

Info Artikel

Diterima : 16 Februari 2022
Disetujui : 13 Juli 2022
Dipublikasikan : 30 Juli 2022

Ideologi JPNN.com dan Merdeka.com dalam Wacana Putusan Mahkamah Konstitusi tentang UU Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020
(The Ideology of JPNN.Com and Merdeka.com in the Decision of the Constitutional Court regarding the Job Creation Act Number 11 of 2020)

Yusep Ahmadi F^{1*}, Muhammad Hafiz Kurniawan², Paramita Kusumawardhani³

¹IKIP Siliwangi, Cimahi, Indonesia

²Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

³Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

¹yusep-ahmadi-f@ikipsiliwangi.ac.id, ²muhammad.kurniawan@enlitera.uad.ac.id

³paramita.pmi@bsi.ac.id

*Corresponding Author

Abstract: *This current study was driven by the polemic of the Job Creation law. Many were in agreement and disagreement with the job creation law. This study aimed to describe the ideology and partiality of JPNN.com and Merdeka.com media towards the discourse on the Constitutional Court's decision on formal test results of the Job Creation Law Number 11 of 2020. The research method used was descriptive qualitative with an analytical approach of Van Dijk's AWK Critical Discourse, especially regarding the ideological analysis. The results showed that JPNN.com ideologically approved the Constitutional Court's decision, while Merdeka.com was against the Job Creation Act and the Government. The evidence came from linguistics aspects, such as the use of words Counterfactual, Lexicalization, Hyperbole, Evidence-authority, Negative Other-representation - Number game, and Presupposition. Furthermore, JPNN.com and Merdeka.com applied different categories in representing the decisions of the Constitutional Court, the Job Creation Act, and the Government.*

Keywords: *discourse, uu cipta kerja, ideology, jpnn.com and merdeka.com*

Abstrak : Penelitian ini dilatarbelakangi oleh polemik UU Cipta kerja. Banyak pihak yang pro dan kontra terhadap UU Cipta kerja ini. Berkaitan dengan itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan ideologi dan keberpihkan media JPNN.com dan Merdeka.com berkaitan dengan wacana putusan Mahkamah Konstitusi atas hasil uji formil Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis AWK model van Dijk terutama yang menyoal analisis ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa JPNN.com secara ideologis memihak kepada putusan MK dan MK, sedangkan Merdeka.com sebaliknya cenderung memihak kepada UU Cipta kerja dan Pemerintah. Hal itu dibuktikan dengan bukti-bukti kebahasaan seperti kata Counterfactual, Leksikalisasi, Hiperbola, Evidentiality-authority, Negative Other-representation - Number game, Presuposisi, dan Kategorisasi yang digunakan JPNN.com dan Merdeka.com dalam merepresentasikan putusan MK, MK, UU Cipta Kerja, dan Pemerintah secara berbeda-beda.

Kata Kunci : wacana, uu cipta kerja, ideologi, jpnn.com dan merdeka.com



<http://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/disastra>

How to cite: Ahmadi F, Y., Kurniawan, M., & Kusumawardhani, P. (2022). Ideologi JPNN.com dan Merdeka.com dalam Wacana Putusan Mahkamah Konstitusi tentang UU Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020. *Disastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 187-197. doi:<http://dx.doi.org/10.29300/disastra.v4i2.6395>

Pendahuluan

Pemberitaan tentang polemik UU Cipta Kerja 2020 di berbagai media memiliki tendensi dan kepentingan yang berbeda-beda. Sebagaimana asumsi Analisis Wacana Kritis bahwa bahasa terutama bahasa yang diproduksi media itu tidak netral. Berkaitan dengan itu, Baru-baru ini terjadi permasalahan tentang UU Cipta Kerja 2020. Permasalahan itu bermula dari isi UU tersebut.

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja disahkan Presiden Joko Widodo di Jakarta pada tanggal 2 November 2020. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja diundangkan Menkumham Yasonna H. Laoly pada tanggal 2 November 2020 di Jakarta. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja ditempatkan pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245. Penjelasan atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja ditempatkan pada Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573. Agar setiap orang mengetahuinya.

