

Analisis Wacana Berita Kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di Kompas.com dan Detik.com Edisi 1-4 Desember 2024

Kelik Tri Rahmadi

Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia

email: keliktrirahmadi@gmail.com

Abstract :

The derogatory remark goblok made by Miftah Maulana Habiburrahman, also known as Gus Miftah, directed at Sunhaji, an iced tea seller, during a religious gathering in Magelang on November 20, 2024, sparked controversy from various parties. This study aims to answer the following questions: How was the controversy between Gus Miftah and the iced tea seller constructed in news reports by Kompas.com and Detik.com during the December 1–4 editions? How does Norman Fairclough's discourse analysis apply to the news coverage of this controversy in Kompas.com and Detik.com editions from December 1–4, 2024. This research is a literature study using a qualitative approach. The study employs Norman Fairclough's discourse analysis method, which includes the dimensions of text, discursive practice, and social practice. The focus of this research is on the textual dimension, which covers aspects of representation, relations, and identity. The results of the study are as follows: The construction of the two news articles from Kompas.com and Detik.com regarding the controversy falls into the category of soft news and overall fulfills the 5W1H elements of news reporting. Based on Norman Fairclough's discourse analysis, in terms of representation, both Kompas.com and Detik.com show a mix of support and criticism regarding the controversy. In terms of relations, both platforms feature participants who express both pro and contra stances. In terms of identity, Kompas.com tends to maintain a neutral stance, while Detik.com leans toward a critical position against Gus Miftah's remarks.

Keywords:

Discourse Analysis; Controversial News; Media Coverage

Abstrak:

Perkataan goblok Miftah Maulana Habiburrahman atau Gus Miftah kepada Sunhaji penjual es teh saat pengajian di Magelang, 20 November 2024, menuai kontroversi dari berbagai pihak. Penelitian ini akan menjawab persoalan Bagaimana konstruksi berita kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di Kompas.com dan Detik.com edisi 1-4 Desember dan Bagaimana analisis wacana Norman Fairclough terhadap berita kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di Kompas.com dan Detik.com edisi 1-4 Desember 2024. Penelitian ini termasuk penelitian kajian pustaka dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana Norman Fairclough yang memuat aspek dimensi teks, dimensi praktik dan dimensi sosial. Pada penelitian ini akan fokus kepada aspek dimensi teks yang memuat aspek representasi, relasi, dan identitas. Dengan hasil penelitian: Konstruksi dua berita dari Kompas.com dan Detik.com yang memuat tentang kontroversi ini merupakan jenis berita soft news, dan secara keseluruhan telah memenuhi unsur-unsur berita 5W 1H. Analisis Wacana Norman

Author correspondence email: keliktrirahmadi@gmail.com

Available online at: <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/meyarsa/>

Copyright (c) 2023 by **Meyarsa:** Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah



Fairclough terhadap berita kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di media Kompas.com dan Detik.com pada aspek representasi, Kompas.com dan Detik.com pro-kontra dalam merepresentasikan kontroversi ini. Pada aspek relasi, Kompas.com dan Detik.com menghadirkan partisipan yang berargumen pro serta kontra yang mengecam dan mengkritik. Pada aspek identitas, Kompas.com cenderung netral, sedangkan Detik.com cenderung kontra terhadap perkataan Gus Miftah.

Kata Kunci:

Analisis Wacana, Berita Kontroversi; Konvergensi Media

Pendahuluan

Perkembangan arus digitalisasi saat ini sangat pesat di seluruh aspek kehidupan manusia. Kehadiran internet yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat karena mudah dan murah untuk diakses memberikan dampak signifikan dalam mobilitas manusia.¹ Sebagai makhluk sosial yang secara alamiah berinteraksi, manusia akan berkomunikasi antara satu manusia dengan yang lain. Dalam proses komunikasi, manusia modern sangat memanfaatkan internet sebagai media komunikasi karena jangkauannya yang sangat luas dan efisien dalam menyampaikan pesan. Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu. Menurut Willbur Schramm, komunikasi adalah proses berbagi makna (*sharing meaning*) antara komunikator dan komunikan, yang dipengaruhi oleh pengalaman dan konteks masing-masing pihak.²

Indonesia merupakan negara dengan jumlah masyarakat terbesar ke-4 di dunia dengan total penduduk yang dikutip dari Badan Pusat Statistik sejumlah 280,60 juta jiwa pada tahun 2024. Selain itu, Berdasarkan data dari World Population Review³, Indonesia juga merupakan dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam terbesar di dunia. Sehubungan dengan itu, pendakwah merupakan suatu profesi yang tumbuh subur karena merupakan profesi yang memiliki misi untuk mengajak taat beragama, menomorsatukan hak-hak manusia kepada tuhan, serta menjunjung tinggi kebaikan dan meninggalkan kemungkaran.⁴ Dakwah memiliki pengertian sebagai kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan dan tulisan maupun dalam bentuk tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk mempengaruhi orang lain, baik secara individu maupun kelompok agar muncul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran hidup dan penghayatan sikap serta mau mengamalkan ajaran-ajaran agama Islam tanpa adanya unsur-unsur paksaan.⁵

Dalam berdakwah, masing-masing tokoh memiliki cara dan pendekatan yang berbeda-beda. Gus Miftah, salah satu pendakwah yang dikenal memiliki gaya dakwah yang unik, inklusif, dan merangkul berbagai lapisan masyarakat, termasuk masyarakat marginal dan terpinggirkan, membuat ia dikenal oleh hampir seluruh

¹ Rubawati, Efa. "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi* 2.1 (2018). <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/586>

² Nurhadi, Zikri Fachrul, and Achmad Wildan Kurniawan. "Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 3.1 (2017): 90-95. <https://doi.org/10.10358/jk.v3i1.253>

³ <https://worldpopulationreview.com>

⁴ Saudi, Yusron. "Media dan Komodifikasi Dakwah." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2.1 (2018): 37-44. <https://doi.org/10.31764/jail.v2i1.537>

⁵ Baidi Bukhori, "Dakwah Melalui Bimbingan dan Konseling Islam," *Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 5, no. 1 (Juni, 2014): 6. <http://dx.doi.org/10.21043/kr.v5i1.1057>

masyarakat Indonesia, khususnya umat Muslim. Memiliki nama lengkap Miftah Maulana Habiburrahman, pria kelahiran Lampung, 5 Agustus 1981 itu memiliki karier dakwah yang cemerlang.⁶ Terbukti dari banyaknya jamaah yang hadir saat ia melangsungkan pengajian di berbagai daerah di Indonesia.⁷ Karena penyampaian pesan dakwahnya yang cenderung menggunakan bahasa yang sederhana dan diselingi dengan candaan, membuat jamaahnya antusias mengikuti rangkaian pengajian.

