

WACANA MEDIA DALAM PEMBERITAAN COVID-19
(Analisis *Headline* pada Koran *Rakyat Merdeka* Edisi Maret 2020)

Enjang Muhaemin¹; Dono Darsono²; Lida Imelda Cholidah³; Cecep Suryana⁴

¹Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
enjangmuhaemin@uinsgd.ac.id

²Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
dono.darsono@uinsgd.ac.id

³Prodi Ilmu Komunikasi Humas UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
lida.imelda@uinsgd.ac.id

⁴Prodi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
cecep.suryana@uinsgd.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid-19 meluas cepat ke berbagai negara di dunia. Dalam waktu singkat, virus mematikan yang berasal dari Ibu Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China ini bukan hanya memunculkan kegentingan berbagai negara, tetapi juga menghantui setiap warga di negara manapun. Dalam setiap harinya, media massa menyajikan pandemi covid-19 menjadi “sajian utama” pada halaman utama. “Perang judul” menjadi tak terelakkan. Pengemasan bahasa dan pemilihan kosa kata menjadi “senjata” media, bukan hanya sebatas untuk menjaring pembaca, tetapi juga menjadi alat kritik dan kontrol sosial bagi para pemegang kebijakan. Dengan nuansa ideologi politik yang kental, *Rakyat Merdeka* dalam kurun waktu Maret 2020, setidaknya mengangkat 13 judul berita (*headline*) Covid-19 yang cukup menarik, baik dilihat dalam konsteks bahasa maupun dari pilihan kata yang digunakan. Tujuan penulisan artikel ini untuk melihat bagaimana *Rakyat Merdeka* mengemas bahasa dan memilih kosa kata dalam pemberitaan pandemi covid-19. Ini penting mengingat pengemasan bahasa dan kosa kata pada hakikatnya merupakan isyarat mengenai pertarungan sosial pada kehidupan manusia dan dunia politiknya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana untuk mengkaji praktik sosial media dalam mengonstruksi realitas dengan konteks sosial, ideologi, dan politik tertentu. Hasil penelitian memaparkan bahwa pilihan kosa kata yang digunakan *Rakyat Merdeka* dalam *headline* berita covid-19 menunjukkan ideologi media itu sendiri. *Headline* yang diproduksi lebih berideologi politik, karena setiap *headline* yang diproduksi senantiasa kental bernuansa politik.

Kata Kunci: Covid-19, Judul Berita, Rakyat Merdeka,

A. Pendahuluan

Berbagai negara di dunia tengah berperang serius melawan virus yang tergolong baru dan mematikan. Bahkan, ratusan ribu orang menghembuskan nyawanya menyusul merebaknya pandemi *Corona Virus Disease* (Covid-19), virus yang tergolong berbahaya. Di negara Tirai Bambu (Cina) yang disebut-sebut sebagai tempat awal kemunculan virus ini juga dilaporkan terdapat puluhan ribu nyawa melayang. Akibatnya, negara itu pun menutup diri dalam kerangka mensterilkan wilayahnya dari pandemi virus tersebut.

“Mengamuknya” Covid-19 bukan hanya terjadi di Ibu Kota Wuhan, Provinsi Hubei China, tetapi juga cepat menjalar dan menyerang negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jerman, Italia, Prancis, dan negara-negara Islam di Timur Tengah. Singkat kata, virus yang dipandang mematikan itu tak pandang bulu pun terus menghantui dan menyerang negara-negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia.

Pandemi Covid-19 mulai masuk ke Indonesia pada Maret 2020. Memasuki akhir April 2020 virus berkembang pesat di Jakarta, ibu kota Indonesia. Memasuki bulan April, Covid-19 menyebar dan menyusup ke-33 provinsi di Indonesia. Harian *Kompas* dan *Rakyat Merdeka* (28 April 2020) melansir terdapat 9.511 orang terinfeksi, 1.254 dinyatakan sembuh, dan 773 pasien meninggal dunia. Dua media besar ini juga melaporkan setidaknya hampir delapan korban setiap hari meninggal di Tanah Air akibat virus satu ini.

Sekalipun Covid-19 tergolong sangat berbahaya tampaknya tidak menggoyahkan media untuk terus memburu peristiwa yang dipandang aktual, faktual, menarik, dan penting ini. Setiap hari halaman utama media, khususnya media cetak dihiasi berita virus corona, bahkan seolah-olah berita itu menjadi amunisi media untuk memenangkan khalayak pembaca sebanyak-banyaknya. “Perang judul” menjadi tak terelakkan, berbagai media mengemas judul berita dengan menggunakan bahasa atau kosa kata sesuai ideologi medianya. Koran *Rakyat Merdeka* Jakarta, misalnya, setiap hari menyajikan berita virus corona dengan menggunakan judul yang cukup bombastis, namun tetap kritis.

Dengan nuansa ideologi politik yang dianutnya, *Rakyat Merdeka* dalam kurun waktu Maret 2020 setidaknya mengangkat 13 judul berita (*headline*) Covid-19 yang cukup menarik, baik dilihat dalam konteks bahasa maupun pilihan kata yang digunakan. Bahasa bagi media merupakan senjata yang mampu menggambarkan bagaimana realitas dunia dilihat sehingga mampu memberikan kemungkinan seseorang untuk mengontrol dan mengatur pengalaman pada realitas sosial. Bahasa pada kehidupan media pada hakikatnya dapat memberikan isyarat mengenai pertarungan sosial yang terjadi pada kehidupan manusia dan dunia politiknya. Dengan demikian, menarik dan menggemparkannya sebuah realitas yang terjadi dalam kehidupan sosial pada prinsipnya sangat bergantung pada bagaimana cara media membahasakan atau mewacanakan sebuah realitas.