Beberapa di antara isi UU tersebut berisi terkait standar pengupahan hingga terkait izin berbasis risiko. Berkaitan masalah tersebut, kemudian timbul polemik, sehingga UU tersebut menjadi disidangkan di Mahkamah Konstitusi (MK). MK menyatakan bahwa Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja bertentangan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat secara bersyarat (Tempo.co, 2021)

Dikenal dengan Omnibuslaw, UU 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja merupakan Undang-Undang yang fenomenal. Undang-

Undang Cipta Kerja atau UU Ciptaker disusun dengan kecepatan tinggi dan memunculkan pro dan kontra. Ada ketersinggungan di sana-sini, namun UU Ciptaker tetap melaju kencang dan disahkan. Implementasi dari UU Cipta Kerja inipun disambut positif dan negatif. Panjangnya UU ini memungkinkan kita untuk tidak membaca dan memahaminya, saking sulitnya, jika bukan ahli. Dan rasanya memang UU ini disebabkan oleh penyakit lama birokrasi kekuasaan yang sangat akut, (<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-11-2020-cipta-kerja>).

Dalam UU 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja tersebut, hal yang menjadi urgen adalah adanya upaya perubahan pengaturan yang berkaitan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah, peningkatan ekosistem investasi, dan percepatan proyek strategis nasional, termasuk peningkatan perlindungan dan kesejahteraan pekerja dilakukan melalui perubahan Undang-Undang sektor yang belum mendukung terwujudnya sinkronisasi dalam menjamin percepatan cipta kerja, sehingga diperlukan terobosan hukum yang dapat menyelesaikan berbagai permasalahan dalam beberapa Undang-Undang ke dalam satu Undang-Undang secara komprehensif.

Berdasarkan uraian di atas permasalahan yang timbul dari UU Cipta Kerja dan putusan MK yang menyatakan bahwa Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja bertentangan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat secara bersyarat, menarik untuk diteliti.

Penelitian ini berfokus pada wacana putusan MK tentang UU cipta kerja nomor 11 tahun 2020. Di antara banyak media yang

memberitakan wacana UU Cipta Kerja 2020 ini adalah media JPNN.COM DAN MERDEKA.COM. Berdasarkan pengamatan awal terhadap kedua media tersebut terdapat kecenderungan perbedaan ideologi dan sikap dalam memberitakan atau merepresentasikan UU Cipta Kerja tahun 2020 ini. Oleh karena itu, dua berita dari dua media ini menarik untuk diteliti dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis terutama dengan pendekatan analisis ideologi dari van Dijk (2006). Salah satu tujuan Analisis Wacana Kritis adalah untuk membongkar ideologi yang ada dalam sebuah wacana (Wodak, Ruth & Meyer, 2009).

Sekaitan itu, penelitian terdahulu yang mengungkapkan analisis terhadap Undang-undang Cipta Kerja atau yang lebih dikenal dengan Omnibus Law telah dilakukan oleh Libriyanti et al., (2020) dengan objek penelitiannya yaitu diskusi dari grup WhatsApp dengan menggunakan teori Habermas. Dalam hasil penelitian mereka, mereka menyebutkan bahwa terdapat 3 klaim yang disampaikan oleh narasumber diskusi WhatsApp tersebut yakni klaim kebenaran, klaim ketepatan dan klaim ketulusan dari hasil analisis tindakan komunikatif sedangkan dengan teori Habermas, hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya ketimpangan relasi kuasa yang menguasai ruang-ruang publik sehingga pihak-pihak yang tidak dilibatkan dalam diskusi pada ruang penguasa, mereka cenderung membuat ruang publik sendiri, salah satunya adalah dengan diskusi di grup WhatsApp maupun Kaskus.

Penelitian berikutnya, yaitu dari Minto and Azwar (2021) yang bertujuan untuk mengungkapkan ideologi dari program Mata Najwa yang tengah membahas Omnibus Law dengan fokus pada kata ganti. Dengan menggunakan teori dari van Dijk, penelitian

tersebut menemukan bahwa 72.98% kata ganti yang dipakai oleh pembawa acara program tersebut. Selain itu, penelitian yang masih menggunakan teori van Dijk sebagai alat analisis adalah penelitian yang dilakukan oleh Utami et al., (2021) dan Suparman and Septiadi (2021). Kedua peneliti tersebut juga memiliki tema kajian yang sama yakni mengenai Omnibus Law, hanya pada penelitian yang dilakukan oleh Utami et al.(2021), objek kajiannya adalah program Mata Najwa yang berjudul “Mereka-reka Cipta Kerja” dengan tujuan analisis keberperhikan narasumber terhadap Omnibus Law tersebut karena memang dalam acara tersebut narasumber yang diundang merupakan narasumber yang pro dan kontra terhadap suatu topik yang tengah dibahas.