Penggunaan humor dalam dakwah telah terbukti efektif dalam menyampaikan pesan agama kepada jamaah.⁸ Humor dapat menciptakan suasana yang santai dan menyenangkan, sehingga jamaah lebih mudah menerima dan memahami materi yang disampaikan. Selain itu, humor juga dapat menghilangkan kejenuhan dan meningkatkan perhatian audiens selama ceramah berlangsung. Akan tetapi, candaan yang dibawakan oleh Gus Miftah dinilai terlalu berlebihan, karena menggunakan bahasa yang dinilai tak pantas dan menyinggung perasaan.

Dalam hal ini, terjadi pada salah satu penjual es teh di pengajian yang dilangsungkan di Lapangan Drh Soepardi, Sawitan, Kabupaten Magelang pada Rabu, 20 November 2024. Melansir dari Detik.com, perkataan Gus Miftah yang menuai kontroversi dan polemik dalam berdakwah terlihat jelas dari ungkapan beliau yang memakai bahasa Jawa: "*Es tehmu jik okeh ra? Masih, yo kono didel goblok* (Es teh kamu masih banyak atau tidak? Masih, ya sana dijual goblok)," ucap Gus Miftah dari atas panggung seperti yang terlihat dalam cuplikan video yang ramai berseliweran di jagat maya. Sontak para jamaah tertawa. "*Dol'en ndisik ngko lak rung payu, wis, takdir* (kamu jual dulu, nanti kalau belum laku, ya sudah, takdir)," lanjut Gus Miftah. Saat itu kamera menyorot ke sosok penjual es teh, pria yang bernama Sunhaji tersebut sedang menjunjung kayu alas dagangannya di atas kepala.⁹ Sontak berita tersebut menimbulkan kontroversi dan kecaman. Gus Miftah dinilai terlalu berlebihan dalam melontarkan candaan.

Dalam menganalisis sebuah berita yang viral di khalayak ramai, berdasarkan data-data yang telah diperoleh, bahwa salah satu alasan mengapa berita mengenai gaya bahasa dakwah yang dilakukan oleh Gus Miftah ini menjadi kontroversi dikarenakan Gus Miftah merupakan salah satu tokoh dalam pemerintahan yang menjabat sebagai Utusan Khusus Presiden bidang Kerukunan Beragama dan Pembinaan Sarana Keagamaan. Jika ditelisik lebih dalam, gaya bahasa dakwah yang selama ini diimplementasikan oleh Gus Miftah memang sudah akrab menggunakan bahasa-bahasa atau guyonan yang mengandung kontroversi, akan tetapi saat kejadian menghina Sunhaji Penjual Es Teh, Gus Miftah langsung viral di seluruh media dan sosial media. Hal ini menjadikan media berlomba-lomba memberitakan hal tersebut karena memiliki nilai informasi yang lebih karena Gus Miftah merupakan salah satu tokoh—selain Gus Miftah berprofesi sebagai pendakwah—utusan khusus Presiden.

Media Kompas.com dan Detik.com sebagai dua media *online* yang paling banyak diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia berdasarkan laporan Reuters Institute mengungkap terdapat sejumlah media online yang paling banyak

⁶ Wikipedia contributors. (2024, 15 Januari). *Gus Miftah*. Wikipedia, The Free Encyclopedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Gus_Miftah

⁷ Muh. Syaifullah, "Jamaah Pengajian Gus Miftah, dari PSK, Artis Hingga Pejabat", *Tempo.co* (20 Juni 2019), 1.

⁸ Rofiq, Mohammad. "Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Public Speaking KH. Abdul Ghofur Lamongan Jawa Timur." *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 4.02 (2024): 18-42. <https://doi.org/10.33754/jadid.v4i02.1286>

⁹ Detik, *Viral Gus Miftah Mengolok Penjual Es Teh* (3 Desember 2024), 1.

digunakan warga Indonesia pada awal 2024.¹⁰ Setengahnya atau 50% responden Indonesia mengakses Detik.com dalam sepekan. Kedua ada Kompas.com yang dipilih 39% responden. Ketiga, Tribunnews sebanyak 28%, seluruh media tersebut juga turut serta memberitakan kontroversi ini, mulai dari awal kejadian hingga buntut yang muncul setelah kontroversi Gus Miftah dengan Penjual Es Teh. Media memiliki andil besar dalam menjelaskan peristiwa dan bagaimana peristiwa tersebut dimaknai dan dipahami oleh masyarakat.¹¹

Dalam proses penyebaran informasi, media pemberitaan memegang peran penting dalam menyebarkan informasi. Dalam dinamika perkembangan media dalam mendistribusikan berita, media lambat laun beralih menjadi media pemberitaan *online*—berbasis internet—dari yang awalnya media berupa cetak, karena terkendala wilayah dan jangkauan pendistribusian. Karena kemudahan yang ditawarkan, tak ayal setiap informasi yang disebar tak hanya berupa nilai informatif, tapi juga memiliki pengaruh dalam membentuk opini publik.¹²

Analisis wacana dalam pemberitaan ini menjadi relevan untuk memahami bagaimana media mewacanakan informasi serta bagaimana penggunaan bahasa dan struktur berita dapat mempengaruhi pemahaman pembaca. Wacana yang terbentuk dalam media tidak hanya mencerminkan fakta, tetapi juga dipengaruhi oleh perspektif dan kepentingan masing-masing media. Seperti halnya dalam suatu peristiwa kontroversial, media bisa menyoroati satu sisi tertentu, seperti reaksi emosional masyarakat atau komentar dari tokoh terkenal, yang dapat mempengaruhi bagaimana audiens mengartikan peristiwa tersebut.

Metode

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini, fokus utama dari pendekatan deskriptif kualitatif ini adalah memberikan pemahaman mendalam mengenai suatu situasi, peristiwa, atau perilaku sosial tanpa melakukan manipulasi atau eksperimen. Kemudian disajikan dalam deskriptif yang artinya data-data yang didapat tidak dilihat dari benar dan salah, disajikan apa adanya secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai data, sifat, serta kaitannya dengan peristiwa.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai landasan untuk memahami dan menggali secara rinci, maka penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa dokumentasi berita pada media pemberitaan daring Kompas.com dan Detik.com yang membahas mengenai kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh.

Hasil dan Diskusi

Konstruksi Berita Kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di Kompas.com

Konstruksi merupakan cara media membentuk realitas sosial melalui pemilihan, penyusunan, dan penyajian informasi sesuai dengan perspektif tertentu yang dapat mempengaruhi cara berpikir pembaca.¹³ Berita yang baik

¹⁰ Erlina F. Santika, "10 Media Online yang Paling Banyak Digunakan Warga Indonesia 2024," Databoks, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia-2024> pada 18 Januari 2024 pukul 13.54 WIB.