Merujuk pada realitas itulah, peneliti tertarik untuk melakukan analisis wacana pada *head line* berita Covid-19 *Rakyat Merdeka* yang dipandang sebagai media harian Jakarta yang terbilang cukup berani dalam menyuarakan kekritisannya. Penelitian difokuskan pada analisis wacana *headline* berita Covid-19 pada *Rakyat Merdeka* edisi Maret 2020. Bulan Maret dipilih dengan pertimbangan merupakan awal mencekamnya Covid-19 di Jakarta.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana. Analisis wacana adalah metode untuk mengkaji praktik sosial media dalam mengonstruksi realitas yang menyebabkan sebuah diskursif antara peristiwa yang diwacanakan dengan konteks sosial, ideologi, dan politik tertentu (Eriyanto, 2001:38). Ada dua aspek penting dalam wacana media, yakni teks dan konteks yang melibatkan bagaimana teks itu bisa tersedia. Aspek penting yang muncul adalah mengenai bahasa yang digunakan untuk merepresentasikan maksud pembuat wacana.

Penekanan analisis wacana menurut Sobur (2005:134), lebih pada aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Untuk memahami wacana yang sesungguhnya diperlukan konteks yang lebih luas, di antaranya pemahaman tentang siapa yang memunculkan teks tersebut. Istilah analisis wacana dalam pandangan Gee (1999:4) adalah menggabungkan unsur-unsur linguistik dan unsur

nonlinguistik untuk memerankan kegiatan, pandangan, dan identitas. Istilah lain yang digunakan secara berdampingan dengan wacana adalah teks.

Berdasarkan uraian di atas maka yang dimaksud wacana dalam hal ini adalah teks yakni lisan yang difiksasikan oleh redaksi melalui satu proses jurnalistik ke dalam bentuk tulisan. Isi, bahasa, dan strukturnya memenuhi kriteria bahasa surat kabar. Dengan demikian, wacana menurut Badara (2012:186-187) adalah tulisan yang memiliki ciri struktur berita yang berisi tentang suatu peristiwa yang dipublikasikan melalui surat kabar.

Dengan demikian, analisis wacana tiada lain merupakan kajian mengenai aneka fungsi (pragmatik) bahasa. Stubbs dan Cook (1989:6) menegaskan bahwa analisis wacana tidak dimaksudkan untuk mencari keteraturan dan kaidah seperti tata bahasa, tetapi lebih pada keteraturan yang berkaitan dengan keberterimaannya pada khalayak. Analisis wacana *headline* berita surat kabar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah alat atau media cetak (*Rakyat Merdeka*). Media cetak menurut Wahyudi (1991:120) mempunyai peranan sebagai penghubung batiniah dan santapan rohaniah sebagai bekal pengetahuan manusia. Meinanda (1989:44) menyebutnya media dengan memenuhi syarat seperti publisitas, periodisitas, universalitas, aktualitas, dan kontinuitas.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah *headline* (judul berita) tentang Covid-19 yang dimuat *Rakyat Merdeka* dalam kurun waktu Maret 2020 sebagai titik awal mewabahnya virus corona di Jakarta. Pemilihan judul berita pada *Rakyat Merdeka* tiada lain karena media cetak ini dipandang sebagai media yang bernuansa politik dan dipandang berani dalam melakukan kritik pada birokrasi. Dari hasil analisis, terdapat 13 judul berita yang dipandang menarik, aktual, dan faktual, yang dinilai sarat dengan kritikan dan berbuansa politik.

Tabel 1
Judul Berita Rakyat Merdeka
Edisi Maret 2020

No	Tanggal	Judul Berita	Halaman
1.	01 Maret	Corona Tak Bisa <i> Dicentury-kan</i>	1
2.	02 Maret	Corona: Anies Berencana. Jokowi yang Batalkan	1
3.	07 Maret	Mendingan Di rumah Daripada di Rumah Duka	1
4.	09 Maret	Operasi Pasar Hadapi Corona	1
5.	12 Maret	Kasiuh Tahu, Biar Rakyat Tak Panik	1
6.	13 Maret	Corona Ngamuk, Utang Numpuk	1
7.	14 Maret	Ayo, Menjadi Pioner lawan Corona	1
8.	15 Maret	Waduh, Bahaya Nggak <i>Nih</i>	1
9.	17 Maret	Pilih di Rumah atau Di Kuburan	1
10.	18 Maret	Jangan Bawa Corona Ke Kampung Halaman	1
11.	20 Maret	Anies Minta Lockdown Ke Pusat	1
12.	22 Maret	Darurat Sipil, Makhhluk Apalagi?	1
13.	25 Maret	Rakyat Lapar Mati Gaya	1

Data judul berita di atas terpilih dalam penelitian ini berdasarkan analisis terhadap judul berita yang muncul pada halaman depan (utama) *Rakyat Merdeka* periode Maret 2020. Dari hampir

30 judul berita Covid-19 yang dimuat media harian tersebut, setelah dilakukan analisis tercatat ada 13 judul berita Covid-19 yang dipandang menarik, aktual, faktual, menarik, dan penting sesuai dengan ideologi media cetak terkait.

C. Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkap dan memaparkan temuan dalam tiga tema utama dengan mengacu pada model Roger Fowler sebagai pisau analisisnya. Model ini dalam menganalisis sebuah wacana lebih pada tiga aspek penting: *pertama*, aspek ideologis pada pilihan kosa kata yang digunakan; *kedua*, aktor tertentu yang dibahasakan dengan kata-kata tertentu; dan *ketiga*, pemaknaan yang diterima khalayak berdasarkan pilihan kata yang digunakan.

1. Aspek Ideologi Pilihan Kata

Tema ini membahas kaitannya antara ideologi media dengan bahasa atau kata yang digunakan dalam judul berita pada *Rakyat Merdeka* dalam mewacanakan sebuah realitas mengenai peristiwa Covid-19. Pada judul berita yang dimuat *Rakyat Merdeka* pada 01 Maret 2020 berbunyi: *Corona Tak Bisa di-Century-kan*. Berdasarkan hasil analisis, teks tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: Aktor (Corona), Peristiwa (di-Century-kan), dan Aktor (2) oleh pemerintah.

Peristiwa *Di-Century-kan* merupakan pilihan kata atau bahasa media ini yang memandang bahwa lambannya penanganan virus karena penuh intrik politik. *Rakyat Merdeka* mengisyaratkan bahwa lambannya penanganan virus, karena sudah dimasuki unsur politik, sehingga berdampak meluas dan banyak memakan korban. Ketika media ini memunculkan peristiwa *di-century-kan* artinya penanganan corona akan lamban, dan memakan banyak korban sehingga pemerintah akan gagal dalam menangani virus tersebut. *Di-Century-kan*, merupakan kasus korupsi Bank Century yang jumlahnya cukup besar, hampir mencapai 5,9 triliun yang hingga kini belum juga tuntas. Padahal, pihak DPR telah membuat Pansus untuk membongkar kasus tersebut.