Pada penelitian Suparman and Septiadi, (2021), di sisi lain, mereka mencoba menelaah dua media arus utama yakni Kompas dan Tempo dan dalam analisisnya, Suparman and Septiadi, (2021), menemukan bahwa adanya kecenderungan bahwa Kompas lebih berperan sebagai media yang membantu pemerintah dalam mensosialisasikan Undang-Undang Omnibus Law sedangkan pihak Tempo mengambil posisi sebagai mitra publik yang cenderung aspirasinya tampak kurang difasilitasi. Penelitian yang mengangkat topik yang sama yakni Undang-Undang Omnibus Law juga dilakukan oleh Solihin and Janah (2021). Tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Solihin and Janah (2021), teori yang digunakan sebagai alat analisis adalah teori Norman Fairclough dengan objek kajian artikel yang dimuat pada Harian Pikiran Rakyat yang berjudul “Omnibus Law hangan Untuk Para Kapitalis” dengan tujuan mengungkapkan penggambaran wacana Omnibus Law dari teks, praktik wacana, dan praktik sosikultural. Hasil dari penelitian

tersebut menyatakan bahwa wacana yang dibangun dalam artikel koran tersebut mengungkapkan adanya praktik kapitalis yang menguntungkan investor asing dan kurang mementingkan nasib buruh.

Dengan adanya penelitian-penelitian terdahulu tersebut serta dengan adanya fakta baru bahwa Undang-Undang Omnibus Law dinyatakan bermasalah dan telah diputus oleh MK, penelitian ini kembali mengangkat topik mengenai Omnibus Law, tetapi dari sudut pandang yang berbeda dari sebelumnya. Pada kajian-kajian sebelumnya, analisis wacana berfokus pada program TV, berita koran dan diskusi WhatsApp mengenai Omnibus Law atau UU Cipta Kerja itu sendiri, sedangkan penelitian ini dengan menggunakan teori analisis wacana dari van Dijk (2006; 2009) bertujuan untuk melihat dan mendeskripsikan ideologi dan keberpihakan media JPNN.com dan Merdeka.com terkait putusan MK atas hasil uji formil UU Cipta Kerja Nomor 11 tahun 2020.

Terkait permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan di atas, ada beberapa hal yang bisa dikaji sesuai teori Van Dijk, beberapa di antaranya adalah Omnibus Law diambil dari kata Omnibus dan Law. Omnibus itu sendiri berasal dari kata “Omnis” dalam bahasa latin yang bermakna “semua” atau “banyak”, sedangkan makna Law adalah “hukum”, sehingga dapat disimpulkan bahwa Omnibus Law adalah hukum yang mengatur semua hal dalam satu bidang. Dalam konteks ini para ahli hukum sering membuat istilah Omnibus Law sebagai undang-undang payung, (Kurniawan & Dewanto, 2020).

Alasan digunakannya analisis wacana kritis pada penelitian ini adalah bahwa analisis wacana kritis memiliki tujuan yakni mengungkap ideologi pada suatu wacana yang dihasilkan oleh pemroduksi teks (Wodak

& Meyer, 2009) dan dengan mengungkapkan ideologi tersebut, pembaca akan lebih sadar terhadap bacaan yang tengah dibacanya – wacana siapa yang diwakili atau tidak diwakili – karena beberapa teks dapat tampak netral tetapi jika diungkapkan lebih dalam, teks tersebut cenderung memiliki ideologi dengan tujuan tertentu (Machin & Mayr, 2012). Berangkat dari Linguistik Kritis/Critical Linguistics (Machin & Mayr, 2012; Wodak, 2011; Wodak & Meyer, 2009), Analisis Wacana Kritis/Critical Discourse Analysis cenderung memiliki langkah menganalisis teks terlebih dahulu karena pada dasarnya pada teks, baik berupa teks visual maupun verbal, terdapat konstruksi sosial dan bahasa memiliki sifat membentuk dan dibentuk oleh sosial (Machin & Mayr, 2012).

