

**ANALISIS WACANA KRITIS PADA PEMBERITAAN
PERGANTIAN WARNA CAT PESAWAT PRESIDEN DI MEDIA
(METRO TV & TV ONE)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**OLEH:
MARIA NESTILIA SATO
2017230042**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2022**

Ringkasan

Media massa di Indonesia ialah diantara salah satu banyak bidang yang penilaiannya sangat berkembang. Perkembangan media massa yang pesatnya membuat persaingan antar media masing-masing menjadi ketat. Setiap media berambisi untuk menjadi yang terdepan dalam mengabarkan sebuah peristiwa. Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini masyarakat bahkan bisa mendorong gerakan sosial. Media sebagai penyalur komunikasi memiliki kekuatan untuk mengendalikan bagaimana masyarakat menilai sesuatu. Tidak heran jika kita mengetahui banyak hal dari media.

Riset berikut mempunyai tujuan seperti untuk mengetahui analisis wacana kritis pada pemberitaan Pergantian Warna Cat Pesawat di Metro TV dan TV One. Riset ini memakai metode kualitatif. Untuk menganalisis wacana kritis, Van Dijk sudah menyimpulkan 3 dimensi bangunan yang mana analisis teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Untuk mengumpulkan data menggunakan Teknik dokumentasi yang berisi dialog antara presenter dan narasumber, video transkrip pemberitaan dan sebagainya.

Hasil pada penelitian ini adalah dari analisis wacana kritis yang menggambarkan dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial pada video pemberitaan pergantian warna cat pesawat presiden dilihat dari wacana dan narasi serta narasumber yang diundang setelah peneliti menganalisis menggunakan teori Van Dijk dalam pemberitaan ini secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa ideologi yang dibangun kedua media tersebut sangat berbeda. Pada Metro TV, Presenter dan Ali Mochtar Ngabalin terlihat setuju akan pergantian warna cat pesawat karena merupakan lambang negara Indonesia dan merupakan simbol untuk merayakan hari kemerdekaan. Sedangkan pada TV One, dimana Presenter meminta pihak pemerintah untuk mengecek kembali biaya yang dikeluarkan untuk pengecatan pesawat dan bagaimana hasilnya di lapangan apakah mempunyai dampak bagi khalayak masyarakat.

Kata Kunci : Wacana Kritis, Metro TV & TVOne, Van Dijk

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak sekali media yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menyampaikan atau menyampaikan pesan. Salah satunya adalah komunikasi yang luas. Komunikasi luas merupakan saluran korespondensi yang digunakan untuk penyebaran data secara massal yang dapat diperoleh secara massal. Selanjutnya, komunikasi yang luas merupakan sumber data yang vital bagi orang-orang saat ini. Media surat menyurat yang saat ini dimanfaatkan oleh masyarakat umum meliputi media cetak, media elektronik, dan media online (Denis, 2011). Dalam sudut pandang Ekonomi Politik Menengah, Vincent Mosco mengatakan bahwa media seringkali mengabaikannya untuk mencari keuntungan. Komunikasi yang luas, yang berlindung di balik peluang pers, menyajikan berita secara emosional dan umumnya akan mengembangkan benih-benih kemunduran di arena publik di mana pemilik media memiliki kesempatan untuk memimpin penilaian populer sesuai keinginan mereka. Misalnya, media dapat mendekati suatu peristiwa. Selanjutnya, media dapat menciptakan bayaran dalam perekonomian selain itu, komunikasi yang luas juga dapat menyebar dan memperkuat desain keuangan dan politik tertentu dan khususnya, media selain fakta bahwa kemampuan kontrol sosial belum juga siap untuk melengkapinya. seputar filosofis (Fajar J, 2019:64).

Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini masyarakat bahkan bisa mendorong gerakan sosial. Media sebagai penyalur komunikasi memiliki kekuatan untuk mengendalikan bagaimana masyarakat menilai sesuatu. Tidak heran jika kita mengetahui banyak hal dari media. Karena media massa berperan membawa luas pesan yang bisa mempengaruhi pikiran masyarakat yang mengonsumsi berita tersebut (Anamecci, 2015:13). Pada kali ini, media massa hidup sebagai juru bicara dan juga sebagai jembatan informasi bagi publik. Media dapat memberikan berbagai jenis informasi penting dan menentukan bentuknya fakta-fakta, perspektif terkait duniawi dan kenyataan sosial. Media meracik informasi atau berita yang dapat membuat masyarakat mempercayai semua informasi yang sudah disajikan. Informasi yang diterima oleh publik mungkin tidak sepenuhnya atau seluruhnya terserap dan jika dibiarkan dalam waktu lama akan mendistorsi pesan.

