Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (2) 2025, Page: 23855-23869

Analisis Wacana Kritis terhadap Tagline "Indonesia Gelap" dalam Pemberitaan Kompas.com

Reza Mehdi Fauzi[1]
[1]UPN Veteran Jawa Timur
Corresponding Author: reza.m.fisip@upnjatim.ac.id

Published: August , 2025

ABSTRACT

This research analyzes the critical discourse construction of the tagline "Dark Indonesia" in Kompas.com news reporting using Norman Fairclough's three-dimensional model. Through a qualitative approach with critical paradigm, this study reveals that the tagline "Dark Indonesia" constitutes a complex discursive construction with strong ideological content. At the textual dimension, the use of conceptual metaphor "dark" versus "light" creates evaluative binarism that simplifies the complexity of Indonesian history into moral dichotomy. Discourse practice analysis shows that the use of this tagline reflects systematic and targeted editorial positioning, utilizing digital media characteristics for optimal distribution and engagement. At the social practice dimension, this tagline operates within the context of post-Reform political transformation and functions as an instrument for collective memory formation supporting democratic values. Findings indicate that this discourse construction has ambivalent implications: positively contributing to democratic consolidation on one hand, while potentially hindering critical thinking and creating political polarization on the other. This research emphasizes the importance of critical media literacy in the digital era to help society become more reflective media consumers who are not easily manipulated by mass media ideological bias.

Keywords: critical discourse analysis, discursive construction, media ideology

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis konstruksi wacana kritis terhadap tagline "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com menggunakan model tiga dimensi Norman Fairclough. Melalui pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis, penelitian ini mengungkap bahwa tagline "Indonesia Gelap" merupakan konstruksi diskursif yang kompleks dan bermuatan ideologis kuat. Pada dimensi teks, penggunaan metafora konseptual "gelap" versus "terang" menciptakan binarisme evaluatif yang menyederhanakan kompleksitas sejarah Indonesia menjadi dikotomi moral. Analisis praktik wacana menunjukkan bahwa penggunaan tagline ini mencerminkan posisi editorial yang sistematis dan terarah, memanfaatkan karakteristik media digital untuk distribusi dan engagement yang optimal. Pada dimensi praktik sosial, tagline ini beroperasi dalam konteks transformasi politik pasca-Reformasi dan berfungsi sebagai instrumen pembentukan memori kolektif yang mendukung nilai-nilai demokratis. Temuan menunjukkan bahwa konstruksi wacana ini memiliki implikasi ambivalen: di satu sisi berkontribusi positif terhadap konsolidasi demokrasi, namun di sisi lain berpotensi menghambat critical thinking dan menciptakan polarisasi politik. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi media kritis dalam era digital untuk membantu masyarakat menjadi konsumen media yang lebih reflektif dan tidak mudah termanipulasi oleh bias ideologis media massa.

Kata Kunci: analisis wacana kritis, konstruksi diskursif, ideologi media

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam dinamika pemberitaan media massa di Indonesia, munculnya berbagai istilah dan tagline yang bermuatan simbolis seringkali menjadi bagian tak terpisahkan dari konstruksi realitas sosial dan politik. Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah penggunaan tagline "Indonesia Gelap" dalam berbagai pemberitaan media, yang tidak hanya berfungsi sebagai penanda temporal tetapi juga memiliki dimensi makna yang lebih kompleks dan politis. Tagline "Indonesia Gelap" dalam konteks pemberitaan media mencerminkan sebuah konstruksi linguistik yang sarat dengan muatan ideologis dan simbolis. Istilah "gelap" dalam hal ini tidak semata-mata merujuk pada kondisi fisik ketiadaan cahaya, melainkan sebuah metafora yang mengandung konotasi negatif terhadap kondisi sosial, politik, atau ekonomi suatu masa tertentu. Penggunaan metafora cahaya dan kegelapan dalam wacana politik merupakan strategi retoris yang telah lama dikenal dalam tradisi komunikasi politik, di mana "gelap" seringkali diasosiasikan dengan ketidakadilan, penindasan, atau kemunduran (Suhendar & Yusuf, 2024).

