berbicara tentang dakwah, banyak dari masyarakat Indonesia memaknai kata tersebut dalam arti sempit. Berdakwah adalah kegiatan ceramah di depan umum, tentu hal ini kurang sesuai dengan esensi dakwah itu sendiri. Pada awalnya aktivitas dakwah merupakan kewajiban untuk menyampaikan apa yang diterima dari Rasulullah SAW, walaupun hanya satu ayat. Sebagaimana yang ditegaskan oleh hadis Rasulullah SAW, “*Ballighu ‘anni walau ayat.*” inilah yang membuat kegiatan dakwah boleh dan harus dilakukan oleh siapa saja untuk menyebarkan nilai-nilai Islam.¹³

Menurut Moh. Ali Aziz dalam buku Ilmu Dakwah, secara garis besar bentuk dakwah ada tiga macam, yakni: Dakwah *bil lisan* adalah dakwah yang disampaikan langsung secara lisan, Dakwah *bil hal* adalah Dakwah yang disampaikan melalui perbuatan seperti menyingkirkan duri di jalan, Dakwah *bil qolam* yakni dakwah yang disampaikan lewat sebuah tulisan.

¹² M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003) hal. 6-18

¹³ *Ibid*, hal. VIII

Dakwah bentuk ceramah merupakan dakwah tradisional secara lisan. Biasanya terjadi dalam wadah pengajian agama di masjid-masjid atau majlis dakwah lainnya. Seperti halnya Rasulullah SAW, dulu menyampaikan dakwah di Gua Hira lalu berpindah dari tempat satu ke tempat lainnya. Mengetahui hal tersebut bukan berarti dakwah Rasulullah hanya sebatas ceramah di depan jamaahnya. Apabila dilacak penyebaran dakwah Islam yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, maka akan ditemukan cara pendekatan dakwah melalui media tulisan berupa surat berisikan pesan dakwah yang ditujukan kepada para pembesar kerajaan dan penguasa dunia pada saat itu.¹⁴

Kegiatan dakwah *bil qalam* (dakwah melalui tulisan) juga diterapkan oleh para sahabat Nabi SAW, dan para ulama terdahulu. Hal ini terbukti dengan masih terjaganya ayat dalam kitab suci Al-Qur'an hingga sekarang. Begitu juga dengan kitab-kitab klasik yang masih dikaji oleh masyarakat masa kini yang menandakan bahwa keefektifan dakwah *bil qalam* mempunyai pengaruh yang tinggi dan dapat dinikmati tanpa terbatas ruang dan waktu.

Di jaman sekarang ini, dakwah *bil qalam* bisa lewat media massa. Kehadiran media massa sebagai penyedia informasi kepada masyarakat memiliki daya tarik yang sungguh luar biasa. Bahkan media massa memiliki keperkasaan untuk mengkonstruksi sebuah tatanan kehidupan manusia. Keperkasaan media informasi yang memiliki tingkat efektifitas dan efisiensi sangat tinggi, dapat pula digunakan sebagai sarana kegiatan

¹⁴ Wahyu Ilaihi, M.A, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013) hal. 194

dakwah agar mampu menjangkau pada komunitas masyarakat yang lebih luas.¹⁵

Media massa pada hakikatnya sekedar alat atau sarana dalam komunikasi massa yang membawa pesan untuk disampaikan kepada khalayak. Media massa pertama yang lahir adalah media cetak. Hal ini sesuai dengan perkembangan teknologi di mana alat percetakan lebih dulu hadir dibanding teknologi lainnya. Dengan mesin percetakan maka dapat diterbitkan surat, koran, selebaran dan buku.¹⁶

Buku merupakan kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut halaman. Pecinta buku biasanya dijuluki sebagai seorang bibliofil atau kutu buku. Beberapa contoh buku: novel, kamus, ensiklopedia, buku cerita dan lain sebagainya. Seiring dengan perkembangan dalam bidang dunia informatika khususnya di Indonesia, kini dikenal juga istilah *e-book* atau buku elektronik yang mengandalkan internet berbasis *online*.¹⁷

Buku menjadi salah satu media massa yang cukup efektif dijadikan sebagai ladang dakwah. Pasalnya buku termasuk barang yang gencar dicari oleh semua orang, di dalamnya mengandung ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi umat manusia. Melihat animo dari masyarakat tersebut, da'i memiliki peluang besar menjadikan buku sebagai wadah untuk menebar kebajikan. Ali bin Abi Thalib pernah berkata: "Ikatlah ilmu

¹⁵Ummatin, Khoiro. Globalisasi Komunikasi dan tuntutan Dakwah Bermedia. *Jurnal Dakwah*, 2008, 9.2: 137-148.