Seiring dengan munculnya distorsi dan misinformasi, itu membuat beberapa mentalitas yang tidak dapat diterima. Mentalitas off-base ini akan berdampak buruk bagi masyarakat.

Selanjutnya, komunikasi luas menyajikan data yang ditangani sehingga menjadi berita sehingga dapat membentuk dan membuat gambaran untuk kantor atau orang. Penyelidikan penting adalah apakah media menggambarkan dunia sebagai realitas dan peristiwa berdasarkan jiwa manusia dari kerumunan media atau media membuat pemahaman mereka sendiri dapat menafsirkan dunia dalam pandangan kecenderungan mencari asosiasi media dan pengawas (Umaimah, 2013: 241).

Sebagai salah satu ciri perkembangan budaya media umum lainnya, TV telah menjelma menjadi media yang memiliki daya tarik tersendiri dalam memberikan pengaruh di wilayah lokal yang lebih luas. Efek positif dan pesimis dari media TV harus diketahui apakah individu itu sendiri mau dan siap mengikuti perkembangan media ini. Televisi juga sebagai salah satu alat komunikasi dianggap paling berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat. Selain memberikan informasi, televisi juga dimanfaatkan oleh perusahaan apapun sebagai promosi produk karena mampu memanjakan semua indra pemirsa atau penonton sehingga pesan yang disampaikan dapat tersalurkan dengan baik. Televisi sebagai salah satu media jurnalistik berbentuk audio visual yang bisa menampilkan beberapa aspek seperti aspek verbal, visual dan dramatis yang memungkinkan isu-isu tertentu diangkat ke publik secara lengkap (Oramahi, 2015:6).

Apalagi dengan perkembangan konvergensi media yang memudahkan televisi memiliki bentuk lain seperti memiliki *channel* youtube yang memungkinkan masyarakat umum menonton ulang berita yang disampaikan. Sehingga tidak mengherankan jika kehadiran stasiun televisi baik lokal hingga nasional yang diikuti dengan meningkatnya kualitas dan kuantitas, memperlihatkan jika televisi masih tetap eksis di tengah gempuran media baru karena, para kreatif di industri televisi selalu mengeksplorasi juga menemukan formula baru dalam menayangkan program berkualitas. Kehadiran media baru diketahui tidak menghilangkan eksistensi televisi sebagai media konvensional. Hal tersebut terungkap melalui penelitian yang dilakukan Nielsen dalam (Sati, 2016) yang mengungkap bahwa masyarakat pada umumnya masih meminati televisi berkat karakter televisi yang praktis akan informasi atau hiburan yang ditampilkannya. Sejak tahun 1922, Amerika Serikat dan Eropa melalui berbagai riset para ahli komunikasi mengungkapkan betapa media massa termasuk televisi dan media sosial mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam membangun opini publik atau berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat (Agustin, 2019:4).

TV pada dasarnya bukan sekedar sarana untuk memberikan tekanan atau pengalihan, namun setiap program dan data yang dikomunikasikan berdampak pada kehidupan individu karena dapat mempengaruhi persepsi khalayak yang dibingkai oleh media yang akan menjadi gambaran realitas publik tentang kumpul-kumpul berbeda yang terjadi di sekitar mereka. Realitas ini kemudian akan memberdayakan reaksi atau sikap publik terhadap hal-hal yang berbeda. Dengan demikian, berita yang merupakan salah satu proyek di TV sering dianggap memiliki karakteristik nonpartisanship dan otoritas yang berbeda yang sebenarnya tidak dimiliki. Seperti yang diungkapkan oleh Burton bahwa nilai yang terkandung dalam berita mengungkap kepentingan individu tertentu. Burton juga mengakhirinya dengan kalimat "sangat baik dapat dilihat sebagai tolok ukur makna filosofis". Artinya berita bukanlah sebuah gambaran atau kenyataan melainkan kenyataan yang mengandung kekurangan bias yang tidak dapat dipisahkan dari pekerjaan subjektivitas kolumnis dalam membawakan berita.