Munculnya bahasa *di-century-kan* yang dipilih *Rakyat Merdeka* berawal dari adanya inisiatif pemerintah yang membawa pihak DPR untuk membuat Perpu mengenai penanganan Corona yang akan mengeluarkan dana cukup besar. Dengan judul berita tersebut, khalayak akan menginterpretasikan bahwa pemerintah seolah-olah terlalu birokratis dalam menangani wabah corona. Padahal korban sudah berjatuhan. Dengan judul itu, khalayak akan merasa pesimis, dan beranggapan bahwa penanganan virus yang dilakukan pemerintah akan lambat, dan hanya akan menghasilkan kegagalan, dan virus akan menyebar luas ke berbagai daerah di Indonesia. Dari judul itu pulalah, kini masyarakat sudah mulai merasakan bagaimana lambannya pemerintah dalam menanggulangi pandemi virus corona, sehingga korban pun terus berjatuhan. Dalam kurun waktu dua bulan saja jumlah korban meninggal mencapai 700 lebih tersebar di Tanah Air.

Judul berita: *Anies Berencana, Jokowi yang Batalkan* yang dimuat pada tanggal 02 Maret 2020, jika dianalisis menunjukkan, bahwa teks itu adalah: Aktor (1) Anies, Peristiwa (yang membatalkan), Jokowi (aktor 2). Judul itu merepresentasikan bahwa media cetak ini memuji tindakan Anies Gubernur Jakarta yang lebih awal meminta supaya Jakarta segera dilakukan *lockdown*. Permintaan Anies yang diajukan secara tertulis ke Presiden bukannya disetujui, melainkan ditolak, atau dibatalkan.

Dengan hadirnya judul tersebut, khalayak akan menilai atau menginterpretasikan atas teks itu bahwa Anies tidak bisa disalahkan, karena sudah sejak awal melakukan upaya, namun tidak direstui pusat. Dalam hal ini, khalayak menumpahkan kesalahan kepada Jokowi selaku Presiden yang menolak upaya kemanusiaan yang dilakukan Gubernur Jakarta. Dalam judul itu

ada dua peristiwa yang bertentangan yakni berencana dan membatalkan. Dengan adanya dua peristiwa yang ditampilkan media cetak ini secara tidak langsung masyarakat akan menuding Jokowi yang patut disalahkan yang mengabaikan rakyatnya atas serangan Covid-19.

Judul berita berikutnya *Medingan di Rumah Daripada di Rumah Duka*. Judul berita yang dipublikasikan pada tanggal 07 Maret 2020, jika teks itu dibedah maka media itu tidak memunculkan aktor dalam teks. Aktor siapa yang menyuruh dan siapa yang disuruh disembunyikan atau dihilangkan. Kendati begitu, khalayak ketika membaca judul itu akan merasa diperintah oleh media untuk berdiam di rumah ketimbang di rumah duka. Rumah duka dipilih dalam judul itu untuk menggambarkan betapa bahayanya virus corona sehingga masyarakat harus patuh kepada imbauan pemerintah, khususnya di wilayah Jakarta. Meski aktor disembunyikan, khalayak sudah mengetahui bahwa judul itu merupakan pesan dari pemerintah yang memerintahkan masyarakat untuk berdiam di rumah.

Begitu pula judul berita pada tanggal 09 Maret 2020: *Operasi Pasar Hadapi Corona*. Teks pada judul itu mengisyaratkan bahwa media *Rakyat Merdeka* secara tidak langsung menyeru pada pemerintah untuk segera memberikan kemudahan pada masyarakat dalam memperoleh bahan pangan sehubungan akan diberlakukannya *lockdown* yang dapat diprediksi masyarakat akan mengalami kesulitan sembako. Dalam judul itu aktor pertama (pemerintah) yang disindir media tidak dimunculkan, yang ada adalah peristiwa (operasi pasar), dan aktor (2) yakni Covid-19. Meski pemerintah disembunyikan, namun khalayak dapat menginterpretasikan bahwa judul itu merupakan seruan kepada pemerintah untuk segera bertindak menyediakan kebutuhan pokok kepada masyarakat ketika Covid-19 ini mewabah.

Judul berita berikutnya adalah *Kasih Tahu Biar Rakyat Tak Panik*. Teks dalam judul pada 12 Maret 2020 ini jika dianalisis, aktor utama (1) tidak dicantumkan dalam judul itu, yang ada adalah peristiwa (*kasih tahu*) dan panik aktor (2) *biar rakyat tak panik*. Dalam judul itu *Rakyat Merdeka* memberikan suatu gambaran bahwa pemerintah sama sekali tidak ada upaya pada waktu itu untuk memberikan edukasi kepada masyarakat seputar kewaspadaan dalam menghadapi Covid-19. Dengan adanya keterlambatan dalam mengedukasi dan upaya penanggulangan Covid-19 seolah pemerintah kelimpungan. Bahkan Menkes sendiri malah menganggap enteng Covid-19 itu. Secara politis tetap media ini mencoba menggiring opini bahwa pemerintah sama lamban dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Judul lain yang dipandang menarik yang dipublikasikan media ini pada tanggal 13 Maret 2020 dengan judul *Corona Mengamuk Utang Menumpuk*. Judul ini memberikan isyarat bahwa ketika Covid-19 mengamuk kondisi pemerintah dalam keadaan kalut, karena anggaran untuk menanggulangi wabah terbilang tipis. Bahkan pada saat yang sama, pemerintah mencoba mengajukan pinjaman ke luar negeri (Cina) dengan dalih untuk memberikan bantuan dan penanganan Covid-19. *Rakyat Merdeka* langsung memuat judul seperti itu. Bahasa *mengamuk* mengisyaratkan bahwa wabah pandemi Covid-19 di Indonesia membabi buta, sehingga membuat panik pemerintah yang minim anggaran. Oleh karenanya, dengan adanya upaya meminta bantuan, maka utang negara akan semakin menumpuk. Khalayak memandang bahwa pemerintah saat ini gagal membangun ekonomi nasional, sehingga dana pun tidak punya.