Media massa, sebagai institusi sosial yang memiliki peran strategis dalam pembentukan opini publik, tidak dapat dipandang sebagai penyampai informasi yang netral. Media beroperasi dalam kerangka ideologis tertentu dan memiliki kepentingan yang dapat memengaruhi cara mereka membingkai dan menyajikan informasi. Dalam konteks ini, pilihan untuk menggunakan tagline "Indonesia Gelap" mencerminkan posisi editorial dan ideologis media tersebut terhadap periode atau peristiwa tertentu dalam sejarah Indonesia. Kompas.com, sebagai salah satu portal berita digital terkemuka di Indonesia, memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk persepsi publik terhadap berbagai isu politik dan sosial. Sebagai bagian dari Kelompok Kompas Gramedia, Kompas.com membawa warisan tradisi jurnalisme yang telah mengakar dalam sejarah media Indonesia. Posisi strategis ini memberikan platform yang kuat bagi Kompas.com untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk makna dan interpretasi terhadap peristiwa-peristiwa penting dalam sejarah bangsa (Ary Randy et all, 2022).

Proses konstruksi makna dalam media tidak terjadi secara alamiah atau objektif, melainkan melalui serangkaian pilihan editorial yang melibatkan seleksi, penekanan, dan pembingkaian informasi. Dalam konteks penggunaan tagline "Indonesia Gelap", proses ini melibatkan keputusan redaksional tentang kapan, dalam konteks apa, dan dengan cara bagaimana tagline tersebut digunakan. Setiap pilihan ini memiliki implikasi terhadap bagaimana audiens akan memahami dan menginterpretasi periode atau peristiwa yang dirujuk. Fenomena penggunaan tagline "Indonesia Gelap" juga tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial-politik yang melatarbelakanginya. Indonesia sebagai negara yang telah mengalami berbagai fase sejarah, mulai dari periode kolonial, kemerdekaan, Orde Lama, Orde Baru, hingga era Reformasi, memiliki narasi-narasi sejarah yang kompleks dan seringkali diperdebatkan. Penggunaan tagline yang bermuatan evaluatif seperti "Indonesia Gelap" mencerminkan upaya untuk

memberikan penilaian atau interpretasi terhadap periode-periode tertentu dalam sejarah tersebut (Kirana & Iswahyungtyas, 2022).

Dalam perspektif teori komunikasi massa, media memiliki kemampuan untuk melakukan agenda setting, yaitu menentukan apa yang dianggap penting oleh publik. Penggunaan tagline "Indonesia Gelap" secara berulang dalam pemberitaan dapat berfungsi sebagai mekanisme agenda setting yang mengarahkan perhatian publik kepada interpretasi tertentu tentang sejarah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa media tidak hanya melaporkan peristiwa, tetapi juga berpartisipasi dalam proses pembentukan memori kolektif masyarakat. Studi tentang wacana media menjadi semakin penting dalam era informasi digital, di mana kecepatan penyebaran informasi dan kemudahan akses telah mengubah landscape komunikasi massa. Dalam konteks ini, analisis terhadap bagaimana media digital seperti Kompas.com mengonstruksi dan menyebarkan wacana-wacana tertentu menjadi relevan untuk memahami dinamika kekuasaan dan ideologi dalam masyarakat kontemporer. Penggunaan tagline "Indonesia Gelap" dalam platform digital memiliki jangkauan dan dampak yang berbeda dibandingkan dengan media tradisional (Rahmiyati, 2024).