Sebelum berita pergantian bendera Presiden viral pada tanggal 1-3 Agustus, #SouthKoreaRacist menempati posisi trending pertama di twitter. Hal tersebut disebabkan berulangnya insiden penghinaan yang dilakukan warga Korea Selatan terhadap negara lain. Selanjutnya, pada tanggal 5 Agustus #Ngabalin menjadi trending topik di twitter. Trending topik ini cepat menarik perhatian netizen karena Ngabalin berasal dari nama kepala spesialis kantor Staf Kepresidenan bahkan saat itu tweet nya lebih dari 3.039 kali semuanya berawal setelah sebuah video menunjukkan dia menjawab pertanyaan dari presenter TV tentang pergantian warna cat pesawat Presiden. Pernyataan tersebut terkait debat pengecatan pesawat Kepresidenan itu dinilai terputus dari tokoh Nahdlatul Ulama (NU) Gus Umar Hasibuan dan dikritik netizen. Cuplikan video tersebut berisi dialog antara presenter dengan Ngabalin yang mewakili dari istana Negara. Dalam video tersebut presenter yang menanyakan kepada Ngabalin tentang urgensi pengecatan pesawat di masa pandemi *covid-19*. Namun, Ngabalin malah menjawab panjang lebar soal semarak 17-an. Hal tersebut menuai banyak kecaman bahkan, ada juga netizen yang menilai bahwa kata-kata Politisi yang satu ini sangat arogan hingga mewakili wajah pemerintahan Jokowi.

Sebagai salah satu isu nasional, isu yang ramai diperbincangkan akhir-akhir ini adalah pergantian warna cat pesawat Presiden yang menuai kontroversi di media sosial hingga menjadi pemberitaan di televisi. Selain diperbincangkan di media sosial, kasus ini juga menjadi trending topik bahkan berdasarkan tinjauan dari SuaraJawatengah.id tagar pesawat di twitter trending topik dengan 13 ribu tweet. Pengecatan pesawat Kepresidenan Indonesia yakni armada Boeing Business Jet (BBJ) 2 menjadi kontroversi di tengah pandemi karena biaya yang

dikeluarkan tidak sedikit biaya tersebut diperkirakan sampai 2 miliar. Perkiraan tersebut juga dibuktikan pihak istana yang membuat publik semakin marah. Pro kontra yang terjadi di masyarakat menjadi topik utama di berbagai media termasuk di TV One dan Metro TV sehingga sudah terdapat 251 ribu penonton di Metro TV dan 287 ribu penonton di TV One. Berbagai komentarpun bermunculan beberapa masyarakat mengapresiasi warna cat merah putih karena melambangkan bendera Indonesia sekaligus menjelang hari raya kemerdekaan. Akan tetapi, ada juga masyarakat yang menilai pemerintah justru melakukan pemborosan di tengah banyaknya kekurangan biaya untuk pasien *covid-19* dan kebutuhan di masa pandemi. Mereka menganggap, uang akan lebih efektif jikalau dimanfaatkan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat yang sudah terpapar *covid-19*. Kabar cat pesawat kepresidenan dari warna biru putih menjadi merah putih itu dibenarkan oleh pihak Istana Kepala Staf Kepresidenan Heru Budi Hartono yang menyampaikan pengecatan itu sudah satu paket dengan Heli Super Puma dan Pesawat RJ.

Persoalan ini penting dibahas ke permukaan khalayak masyarakat karena televisi yang memiliki perangkat yang bisa mengarahkan pikiran masyarakat sebut saja TV One terlihat tidak setuju dengan pengecatan pesawat dilihat dari narasi yang dibangun serta narasumber yang diundang berbalik dengan yang dilakukan Metro TV justru terlihat mendukung pengecatan bendera merah putih tersebut. Artinya, satu peristiwa bisa ditanggapi berbeda oleh media termasuk televisi. Dalam ilmu analisis wacana hal ini akhirnya menjadi menarik untuk diteliti karena kedua televisi nasional tersebut memiliki konstruksi yang berbeda-beda yang tentu akan mengubah masyarakat menjadi 2 kubu. Melalui video pemberitaan tersebut, kedua media mampu membawa masyarakat berpandangan positif ataupun negatif terhadap berita pergantian warna cat pesawat Presiden. Penelitian ini juga untuk melihat bagaimana pembingkaiian berita di media televisi Indonesia terlebih khusus media televisi TV One dan Metro TV. Pembingkaiian berita tersebut di tengah pandemi sangat menarik untuk diteliti karena dalam keadaan tidak stabil di kalangan masyarakat, kebijakan pemerintah tentu saja disoroti mulai dari hal kecil hingga hal besar. Apalagi jika menyangkut pengeluaran dana yang bukan dalam jumlah kecil.