¹¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009), 31.

¹² Zahra, Yofa Fitriani, et al. "Media Massa Sebagai Pembentukan Persepsi Publik." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2.12 (2024): 131-140. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i12.2083>

¹³ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2009), 55.

adalah berita yang memenuhi prinsip-prinsip dan unsur-unsur jurnalistik. Prinsip berita merupakan kaidah atau pedoman yang harus dipenuhi agar sebuah berita memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya oleh publik. Dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 dijelaskan bahwa berita harus jujur, berimbang, tidak beritikad buruk, mengutamakan kepentingan publik, dan tidak menyebarkan berita bohong. Kemudian Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menjelaskan bahwa berita harus mengandung kebenaran (*truthfulness*), loyalitas kepada publik (*loyalty to citizens*), independensi (*independence*), pemantauan terhadap kekuasaan (*monitor of power*), dan forum publik (*public forum*).¹⁴ Tak lupa, berita harus mengandung unsur 5 W+1 H. Kemudian, setiap berita dikategorikan menjadi 3 jenis berita, yaitu: *Hard News*, *Soft News*, dan *Feature*.

Gambar 1.

Berita Kompas.com Edisi 4 Desember 2024, 07.10 WIB



Berita di media Kompas.com edisi 4 Desember 2024, 07.17 WIB ini dapat dideskripsikan sebagai berikut, dari penulisan judul, "Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen".¹⁵ Dalam judul berita ini, menjelaskan tentang permintaan maaf dari Miftah Maulana (Gus Miftah) setelah dirinya merasa bahwa perkataannya merupakan sebuah bullyan atau hinaan kepada tukang es teh. Tak hanya itu, dalam bagian judul berita ini juga mengungkapkan bahwa perkara ini menuai kritik dari netizen.

Pada bagian awal hingga isi berita, membahas mengenai pernyataan dari Miftah yang mengaku bahwa perkataannya merupakan sebuah candaan, mengingat dalam komunikasi dakwahnya, Miftah sering kali melontarkan candaan. Dalam hal ini, Miftah akan meminta maaf langsung kepada si penjual es teh dan meminta maaf kepada masyarakat atas kegaduhan yang telah ditimbulkan. Di akhir berita, Miftah menyatakan bahwa ia akan lebih berhati-hati ketika berbicara di depan publik.

Tabel 1.

Unsur-unsur Berita Kompas.com Edisi 4 Desember 2024, 07.10 WIB

Unsur 5W 1H	Keterangan
What	Kontroversi Gus Miftah dan penjual es teh
Who	Gus Miftah dan Penjual Es Teh
When	20 November 2024

¹⁴ Baehaki, Riki. *Penerapan sembilan elemen Jurnalisme di Media Online: Analisis isi kuantitatif pada pemberitaan dampak covid-19 di Pesantren di Media NU Jabar Online*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2021.

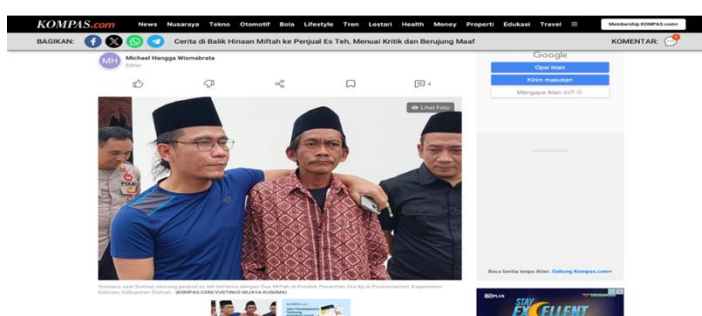
¹⁵ Dian Maharani, "Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen", Kompas.com diakses dari <https://www.kompas.com/hype/read/2024/12/04/071742766/miftah-maulana-minta-maaf-usai-bully-tukang-es-teh-dan-dikritik-netizen> pada tanggal 7 April 2025 pukul 12.29 WIB.

Where	Magelang
Why	Menyatakan permintaan maaf atas hinaan Gus Miftah kepada penjual es teh
How	Perkataan Gus Miftah yang menghina penjual es teh saat pengajian di Magelang 20 November 2024

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa berita dengan judul “Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen” ini telah memenuhi unsur-unsur berita dalam kaidah jurnalistik, serta mengandung unsur 5W+1H.

Gambar 2.

Berita Kompas.com edisi 4 Desember 2024, 16.26 WIB



Pada bagian awal sampai bagian isi, berita ini mendeskripsikan bahwa insiden dari ucapan Miftah kepada penjual es teh menjadi sorotan dari berbagai pihak karena video peristiwa tersebut tersebar luas di media sosial. Pada bagian isi, berita ini memuat tentang kronologi kejadian, sebagai berikut:

Pada malam pengajian yang diadakan di lapangan drh Soepardi. Kecamatan Mungkid, Sunhaji, yang berusia 37 tahun, berjualan es teh keliling di tengah kerumunan ribuan jamaah.

Di tengah suasana pengajian, Miftah melontarkan komentar yang tidak pantas, menyebut Sunhaji dengan kata-kata kasar. Ucapan tersebut diikuti oleh gelak tawa beberapa tokoh agama yang hadir di panggung, sehingga semakin mempermalukan Sunhaji.

Sunhaji mengaku merasa tersinggung dan kecewa dengan kejadian itu. Namun, ia memilih untuk tetap berdagang demi mencari nafkah.¹⁶

Di bagian akhir dari berita ini, menceritakan tentang latar belakang Sunhaji sebagai penjual es teh serta kunjungan Miftah yang datang ke rumahnya untuk meminta maaf dan memberikan bantuan. Pada bagian akhir juga memuat tentang respons publik yang menuai beragam tanggapan kritik terhadap Miftah sebagai tokoh agama yang seharusnya menjadi teladan. Kompas.com turut memberitakan mengenai tanggapan dan kritik dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyebut insiden ini sebagai pelajaran penting bagi para penceramah untuk lebih bijak dalam bersikap di hadapan jamaah.

Tabel 2.

Unsur-unsur Berita Kompas.com edisi 4 Desember 2024, 16.26 WIB

Unsur 5W 1H	Keterangan
What	Kontroversi Gus Miftah dan penjual es teh
Who	Gus Miftah, Penjual Es Teh, dan MUI

¹⁶ Ibid.

When	20 November 2024 dan 4 Desember 2024
Where	Magelang, rumah Sunhaji penjual es teh di Grabag Magelang
Why	Iktikad permintaan maaf Gus Miftah kepada Sunhaji dengan mendatangi di kediamannya
How	Perkataan Gus Miftah yang menghina Sunhaji penjual es teh

Berita ini memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan berita 1 yang sama-sama disajikan oleh Kompas.com. Jika berita 1 lebih fokus dalam perspektif Gus Miftah sebagai pelaku, berita 2 ini menyajikan tentang tanggapan dan cerita di balik insiden yang dialami Sunhaji yang saat itu sedang berjualan es teh dengan memuat latar belakang Sunhaji serta bantuan yang diberikan oleh Gus Miftah sebagai salah satu bentuk permohonan maafnya.

