

## Analisis Wacana Kritis terhadap Pemberitaan “Kandungan Acrylamid di dalam Kopi Starbucks” pada Tempo.co

Catharina Dian Ikawati Susilo<sup>1</sup>, Dian Indira<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

<sup>1</sup>Surel: dian250986@gmail.com

### INTISARI

Starbucks merupakan salah satu kedai kopi terkenal di seluruh dunia. Belakangan ini muncul berita mengenai temuan zat berbahaya yang terdapat dalam kopi yang dipasarkan oleh salah satu gerai Starbucks. Temuan ini pertama kali dimuat oleh Reuter, mengenai zat berbahaya yang terdapat dalam kopi siap saji tersebut. Analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) merupakan suatu metode baru dalam penelitian ilmu-ilmu sosial budaya serta kebaruan dalam linguistik. Analisis wacana juga memeriksa konteks dari komunikasi: siapa yang mengomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe dari perkembangan komunikasi; dan hubungan untuk setiap masing-masing satu sama lain. Penelitian ini mencoba mengangkat kasus ini melalui pendekatan kualitatif paradigma kritis. Metode kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna gejala-gejala sosial dalam masyarakat. Hal-hal yang akan coba dikaji adalah: (1) mengapa tempo mengangkat berita mengenai zat berbahaya yang ditemukan pada kopi di salah satu gerai terkenal di dunia; (2) ideologi apa yang ingin dicapai oleh Tempo. Dari hasil analisis ini dapat disimpulkan, bahwa sebuah perusahaan minuman kopi sekelas Starbucks, harus lebih memperhatikan kesehatan konsumen. Kesalahan sedikit saja yang ditemukan oleh seseorang terutama dalam sebuah media, akan sangat berpengaruh dalam pemberitaan dalam media. Ideologi dari penerbit berita, ingin mengarahkan pembaca untuk lebih peduli terhadap kesehatan masyarakat.

**Kata kunci:** *starbucks, Tempo.Co, analisis wacana kritis, media online*

### PENDAHULUAN

Terkait adanya kandungan zat kimia *acrylamide*, yang disebut bisa menyebabkan kanker, mengancam perusahaan minuman kopi populer Starbucks Corp beserta perusahaan kopi lainnya. Berita yang dimuat dalam Tempo.co, menjelaskan bahwa putusan hakim AS mewajibkan para pemilik perusahaan tersebut mencantumkan peringatan bahaya kanker pada kemasan minuman yang dijualnya. Hal tersebut telah diputuskan oleh Pengadilan Tinggi (*Superior Court*) Los Angeles. Tentu saja para pemilik perusahaan tersebut keberatan dan berusaha mengajukan keberatan atas putusan tersebut, namun sayangnya gagal.

*Starbucks Corporation* adalah sebuah perusahaan kopi dan merupakan jaringan kedai kopi global asal Amerika Serikat. Perusahaan ini berkantor pusat di Seattle, Washington, merupakan perusahaan kedai kopi terbesar di dunia. Produk yang ditawarkan berupa minuman panas dan dingin, biji kopi, *sandwich*, *cookies* dan minuman serta camilan lainnya yang biasa dicari untuk

*breakfast* atau sekedar *tea time*. Menurut pemberitaan yang telah menyebar dikatakan terdapat kandungan *acrylamide* pada kopi tersebut. *Acrylamide* ialah bahan kimia yang digunakan terutama untuk membuat zat yang disebut *kopolimer poliakrilamida* dan *akrilamida*. Bahan ini digunakan dalam banyak proses industri, misalkan produksi kertas, pewarna, dan plastik, dan dalam pengolahan air minum dan air limbah, termasuk limbah itu sendiri. Saat ini telah ditemukan pula zat sejenis yang terdapat dalam produk konsumen, seperti kemasan makanan, dan beberapa perekat.

*Acrylamide* ditemukan pula pada beberapa makanan. Hal tersebut dapat diproduksi ketika sayuran yang mengandung asam amino asparagin, seperti kentang, dipanaskan pada suhu tinggi dengan adanya gula tertentu. Ini juga merupakan komponen dari asap tembakau.

Berita ini mulai menyebar dengan cepat di Amerika dan Eropa, mengingat nama besar yang tersandung kasus tersebut. Berita ini menjadi ironi tersendiri dalam dunia kuliner, bagaimana bisa sebuah minuman atau makanan bisa menjadi pemicu kanker yang berbahaya bagi keadaan kesehatan konsumen.

Analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*) atau dikenal dengan sebutan AWK adalah sebuah metode baru dalam penelitian ilmu-ilmu sosial budaya. Penelitian AWK dianggap sebagai penerapan analisis kritis terhadap bahasa yang terinspirasi oleh Marxisme ketika menyoroiti aspek-aspek budaya dalam kehidupan sosial. Berita bukanlah representasi dari peristiwa semata, akan tetapi di dalamnya juga memuat nilai-nilai ideologi dari lembaga media yang membuatnya.

Analisis wacana kritis (AWK) merupakan ilmu yang masih muda dan metodenya masih sangat terbatas. Beberapa penganut AWK ini antara lain: Fairclough, Woodak, van Dijk, dan van Leeuwen. AWK memiliki kaitan dengan masalah sosial, yang dipengaruhi oleh sifat linguistik dari struktur-struktur dan proses-proses sosial dan kultural. Ilmu ini muncul diawal tahun goan, sekitar Januari 1991 pada suatu Simposium di Amsterdam dan merupakan gabungan ilmu linguistik dengan ilmu komunikasi. Hal tersebut menyebabkan AWK sebagai ilmu interdisiplin.

Dalil yang dalam analisis wacana kritis (Haryatmoko, 2016 : 1), yaitu:

1. Berorientasi pada masalah sosial
2. Mendemistifikasi ideologi dan kekuasaan melalui penelitian sistematik data semiotik (tulisan, lisan, atau visual)
3. Jarak dalam memeriksa nilai dan ideologi penelitian

Budaya dan masyarakat secara dialektis berhubungan dengan wacana. Wacana merupakan bentuk perilaku sosial. Wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain dan membentuk satu kesatuan (Haryatmoko,

2016: 6). Dengan begitu sebuah rentetan kalimat tidak dapat disebut dengan wacana jika tidak ada keserasian makna, dan sebaliknya, jika rentetan kalimat membentuk sebuah wacana karena dari rentetan tersebut akan terbentuk makna yang serasi.

Analisis wacana kritis mengonsepsi bahasa sebagai suatu bentuk praktik sosial dan berusaha membuat masyarakat sadar akan pengaruh timbal balik antara bahasa dan struktur sosial yang bisa jadi tidak disadari. Dalam wacana selalu sudah terdapat unsur-unsur kepercayaan yang sudah dimiliki sebelum mulai komunikasi yang tergantung pada budayanya.

Bahasa sebagai alat komunikasi yang dipakai media, mampu mempengaruhi–memengaruhi masyarakat melahirkan kosakata baru bahkan sampai pada cara melafalkan, tata bahasa, susunan kalimat, perluasan pembedaharaan kata, dan akhirnya mengubah dan mengembangkan percakapan. Penggunaan bahasa tertentu berimplikasi terhadap kemunculan suatu makna tertentu. Diksi yang digunakan dan cara penyajian turut menentukan bentuk konstruksi realitas yang sekaligus menentukan makna yang nanti akan muncul dalam kalimat tersebut.

Analisis wacana kritis adalah salah satu alternatif dari analisis isi. selain analisis kuantitatif. Jika analisis kuantitatif lebih menekankan pada pernyataan ‘apa’ (*what*) maka analisis wacana lebih menekankan pada ‘bagaimana’ (*how*) dari pesan atau teks komunikasi. Melalui analisis wacana kita bukan hanya mengetahui bagaimana isi teks berita, tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan. Dengan melihat bagaimana bangunan–struktur kebahasaan tersebut, analisis wacana kritis lebih akan melihat makna yang tersembunyi dari suatu teks. Analisis wacana kritis menekankan bahwa wacana adalah juga bentuk interaksi. Norman Fairclough (1995: 23), berpendapat bahwa analisis wacana melihat pemakaian bahasa tutur dan tulisan sebagai praktik sosial.