Judul *Ayo Menjadi Pionir Melawan Corona*, merupakan judul yang dilansir *Rakyat Merdeka* pada tanggal 14 Maret 2020. Judul itu mengisyaratkan aktor utama pemerintah disembunyikan dan yang dimunculkan adalah aktor (2) corona dengan peristiwa melawan. *Rakyat Merdeka* mengisyaratkan bahwa di tengah ketakutan melawan Covid-19, dipandang perlu upaya bersama melawan pandemi Covid-19. Dengan ganasnya virus ini, media ini memandang begitu sulitnya memunculkan atau mengetuk hati masyarakat untuk tampil pada garda depan dalam melawan corona. Dengan memunculkan kata ajakan *Ayo*, di awal teks

menandakan bahwa masyarakat sudah ketakutan sehingga perlu dibesarkan hatinya untuk tampil menjadi pionir dalam memerangi pandemi Covid-19.

Judul berita *Waduh, Bahaya Nih!*, yang dilansir *Rakyat Merdeka* (15/3/20) tidak memunculkan aktor (1) dan aktor (2), hanya memunculkan peristiwa dengan kata *bahaya*. Siapa yang mengatakan bahasa pada teks tersebut adalah masyarakat yang menyindir dan sekaligus mengingatkan pemerintah. Secara ideologi, dan politik, *Rakyat Merdeka* mencoba mengingatkan pemerintah yang dipandang media ini seolah santai dan menganggap virus itu tidak berbahaya.

Kemudian, untuk judul *Pilih Rumah atau Kuburan* yang dilansir *Rakyat Merdeka* (17/3/20) secara ideologi, media ini mengingatkan agar masyarakat lebih waspada dan lebih baik diam di rumah ketimbang keluyuran yang memungkinkan terkena corona yang bisa mematikan. *Rakyat Merdeka* memberikan pilihan hidup atau mati. Namun, dalam judul koran ini lebih memilih kosa kata *rumah* untuk hidup dan keselamatan karena *lockdown*, dan memilih *kuburan* untuk menggambarkan kematian bagi masyarakat yang tidak menaati aturan. Rumah menggambarkan keselamatan dan kehidupan, sedangkan di luar rumah menggambarkan kematian atau kuburan.

Judul berita *Jangan Bawa Corona ke Kampung Halaman* dilansir *Rakyat Merdeka* edisi 18 Maret 2020. Secara ideologi dan politik, media ini mendukung pemerintah untuk tidak memberikan peluang mudik atau pulang kampung kepada masyarakat yang tinggal di Jakarta. Media menyoroti bahwa mudik atau pulang kampung secara tidak langsung masyarakat turut menyebarkan virus ke tempat atau wilayah lainnya. *Rakyat Merdeka* mengalogikan virus dengan “oleh-oleh” yang lazimnya dibawa masyarakat ke kampung halaman. Dengan tidak pulang kampung, ini artinya masyarakat tidak akan membawa “oleh-oleh” berbentuk virus yang melekat pada tubuhnya

Judul berita lainnya adalah *Anies Minta Lock Down Ke Pusat* (20/3/20). Ketika judul ini dibedah maka yang muncul adalah Anies (aktor1), minta (peristiwa) dan Pemerintah (aktor 2). Artinya, pemerintah menggambarkan Presiden Jokowi, dan Anies menggambarkan Gubernur DKI. Ideologi *Rakyat Merdeka* dalam judul ini pada hakikatnya menggambarkan upaya Anies untuk bergerak cepat menutup Jakarta. Begitu pula pada judul *Darurat Sipil Makhluh Apalagi?* (22/3/20) merupakan judul yang menggambarkan darurat sipil dengan makhluk halus. Media *Rakyat Merdeka* dalam judul itu secara ideologi dan politik tidak setuju atas adanya darurat sipil yang dipandang berlebihan. Darurat sipil dalam pandangan media tidak lazim, sehingga darurat sipil dianalogikan dengan makhluk aneh dan asing persis virus. Darurat sipil sama halnya dengan virus yang belum diketahui jenisnya.

Judul yang menarik pada *Rakyat Merdeka* terbit 25 Maret 2020, yakni *Rakyat Lapar Mati Gaya*. Secara ideologi dan politik, judul ini menggambarkan bagaimana penderitaan rakyat yang mulai kesulitan bahan pangan dan uang akibat *lockdown*. Dengan kesulitan itu secara ideologi, *Rakyat Merdeka* menggambarkan matinya aktivitas masyarakat akibat tak mempunyai uang, serta adanya larangan ke luar rumah.

2. Aktor Tertentu yang Dibahasakan dengan Kata-Kata tertentu

Pada judul berita *Rakyat Merdeka* pada tanggal 01 Maret 2020 berbunyi *Corona Tak Bisa di-Century-kan*. Berdasarkan hasil analisis, teks ini dapat diuraikan sebagai berikut: Aktor (Corona), Peristiwa (di-Century-kan, dan Aktor (2) oleh pemerintah. Pada judul ini *Rakyat Merdeka* memilih kata peristiwa *Di-Century-kan* merupakan pilihan kata atau bahasa media ini yang memandang bahwa ada isyarat persoalan virus corona lebih dibawa ke arah politik. Bahkan pemerintah berencana untuk membuat pansus untuk mengeluarkan Perpu mengenai darurat sipil. Munculnya bahasa *di-century-kan* yang dipilih *Rakyat Merdeka* berawal dari

adanya inisiatif pemerintah yang membawa pihak DPR untuk membuat Perpu mengenai penanganan Covid-19 yang akan mengeluarkan dana cukup besar.

Dengan adanya judul berita tersebut khalayak akan menginterpretasikan bahwa pemerintah seolah-olah terlalu birokratis dalam menangani wabah Covid-19 padahal korban sudah berjatuhan. Dengan adanya judul itu, khalayak akan merasa pesimis, dan beranggapan penanganan virus yang dilakukan pemerintah akan lambat, dan menghasilkan kegagalan. Implikasinya, virus akan menyebar ke berbagai daerah di Indonesia. Dari judul itulah, kini masyarakat sudah mulai merasakan bagaimana lambannya pemerintah dalam menanggulangi virus, sehingga korban pun berjatuhan. Dalam kurun waktu dua bulan saja jumlah korban meninggal mencapai 700 lebih tersebar di Tanah Air.