Konstruksi Berita Kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di Detik.com

Pada awal pemberitaan, menjelaskan tentang viralnya potongan video ceramah Gus Miftah yang mengolok-olok penjual es teh di Magelang. Sehubungan dengan hal itu, KH Muhammad Yusuf Chudluri atau yang Gus Yusuf yang berada di lokasi memberikan penjelasan tentang peristiwa tersebut, sebagai berikut:

"Konteks utuhnya memang penjual itu muter-muter nawarin es, padahal cuaca hujan hingga mengganggu konsentrasi jemaah. Lantas ditegur sama GM (Gus Miftah). Agar agak minggir seperti pedagang lainnya," kata Gus Yusuf dalam pesan kepada detikJateng, Selasa (3/12/2024).

Gus Yusuf menilai ucapan Gus Miftah hanya guyonan. Menurutnya, Gus Miftah memiliki gaya komunikasi seperti itu.

"Ya memang cara komunikasi GM guyonan seperti itu, yang mungkin bikin kaget sementara orang," sambung Gus Yusuf.¹⁷

Gambar 3.

Berita Detik.com Edisi 3 Desember 2024, 21.40 WIB



Pada penutup berita ini, Herdian Saksono selaku pengacara dari Gus Miftah turut serta buka suara dengan menyatakan bahwa perkataan Gus Miftah merupakan candaan dalam gaya komunikasi dakwah. Adapun pernyataan dari Pengacara Gus Miftah, Herdian Saksono yaitu sebagai berikut:

"Itulah guyonan atau gaya bahasa dalam penyampaian syiar, dalam penyampaian sebuah cerita yang dimaknai dengan pertanda-pertanda yang menurut Gus itu merupakan intermeso dan menarik perhatian para

¹⁷ Ibid.

khalayak ramai," kata Herdian Saksono, dikutip dari 20Detik, Selasa (3/12).¹⁸

Tabel 3.

Unsur-unsur Berita Detik.com Edisi 3 Desember 2024, 21.40 WIB

Unsur 5W 1H	Keterangan
What	KH Muhammad Yusuf Chudlori atau Gus Yusuf menilai ucapan Gus Miftah hanya guyonan
Who	Gus Miftah, Gus Yusuf, Herdian Saksono, dan Penjual Es Teh
When	3 Desember 2024
Where	Magelang
Why	Meminta untuk tidak memotong-motong video terkait ceramah Gus Miftah di Magelang
How	Gus Yusuf dan Herdian Saksono mengklaim bahwa perkataan Gus Miftah kepada penjual es teh hanya guyonan

Gambar 4.

Berita Detik.com Edisi 4 Desember 2024, 10.15 WIB



Pada awal berita dideskripsikan mengenai kronologi Gus Miftah yang pada saat itu mengolok-olok penjual es teh, dimana hal itu sangat disayangkan oleh warganet yang seharusnya bisa mengayomi justru malah menghina dan mempermalukan seseorang di depan publik, terlebih selain sebagai pendakwah, Gus Miftah juga diketahui merupakan salah satu Utusan Khusus Presiden. detikInet menyebutkan bahwa dipantau dari linimasa X pada Rabu 4 Desember 2024, nama Miftah menjadi trending topik teratas dengan lebih dari 167 ribu cuitan. Pun demikian reaksi netizen Indonesia juga ramai-ramai turut bersimpati kepada penjual es teh dengan memberikan doa, dukungan, hingga membuka donasi untuk bapak penjual es teh. Berikut tanggapan beberapa netizen yang dicantumkan pada akhir berita ini:

"dan teruntuk bapak penjual es teh, aku yakin dan percaya bahwa satu tetes keringatmu jauh lebih di terima dibandingkan ribuan doa yang ia kirim dengan kesombongan. sehat selalu, dimanapun kau berada, pak!🤲❤️" kata netizen.

"Ini Masya Allah moment bgt deh. Udh dihina2 gitu trs tbtb Allah balik keadaannya, di socmed manapun beneran viral yg bela si bapak penjual es teh

¹⁸ Ibid.

sampai temen2 gue yg pada ngaji ikut angkat suara bela si bapak es teh. Doa apa ya si bapak pas lg didzolimi di tengah hujan..." tulis akun @citruxxx.
"Disisi lain setelah adanya perkataan kasar untuk bapak penjual es teh, Ikut mengkritik ya tidak mengutuk. Alhamdulillah bapak pasti dapat donasi yang tidak disangka sangka jumlahnya, pasti banyak orang" yg bisa gambar/ design untuk berlmba" mnjdkn konten dan biar viral dll," tulis akun @agusxxx.
"kalau di hina orang mending doa untuk kebaikan diri dan keluarga , daripada doa jelek ke yg menghina, moga berkah berlimpah ke Bapak penjual Es Teh dan siapapun yg peduli pada beliau," tulis akun @svtxxxx.

Tabel 4.

Unsur-unsur Berita Kompas.com Edisi 4 Desember 2024, 10.15 WIB

Unsur 5W 1H	Keterangan
What	Tanggapan netizen dalam mengomentari hinaan Gus Miftah kepada penjual es teh
Who	Warganet X, Gus Miftah, dan penjual es teh
When	4 Desember 2024
Where	Media sosial X
Why	Simpati warganet X dalam menanggapi olok-olokan Gus Miftah terhadap penjual es teh
How	Warganet X menyatakan simpati dan dukungan moral untuk penjual es teh

Analisis Wacana Norman Fairclough Terhadap Berita Kontroversi Gus Miftah dan Penjual Es Teh di Kompas.com dan Detik.com

Pada pembahasan ini, peneliti menggunakan analisis wacana oleh Norman Fairclough. Model analisis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough ini terdiri dari tiga dimensi, yaitu dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Akan tetapi, pada penelitian ini akan fokus mengkaji hanya pada dimensi teks. Hal ini didasari karena keterbatasan peneliti dalam mengumpulkan data yang valid dan mendalam untuk mengkaji dimensi praktik wacana, karena untuk memperoleh data yang mendukung mengkaji dimensi wacana dan praktik sosial, diperlukan wawancara kepada tim produksi berita dari media Kompas dan Detik. Pun dalam dimensi sosial, membutuhkan data yang luas mengenai konteks sosial, budaya, dan politik yang mendasari atas terbentuknya suatu teks.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana makna yang terkandung di sebuah teks, dengan menggunakan pendekatan analisis wacana oleh Norman Fairclough dimensi teks yang meliputi representasi, relasi, dan identitas. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tetap dapat memberikan kontribusi untuk memahami makna yang terkandung dalam suatu teks.