Analisis wacana juga memeriksa konteks dari komunikasi: siapa yang mengomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe dari perkembangan komunikasi; dan hubungan masing-masing satu sama lain. Studi mengenai bahasa di sini dengan memasukkan konteks, karena bahasa selalu berada dalam konteks dan tidak ada tindakan komunikasi tanpa partisipan, interteks, situasi, dan sebagainya. Meskipun demikian, tidak semua konteks dimasukkan dalam analisis, hanya yang relevan dan berpengaruh atas produksi dan penafsiran teks. Dari keterangan tersebut, maka pemberitaan pada Tempo.co dengan judul “Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?”, Ini Kronologinya,’ akan dianalisis menggunakan teknik AWK untuk melihat bagaimana Tempo.co merangkai informasi sehingga pembaca tidak hanya tahu apa saja yang terjadi tetapi juga diharapkan bisa melihat ketimpangan dalam bidang kuliner dan

kaitannya dengan kesehatan konsumen. Pendekatan Fairclough dalam menganalisa teks dianggap lengkap karena berusaha menyatukan tiga tradisi yaitu;

1. dimensi tekstual (mikrostruktural),
2. dimensi kewacanaan (mesostruktural),
3. dimensi praktik sosial-budaya (makrostruktural),

Analisis praktik wacana memfokuskan pada aspek produksi dan konsumsi teks. Analisis intertekstual ditekankan pada bagaimana wartawan menampilkan suaranya sendiri di antara suara dan pandangan dari banyak pihak dalam teks berita. Praktik analisis wacana ini akan dilakukan bersama dengan analisis teks sehingga dapat diketahui bagaimana teks tersebut diproduksi dan dikonsumsi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam jajaran penelitian kualitatif melalui paradigma kritis. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Metode penelitian adalah konsep yang digunakan oleh seorang peneliti dalam menyusun dan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian. Menurut Bajari (2015: 139), penelitian sosial memiliki keragaman paradigma atau cara berpikir mengenai kebenaran ilmiah. [...] "Pertarungan paradigma yang membawa pada perbedaan dalam pendekatan atau penggunaan metodologi penelitian. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hal tersebut tidak terlepas dari asumsi-asumsi yang dimiliki dalam proses berpikir ilmiah yang dikonstruksikan tiap-tiap paradigma. Penelitian adalah proses ilmiah yang selalu ada dalam kehidupan intelektual manusia berdasarkan sifat ingin tahu yang ada dalam hidup ilmuwan (Bungin, 2006: 301). Menurut Bungin penentuan rancangan penelitian adalah bagaimana penelitian merencanakan model penelitian yang akan dilaksanakan mulai dari rancangan problematik, rancangan teoritik, rancangan metodologik sampai dengan rancangan analisis dan hasil penelitian (2006: 302).

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan paradigma kritis dan penulisan akan dilakukan secara deskriptif. Metode kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna gejala-gejala sosial dalam masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk

memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu (Bungin, 2006: 306). Model penelitian ini bersifat deskriptif untuk menjelaskan makna-makna dalam gejala sosial (Bungin, 2006: 307).

Ada beberapa proses yang akan dilakukan dalam penelitian ini. Proses pertama adalah pengumpulan data. Data-data yang diambil sebagai objek dalam penelitian ini adalah teks berita “Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?”. Proses kedua adalah analisis data. Teks berita akan dibahas satu persatu, berdasarkan metode AWK Norman Fairclough.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Media menjadi sarana pemberitaan yang paling cepat dalam menyebarkan informasi baik baik maupun tidak. Media cetak berusaha untuk memberitakan sesuatu sesuai dengan tujuan dari media tersebut. Setiap media cetak memiliki arah atau ideologi tersendiri dalam memberitakan sesuatu hal. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menganalisa salah satu media yang ada di Indonesia, yaitu tempo mengenai pemberitaan salah satu kedai kopi di dunia.

Tabel 1. Objek Penelitian. Memuat hasil dan pembahasan tentang penelitian yang dilakukan.

Jenis Media	Online
Nama Media	Tempo.Co
Judul	Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?
Terbit	Kamis, 5 April 2018, 15:12 WIB
Isi	TEMPO.CO, Los Angeles – Perusahaan ritel minuman kopi populer Starbucks Corp dan perusahaan kopi lainnya diwajibkan mencantumkan peringatan bahaya kanker pada kemasan minuman yang dijualnya.  Ini terkait adanya kandungan zat kimia <i>acrylamide</i> , yang disebut bisa memicu munculnya kanker. Zat <i>acrylamide</i> ini sendiri merupakan hasil alami dari proses pemanggangan biji kopi dan kadarnya tinggi pada minuman kopi seduh ini.  Ini merupakan keputusan dari Pengadilan Tinggi (Superior Court) Los Angeles yang dipimpin hakim Elihu Berle. Putusan ini berpotensi menjadi sanksi puluhan miliar rupiah kepada perusahaan – perusahaan kopi ritel ini.  Manajemen Starbucks dan para perusahaan kopi lainnya memiliki waktu hingga 10 April untuk mengajukan keberatan atas putusan pengadilan ini.  “Para tergugat gagal untuk membuktikan bahwa mengonsumsi kopi baik untuk kesehatan manusia,” kata Berle dalam putusannya seperti

dilansir Reuters, Jumat, 30 Maret 2018.