Metro TV dan TV One menjadi sorotan bukan tanpa alasan hampir sekian banyak media televisi nasional maupun lokal yang ada di Indonesia, Metro TV dan TV One yang paling banyak memberitakan tentang politik. Perlu diketahui sedikit sejarah mengenai stasiun televisi Metro TV. Dilansir dari website resmi Metro TV (www.metrotvnewstv) stasiun televisi ini tayang selama 24 jam non stop ini merupakan yang pertama di Indonesia sudah dikenal ketika 25 November 2000. Metro TV ialah anak instansi dari Media Group yang mempunyai ialah

Surya Paloh Perusahaan ini menghadirkan gelombang baru gaya hidup alternatif dan hiburan berkualitas untuk pelengkap dan untuk mendominasi di industri berita.

TV One merupakan stasiun televisi kedua yang menayangkan berita dengan yang sebelumnya bernama stasiun televisi Lativi. Dilansir dari website resmi TV One (www.tvonenewstv) TV One merupakan stasiun televisi swasta di Indonesia yang mana pertama kali didirikan tanggal 9 Agustus 2002 oleh seorang pengusaha Abdul Latief. Kedua media televisi Metro TV dan TV One hampir memiliki kesamaan dalam presentasi penyusunan program acara. Kesamaan tersebut ditonjolkan pada acara pemberitaan yang 70% setiap harinya menayangkan program berita. Program berita yang ada pada Metro TV adalah Metro Pagi, Metro Today, Metro Kini, Metro Bisnis, Metro Siang, Metro Sore, Metro Hari Ini, Top News, dan Metro Malam. Sedangkan program berita pada TV One adalah kabar pagi, kabar siang, kabar petang, kabar petang pilihan, kabar utama, kabar hari ini, kabar terkini, apa kabar Indonesia pagi, apa kabar Indonesia Malam. Mengingat kesamaan keluasan program berita di kedua media tersebut, terlihat jelas bahwa dalam pengemasan informasi, keduanya memiliki struktur ideologi yang berbeda. Adanya ideologi yang dibangun oleh media televisi dapat juga berpengaruh pada sistem produksinya. Sistem produksi ini ditekankan pada kualitas informasi salah satunya pada penyusunan bahasa.

Pengambilan judul dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis, menurut peneliti sangat cocok untuk melihat media membawakan kasus serupa ke hadapan pemirsa/penonton Karena dalam memahami news talk yang diperkenalkan oleh media TV secara luas, diperlukan sudut pandang yang mendasar agar bahasa praktik fonetik dalam news talk umumnya tidak dianggap sebagai alat atau media yang tidak memihak. Dalam pemeriksaan bicara dasar, tidak hanya dianggap sebagai penyelidikan bahasa dan menggambarkan bagian-bagian bahasa, tetapi juga berkaitan dengan penggunaan setting. Setting untuk situasi ini, berhubungan dengan keadaan, pembicara, penonton, tempat, kesempatan. Setting juga terkait dengan teks mengingat hubungan antara teks dan setting harus terlihat dari penggunaan bahasa dalam teks dalam keadaan tertentu yang memiliki maksud dan tujuan yang diperjuangkan, termasuk tindakan pemaksaan. Hal ini terungkap melalui penelitian (Apriliani, 2015: 89) yang mengungkap bahwa tujuan yang dicapai dalam memimpin ujian bicara dasar adalah, langsung memecahkan latihan bicara yang mencerminkan atau membangun isu-isu sosial, juga, filsafat membeku dalam bahasa dan jejak. turun cara mencairkan filosofi yang mengikat kata-kata. atau kemudian lagi bahasa, ketiga, mengangkat isu-isu ketidakadilan, pemisahan, bias dan berbagai jenis penganiayaan kekerasan dan keempat, membantu memberikan jawaban atas hambatan yang menghambat perubahan sosial.

Dalam ulasan ini, ilmuwan menggunakan model pemeriksaan Teun Van Dijk. Model logis ini menelaah teks, namun juga mempertimbangkan konstruksi sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada di mata publik serta penegasan, perenungan, dan kesadaran yang membentuk dan mempengaruhi teks. Inti dari pemeriksaan ini adalah untuk menggabungkan tiga komponen pembicaraan menjadi penyelidikan yang terikat bersama.

Pertama, Dimensi teks. Pada dimensi teks yang menjadi objek penelitian ialah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai oleh Metro TV dan TV One dalam pemberitaan pergantian warna cat pesawat presiden.