¹⁶ Mu'thi, Wahib, et al. Analisis Isi Pesan Dakwah M. Quraish Shihab dalam Buku Menabur Pesan Ilahi.

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 419

dengan menuliskannya.” Sesungguhnya orang ‘alim yang utama, yang terpuji tingkah lakunya, yang luhur derajatnya menurut Tuhannya, yang tinggi kedudukannya, yang akan berbahagia di akhiratnya, adalah orang ‘alim yang mengamalkan ilmunya, yang menyebarluaskan ilmunya, yang mengajak masyarakat untuk menuntut ilmu, dan yang mengajarkan ilmunya pada hamba-hamba Allah dengan ikhlas mengharapkan ridlo Allah semata.¹⁸

Sudah banyak sekali ulama, cendekiawan, tokoh agama atau yang lainnya menggunakan buku sebagai sarana untuk berdakwah. Buku merupakan bacaan, sedangkan membaca adalah jendela dunia. Seperti itulah yang kerap kali terdengar untuk menggambarkan betapa pentingnya buku sebagai media penambah wawasan. Namun dewasa ini tidak semua orang mengerti bahwa sebuah tulisan yang pada dasarnya berisikan pesan dakwah adalah dianggap sebagai aktifitas dakwah. Biasanya pembaca hanya merenungi isi bacaan buku tersebut tanpa menyadari bahwa si penulis buku tengah melakukan dakwah melalui tulisannya.

Dengan berdakwah melalui buku, berarti seorang da'i telah menyediakan sumber bacaan bagi umat manusia untuk mempelajari *din al-Islam*. Tulisan sebagai bentuk dakwah yang salah satunya dengan melalui buku sudah menjadi alternatif untuk rujukan umat. Sehingga menjadikan buku sebagai sarana dakwah maupun koreksi dan kritik terhadap sesama muslim. Asalkan semua itu berangkat dari niat yang baik, dan untuk tujuan

¹⁸ Moch. Djamiluddin Ahmad, *Dakwah Islamiyyah*, (Jombang: Pustaka Muhibbin, 2014) hal. 13

yang baik pula, yaitu menghindarkan umat manusia dari penyimpangan dan kesesatan selama berada di dunia.¹⁹

Selain da'i dianggap telah menyediakan sumber bacaan, dakwah dengan buku merupakan bentuk investasi masa depan, khususnya bagi da'i atau si penulis. Boleh jadi penulisnya wafat, tetapi ilmunya terus dibaca hingga lintas generasi dan memberikan pahala yang mengalir. Terlebih apabila melalui sarana buku tersebut dapat memberikan pemahaman dan mampu memberikan perubahan bagi siapapun yang membacanya.

Dakwah dengan buku tidak memberikan resiko ancaman yang terlalu tinggi. Jika ada pihak yang tidak setuju dengan sebuah buku, maka ia harus membantahnya dengan buku juga. Kritik terhadap karya tulis sebaiknya dibantah dengan karya tulis. Demikianlah tradisi para intelektual muslim pada zaman dulu, buku ditanggapi dengan buku, begitu pula dakwah secara lisan maka dikritik dengan lisan.²⁰ Saatnya pendakwah melalui tulisan digalakkan kembali setelah mengalami kejayaan pada masa-masa silam agar lebih semangat dalam berdakwah. Allah berfirman dalam surat al-Qolam ayat 1:

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

*Artinya: Nun. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan.*²¹

¹⁹ Badiatul Muchlisin, *Berdakwah dengan Menulis Buku*, (Bandung: Media Qalbu, 2004) hal. 44

²⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) hal. 419

²¹ Departemen Agama RI Al Qur'an dan Terjemah, (Jakarta: Jabal, 2010) hal. 564

C. ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH

Buku merupakan media yang mengusung wacana, karena dalam buku terdapat pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca. Wacana merupakan suatu bentuk kebahasaan mengenai suatu peristiwa komunikasi yang dapat berupa lisan maupun tulisan. Jika wacana adalah sebuah tulisan, maka yang dimaksudkan adalah penulis sebagai pembicara dan pembaca sebagai pendengar. Sedangkan wacana dalam komunikasi yang berupa lisan adalah pemakaian tindak tutur dari penutur atau pembicara, dan petutur sebagai lawan bicara.²²

Menurut Lubis dalam buku Analisis Teks Media yang ditulis Alex Sobur, analisis wacana merupakan kajian ilmu yang baru muncul berupa puluh tahun belakangan ini. Kebanyakan aliran linguistik hanya menganalisa soal kalimat dan baru-baru ini ahli bahasa telah memalingkan perhatiannya pada penganalisaan wacana.²³ Darma dalam jurnal yang ditulis oleh Umar Fauzan, juga berpendapat bahwa analisis wacana kritis tidak dipahami sebagai suatu analisis yang mengkaji aspek kebahasaan saja, namun juga menghubungkannya dengan konteks, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan.²⁴

Ada beberapa macam teori analisis wacana kritis yang sering dipakai dalam mengkaji sebuah bahasa, yakni: Mills, Fowler dkk, Van

²² Dewi Khofsoh I. A, "Analisis Wacana Kritis pada Novel Kesatria Kurawa Nar asoma Karya Pitoyo Amrih" dalam *Skriptorium* Vol. 2 No. 1

²³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012)hal. 47

²⁴ Fauzan, Umar. Analisis Wacana Kritis dari Model Faiclough Hingga Mills. *Jurnal Pendidik*, 2014, 6.1.

Djik, Foucault, dan Fairclough. Namun yang akan dibahas lebih lanjut adalah teori analisis wacana kritis milik Norman Fairclough. Dalam teorinya, Fairclough menghubungkan adanya sebuah wacana dengan proses sosial, dimana sebuah teks tentu tidak bisa berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh keadaan sekitar di mana teks tersebut dibuat.

Sorotan utama dalam sebuah analisis wacana adalah representasi, yakni bagaimana segala sesuatu tersebut ditampilkan melalui bahasa, baik secara tertulis, suara, ataupun gambar. Bahasa dalam analisis wacana dinilai sebagai sesuatu yang tidak netral. Karena dalam proses produksi wacana tentu sudah dicampuri ideologi oleh si pembuat bahasa.²⁵ Sama halnya dengan teori Fairclough yang memusatkan perhatian wacana pada bahasa, di mana pemakaian bahasa digunakan sebagai alat kepentingan kekuasaan yang telah diwarnai nilai ideologi tertentu.

Pada kenyataannya, pelaksanaan kuasa dalam kehidupan manusia meningkat dicapai dengan menggunakan bahasa yang menjadi sebuah ideologi dan berhasil mempengaruhi pola pikir kehidupan masyarakat. Dengan demikian, kajian-kajian bahasa tidak seharusnya dilepaskan dengan konteks sosial yang membuat wacana itu muncul dan saling mempengaruhi. Oleh karena itu, kajian bahasa perlu memahami adanya proses sosial, seperti hegemoni, dominasi, ideologi dan lain-sebagainya.²⁶

²⁵ Makmun, Sukron. *Pesan dakwah dalam buku "The Spiritual of Nature" karya Achmad Saichu Imran*. 2018. PhD Thesis. UIN Sunan Ampel Surabaya.

²⁶ Prihantoro, Edy. Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti pada Media Online. *Prosiding Pesat*, 2013, 5.