Menurut Reuters, manajemen Starbucks enggan menanggapi putusan ini dan menunjuk kepada pernyataan dari NCA, yang menyatakan industri kopi mempertimbangkan gugatan hukum.

“Label peringatan kanker di minuman kopi menjadi keliru. Pemerintah Amerika Serikat memiliki Panduan Diet yang mencantumkan kopi bagian dari gaya hidup yang sehat,” begitu pernyataan dari National Coffee Association.

Manajemen perusahaan minuman kopi ritel seperti Dunkin Donuts, McDonalds Corp, dan Peets juga belum merespon permintaan Reuters untuk menanggapi putusan hakim ini.

Tergugat lainnya, seperti dilansir media ABC Online, adalah Green Mountain Coffee Roasters Inc, JM Smucker Company, dan Kraft Foods Global.

Gugatan ini diajukan pada 2010 oleh Council for Education and Research on Toxics (CERT). CERT menuding Starbucks dan tergugat lainnya gagal menaruh peringatan bagi konsumen bahwa kopi jualan mereka mengandung *acrylamide*, yang merupakan zat berbahaya karsinogen, yang bisa menyebabkan kanker.

CERT menyatakan *acrylamide* digolongkan sebagai karsinogen oleh undang-undang di California. Sehingga, perusahaan kopi wajib mencantumkan label peringatan bahaya kanker bagi jutaan peminum produk mereka. Starbucks merupakan salah satu perusahaan kopi global, yang juga membuka gerai di Indonesia.

## 1. Analisis Mikrostruktural

Berdasarkan berbagai alat kebahasaan yang digunakan Tempo.co dalam pemberitaan ‘Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?’ terdapat tiga alat yang menandai representasi tema dan tokoh, yang terlibat dalam pemberitaan tersebut di atas. Yaitu melalui diksi, penggunaan kalimat sebab-akibat, dan pemilihan nara sumber dalam kutipan langsung. Dari judul sudah terlihat pemilihan diksi bahaya dan kanker yang memiliki makna semantik sebab-akibat, yang artinya ada suatu zat yang mengakibatkan gangguan kesehatan seseorang yang dapat berakibat fatal. Selanjutnya, di bawah ini adalah analisis dari aspek kebahasaan dari paragraf-paragraf teks berita tersebut;

Kata kunci yang digunakan dalam produksi teks berita tersebut ditemukan: kopi, kanker, *acrylamide*, sanksi, pengadilan, tergugat, konsumen, hukum, dan PT. Pemilihan kata-kata tersebut terlihat pada seberapa sering kata tersebut muncul dalam produksi teks berita tersebut,

yang secara umum dapat menggambarkan judul yang dipilih oleh instansi produksi berita tersebut.

Berikutnya adalah terdapatnya beberapa penambahan atribut pada kata berkategori nomina, seperti: global, populer, dan ritel seperti yang terdapat dalam kalimat berikut.

- (1) Perusahaan ritel minuman kopi populer Starbucks Corp dan perusahaan kopi lainnya diwajibkan mencantumkan peringatan bahaya kanker pada kemasan minuman yang dijualnya.
- (2) Starbucks merupakan salah satu perusahaan kopi global, yang juga membuka gerai di Indonesia.

Global di sini berindikasi pada seluruh dunia, sementara kata populer mengindikasikan kepada para penikmat atau konsumen dari produk ini. Yang terakhir adalah ritel, yang terindikasi pada jumlah toko atau gerai yang dimiliki di seluruh dunia.

Berdasarkan tabel lokasi dan penjualan Starbucks di seluruh dunia, dapat dikatakan bahwa penggunaan diksi “global”, “populer”, dan “ritel” sangat sesuai dengan data yang ditemukan. Hampir semua benua di dunia terdapat gerai kopi Starbucks yang jumlah pengunjung setiap harinya sangat banyak. Hal tersebut menjadi selaras dengan pemilihan diksi oleh institusi tersebut yang menyatakan tentunya permasalahan yang dihadapi oleh Starbucks merupakan masalah dunia.