Analisis Wacana Kritis kemudian berkembang menjadi Kajian Wacana Kritis, yakni perubahan dari Analisis kepada Kajian karena sifat dasar metode-metode yang digunakan dalam Analisis Wacana Kritis bersifat terbuka terhadap debat maupun inovasi karena tidak ada suatu model yang dikembangkan tidak hanya berangkat dari satu bidang ilmu (Wodak & Meyer, 2009). Dalam perkembangannya, Kajian Wacana Kritis memiliki beberapa pendekatan yang sering diaplikasikan di dalam penelitian yakni pendekatan semiotika sosial, post-strukturalisme Foucault, kognisi-sosial, wacana-historis, leksimkometri, dan Lasarten (Wodak, 2011). Dari beberapa pendekatan yang sering digunakan tersebut, penelitian ini mengambil salah satu pendekatan yakni pendekatan kognisi-sosial dengan argumen bahwa ideologi, secara sadar maupun tidak, terbentuk dari memori yang disebarkan dalam ruang dialektik di masyarakat yang terbagi menjadi kelompok-kelompok sesuai dengan keadaan dan situasi pada kelompok

masyarakat tersebut baik dengan motif sosial, politik ataupun motif lainnya (van Dijk, 2014). Media massa merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyebarkan informasi yang dalam prosesnya dapat berkembang sebagai pengetahuan dan membentuk suatu pemahaman baru mengenai suatu wacana (van Dijk, 2014). Oleh sebab itu, penggunaan pendekatan kognisi sosial untuk menganalisis media massa menjadi suatu pilihan yang tepat karena pada dasarnya media massa merupakan sumber informasi untuk memperbaharui memori yang telah disimpan dalam kognisi masyarakat (van Dijk, 2014).

Lebih lanjut, kognisi-sosial bisa digunakan untuk membedah ideologi karena ideologi berada pada memori seseorang (van Dijk, 2014); akan tetapi untuk mengungkapkan ideologi dalam memori seseorang diperlukan alat yang dapat mengungkap hal tersebut. Yang menjadi kunci adalah pada prinsip 'mental model' yang dikemukakan oleh van Dijk bahwa episodic memory merupakan personal mental models sedangkan semantic memory adalah memori yang menyimpan pengalaman sosial (van Dijk, 2008, 2014). Dan pada dasarnya manusia lebih sulit mengingat personal memorinya daripada mengingat sosial memori/semantic memori karena personal memori/episodic memory merupakan Long Term Memory sehingga untuk mengingat pengalaman beberapa tahun yang lalu akan lebih sulit dibandingkan dengan pengetahuan yang didapatkan dari pengalaman sosial (van Dijk, 2008). Untuk membongkar semantic memory tersebut, van Dijk menawarkan cara yaitu dengan *ideological square*, yaitu ketika ideologi dan sikap sosial mempengaruhi dan bahwa mengendalikan strategi wacana (van Dijk, 2008). Dalam *ideological square*,

elemen yang harus diperhatikan dalam analisis adalah 1) Express/emphasizes information that is positive about US (Emphasize Our good things) , 2) Express/emphasize information that is negative about them (Emphasize Their bad things) , 3) Surpress/de-emphasize information that is positive about Them (De-emphasize Their good things) dan 4) Surpress/de-emphasize information that is negative about US (De-emphasize Our bad things) (van Dijk, 1998); (van Dijk, 2006).

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini belum pernah diteliti dan penting untuk dilakukan. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan ideologi dan keberpihkan media JPNN.com dan Merdeka.com berkaitan dengan wacana putusan Mahkamah Konstitusi atas hasil uji formil Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 tahun 2020. Manfaat penelitian ini secara praktis dapat dijadikan bahan literatur yang dapat memahami dan meningkatkan kesadaran kritis masyarakat dalam membaca berita-berita di media. Bahwasannya setiap berita di media itu tidak pernah netral namun punya ideologi, sikap, dan kepentingan tertentu. Secara teoretis diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi lanjutan bagi peneliti-peneliti Analisis Wacana Kritis selanjutnya.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis. Data dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata dalam klausa yang termuat dalam dua judul berita daring , yakni 1) “ Putusan MK Membuktikan UU Cipta Kerja Bermasalah” diterbitkan oleh JPNN.com diakses dari <https://www.jpnn.com/news/putusan-mk-membuktikan-uu-cipta-kerja-bermasalah>, 2)

“Sederet Dampak Putusan MK Tentang UU Cipta Kerja” yang diterbitkan merdeka.com dan diakses dari <https://m.merdeka.com/uang/sederetdampak-putusan-mk-tentang-uuciptakerja.html?page=4>. Konteks data tersebut adalah wacana yang memberitakan hasil Putusan Mahkamah Konstitusi atas uji formil UU Cipta Kerja 2020 yang diputuskan pada Kamis 25/11/2021. Sementara itu kedua berita yang dijadikan sumber data penelitian ini diakses pada tanggal 29 November 2021.

Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti dan dibantu dengan tabulasi dan koding data yang didapatkan dari kutipan-kutipan berita JPNN.com dan Merdeka.com. Kutipan-kutipan berita dari dua media tersebut diambil dengan teknik purposive sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pengambilan data dengan teknik dokumentasi. Data kebahasaan tersebut kemudian diidentifikasi, diklasifikasi, dianalisis dan diinterpretasi menggunakan pendekatan analisis ideological square Van Dijk (van Dijk, 2006) dikutip (Dezhkameh et al., 2021) dengan empat makro-strategi yang meliputi: *Emphasize Our good things* ‘tekanan hal-hal baik kita’, *Emphasize Their bad things* ‘tekanan hal-hal buruk mereka’, *De-emphasize Our bad things* ‘tidak menekankan hal-hal buruk kita’, *De-emphasize Their good things*. ‘tidak menekankan hal-hal baik mereka’

Strategi makro ini terwujud melalui berbagai strategi mikro atau struktur wacana ideologis (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Diadaptasi dari strategi mikro ideologis (van Dijk, 2006)

Deskripsi Aktor dan Peristiwa	
Kategorisasi	Categorization (Comparison, Consensus)
Kontrafaktual	Counterfactuals (Disclaimers,

	Euphemism)
Pembuktian	Evidentiality (Example/ Authority)
Hiperbola	Hyperbole (Implication, Irony)
Leksikalisasi	Lexicalisation (Metaphor National, Self-Glorification)
Representasi Negatif-angka	Negative Other-representation (Number Game)
Polarisasi	Polarization (Populism, Positive Self-Representation)
Presupposisi	Presupposition (Vagueness, Victimization)

Hasil dan Pembahasan

Berikut hasil temuan data kebahasaan dari media JPNN.com dan Merdeka.com berkaitan dengan wacana putusan MK terhadap UU Cipta kerja.

Tabel 2 Frekuensi Strategi Makro Ideologi-Representasi JPNN Dan Merdeka.Com

Strategi Makro	JPN N.C OM	Merdeka.com	Keterangan
<i>Emphasize Our good things</i>	4	-	4 data JPNN Menekankan kebaikan Putusan MK dan MK
<i>Emphasize Their bad things</i>	6	14	6 data di JPNN menekankan kejelekan UU Cipta Kerja dan Pemerintah. Sementara itu, pada Merdeka.com terdapat 14 data dengan strategi <i>Emphasize Their bad things</i> yang terdiri atas 3 data menjelekan UU Cipta Kerja dan 11 data menjelekan Putusan MK. Artinya, Merdeka.com

			berpihak kepada UU Cipta Kerja dan pemerintah
<i>De-emphasize Our bad things</i>	-	-	
<i>De-emphasize Their good things</i>	2	1	2 data di JPPN.com tidak menekankan kebaikan UU Cipta kerja dan Pemerintah RI. Sementara itu 1 data di Merdeka.com tidak menekankan kebaikan UU Cipta Kerja

Berikut hasil temuan frekuensi Strategi Mikro pada media JPNN.com dan Merdeka.com

Tabel. 3 Frekuensi Strategi Mikro JPNN dan Merdeka.com

Strategi Mikro	JPNN	Merdeka
Couterfactual	2	4
Leksikalisasi	11	8
Hiperbola	7	1
Evidentiality-authority	3	3.
Negative Other-representation - Number game	0	2
Presuposisi	1	3
Kategorisasi	0	0

Salah satu contoh temuan di JPNN.com tentang ideologi dan sikapnya yang kontra terhadap UU Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020 tampak dari judul berita yang diproduksi, yakni “ Putusan MK Membuktikan UU Cipta Kerja Bermasalah. Ditemukannya leksikalisasi negatif dari kata bermasalah merupakan salah satu bukti linguistik bahwa JPNN,con kontra dengan UU Cipta Kerja dan Pemerintah.

Sementara itu, Merdeka.com berideologi pro pemerintah dengan membuat judul berita “Sederet Dampak Putusan MK Tentang UU Cipta Kerja”. Berdasarkan judul tersebut tampak Merdeka.com merepresentasikan putusan MK tentang UU Cipta kerja ke dalam representasi yang negatif. Hal itu tampak dengan adanya penanda Sederet dampak sebagai penanda *permainan angka* atau *number game* yang berkonotasi negatif. Konotasi negatif tersebut didapatkan dari dengan kelanjutan berita tersebut yang menyebutkan bahwa sederet dapat tersebut adalah *Ganggu Iklim Investasi, Kebingungan Penentuan Sistem Upah, dan Hambat Pemulihan Ekonomi*. Berdasarkan poin-poin tersebut terdapat leksikalisasi yang berkonotasi negative, yakni seperti *ganggu, kebingungan, dan hambatan*. Dengan representasi judul dan subjudul berita seperti itu, Merdeka.com telah merepresentasikan putusan Mahkamah Konstitusi tentang UU Cipta kerja nomor 11 tahun 2020 ke dalam sesuatu yang negative. Hal itu memiliki implikasi bahwa Merdeka.com pro pemerintah.