Kompas.com "Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen"

1. Representasi

Pada bagian representasi, sebuah teks berita akan dianalisis bagaimana seseorang, kelompok, dan gagasan ditampilkan dalam anak kalimat dan gabungan atau rangkaian antar anak kalimat.¹⁹

¹⁹ Ismail Marzuki, *Analisis Wacana Kritis (Teori dan Praktik)*, (Sorong: UNIMUDA Press, 2023), hlm 39.

Dalam berita yang disajikan oleh media Kompas yang berjudul “Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen”²⁰ merepresentasikan tanggapan dan reaksi Miftah Maulana—akrab disapa Gus Miftah—usai bully atau mengolok-olok tukang es teh. Di berita ini dideskripsikan mengenai tanggapan Gus Miftah yang saat itu khilaf dan mengaku bercanda saat melontarkan bullyan, yang diketahui berdasarkan cuplikan video yang viral di media sosial.

“Pendakwah Miftah Maulana Habiburrahman atau akrab disapa Gus Miftah meminta maaf usai video bully tukang es teh viral di media sosial Miftah mengaku bercanda kepada tukang es teh saat itu. "Dengan kerendahan hati saya meminta maaf atas kekhilafan saya, saya memang sering bercanda dengan siapa pun," kata Miftah dalam video di YouTube KH Entertainment seperti dikutip Kompas.com, Rabu (4/12/2024). Miftah mengatakan, ia akan meminta maaf langsung pada tukang es tersebut.”

Kemudian, Miftah Maulana menegaskan bahwa ia akan datang langsung menemui penjual es teh untuk meminta maaf secara langsung. Tak hanya itu, Miftah Maulana juga meminta maaf kepada masyarakat karena telah membuat gaduh dengan tersebarnya cuplikan video tersebut.”²¹

Kompas.com merepresentasikan kontroversi ini dengan mengangkat berita mengenai tanggapan permintaan maaf Miftah Maulana kepada penjual es teh setelah cuplikan video tersebut viral di media sosial. Tak hanya permintaan maaf atas perkataannya yang menghina penjual es teh, Kompas juga merepresentasikan tentang keseriusan Miftah dalam meminta maaf kepada Sunhaji penjual es teh dengan memuat perkataan Miftah yang menegaskan bahwa momen insiden ini akan membuatnya lebih berhati-hati lagi kedepannya.

2. Relasi

Relasi yang dimaksud merujuk pada analisis dimensi teks dalam konstruksi sebuah berita yaitu hubungan di antara wartawan dengan khalayak, seperti apakah teks disampaikan secara informal atau formal, terbuka atau tertutup. Dikatakan bahwa media adalah ruang sosial di mana masing-masing kelompok yang ada dalam masyarakat saling mengajukan gagasan dan pendapat, dan berebut mencari pengaruh agar lebih diterima oleh publik, maka analisis hubungan akan memberi informasi yang berharga tentang bagaimana kekuatan-kekuatan sosial ini ditampilkan dalam teks. Selain itu, analisis relasi juga penting untuk melihat bagaimana khalayak hendak ditempatkan dalam pemberitaan.²²

Dalam berita yang disajikan oleh Kompas ini, relasi yang dilibatkan oleh wartawan adalah Miftah Maulana atau Gus Miftah, yang pada saat itu melontarkan kata-kata bullyan atau hinaan kepada penjual es teh. Wartawan mencoba untuk menghubungkan tanggapan dan pernyataan bersalah Miftah kepada Sunhaji penjual es teh kepada khalayak—khususnya publik yang mengkritik dan mengecam perbuatan Miftah kepada Sunhaji—melalui berita ini.

²⁰ Dian Maharani, “Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen”, Kompas.com diakses dari <https://www.kompas.com/hype/read/2024/12/04/071742766/miftah-maulana-minta-maaf-usai-bully-tukang-es-teh-dan-dikritik-netizen> pada tanggal 7 April 2025 pukul 12.29 WIB.

²¹ *Ibid.*

²² Ismail Marzuki, *Analisis Wacana Kritis*, 39

3. Identitas

Dalam analisis wacana oleh Norman Fairclough, aspek identitas dalam analisis teks berfungsi melihat penempatan identitas wartawan yang dikonstruksi dalam teks berita.²³

Dalam berita ini, wartawan juga mengidentifikasi dirinya kepada aktor yang terlibat dalam pemberitaan. Dalam hal ini, wartawan menempatkan dirinya sebagai Miftah Maulana atau Gus Miftah dengan menampilkan secara dominan tanggapan dan pernyataan Gus Miftah yang mengaku bahwa perkataan hinaan atau bullyan tersebut atas dasar candaan atau guyonan yang dimaksudkan tidak menyakiti hati Sunhaji si penjual es teh. Tak hanya itu, wartawan juga menuliskan tentang itikad baik dan janji Miftah untuk meminta maaf secara langsung kepada korban dan bernjanji untuk lebih berhati-hati lagi dalam berbicara.

Maka, identitas wartawan di sini dalam menyajikan suatu teks pemberitaan ini dominan menampilkan tanggapan dan pernyataan Miftah sehingga pemberitaan fokus kepada tanggapan dan pernyataan Miftah yang mengaku hinaan tersebut atas dasar candaan.

Kompas.com “Cerita di Balik Hinaan Miftah ke Penjual Es Teh, Menuai Kritik dan Berujung Maaf”

1. Representasi

Dalam berita yang disajikan media Kompas yang berjudul “Cerita di Balik Hinaan Miftah ke Penjual Es Teh, Menuai Kritik dan Berujung Maaf”²⁴ merepresentasikan mengenai awal mula kronologi terjadinya perkataan Miftah yang dianggap merendahkan Sunhaji penjual es teh yang kemudian cuplikan video tersebut tersebar luas di media sosial yang memicu reaksi dari berbagai pihak yang mengecam dan mengkritik Miftah atas perkataannya.