Analisis berikutnya adalah munculnya kalimat sebab akibat dalam teks berita tersebut; yang terdapat dalam kalimat-kalimat berikut.

- (1) Perusahaan ritel minuman kopi populer Starbucks Corp dan perusahaan kopi lainnya diwajibkan mencantumkan peringatan bahaya kanker pada kemasan minuman yang dijualnya.
- (2) Ini terkait adanya kandungan zat kimia acrylamide, yang disebut bisa memicu munculnya kanker.
- (3) Zat acrylamide ini sendiri merupakan hasil alami dari proses pemanggangan biji kopi dan kadarnya tinggi pada minuman kopi seduh ini.

Pada kalimat di atas, dapat dijelaskan bahwa kalimat pertama atau data (1) merupakan akibat permasalahan diangkat dalam media, alasannya dijelaskan dalam kalimat pada data ke (2) dan (3). Contoh kalimat berikutnya adalah pada data (4) dan (5) berikut.

- (4) “Para tergugat gagal untuk membuktikan bahwa mengkonsumsi kopi baik untuk kesehatan manusia,” kata Berle dalam putusannya seperti dilansir Reuters, Jumat, 30 Maret 2018.
- (5) Menurut Reuters, manajemen Starbucks enggan menanggapi putusan ini dan menunjuk pada pernyataan dari NCA, yang menyatakan industri kopi mempertimbangkan gugatan hukum.

Pada data (4) dan (5) terdapat hubungan sebab akibat yang terlihat dari penggunaan kata “gagal” dan “enggan”. Hal ini terlihat, sebab dari hasil putusan dari pengadilan tersebut yang akibatnya tidak dapat ditanggapi oleh tergugat.

## 2. Analisis Mesostuktural

Dalam analisis dimensi ini, penafsiran dilakukan terhadap pemrosesan wacana yang meliputi aspek penghasilan, penyebaran, dan penggunaan teks. Beberapa dari aspek itu memiliki karakter yang lebih institusi, sedangkan yang lain berupa proses-proses penggunaan dan penyebaran wacana. Titik fokus perhatian Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan. Untuk melihat bagaimana pemakai bahasa membawa nilai ideologi tertentu, diperlukan analisis yang menyeluruh karena bahasa secara sosial dan historis adalah bentuk tindakan dalam hubungan dialektik dengan struktur sosial. Berkenaan dengan proses-proses institusional, Fairclough merujuk rutinitas institusi seperti prosedur-prosedur editor yang dilibatkan dalam penghasilan teks-teks media. Praktik wacana meliputi cara-cara para pekerja media memproduksi teks.

Melalui analisis wacana kita bukan hanya mengetahui bagaimana isi teks berita, tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan. Tempo.co (sebelumnya bernama Tempointeraktif) ialah sebuah halaman web berita dan artikel dalam jaringan yang didirikan oleh PT. Tempo Inti Media, Tbk. Tempo.co didirikan pada tahun 1996 oleh Yusril Djalinus, Bambang Bujono, S. Prinka, dan Saiful B. Ridwan dengan nama Tempointeraktif. Sebelumnya, PT Tempo Inti Media, Tbk. telah melahirkan majalah mingguan Tempo yang mengalami pemberedelan selama dua kali pada masa Orde Baru. Geliat Kelompok Tempo Media setelah mengalami pemberedelan dimulai dengan pembuatan situs Tempointeraktif, yang akhirnya menjadi pionir berita internet di Indonesia. Sejalan dengan PT. Tempo Inti Media, maka visi dari Tempo.co adalah menjadi media acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan. Misinya :

- a. menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda,
- b. menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik,
- c. menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia,
- d. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan,
- e. menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui peningkatan ideide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik,
- f. menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa sebagai media, Tempo.co merupakan harian umum daring yang dapat memengaruhi opini masyarakat Indonesia dengan cukup luas.

Rangkaian produksi teks pada Tempo.co bukan hanya merupakan rangkaian yang berdiri sendiri, tetapi merupakan rangkaian institusional yang melibatkan wartawan, redaksi, editor, dan lain-lain. Realisasi teks yang dihasilkan Tempo.co khususnya dalam hal pemberitaan “Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?” dinilai selaras dengan misi yang disebutkan yaitu, menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda. Tempo.co dalam teksnya tidak memihak pada institusi pemerintahan yang besar, namun pada pihak korban.