Analisis Kognisi Sosial

Kognisi sosial penulis atau pemproduksi wacana adalah hal-hal yang memengaruhi pembuat wacana dalam membangun wacana. Dalam hal ini pembuat wacana adalah wartawan dan dewan redaksi media baik di media JPNN.com. maupun Media JPNN.com. Ada beberapa indikator yang dapat dilihat dalam kognisi sosial ini, yaitu pengetahuan, norma, dan sikap. Berdasarkan hasil analisis tekstual tampak kedua media membuat berita tentang hasil putusan MK terhadap UU Cipta Kerja Nomor 2020 dilandasi oleh pengetahuan yang sama, yakni terbitnya putusan

Mahkamah Konstitusi tersebut yang dikeluarkan pada Kamis 25 November 2021. Hal ini yang menjadi dasar dua berita yang menjadi data dalam penelitian ini. Kemudian norma yang melatarbelakangi media antara JPNN.com dan Merdeka.com adalah sama-sama media siber yang bernaung di bawah Undang-Undang jurnalistik Indonesia. Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Sementara itu, unsur sikap yang menjadi kognisi sosial pembuat wacana dalam dua media ini tampak berbeda. Hal itu, tampak dari hasil analisis ideologi berbasis pada analisis tekstual. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua media memiliki sikap dan keberpihakan yang berbeda. Media JPNN.com berpihak kepada hasil putusan MK yang artinya tidak berpihak kepada UU Cipta Kerja dan Pemerintah, sedangkan Merdeka.com cenderung berpihak kepada pemerintah dan UU Cipta Kerja.

Analisis Konteks Sosial

Konteks sosial dua berita yang diterbitkan JPNN.com dan Merdeka.com tidak terlepas dari konteks historis terbitnya UU Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020 yang banyak menimbulkan polemik. Sejarah Putusan MK ini bermula dari polemik Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang disahkan Presiden Joko Widodo di Jakarta pada tanggal 2 November 2020. Pada waktu itu, banyak pihak yang pro dan kontra atas undang-undang yang telah disahkan Presiden Joko Widodo hingga pada akhirnya dibawa ke

Mahkamah Konstitusi untuk uji formil. Kemudian terbitlah putusan MK pada Kamis 25/11/2021 yang menyatakan bahwa Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja bertentangan dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan tidak mempunyai kekuatan hukum mengikat secara bersyarat serta UU Cipta Kerja tersebut harus diperbaiki dalam jangka waktu dua tahun, jika tidak maka menjadi inkonstitusional permanen. Konteks tersebutlah yang melatarbelakangi dua berita di JPNN.com yang berjudul “Putusan MK Membuktikan UU Cipta Kerja Bermasalah” dan berita dari Merdeka.com yang berjudul “Sederet Dampak Putusan MK Tentang UU Cipta Kerja”.

Berdasarkan temuan di atas, media JPNN.com dan Merdeka.com memiliki keberpihakan dan kecenderungan yang berbeda dalam merepresentasikan wacana hasil Putusan Mahkamah Konstitusi atas hasil uji formil UU Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020. Berdasarkan temuan hasil strategi ideologi makro dan mikro, ideologi JPNN.com dapat dikatakan tidak berpihak kepada UU Cipta Kerja No. 20 sekaligus kepada pemerintah sebagai pembuatnya. Strategi yang digunakan JPNN.com dalam membentuk representasi seperti itu dengan menggunakan strategi makro menekankan kebaikan Putusan Mahkamah Konstitusi dan MK sebagai Pembuatnya sekaligus menekankan kejelekan UU Cipta Kerja dan Pemerintah sebagai pembuatnya. Berdasarkan temuan analisis strategi mikro, JPNN banyak menggunakan penanda-penanda kebahasaan yang bersifat leksikalisasi dan hiperbola, sementara Merdeka.com banyak menggunakan strategi mikro leksiklasi dan kata couterfaktual.