Judul berita *Anies Berencana, Jokowi yang Batalkan* yang dilansir pada tanggal 02 Maret 2020, jika dianalisis, teks itu adalah: Aktor (1) Anies, Peristiwa (yang membatalkan), Jokowi (aktor 2). Judul itu merepresentasikan bahwa Media cetak ini memuji tindakan Anies Gubernur Jakarta yang lebih awal meminta supaya Jakarta segera dilakukan *lockdown*. Permintaan Anies yang diajukan secara tertulis ke Presiden bukannya disetujui melainkan ditolak, atau dibatalkan, Judul berita *Medingan di Rumah Daripada di Rumah Duka*. Judul berita yang dilansir pada 07 Maret 2020, jika teks itu dibedah terlihat media ini tidak memunculkan aktor dalam teks. Justeru aktor siapa yang menyuruh dan siapa yang disuruh disembunyikan atau dihilangkan. *Rumah Duka* dipilih dalam judul untuk menggambarkan betapa bahayanya Covid-19, sehingga masyarakat harus patuh pada imbauan pemerintah khususnya di wilayah Jakarta. Meski aktor disembunyikan, khalayak sudah mengetahui bahwa judul itu merupakan pesan dari pemerintah yang memerintahkan masyarakat untuk berdiam di rumah.

Judul berita pada 09 Maret adalah *Operasi Pasar Hadapi Corona*. Teks pada judul itu mengisyaratkan bahwa *Rakyat Merdeka* secara tidak langsung menyeru pemerintah untuk segera memberikan kemudahan pada masyarakat dalam memperoleh bahan pangan sehubungan akan diberlakukannya *lockdown* yang diprediksi masyarakat akan mengalami kesukulitan sembako. Dalam judul itu aktor pertama (pemerintah) yang disindir media tidak dimunculkan, yang ada adalah peristiwa (operasi pasar) dan aktor (2) yakni corona.

Judul berita *Kasih Tahu Biar Rakyat Tak Panik*. Teks dalam judul yang dilansir pada 12 Maret 2020 jika dianalisis, aktor utama (1) tidak dicantumkan dalam judul, yang ada adalah peristiwa (kasih tahu) dan panik, aktor (2) biar rakyat tak panik. Dalam judul itu *Rakyat Merdeka* memberikan suatu gambaran bahwa pemerintah sama sekali tidak ada upaya pada waktu itu untuk memberikan edukasi kepada masyarakat seputar kewaspadaan dalam menghadapi Covid-19.

Judul yang dipandang menarik yang dilansir media ini pada 13 Maret 2020 dengan judul: *Corona Mengamuk Utang Menumpuk*. Judul ini memberikan isyarat bahwa ketika corona mengamuk kondisi pemerintah dalam keadaan kalut karena anggaran untuk menanggulangi wabah tipis bahkan pada saat corona mengamuk pemerintah mencoba mengajukan pinjaman ke luar negeri (Cina) dengan dalih untuk memberikan bantuan dan penangan corona. *Rakyat Merdeka* langsung memuat judul seperti itu. Bahasa mengamuk mengisyaratkan bahwa wabah corona di Indonesia membabi buta, sehingga membuat panik pemerintah yang minim anggaran.

Judul: *Ayo Menjadi Pionir Melawan Corona*, merupakan judul yang dilansir *Rakyat Merdeka* pada 14 Maret 2020. Judul itu mengisyaratkan aktor utama pemerintah disembunyikan dan yang dimunculkan adalah aktor (2) corona dengan peristiwa melawan. Ini mengisyaratkan bahwa di tengah ketakutan dengan corona media ini memandang perlu adanya upaya bersama dari masyarakat untuk melawan wabah itu. Judul berita: *Waduh, Bahaya Nih!*, yang dilansir

Rakyat Merdeka (15/3/20) tidak memunculkan aktor 1) dan aktor (2) dan hanya memunculkan peristiwa dengan bentuk bahasa bahaya. Rakyat Merdeka menggunakan kata ajakan Ayo di awal kalimat yang menadkan sebuah ajakan secara sadar untuk melawan corona.

Kemudian, untuk judul: *Pilih Rumah atau Kuburan* yang dilansir Rakyat Merdeka (17/3/20) secara ideologi media ini mengingatkan agar masyarakat lebih waspada dan lebih baik diam di rumah ketimbang keluyuran dan terkena corona yang bisa mematikan. Rakyat Merdeka memberikan pilihan hidup atau mati dengan memilih dan mengambil kata rumah atau kuburan. Kuburan melambangkan keamanan dan kburan melambangkan kegelapan atau kematian.

Judul berita: *Jangan Bawa Corona ke Kampung* Halaman dilansir Rakyat Merdeka edisi 18 Maret 2020. Rakyat Merdeka meanalogikan virus dengan oleh-oleh yang lazimnya diobawa masyarakat ke kampung halaman. Dengan tidask pulangh kampung ini artinya masyarakat tidak akan membawa oleh-oleh bentuk virus yang melekat pada tubuhnya

Judul berita lainnya adalah: *Anies Minta Lopck Down Ke Pusat* (20/3/20). Ketika judul ini dibedah makla yang muncul adalah Anies (aktor1), minta (peristiwa) dan Pemerintah (aktor 2). Artinya, pemerintah menggambarkan Presiden Jokowi, dan Abies menggambarkan gubernur DKI. Begitu pula pada judul: *Darurat Sipil Makhluk Apalagi?* (22/3/20) merupakan judul yang menggambarkan daruirat sipil dengan makhluk halus. Media Rakyat Merdeka dalam judul itu secara ideologi dan politik tidak setuju atas adanya darurat sipil yang dipandang berlebihan.

Judul yag menarik pada Rakyat Merdeka terbit 25 Maret 2020 yakni: Rakyat lapar Mati Gaya. Rakyat Merdeka menggambarkan kesulitan dan ketidakbebasan masyarakat yang harus di rumagh sehingga mereka kehilangan aktivitas. Bahasa yang digunakan adalah mati gaya yakni mati aktivitas.