Fairclough menyebut pemahamannya tentang bahasa dengan istilah *discourse* atau wacana. Konsep wacana menurut Fairclough merupakan bentuk praktik sosial yang memiliki tiga implikasi. *Pertama*, wacana bagian dari masyarakat. Wacana tidak bisa berdiri sendiri dengan dipisahkan dari masyarakat sekitar. *Kedua*, pemahaman wacana sebagai praktik sosial memberi implikasi bahwa wacana merupakan proses sosial. Seperti halnya masyarakat berproses dan berkembang, maka wacana (bahasa) juga demikian. *Ketiga*, wacana berproses sesuai dengan yang dikondisikan dalam masyarakat. Wacana dipengaruhi oleh kondisi sosial, akan tetapi kondisi sosial juga dipengaruhi oleh adanya wacana. Oleh sebab itu analisis wacana yang dikembangkan Fairclough disebut dengan Pendekatan Relasi Dialektik (*Dialectical Relational Approach/DRA*) atau biasa juga disebut dengan model perubahan sosial.²⁷

Untuk mencari realita yang ditampilkan dalam sebuah teks, Fairclough memperkenalkan 3 dimensi sebagai alat untuk menganalisis, yakni teks yang bisa berupa ucapan, tulisan, *image* visual, atau dari ketiganya sekaligus; praktik diskursif yang menganalisis proses produksi dan konsumsi teks; dan praktik sosiokultural. Analisis teks merupakan cara pertama dimana sebuah teks dikaji secara kebahasaan yang melihat kosakata, gramatika, dan struktur kalimat. Analisis teks digunakan untuk mencari adanya tiga nilai, yakni: *experiential*, *relational*, dan *expressive*.

²⁷ Fauzan, Umar. Analisis Wacana Kritis dari Model Fairclough Hingga Mills. *Jurnal Pendidik*, 2014, 6.1.

Nilai *experiential* digunakan untuk mencari bagaimana representasi dunia dalam pandangan produsen teks. Nilai ini berkenaan dengan pengalaman dan kepercayaan atau ideologi si pembuat teks. Nilai *relational* melacak adanya relasi sosial apa yang diangkat melalui teks dalam wacana tersebut. Nilai *expressive* digunakan untuk mencari evaluasi produsen teks dalam realitas yang berkaitan.²⁸

Discourse practice (analisis wacana praktik/interpretasi) yang digunakan untuk menganalisis proses, yakni menginterpretasikan teks itu sendiri dan bagaimana teks dikonsumsi dan diinterpretasikan oleh pembaca. Fairclough menjelaskan prosedur interpretasi secara garis besar dibagi dua, yakni interpretasi terhadap teks dan situasi kontekstualnya.²⁹

Sociocultural practice (praktik sosio-kultural) merupakan dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks, bisa berupa seperti konteks situasi atau konteks yang lebih luas hubungannya dengan masyarakat atau budaya dan politik tertentu. Tahapan ini adalah mencari penjelasan dari hasil penafsiran dengan merujuk pada kondisi sosiokultural di sekitar teks tersebut diproduksi yang meliputi: situasional yaitu situasi ketika sebuah teks dibuat, institusional yaitu pengaruh institusi organisasi terhadap teks yang dihasilkan, dan sosial yaitu melihat pada hal-hal makro dalam masyarakat seperti sistem politik, ekonomi, atau budaya masyarakat dan lain sebagainya.³⁰

²⁸ Fauzan, Umar. Analisis Wacana Kritis Model Fairclough. *Jurnal Pendidik*, 2013, 5.2.

²⁹ Munfarida, Elya. Analisis wacana kritis dalam perspektif Norman Fairclough. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2014, 8.1: 1-19.

³⁰ Fauzan, Umar. Analisis Wacana Kritis Model Fairclough. *Jurnal Pendidik*, 2013, 5.2.

Berdasarkan pemaparan di atas mengenai analisis wacana kritis milik Norman Fairclough dapat dipahami bahwa suatu teks yang banyak beredar selama ini tidak lahir begitu saja. Namun telah melalui proses pencelupan ideologi yang dibawa oleh pembuat teks untuk kemudian ditampilkan, dilihat ataupun didengar oleh semua orang. Selain itu pembuatan teks tidak bisa dijauhkan dari konteks yang berada di sekitar teks. Dalam prakteknya, tiga tahap yang ditawarkan Fairclough untuk menganalisis bahasa tidak harus melibatkan semua komponen yang telah disebutkan di atas. Boleh menggunakan satu atau dua komponen saja dengan menyesuaikan kebutuhan analisis tersebut.