Strategi ini secara fungsional menampilkan sekaligus memposisikan dua hal yang berbeda dalam dua posisi; posisi positif dan posisi negatif.

Sementara itu, Merdeka.com berdasarkan hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa secara ideologis Merdeka.com berpihak kepada UU Cipta Kerja No.20 dan sekaligus berpihak kepada Pemerintah Joko Widodo sebagai pembuatnya. Hal tersebut ditunjukkan oleh penggunaan strategi menekankan kejelekan Putusan MK. walaupun merdeka.com menekankan kejelekan UU Cipta Kerja di awal beritanya namun secara keseluruhan kejelekan Putusan MK lebih banyak ditampilkan Merdeka.com dibanding kejelekan UU Cipta Kerja.

Lebih lanjut, persamaan antara kedua media ini JPNN.com dan Merdeka.com sama-sama cukup banyak menggunakan leksikalisasi dalam merepresentasikan peristiwa dan aktor yang terlibat dalam wacana putusan MK atas uji formil UU Cipta Kerja No. 2020. Leksikalisasi yang digunakan kedua media ini ada yang bersifat positif dan juga negative sebagaimana tampak dari hasil di atas. Leksikalisasi adalah salah satu strategi mikro yang dapat dikaitkan dengan linguistic fungsional yang memandang bahwa pilihan-pilihan kata tertentu mengandung perspektif ideologis dari sebuah media (van Dijk, 1995). Hal ini juga sejalan dengan temuan-temuan penelitian dari (Dezhkameh et al., 2021) dan (Al-Ghamdi, 2021) dalam penelitian wacana Covid-19. Bagaimana pilihan leksikal-leksikal tertentu disusun untuk melancarkan ideologi atau keberpihakan media terhadap aktor tertentu atau peristiwa tertentu.

Kemudian persamaan strategi yang digunakan kedua media ini adalah

penggunaan strategi evidentiality 'pembuktian' dengan cara mengutip perkataan orang yang memiliki otoritas. Sebagaimana yang dijelaskan (van Dijk, 2006) bahwa strategi pembuktian dengan cara mengutip orang yang memiliki otoritas sering ditampilkan media. Orang yang memiliki otoritas tidak hanya dibatasi oleh orang yang memiliki kekuatan politik atau hukum, namun dapat juga orang yang memiliki kekuatan akademis seperti ahli-ahli di bidang sains tertentu, sebagaimana hasil penelitian-penelitian dari (Tiruneh et al., 2020); (Brookes, 2021); (Yu et al., 2021) dalam penelitian wacana Covid-19. Selain itu, orang-orang yang memiliki kekuatan sosial atau orang yang memiliki basis masa seperti ketua LSM, Artis atau figur public, atau influencer juga dapat dijadikan pembuktian dalam kasus tertentu (Bouvier & Way, 2021).

Lebih lanjut, perbedaan yang menarik di antara kedua media ini adalah bila JPNN.com dalam membentuk representasi dan melancarkan ideologinya relatif menggunakan 2 strategi sekaligus, yakni menekankan kejelekan UU Cipta Kerja sekaligus menekankan kebaikan putusan MK. Akan tetapi, pada data berita Merdeka.com cenderung hanya menggunakan satu strategi, yakni menekankan kejelekan putusan MK.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data di atas dapat disimpulkan bahwa JPNN.com merepresentasikan negatif UU Cipta Kerja dan Pemerintah. Di sisi lain, JPNN.com menggunakan strategi representasi positif terhadap putusan MK dan MK. Secara ideologis JPNN.com dapat disimpulkan memihak kepada putusan MK dan MK

artinya JPNN berideologi kontra pemerintah. Hal itu secara tidak langsung JPNN.com tidak berpihak kepada UU Cipta Kerja dan Pemerintah. Sementara itu, Merdeka.com berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa media ini cenderung berpihak kepada UU Cipta kerja dan Pemerintah. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya strategi menekankan kejelekan putusan MK. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan Merdeka.com berideologi pro pemerintah. Rekomendasi dari penelitian ini adalah . *Ganggu Iklim Investasi, Kebingungan Penentuan Sistem Upah, dan Hambat Pemulihan Ekonomi.*