3. Pemaknaan Khalayak Berdasarkan Pilihan Kata

Pada judul berita yang dilansir Rakyat Merdeka pada 01 Maret 2020 berbunyi *Corona Tak Bisa di-Century-kan*. Berdasarkan hasil analisis teks dapat diuraikan sebagai berikut: Aktor (Corona), Peristiwa (di-Century-kan, dan Aktor (2) oleh pemerintah. Ketika media ini memunculka peristiwa di-centurykan masyarakat akan berpandangan bahwa musibah corona sama dengan virus corona yang penuh intrik politik. Pemerintah lamban melawan corona karena sudah berbau politik yang kasus centrury hingga kini tak jelas ujung pankalnya. Masyarakat merasa pesimis jika penanganan kasus coorona seperti menangani kaksus century harus membuat Pansus.

Dengan adanya judul itu, khalayak akan merasa fesimis bahwa penanganan virus yang dilakukan pemerintah akan lambat, dan menghasilkan kegagalan sehingga virus akan menyebar ke berbagai daerah di Indonesia. Dari judul itulah, kini masyarakat sudah mulai merasakan bagaiman lambannya pemerintah dalam menanggulangi virus sehingga korban pun berjatuhan. Dalam kurun waktu dua bulan saja jumlah korban meninggal mencapai 700 lebih tersebar di Tanah Air.

Judul berita: *Anies Berencana, Jokowi yang Batalkan* yang dilansir 02 Maret 2020 Dalam hal ini, khalayak menumpahkan kesalahan kepada Jokowi selalu Presiden yang menolak upaya kemanusiaan yang dilakukan Gubernur Jakarta. Dalam judul itu ada dua peristiwa yang bertentanga yakni berencana dan membatalkan. Dengan adanya dua peristiwa yang ditampilkan media cetak ini secara tidak langsung masyarakat akan menuding Jokwi yang patu disalahkan dan mengabaikan rakyatnya atas serangan corona.

Judul berita berikutnya *Medingan di Rumah Daripada di Rumah Duka*. Judul berita yang dilansir 07 Maret 2020 jika teks itu dibedah maka media itu tidak memunculkan aktor dalam teks itu. Masyarakat harus patuh kepada himbauan pemerintah khususnya di wilayah Jakarta. Meski aktor disembunyikan, khalayak sudah mengetahui bahwa judul itu merupakan pesan dari pemerintah yang memerintahkan masyarakat untuk berdiam di rumah.

Begitu pula judul berita (09 Maret): *Operasi Pasar hadapi Corona*. Dari pemilihan kata yang diamlil pada judul itu khalayak dapat menginterpretasikan bahwa judul itu merupakan seruan kepada pemerintah untuk segera bertindak memberikan kemudahan kebutuhan pokok kepada masyarakat ketika corona itu mewabah.

Judul berita pada 12 Maret 2020 adalah *Kasih Tahu Biar Rakyat Tak Panik*. Teks dalam judul ini jika dianalisis, maka yang menjadi aktor utama (1) tidak dicantumkan dalam judul itu, yang ada adalah peristiwa (*kasih tahu*) dan panik; aktor (2) *biar rakyat tak panik*. Dengan pemilihan kata pada judul itu mengisyaratkan bahwa masyarakat harus waspada dalam menghadapi corona terlebih ada kesan pemerintah disebut-asebut lambat dalam menanganinya.

Judul yang dipandang menarik yang dilansir media ini pada 13 Maret 2020 dengan judul *Corona mengamuk Utang Menumpuk*. Judul itu memberikan isyarat bahwa ketika corona mengamuk kondisi pemerintah dalam keadaan kalut karena anggaran untuk menanggulangi wabah tipis. Bahkan pada saat corona mengamuk pemerintah mencoba mengajukan pinjaman ke luar negeri (Cina) dengan dalih untuk memberikan bantuan dan penangan corona. Dengan pemilihan kata menumpuk dan mengamuk pada judul tersebut khalayak memandang bahwa pemerintah saat ini gagal membangun ekonomi nasional sehingga dana pun tidak punya.

Judul berita *Ayo Menjadi Pionir Melawan Corona*, merupakan judul yang dilansir *Rakyat Merdeka* pada 14 Maret 2020. Judul ini mengisyaratkan aktor utama pemerintah disembunyikan dan yang dimunculkan adalah aktor (2) corona dengan peristiwa melawan. Ini mengisyaratkan bahwa di tengah ketakutan dengan corona media ini memandang perlu adanya upaya bersama dari masyarakat untuk melawan wabah itu. Media ini mengetuk hati masyarakat untuk tampil menjadi garga depan dalam melawan corona.

Judul berita *Waduh, Bahaya Nih!*, yang dilansir *Rakyat Merdeka* (15/3/20) tidak memunculkan aktor (1) dan aktor (2) dan hanya memunculkan peristiwa dengan bentuk bahasa bahaya. Dalam judul media ini, khalayak menginterpretasikan bahwa media mengingatkan pemerintah akan bahayanya virus corona.

Kemudian, untuk judul *Pilih Rumah atau Kuburan* yang dilansir *Rakyat Merdeka* (17/3/20) secara ideologi media ini mengingatkan agar masyarakat lebih waspada dan lebih baik diam di rumah ketimbang keluyuran dan terkena corona yang bisa mematikan. Dari judul *Rakyat Merdeka* itu, masyarakat menginterpretasikan bahwa selama pandemi corona harus berada di rumah dan berada di luar rumah berbahaya karena menjemput kematian. Rumah dan kuburan mengasosiasikan antara keselamatan dan kematian.

Judul berita lainnya adalah *Jangan Bawa Corona ke Kampung* dilansir *Rakyat Merdeka* edisi 18 Maret 2020. Secara ideologi dan politik media ini mendukung pemerintah untuk tidak memberikan peluang perluang mudik atau pulang kampung kepada masyarakat yang tinggal di Jakarta. Media menyoroti dengan mudik atau pulang kampung secara tidak langsung masyarakat turut menyebarkan virus ke tempat atau wilayah lainnya. Masyarakat dengan disugahi judul itu menginterpretasikan bahwa corona senantiasa mudah menempel pada tubuh sehingga corona sangat diidentikan dengan oleh-oleh yang biasa dibawa masyarakat ketika pulang kampung.