### 3. Analisis Makrostrutural

Dimensi ketiga merupakan analisis tingkat makro yang didasarkan pada pendapat bahwa konteks sosial yang ada di luar media sesungguhnya mempengaruhi bagaimana wacana yang ada dalam media. Ruang redaksi atau wartawan bukanlah bidang atau ruang kosong yang steril, tetapi juga sangat ditentukan oleh faktor-faktor di luar media itu sendiri. Praktik sosial-budaya menganalisa tiga hal yaitu ekonomi, politik (khususnya berkaitan dengan isu-isu kekuasaan dan ideologi), dan budaya (khususnya berkaitan dengan nilai dan identitas) yang juga memengaruhi institusi media, dan wacananya. Pembahasan praktik sosial budaya meliputi tiga tingkatan. Tingkat situasional, berkaitan dengan produksi dan konteks situasinya. Tingkat institusional, berkaitan dengan pengaruh institusi secara internal maupun eksternal. Tingkat sosial, berkaitan dengan situasi yang lebih makro, seperti sistem politik, sistem ekonomi, dan sistem budaya masyarakat secara keseluruhan. Tiga tingkat analisis dalam pemberitaan “Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?”, antara lain: tingkat situasional. Zat bahaya dalam suatu makanan atau minum, pasti akan muncul ketika terjadi gabungan atau perpaduan yang terjadi antara zat dengan wadah suatu bahan yang dibuat. Hal tersebut tentu saja akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesehatan manusia. Peristiwa ini menjadi perhatian bagi banyak media, termasuk di dalamnya Tempo.co.

Tingkat institusional, penulisan teks berita pada “Hakim AS: Kopi Starbucks harus Cantumkan Bahaya Kanker, karena?” melibatkan nara sumber dari pihak kepolisian sebanyak dua orang, yaitu *Reuters* dan *Council for Education and Research on Toxics (CERT)*. Dengan pemilihan nara sumber dari institusi berita tentang bisnis dan keuangan serta organisasi kesehatan dan penelitian terhadap racun, diharapkan pembaca bisa lebih meyakini tema yang diangkat oleh Tempo.co bahwa terdapat lagi kasus kekerasan dalam pendidikan, dan pihak korban harus mendapat keadilan.

Tingkat sosial, dapat ditarik benang merah bahwa pemberitaan yang dihasilkan oleh Tempo.co erat kaitannya dengan eksistensi media itu sendiri dalam menghapuskan praktik. Dengan demikian, opini pembaca digiring untuk memberikan pencitraan positif pada Tempo.co sebagai

media yang aktif dan eksis dalam menyuarakan usaha mencapai keadilan bagi ketimpangan yang terjadi di berbagai sistem masyarakat.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelum, terdapat beberapa simpulan yang diperoleh melalui penelitian ini. Simpulan tersebut diperoleh dan merupakan hasil analisis secara sistematis. Pertama, hasil analisis teks dan intertekstual menunjukkan pemberitaan hasil putusan persidangan di AS terhadap Starbucks dan beberapa retail minuman lainnya perihal peringatan bahaya kanker yang terdapat dalam kopi tersebut. Tempo.co memiliki sudut pandang unsur apa yang menyebabkan adanya bahaya yang terdapat dalam kopi di Starbucks. Pembaca digiring untuk menanggapi sendiri melalui pendapat-pendapat yang disampaikan oleh beberapa nara sumber.

Kedua, bentuk peristiwa yang terdapat dalam wacana tersebut, serta tanggapan masing-masing nara sumber perihal putusan yang sedang dijatuhkan oleh pengadilan. Meski tidak secara langsung, wacana-wacana dibuat oleh media yang cenderung melemahkan atau menguatkan salah satu pihak.

Ketiga, ideologi yang dimiliki oleh Tempo.co terutama dalam bentuk penyajian berita tersebut. Rangkaian ide yang menunjukkan isu apa yang dibicarakan dan peristiwa yang tentu saja harus relevan. Selain itu, terlihat pula perbedaan dalam sasaran dari media tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Fairclough, N., 1995. *Critical Discourse Analyse: The Critical Study of Language*, Harlow: Pearson.
- \_\_\_\_\_, 2003. *Analysing Discourse. Textual Analysis For Social Research*, New York: Routledge.
- Fairclough, Norman. 2004. *Analyzing Discourse*. New York: Routledge.
- Haryatmoko., 2016. *Critical Discourse Analyse: Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Wikipedia., 2018. "Starbucks Corp" <https://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks#Lokasi> diunduh pada 26 April 2018, pukul 22.45 WIB.