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Y., Darmayanti, N., & Wahya. (2014). Analisis Wacana Kritis: Ideologi Hizbut Tahrir Indonesia dalam Wacana Kenaikan Harga BBM 2013 di Buletin Al-Islam yang Berjudul “Menaikkan Harga BBM: Menaikkan Angka Kemiskinan.” *Metalingua: Jurnal Penelitian Bahasa.*, 12 (2), 253—268.
- Ahmadi, Yusep. (2020). *Studi Wacana: Teori dan Penerapannya.* Nawa Utama.
- Al-Ghamdi, N. A. (2021). Ideological representation of fear and hope in online newspaper reports on COVID-19 in Saudi Arabia. *Heliyon*, 7(4), e06864. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06864>
- Bouvier, G., & Way, L. C. S. (2021). Revealing the politics in “soft”, everyday uses of social media: the challenge for critical discourse studies. *Social Semiotics*, 31(3), 345–364. <https://doi.org/10.1080/10350330.2021.1930855>
- Brookes, G. (2021). ‘Lose weight, save the NHS’: Discourses of obesity in press coverage of COVID-19. *Critical Discourse Studies*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/17405904.2021.1933116>
- Covid, P. (2020). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis.* 13(1), 100–110.
- Dezhkameh, A., Layegh, N., & Hadidi, Y. (2021). A critical discourse analysis of covid-19 in iranian and american newspapers. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 21(3), 231–244. <https://doi.org/10.17576/GEMA-2021-2103-13>
- Kurniawan, F., & Dewanto, W. A. (2020). Problematika Pembentukan Ruu Cipta Kerja Dengan Konsep Omnibus Law Pada Klaster Ketenagakerjaan Pasal 89 Angka 45 Tentang Pemberian Pesangon Kepada Pekerja Yang Di PHK. *Jurnal Panorama Hukum*, 5(1), 73–86.
- Libriyanti, N. S., Novita, N., Syifafasya, N., & Safitri, D. (2020). Analisis demokrasi habermas pada teks forum diskusi online RUU Omnibus Law sebagai demokrasi. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 4(1), 1–13.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction.* SAGE Publications, inc.
- Minto, D. W., & Azwar, R. (2021). Penggunaan Kata Ganti terhadap Keberpihakan Penutur dalam Acara Mata Najwa di Trans7 Tentang UU Omnibus Law Cipta Kerja. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5352–5362.
- Republik Indonesia. (2020). Undang-undang republik Indonesia Nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja. Tersedia: <https://uu-ciptakerja.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Salinan-UU-Nomor-11-Tahun-2020-tentang-Cipta-Kerja.pdf>.

- Solihin, O., & Janah, A. (2021). Wacana Kapitalisme Omnibus Law Cipta Kerja. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunkasi*, 8(1), 61–68.
- Suparman, N., & Septiadi, M. A. (2021). Komunikasi politik dalam perumusan Undang-Undang Omnibus Law Cipta Kerja. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 24(2), 161–174.
- Tiruneh, D., Baye, G., & Dubi, Y. B. (2020). A Critical Discourse Analysis of COVID-19 in Ethiopia: Rethinking the Past and Defining the Present. *Journal of Language and Literature*, 20(2), 318. <https://doi.org/10.24071/joll.v20i2.2608>
- Utami, S. P. T., Syam, S., Muharudin, E., Juidah, I., & Sumarlam, S. (2021). Analisis wacana kritis program Mata Najwa “Mereka-reka Cipta Kerja” di Trans 7: Perspektif Teun A. van Dijk. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 10(1), 32–40.
- van Dijk, T. A. (1995). Discourse analysis as ideology analysis. *Language and Pece*, 10(47), 142.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. Sage Publication, inc.
- van Dijk, T. A. (2006). Politics, ideology and discourse. *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, 9, Vo728-740.
- van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Context: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press.
- van Dijk, T. A. (2014). *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge University Press.
- Wodak, R. (2011). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. In J. Zienkowski, J.-O. Östman, & J. Verschueren (Eds.), *Discursive Pragmatics* (pp. 50–70). John Benjamins.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory and Methodology*. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (2nd ed). Sage Publication, inc.
- Yu, H., Lu, H., & Hu, J. (2021). A Corpus-Based Critical Discourse Analysis of News Reports on the COVID-19 Pandemic in China and the UK. *International Journal of English Linguistics*, 11(2), 36. <https://doi.org/10.5539/ijel.v11n2p3>
- Tempo.co.(2021). MK Putuskan UU Cipta Kerja Bertentangan dengan UUD 1945, Apa Artinya? Widyastuti, A.Y.R.R ed. Tersedia: <https://bisnis.tempo.co/read/1532498/mk-putuskan-uu-cipta-kerja-bertentangan-dengan-uid-1945-apa-artinya>
- UU 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Tersedia: <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-11-2020-cipta-kerja>