Judul berita lainnya adalah *Anies Minta Lopck Down Ke Pusat* (20/3/20). Ketika judul ini dibedah maka yang muncul adalah Anies (aktor1), minta (peristiwa) dan Pemerintah (aktor 2). Artinya, masyarakat menginterpretasikan bahwa pemerintah Jokowi, dan Anies bergerak cepat menutup Jakarta namun Jokowi menolaknya. Judul itu memberikan makna di pikiran masyarakat adalah Jokowi menolak itikad baik Anies untuk menyelamatkan masyarakat dari gempuran corona. Begitu pula pada judul: *Darurat Sipil Makhluh Apalagi?* (22/3/20) merupakan judul yang menggambarkan darurat sipil dengan makhluk halus. Media Rakyat Merdeka dalam judul itu secara ideologi dan politik tidak setuju atas adanya darurat sipil yang dipandang berlebihan. Darurat sipil dalam pandangan media tidak lazim sehingga darurat sipil dianalogikan dengan makhluk aneh dan asing persis virus. Darurat sipil sama halnya dengan virus yang belum diketahui jenisnya.

Judul yang menarik pada *Rakyat Merdeka* terbit 25 Maret 2020 yakni *Rakyat lapar Mati Gaya*. Masyarakat menginterpretasikan judul itu yakni lumpuhnya aktivitas masyarakat karena harus dilockdown. Dikurung di rumah membuat matinya aktivitas. Aktivitas dalam judul itu lebih digambarkan dengan memilih kata gaya.

D. Pembahasan

Dalam penelitian ini *headline* (judul berita) harian *Rakyat Merdeka* di halaman utama (depan) atau halaman satu merupakan obyek yang menjadi penelitian. *Headline* lazimnya ditulis dengan huruf yang tebal dan mencolok sehingga akan mudah dilihat oleh pembaca. *Headline* berita tiada lain merupakan ringkasan dari sebuah wacana yang diproduksi media massa. Para pakar jurnalistik mengungkapkan *headline* berita tiada lain adalah identitas berita itu sendiri. Sehebat apapun berita tanpa ada judul berita sama sekali tidak ada artinya. Oleh karenanya, judul berita adalah hal menarik atau yang menjadi kunci dari berita itu sendiri. Tanpa judul berita itu seolah-olah tak dikenal atau anonim.

Bagi khalayak pembaca, judul berita merupakan pemicu daya tarik pertama bagi pembaca untuk membaca suatu berita. Judul berita yang baik harus memenuhi syarat di antaranya provokatif, formal, singkat, padat, dan relevan. Oleh karena itu, media massa khususnya media cetak senantiasa memunculkan *headline* berita yang menarik sehingga dapat merangsang pembaca untuk membacanya. Dengan judul menarik dalam pandangan komunikasi akan mempercepat pesan yang dikandung *headline* kepada pembacanya. Tak heran bila kemudian setiap wartawan, demikian papar Darsono dan Muhaemin (2012:52), selalu berusaha keras untuk membuat dan mengemas judul berita yang memiliki daya tarik dan daya pikat bagi pembaca.

Daya tarik *headline* berita itu yang pada hakikatnya diterapkan oleh harian *Rakyat Merdeka* terutama dalam berita Covid-19. *Rakyat Merdeka* setiap hari menampilkan judul-judul utama di halaman muka mengenai Covid-19, sehingga menjadi daya tarik pembaca. Judul berita, dalam pandangan media massa adalah merupakan simbol penting mengenai sebuah wacana yang menggambarkan ideologi media dengan memainkan kosa kata. Bahasa merupakan kekuatan media dalam mengonstruksi realitas dengan kekuatan bahasa sebagai kekuatannya.

Bahasa yang dimaksud adalah bahasa jurnalistik yakni bahasa yang biasa digunakan sebagai alat transaksional yang efektif dalam menyampaikan pesan secara efektif. Bahasa jurnalistik menurut Romel (2005:27) adalah bahasa tulisan yang digunakan dalam media massa. Bahasa jurnalistik memiliki sifat yakni komunikatif dan spesifik. Komunikatif artinya langsung menjamah materi atau ke pokok persoalan (*straight news*). Spesifik artinya memiliki gaya penulisan tersendiri yakni sederhana, kalimatnya pendek-pendek, kata-katanya jelas, dan mudah dimengerti oleh pembaca.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam mengonstruksi sebuah realitas akan melahirkan berbagai interpretasi dari khalayak dan mengandung maksud dan tujuan bagi media itu sendiri. Bahasa bagi media merupakan senjata utama dalam mewacanakan sebuah realitas termasuk pencitraannya. Surat kabar sebagai representasi simbolis dan nilai masyarakat telah membentuk stereotif yang sering merugikan pihak tertentu. Mereka cenderung ditampilkan dalam media sebagai orang yang bersalah dibandingkan dengan pihak lain. Surat kabar melalui wacana beritanya dapat menentukan sesuatu apakah ia buruk atau baik di masyarakat. Proses pemarginalan melalui wacana berlangsung secara wajar, apa adanya, dan dihayati bersama. Kemudian, pembaca dalam hal ini tidak merasa dibodohi atau dimanipulasi oleh adanya wacana berita surat kabar yang memarginalkan pihak tertentu.

Menurut Badara (2014:4-5), bentuk pemarginalan pihak tertentu yang dapat dilakukan surat kabar antara lain melalui penekanan bagaimana aktor tertentu diposisikan dalam teks. Posisi tersebut dapat dipandang sebagai bentuk penubjekkan seseorang atau kelompok. Satu pihak mempunyai posisi sebagai penafsir sementara pihak lain menjadi obyek yang ditafsirkan. Kekuatan media dalam memarginalkan subyek dalam teks dengan memainkan bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, Berger (1976:34-46) menegaskan bahwa bahasa merupakan unsur utama di dalam proses realitas. Berger mengatakan proses konstruksi realitas dimulai ketika seorang konstruktor melakukan obyektivasi terhadap suatu kenyataan yakni melakjukan persepsi terhadap suatu obyek.