“Miftah Maulana Habiburrahman, seorang tokoh agama sekaligus pemilik Pondok Pesantren Ora Aji, akhirnya minta maaf kepada Sunhaji (37), seorang penjual es teh. Keduanya tengah jadi sorotan terkait insiden dari ucapan Miftah yang dianggap merendahkan Sunhaji saat acara pengajian di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, pada Rabu (20/11/2024). Video dari peristiwa ini tersebar luas di media sosial, memicu reaksi luas dari masyarakat. “Saya tersinggung. Wong saya lagi masuk ada suara kayak gitu,” ungkap Sunhaji saat ditemui di rumahnya di Dusun Gesari, Desa Banyusari, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang, pada Rabu (4/12/2024).”²⁵

Pada representasi dari tokoh, Kompas menyebutkan bahwa Miftah Maulana Habiburrahman—akrab disapa Gus Miftah—selain ia sebagai tokoh agama yang sudah dikenal luas oleh publik, Kompas turut merepresentasikan Miftah sebagai pemilik atau pengasuh dari Pondok Pesantren Ora Aji. Hal ini menegaskan bahwa Miftah yang memiliki latar belakang tokoh agama, seharusnya lebih bisa bersikap hati-hati dengan perbuatan dan perkataannya agar tidak mengeluarkan kata-kata yang tidak pantas dan dapat menyakiti hati seseorang.

²³ Diki Fajar Abdul Rohkman, “Sindonews Online dalam Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama Kasus Penodaan Agama Edisi April 2017 (Kajian Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)” *Jurnal*

Bapala 5, no.2, (2018). 3.

²⁴ Michael Hangga Wismabrata, “Cerita di Balik Hinaan Miftah ke Penjual Es Teh, Menuai Kritik dan Berujung Maaf” Kompas.com diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2024/12/04/162648178/cerita-di-balik-hinaan-miftah-ke-penjual-es-teh-menuai-kritik-dan-berujung> pada tanggal 7 April 2025 pukul 12.46 WIB

²⁵ *Ibid.*

Kemudian, Kompas dalam merepresentasikan Sunhaji penjual es teh, yang dimana dalam insiden ini Sunhaji merupakan korban dari perkataan Miftah dengan menegaskan dalam teks berita bahwa Sunhaji merasa tersinggung dan kecewa dengan perkataan Miftah. Di berita ini turut serta disajikan mengenai latar belakang Sunhaji dan bantuan yang diberikan oleh Miftah sebagai itikadnya meminta maaf kepada Sunhaji.

“Setelah insiden tersebut viral dan menuai kritik, Miftah mengunjungi rumah Sunhaji di Dusun Gesari, Desa Banyusari, Kecamatan Grabag, pada Rabu (4/12/2024) pagi. Ia datang untuk meminta maaf secara langsung atas ucapannya yang menyakitkan. Dalam kunjungannya, Miftah memberikan sejumlah uang sebagai kompensasi. Sunhaji menyatakan akan berdiskusi dengan keluarganya terkait penggunaan dana tersebut.”²⁶

Dalam menyajikan respons publik yang mengecam dan mengkritik Miftah atas perkataannya, Detik memuat tanggapan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam berita ini. MUI menyebut insiden ini sebagai pelajaran penting bagi para penceramah untuk lebih bijak dalam bersikap di depan jamaah. Kemudian, Detik juga turut menyajikan mengenai respons publik yang menyayangkan kejadian tersebut dan memberikan simpati berupa dukungan moral kepada Sunhaji penjual es teh.

Kasus ini menuai beragam tanggapan dari masyarakat, termasuk kritik terhadap Miftah sebagai tokoh agama yang seharusnya menjadi teladan. Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyebut insiden ini sebagai pelajaran penting bagi para penceramah untuk lebih bijak dalam bersikap di hadapan jamaah. Di sisi lain, publik juga memberikan simpati kepada Sunhaji yang tetap tabah dan memilih menyikapi peristiwa tersebut dengan lapang dada. Kisahnya mencerminkan perjuangan seorang ayah yang gigih mencari nafkah di tengah keterbatasan.”²⁷

2. Relasi

Dalam berita yang disajikan oleh Kompas ini, relasi yang dilibatkan oleh wartawan adalah Sunhaji penjual es teh, serta respons dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan publik. Wartawan mencoba untuk menghubungkan tanggapan dari Sunhaji penjual es teh yang merasa tersinggung dan kecewa atas perkataan Miftah kepadanya. Kemudian wartawan juga mencoba untuk menghubungkan pernyataan dari MUI dan respons publik yang mengkritik Miftah atas perkataannya dan menyayangkan atas terjadinya insiden itu.

3. Identitas

Pada berita yang disajikan oleh Kompas ini, wartawan sebagai pihak penghubung tanggapan dan pernyataan dari Sunhaji penjual es teh serta tanggapan MUI dan respons publik. Dalam hal ini, wartawan menempatkan dirinya sebagai tanggapan dari Sunhaji penjual es teh, Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan respons publik dengan menampilkan secara dominan tanggapan dan pernyataan yang menyatakan bahwa perkataan Miftah telah menyakiti perasaan Sunhaji dan merupakan insiden yang seharusnya tidak terjadi, mengingat Miftah merupakan salah satu tokoh agama dan pemilik Pesantren Ora Aji.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

Detik.com “Viral Gus Miftah Olok-olok Penjual Es Teh, Diklaim Cuma Guyonan”

1. Representasi

Dalam pemberitaan yang berjudul “Viral Gus Miftah Olok-olok Penjual Es Teh, Diklaim Cuma Guyonan”²⁸, Detik.com merepresentasikan mengenai kronologi kejadian Miftah Maulana atau Gus Miftah mengolok-olok penjual es teh saat pengajian di Magelang. Dalam menyajikan berita ini, Detik turut menyertakan KH. Muhammad Yusuf Chudlori atau akrab disapa Gus Yusuf dalam menyampaikan kronologi secara detail, mengingat Gus Yusuf saat itu salah satu orang yang berada di lokasi kejadian.

“Viral potongan video yang merekam momen Miftah Maulana Habiburrahman atau Gus Miftah mengolok-olok penjual es teh di Magelang. KH Muhammad Yusuf Chudlori atau Gus Yusuf yang berada di lokasi memberikan penjelasan.”²⁹

Tak hanya memberikan detail tentang kronologi, Detik juga turut menyertakan pernyataan dari Gus Yusuf yang mengatakan bahwa saat itu tujuan dari perkataan Gus Miftah adalah untuk menegur Sunhaji penjual es teh yang saat itu dinilai mengganggu konsentrasi jamaah yang hadir.

“Konteks utuhnya memang penjual itu muter-muter nawarin es, padahal cuaca hujan hingga mengganggu konsentrasi jamaah. Lantas ditegur sama GM (Gus Miftah). Agar agak minggir seperti pedagang lainnya,” kata Gus Yusuf dalam pesan kepada detikJateng, Selasa (3/12/2024).³⁰

Selain itu, Gus Yusuf juga mengatakan bahwa ucapan dari Gus Miftah saat itu merupakan sebuah candaan atau guyonan, yang mana hal itu sudah melekat dalam komunikasi dakwahnya. Gus Yusuf juga menghimbau kepada masyarakat untuk tidak memotong-motong video tersebut dan menyebarluaskan untuk mengantisipasi kesalahpahaman bagi orang-orang yang tidak paham akan cara bertutur Gus Miftah saat menyampaikan materi dakwahnya. Pada berita ini juga disebutkan mengenai biografi Gus Miftah yang tidak hanya sebagai tokoh agama juga sebagai Utusan Khusus Presiden.