Pentingnya melakukan analisis kritis terhadap wacana media terletak pada pemahaman bahwa media bukanlah cermin pasif dari realitas, melainkan agen aktif yang berpartisipasi dalam konstruksi realitas sosial. Melalui pilihan kata, framing, dan strategi retoris lainnya, media membentuk cara audiens memahami dan menginterpretasi dunia di sekitar mereka. Dalam konteks tagline "Indonesia Gelap", analisis kritis diperlukan untuk mengungkap lapisan-lapisan makna yang mungkin tidak terlihat pada permukaan, serta untuk memahami kepentingan dan ideologi yang melatarbelakangi penggunaan tagline tersebut. Analisis Wacana Kritis sebagai pendekatan metodologis menawarkan kerangka kerja yang tepat untuk membongkar kompleksitas wacana media. Pendekatan ini tidak hanya memperhatikan aspek linguistik dari teks, tetapi juga mengaitkannya dengan konteks sosial, politik, dan ideologis yang lebih luas. Melalui Analisis Wacana Kritis, penelitian ini berupaya untuk mengungkap bagaimana kekuasaan, dominasi, dan resistensi beroperasi dalam wacana media, khususnya dalam penggunaan tagline "Indonesia Gelap" oleh Kompas.com (Delia Maharani & Latifah Meynawati, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan mendasar tentang bagaimana Kompas.com sebagai salah satu media digital terkemuka di Indonesia membingkai dan mengonstruksi makna dari tagline "Indonesia Gelap" dalam pemberitaannya. Pertanyaan ini menjadi penting karena proses pembingkaian tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan dalam konteks sosial-politik yang kompleks dan melibatkan berbagai kepentingan serta ideologi yang mungkin tidak terlihat secara eksplisit. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi dimensi-dimensi tersembunyi dari penggunaan tagline tersebut, termasuk strategi diskursif yang digunakan, konteks historis yang dirujuk, serta implikasi sosial-politik dari konstruksi makna yang

dilakukan. Melalui pertanyaan penelitian ini, diharapkan dapat terungkap mekanisme-mekanisme halus yang beroperasi dalam wacana media dan bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman publik tentang sejarah dan kondisi politik Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan secara mendalam representasi wacana "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis. Tujuan ini mencakup identifikasi dan analisis terhadap elemen-elemen linguistik, retoris, dan diskursif yang digunakan dalam konstruksi tagline tersebut, serta bagaimana elemen-elemen tersebut berinteraksi untuk menciptakan makna-makna tertentu yang kemudian disebarluaskan kepada audiens. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap ideologi dan kepentingan yang terkandung dalam pemberitaan yang menggunakan tagline "Indonesia Gelap". Tujuan ini meliputi analisis terhadap posisi ideologis yang tercermin dalam penggunaan tagline tersebut, identifikasi kepentingan-kepentingan politik atau ekonomi yang mungkin melatarbelakanginya, serta pemahaman terhadap bagaimana ideologi dan kepentingan tersebut beroperasi melalui praktik-praktik diskursif dalam media digital.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian media, wacana politik, dan komunikasi kritis di Indonesia dengan memberikan perspektif baru tentang bagaimana media digital mengonstruksi wacana-wacana politik melalui penggunaan tagline dan strategi diskursif lainnya. Kontribusi teoretis ini menjadi penting dalam konteks pengembangan ilmu komunikasi dan kajian media di Indonesia, khususnya dalam memahami dinamika kekuasaan dan ideologi dalam era digital yang memiliki karakteristik berbeda dari era media massa tradisional. Dari segi praktis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pembaca dan masyarakat umum tentang bagaimana media mengonstruksi realitas politik dan sosial melalui pilihan-pilihan editorial dan diskursif. Pemahaman ini diharapkan dapat meningkatkan literasi media masyarakat, sehingga mereka dapat menjadi konsumen media yang lebih kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh manipulasi atau bias yang mungkin terkandung dalam pemberitaan media. Manfaat praktis ini menjadi semakin penting dalam era informasi yang ditandai dengan melimpahnya informasi dan meningkatnya risiko disinformasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Wacana Kritis

Analisis Wacana Kritis merupakan pendekatan interdisipliner yang mengintegrasikan analisis linguistik dengan teori sosial untuk mengungkap hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam masyarakat. Pendekatan ini berangkat dari premis bahwa wacana tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk dan mengonstruksi realitas tersebut. Dalam konteks media, Analisis Wacana Kritis memandang teks media sebagai arena pertarungan ideologis di

mana berbagai kepentingan dan pandangan dunia berkompetisi untuk memperoleh legitimasi dan dominasi. Norman Fairclough, salah satu tokoh utama dalam pengembangan Analisis Wacana Kritis, mengusulkan model tiga dimensi yang mencakup teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Model ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana wacana beroperasi dalam konteks sosial yang lebih luas. Dimensi teks berfokus pada analisis linguistik terhadap fitur-fitur formal bahasa, dimensi praktik wacana mengkaji proses produksi dan konsumsi teks, sedangkan dimensi praktik sosial mengaitkan wacana dengan struktur sosial dan kekuasaan yang lebih luas. Ketiga dimensi ini saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan dalam proses analisis yang holistic (Utama & Elhasni, 2020).