Kedua, Dimensi kognisi sosial. Pada dimensi ini bagaimana cara wartawan atau penulis mengetahui dan memahami peristiwa yang sedang dipegangnya. Dalam hal ini peneliti melihat acara Metro TV dan TV One membawakan berita ini. Kognisi sosial juga melihat bagaimana sebuah teks diproduksi. Hal tersebut bisa diidentifikasi dengan menggunakan latar belakang terpercaya, intelektual, perilaku, norma, nilai dan ideologi yang dianut sebagai bagian dari suatu grup seperti halnya dalam Metro TV dan TV One.

Ketiga, Dimensi konteks sosial. Pada dimensi ini sudah terpelajari wacana yang sudah berkembang didalam masyarakat terkait suatu masalah yaitu masalah “pergantian warna cat pesawat presiden”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis Wacana Kritis pada Metro TV dan TV One dalam Pemberitaan Pergantian Warna Cat Pesawat Presiden?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Analisis Wacana Kritis pada Metro TV dan TV One dalam pemberitaan pergantian cat warna presiden

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Harapannya riset ini mampu memberikan informasi di bidang akademis bagi ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi Jurnalistik. Kemudian penyusun berharap agar yang meneliti bisa sebagai proporsi selanjutnya yang memakai pembelajaran analisis wacana melalui data, bahan informasi serta referensi yang terdapat dalam penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, harapannya riset ini bisa menjadi penambah wawasan, yang mana sebagai pekerja industri media ataupun bagi masyarakat. Sehingga mampu lebih jeli

untuk menyaring konstruksi melalui wacana pemberitaan yang dibangun oleh media dalam menanggapi kasus “Pergantian Warna Cat pesawat Presiden”.

DAFTAR PUSTAKA

- Anamecci, 2015. *Aktivitas Humas Dalam Menjalin Hubungan Dengan Media Massa*. University of Muhammadiyah Malang: Doctoral dissertation
- Agustin, Herlina. 2019. *Media dan masyarakat: Mengupas Kepekaan Media Massa terhadap Isu-Isu Marjinal*. Bandung: Bitread Publishing
- Afifuddin, Ahmad. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Bernadus, Wijayaka. 2021. *Pesawat Kepresidenan Ganti Warna, ICK: Elite Politik Jangan Gaduh*. <https://www.beritasatu.com/politik/810231/pesawat-kepresidenan-ganti-warna-ick-elite-politik-jangan-gaduh>
- Baksin, Askurifai. 2016. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Eriyanto, 2011. *Analisis Wacana Kritis: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS Group.
- Eriyanto, 2012. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Lkis Yogyakarta
- Haryatmoko, 2016. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi Dan Penerapan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Haryatmoko, 2017. *Critical Discourse Analysis. Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Hedi, Basri. 2021. *Ramai Isu Pesawat Kepresidenan Ganti Warna, Ini Biaya Pengecatan Pesawat*. In Editor: Eddward S Kennedy (Ed.), *Kompas Tv*. <https://www.kompas.tv/article/198427/ramai-isu-pesawat-kepresidenan-ganti-warna-ini-biaya-pengecatan-pesawat>
- Jannah, Miftahul. 2019. *Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Terhadap Kontroversi Puisi "Ibu Indonesia" Karya Sukmawati Soekarnoputri*. Digital Library UIN Sunan Ampel
- Junaedi, Fajar. 2007. *Komunikasi Massa: Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta
- Junaedi, Fajar. 2019. *Komunikasi Politik Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta: Buku Lentera.
- Kovach, Bill. Tom Rosenstiel. 2010. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Pantau
- Lilis, 2021. *Di Tengah Wabah Corona, Ganti Warna Pesawat Kepresidenan Bukan Hal Mendesak*. <https://sinpo.id/detail/18872/alvin-lie-di-tengah-wabah-corona-ganti-warna-pesawat-kepresidenan-bukan-hal-mendesak>
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail Buku I Ed.6 (terjemahan Putri Iva Izzati). Jakarta: Salemba Humanika.

- Mutriafica, Clarisa. 2013 *Pelanggaran kode etik karya jurnalistik televisi*. Universitas Multimedia Nusantara
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2015. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Panjaitan, Erica, Iqbal, Dhani. 2010. *Matinya Rating Televisi: Ilusi Sebuah Netralitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Syamsuddin, A.R. (2011) *Studi Wacana: Teori-Analisis pengajaran*. Bandung: Geger Sunten
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Wahid, Umaimah. 2013. *Ilmu Komunikasi (Sekarang dan tantangan masa depan)*. Jakarta: Prenada Media
- Yusar, Febrina, Sukarelawati, Agustini. 2020. *Kognisi Sosial Dalam Proses Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk* JURNAL KOMUNIKATION