Gus Yusuf menilai ucapan Gus Miftah hanya guyonan. Menurutnya, Gus Miftah memiliki gaya komunikasi seperti itu.

“Ya memang cara komunikasi GM guyonan seperti itu, yang mungkin bikin kaget sementara orang,” sambung Gus Yusuf. Dia meminta masyarakat tidak memotong-motong video tersebut. “Tolong video jangan dipotong-potong atau sesekali datang langsung pas majelisnya GM biar paham cara interaksinya beliau,” pinta Gus Yusuf.”³¹

Dalam berita ini, Detik dalam menyajikan sebuah teks berita secara dominan menyertakan pendapat dan tanggapan dari Gus Yusuf yang mendukung Gus Miftah dalam perkataannya yang mengolok-olok Sunhaji penjual es teh dengan mengklaim bahwa hal tersebut merupakan guyonan atau candaan dan hal tersebut telah menjadi gaya komunikasi dakwah Gus Miftah.

2. Relasi

Dalam berita yang disajikan oleh Detik.com ini, relasi yang dilibatkan oleh wartawan adalah KH Muhammad Yusuf Chudlori atau Gus Yusuf. Wartawan

²⁸ Eko Susanto, “Viral Gus Miftah Olok-olok Penjual Es Teh, Diklaim Cuma Guyonan”, Detik.com diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-7669584/viral-gus-miftah-olok-olok-penjual-es-teh-diklaim-cuma-guyonan> pada 8 April 2025 pukul 11.32 WIB.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

mencoba untuk menghubungkan tanggapan dari Gus Yusuf yang menceritakan kronologi kejadian dan memberikan pernyataan bahwa perkataan Gus Miftah yang mengolok-olok Sunhaji penjual es teh diklaim hanya guyonan, dengan membenarkan bahwa gaya komunikasi dakwah Gus Miftah memang sarat dengan guyonan atau candaan. Tak hanya itu, berita ini juga turut serta memberikan pernyataan Gus Yusuf yang menghimbau masyarakat agar tidak memotong-motong video tersebut.

3. Identitas

Pada berita yang disajikan oleh Detik.com ini, wartawan sebagai pihak penghubung tanggapan dan pernyataan dari KH Muhammad Yusuf Chudluri atau Gus Yusuf. Dalam hal ini, wartawan menempatkan dirinya sebagai tanggapan dari Gus Yusuf kepada khalayak, dengan mengklaim bahwa perkataan Gus Miftah merupakan sebuah guyonan atau candaan. Kemudian, khalayak dalam konteks ini adalah masyarakat Indonesia dari berbagai lapisan, mengingat saat berita ini diluncurkan, video tersebut viral di berbagai media sosial.

Dalam berita ini, wartawan menempatkan diri sebagai tanggapan dan pernyataan dari KH Muhammad Yusuf Chudluri atau Gus Yusuf dengan menampilkannya secara dominan, sehingga pemberitaan fokus kepada argumen yang mendukung bahwa olok-olokan Gus Miftah kepada Sunhaji penjual es teh hanya guyonan atau candaan.

Detik.com “Simpati Netizen ke Penjual Es Teh Gegara Gus Miftah”

1. Representasi

Dalam pemberitaan yang berjudul “Simpati Netizen ke Penjual Es Teh Gegara Gus Miftah”³² Detik.com merepresentasikan mengenai tindak lanjut dari kejadian yang dialami oleh Sunhaji penjual es teh pada saat pengajian di Magelang diolok-olok Gus Miftah yang saat itu sedang berceramah. Detik menyajikan berita ini dengan menjelaskan mengenai Gus Miftah yang mendatangi langsung ke rumah Sunhaji penjual es teh sebagai itikad untuk meminta maaf. Dalam perkataannya, Miftah menegaskan bahwa ia tidak berniat untuk melontarkan perkataan yang dapat menyakiti hati Sunhaji, ia mengaku bahwa ia hanya berniat untuk guyon atau candaan.

“Diberitakan detikJateng, Rabu (4/12/2024) telah terjadi pertemuan antara Gus Miftah dan Sunhaji di rumah penjual teh itu pukul 08.40 WIB di Dusun Gesari, Desa Banyusari, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang. Gus Miftah meminta maaf dalam pertemuan yang singkat itu. Yang saat itu niatnya guyon tapi disalahpahami, tapi apapun itu aku minta maaf sama Kang Sunhaji. Niatnya guyon malah jadi kedawan-dawan ya,” kata Gus Miftah dalam pertemuan itu.”³³

Pada berita ini, Detik juga merepresentasikan mengenai tanggapan dari publik dalam menyikapi kontroversi antara Gus Miftah dengan Sunhaji penjual es teh. Dikatakan bahwa di linimasa media sosial X, cuitan tentang Gus Miftah berada pada posisi teratas dengan jumlah 213 ribu cuitan. Selain itu, Detik juga turut menyertakan tanggapan dari Mayor Teddy serta akun resmi Instagram Partai Gerindra yang menegur Gus Miftah, mengingat bahwa Gus Miftah merupakan salah satu Utusan Khusus Presiden.

³² Fitraya Ramadhanny, “Simpati Netizen ke Penjual Es Teh Gegara Gus Miftah”, Detik.com diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7670521/reaksi-netizen-soal-permintaan-maaf-gus-miftah-pada-penjual-es-teh> pada 8 April 2025 pukul 13.12 WIB.

³³ *Ibid.*

"Yang saat itu niatnya guyon tapi disalahpahami, tapi apapun itu aku minta maaf sama Kang Sunhaji. Niatnya guyon malah jadi kedawan-dawan ya," kata Gus Miftah dalam pertemuan itu. Di lini masa X/Twitter, Miftah masih ada di trending topic dengan 213 ribu tweet. Lalu ada Niken dengan 20.100 tweet, netizen membandingkan sikap Gus Miftah dengan pesinden Niken Salindry yang ramah kepada pedagang es teh. Ada pula Mayor Teddy yang jadi trending dengan 2.336 tweet. Gus Miftah mengaku ditegur Seskab Mayor Teddy Indra Wijaya usai kejadian tersebut. Bahkan, ada juga teguran dari akun resmi Instagram Gerindra."³⁴

Dalam pemberitaan ini, Detik fokus merepresentasikan mengenai tanggapan dari khalayak, khususnya warganet sosial media X yang sangat menyayangkan kejadian tersebut, dan memberi dukungan moral kepada Sunhaji penjual es teh melalui cuitan-cuitan atau kata-kata dalam sosial media X, yang alhasil membuat cuitan mengenai Gus Miftah dan Sunhaji menempati posisi teratas *trending topic* di sosial media X.