Dalam media massa khususnya surat kabar keberadaan bahasa tidak lagi hanya sebagai alat untuk menggambarkan sebuah realitas, tetapi dapat menentukan makna citra mengenai suatu realitas. Selanjutnya Defleur (1989:269) menegaskan bahwa media massa memiliki berbagai cara memengaruhi bahasa dan makna, mengembangkan kata-kata baru, beserta makna asosiatifnya, memperluas makna, dan istilah-istilah yang ada, mengganti makna lama dengan sebuah istilah dan makna baru, serta memantapkan konvensi makna yang telah ada dalam suatu sistem bahasa. Oleh karena persoalan makna tersebut maka penggunaan bahasa berpengaruh terhadap konstruksi realitas lebih-lebih atas hasilnya dalam hal makna dan citra.

Roger Fowler (1979:8) berpendapat bahasa menggambarkan bagaimana realitas dunia dilihat, memberikan kemungkinan seseorang untuk mengatur pengalaman pada realitas sosial. Dalam mengkonstruksi realitas dengan kekuatan bahasa media cetak khususnya menggunakan kata, kalimat, proposisi yang tepat sehingga pilihan linguistik itu dapat menjadi daya tarik dari sebuah realitas yang dikonstruksi media massa. Pilihan kata dan aktor dalam sebuah realitas sangat menentukan kiblat media itu sendiri. Ada tiga aspek yang erat kaitannya kekuatan bahasa dalam mengkonstruksi realitas yakni dapat menunjukkan ideologi media itu sendiri, dapat melihat siapa yang menjadi aktor dengan kekuatan bahasa itu sendiri, dan aspek ketiga adalah bahasa pilihan bahasa atau kata dapat memberikan pemaknaan tersendiri bagi para pembaca. Paling tidak, dengan penggunaan bahasa atau kosa kata tertentu pembaca dapat menginterpretasikan makna di balik wacana tersebut.

E. Simpulan

Pilihan kosa kata yang digunakan *Rakyat Merdeka* dalam *headline* berita covid-19 menunjukkan ideologi media itu sendiri. *Rakyat Merdeka* yang terbit di Jakarta dari hasil analisis menunjukkan bahwa *headline* yang diproduksi media ini lebih berideologi politik, karena setiap *headline* yang diproduksi media tersebut senantiasa bernuansa politik dan kemanusiaan.

Pada *headline* berita corona *Rakyat Merdeka* senantiasa menggunakan kata tertentu untuk menggambarkan aktor tertentu. Bahayanya Covid-19 dalam judul berita digambarkan dalam

kata-kata yang akrab, namun tetap menarik, seperti corona digambarkan sebagai oleh-oleh dan tidak dibawa untuk pulang kampung, kemudian corona digambarkan dengan kuburan, corona digambarkan dengan rumah duka, dan corona pun dalam judul berita tersebut digambarkan sebagai penyebab menumpuknya utang negara.

Dengan adanya pemilihan kosda kata yang variatif dalam judul berita *Rakyat Merdeka* menyebabkan pembaca harus pintar menginterpretasikan makna di balik kosa kata yang diproduksi media dalam berita Covid-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Rakyat Merdeka* memaksa pembaca untuk menginterpretasikan bahwa corona merupakan virus berbahaya yang senantiasa setiap saat mengancam nyawa manusia. Jika manusia lengah dan tidak mentaati anjuran dari pemangku kebijakan, maka bukan tidak mustahil covid-19 akan kian membahayakan.

Daftar Pustaka

Buku

- Badara, Aris. 2014. *Analisis Wacana Media*. Jakarta: Kencana.
- Berger, and Luckmann. 1967. *The Social Construction of Reality*. New York: Anchor.
- Cook, Guy. 1994. *The Discourse of Advertising*. London: Routledge
- Darsono, D. & Muhaemin, E. 2012. *Secangkir Peristiwa di Mata Wartawan*. Bandung: Mimbar Pustaka.
- Defleur, Melvin. 1989. *Theories of Mass Communication*. London: Longman
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana Teks Media*. Yogyakarta: LKIS
- Meinanda, Teguh. 1989. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Amico
- Romel. 2005. *Jurnalistik Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wahyudi, JB. 1991. *Pengatahuan Praktis Kewartawanan*. Jakarta: Alumni

Surat Kabar

Kompas Edisi 28 Maret 2020

Rakyat Merdeka, Edisi Maret 2020

Biografi Penulis



Drs. Enjang Muhaemin, M.Ag

Dosen Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Di kampus yang sama, juga sebagai Ketua Prodi Ilmu Jurnalistik. S1 *Ilmu Dakwah* IAIN Sunan Gunung Djati Bandung. S2 *Ilmu Dakwah* UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Jenjang S3 *Ilmu Komunikasi*, Unpad Bandung, masih dalam proses penyelesaian.

	<p>Dr. H. Dono Darsono, S.S., M.Ag</p> <p>Dosen Prodi Ilmu Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Di kampus yang sama sebagai Ketua Bidang Laboratorium Televisi. S1 Bahasa Inggris di STBA Bandung, S2 Studi Masyarakat Islam di UIN SGD Bandung, dan S3 Ilmu Komunikasi di Unpad Bandung.</p>
	<p>Lida Imelda Cholida, M.Si</p> <p>Dosen Ilmu Komunikasi Humas (Hubungan Masyarakat) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Menyelesaikan studi S1 di IAIN SGD Bandung, dengan jurusan Hubungan Masyarakat. Jenjang S2 diselesaikan di Universitas Sahid Jakarta dengan jurusan <i>Manajemen Komunikasi</i>.</p>
	<p>Dr. H. Cecep Suryana, M.Si</p> <p>Dosen Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung. Menyelesaikan jenjang studi S1 tahun 1991 di IAIN SGD Bandung, jurusan <i>Ilmu Dakwah</i>. Jenjang S2 lulus tahun 2003 di Unpad pada <i>BKU Ilmu Komunikasi</i>. Jenjang S3 tuntas tahun 2016 di Uninus, konsentrasi <i>Manajemen Pendidikan</i>. Beberapa tulisannya dimuat pada <i>Jurnal Anida</i> dan <i>Jurnal Ilmu Dakwah</i>. Saat ini penulis lebih memokuskan diri pada kajian Ilmu Politik & Komunikasi Politik.</p>