2. Relasi

Dalam berita yang disajikan oleh Detik.com ini, relasi yang dilibatkan oleh wartawan adalah warganet sosial media X, Mayor Teddy sebagai Sekretaris Kabinet, dan akun resmi Instagram Partai Gerindra. Wartawan mencoba untuk menghubungkan tanggapan dari warganet X dalam cuitan-cuitan atau kata-kata yang memberikan dukungan moral kepada Sunhaji penjual es teh, teguran oleh Mayor Teddy dan akun Instagram Partai Gerindra atas perkataan Gus Miftah kepada Sunhaji penjual es teh.

3. Identitas

Pada berita yang disajikan oleh Detik.com ini, wartawan sebagai pihak penghubung tanggapan dan pernyataan dari warganet sosial media X, Mayor Teddy sebagai sekretaris kabinet, dan akun resmi Instagram Partai Gerindra kepada Gus Miftah yang telah melontarkan kata-kata yang tak pantas kepada Sunhaji penjual es teh. Dalam menyajikannya dalam pemberitaan, Detik fokus kepada dampak dan respons publik dalam menanggapi kontroversi ini, terlebih respons publik setelah melihat dan mengetahui pernyataan langsung Gus Miftah yang menyampaikan permintaan maafnya dan mengaku bersalah atas perkataannya kepada Sunhaji penjual es teh.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap berita di Kompas.com dan Detik.com edisi 1-4 Desember 2024 mengenai kontroversi Gus Miftah dan Sunhaji penjual es teh, peneliti mendapatkan dua berita dari Kompas dan dua berita Detik yang memuat tentang kontroversi ini. Secara keseluruhan, berita dari Kompas dan Detik telah memenuhi unsur-unsur berita 5W 1H, dan berita dari Kompas dan Detik merupakan jenis berita *soft news*.

Hasil analisis wacana model Norman Fairclough pada aspek dimensi teks mengenai kontroversi Gus Miftah dan Sunhaji penjual es teh pada aspek representasi Kompas.com dan Detik.com merepresentasikan kontroversi Gus Miftah dan Sunhaji penjual es teh dengan menyajikan berita yang pro dan kontra terhadap perkataan Gus Miftah kepada Sunhaji. Pada aspek relasi, Kompas.com dan Detik.com menghadirkan partisipan relasi yang berargumen pro dan kontra terhadap perkataan Gus Miftah dan Sunhaji penjual es teh. Pada aspek identitas, Kompas.com netral dan objektif dalam menyikapi perkataan Gus Miftah kepada

³⁴ *Ibid.*

Sunhaji penjual es teh. Sedangkan Detik.com, kontra dengan perkataan Gus Miftah, dengan menghadirkan argumen partisipan yang mengecam dan mengkritik Gus Miftah lebih dominan.

Daftar Pustaka

- Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009.
- Baidi Bukhori, "Dakwah Melalui Bimbingan dan Konseling Islam," *Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 5, no. 1, Juni, 2014. <http://dx.doi.org/10.21043/kr.v5i1.1057>
- Dian Maharani, "Miftah Maulana Minta Maaf Usai Bully Tukang Es Teh dan Dikritik Netizen", Kompas.com diakses dari <https://www.kompas.com/hype/read/2024/12/04/071742766/miftah-maulana-minta-maaf-usai-bully-tukang-es-teh-dan-dikritik-netizen> pada tanggal 7 April 2025 pukul 12.29 WIB.
- Diki Fajar Abdul Rohkman, "Sindonews Online dalam Pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama Kasus Penodaan Agama Edisi April 2017 (Kajian Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)" *Jurnal Bapala* 5, no.2, (2018). 3.
- Eko Susanto, "Viral Gus Miftah Olok-olok Penjual Es Teh, Diklaim Cuma Guyonan", Detik.com diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-7669584/viral-gus-miftah-olok-olok-penjual-es-teh-diklaim-cuma-guyonan> pada 8 April 2025 pukul 11.32 WIB.
- Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2009), 55.
- Erlina F. Santika, "10 Media Online yang Paling Banyak Digunakan Warga Indonesia 2024," Databoks, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia-2024> pada 18 Januari 2024 pukul 13.54 WIB.
- Fitraya Ramadhanny, "Simpati Netizen ke Penjual Es Teh Gegara Gus Miftah", Detik.com diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7670521/reaksi-netizen-soal-permintaan-maaf-gus-miftah-pada-penjual-es-teh> pada 8 April 2025 pukul 13.12 WIB.
- Holil, Sayid. *Pemberitaan NU Online Tentang Khilafah Hizbut Tahrir Indonesia (Analisis Framing Robert N. Entman)*. Diss. Universitas PTIQ Jakarta, 2023. <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/1269>
- Ismail Marzuki, *Analisis Wacana Kritis (Teori dan Praktik)*, (Sorong: UNIMUDA Press, 2023), hlm 39.
- Kompas, *Polemik Olok-olok Penjual Es Teh yang Berujung Mundurnya Miftah dari Jabatan Utusan Khusus Presiden*, 7 Desember 2024.
- Kompas, *Tuai Kritik Usai Menghina Penjual Es Teh, Miftah Maulana Habiburrahman Minta Maaf*, 4 Desember 2024. Michael Hangga Wismabrata, "Cerita di Balik Hinaan Miftah ke Penjual Es Teh, Menuai Kritik dan Berujung Maaf" Kompas.com diakses dari <https://regional.kompas.com/read/2024/12/04/162648178/cerita-di-balik-hinaan-miftah-ke-penjual-es-teh-menuai-kritik-dan-berujung> pada tanggal 7 April 2025 pukul 12.46 WIB
- Muh. Syaifullah, "Jamaah Pengajian Gus Miftah, dari PSK, Artis Hingga Pejabat", *Tempo.co*, 20 Juni 2019.

- Nurhadi, Zikri Fachrul, and Achmad Wildan Kurniawan. "Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian* 3.1. 2017. <https://doi.org/10.10358/jk.v3i1.253>
- Rofiq, Mohammad. "Strategi Komunikasi Dakwah Melalui Public Speaking KH. Abdul Ghofur Lamongan Jawa Timur." *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication* 4.02. 2024. <https://doi.org/10.33754/jadid.v4i02.1286>
- Rubawati, Efa. "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah." *Jurnal Studi Komunikasi* 2.1 2018. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/586>
- Saudi, Yusron. "Media dan Komodifikasi Dakwah." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2.1, 2018. <https://doi.org/10.31764/jail.v2i1.537>
- Zahra, Yofa Fitriani, et al. "Media Massa Sebagai Pembentukan Persepsi Publik." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2.12. 2024. <https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i12.2083>