Bahasa dan Ideologi dalam Media

Media massa beroperasi sebagai institusi yang tidak netral dalam proses penyampaian informasi, melainkan sebagai agen yang aktif dalam proses konstruksi makna dan realitas sosial. Dalam konteks ini, bahasa menjadi instrumen utama yang digunakan media untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga untuk menanamkan perspektif, nilai, dan ideologi tertentu kepada audiensnya. Pilihan kata, struktur kalimat, metafora, dan strategi retoris lainnya bukanlah keputusan yang netral, melainkan mencerminkan posisi ideologis dan kepentingan tertentu yang ingin dipromosikan atau dipertahankan oleh media tersebut. Konsep ideologi dalam media tidak selalu bersifat eksplisit atau mudah diidentifikasi, melainkan seringkali beroperasi secara halus melalui proses naturalisasi dan normalisasi. Media memiliki kemampuan untuk membuat perspektif tertentu tampak sebagai kebenaran universal atau pandangan yang wajar, sementara perspektif lain dimarginalkan atau diabaikan. Dalam konteks representasi kekuasaan, media dapat berfungsi sebagai alat reproduksi dominasi dengan melegitimasi struktur kekuasaan yang ada, atau sebaliknya, dapat menjadi ruang resistensi yang menantang tatanan yang mapan. Relasi antara bahasa, ideologi, dan kekuasaan dalam media inilah yang menjadi fokus utama dalam kajian wacana kritis (Niken, 2024).

Penelitian Terdahulu

Kajian-kajian sebelumnya tentang penggunaan slogan, tagline, dan simbol politik dalam media Indonesia telah menunjukkan bagaimana media berperan dalam proses konstruksi identitas politik dan pembentukan opini publik. Penelitian-penelitian tersebut mengungkap bahwa penggunaan elemen-elemen simbolis dalam media tidak bersifat arbitrer, melainkan strategis dan terarah untuk mencapai tujuan-tujuan ideologis tertentu. Media Indonesia, dalam berbagai periode sejarahnya, telah menggunakan berbagai strategi diskursif untuk melegitimasi atau mendelegitimasi kekuasaan politik, membentuk narasi kebangsaan, dan mengonstruksi identitas kolektif masyarakat. Studi-studi terdahulu juga menunjukkan bahwa analisis wacana kritis terbukti efektif dalam mengungkap dimensi-dimensi

tersembunyi dari praktik media Indonesia. Penelitian terhadap penggunaan metafora politik, konstruksi musuh bersama, dan pembingkaian isu-isu sensitif dalam media Indonesia telah memberikan wawasan tentang bagaimana kekuasaan beroperasi melalui praktik diskursif. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa media Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai watchdog demokratis, tetapi juga sebagai arena kontestasi ideologis yang mencerminkan dinamika kekuasaan dalam masyarakat. Penelitian tentang tagline "Indonesia Gelap" dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami evolusi strategi diskursif media Indonesia dalam era digital (Huseng, 2021).

Kerangka Teori

Model tiga dimensi Norman Fairclough menyediakan kerangka analisis yang sistematis untuk mengkaji wacana "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com. Dimensi pertama, yaitu teks, melibatkan analisis deskriptif terhadap fitur-fitur linguistik yang terdapat dalam pemberitaan, termasuk pemilihan kosakata yang spesifik, penggunaan metafora dan simbol, serta struktur kalimat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Analisis pada level teks ini penting untuk mengidentifikasi bagaimana makna dikonstruksi melalui pilihan-pilihan linguistik yang tampaknya sederhana namun memiliki implikasi ideologis yang mendalam. Dimensi kedua dan ketiga dalam model Fairclough, yaitu praktik wacana dan praktik sosial, memberikan konteks yang lebih luas untuk memahami bagaimana teks "Indonesia Gelap" diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi dalam masyarakat. Praktik wacana mengkaji proses editorial, pertimbangan jurnalistik, dan mekanisme produksi berita yang melatarbelakangi penggunaan tagline tersebut, sedangkan praktik sosial mengaitkan wacana dengan struktur kekuasaan, kondisi politik, dan dinamika sosial yang lebih luas. Integrasi ketiga dimensi ini memungkinkan pemahaman yang holistik tentang bagaimana tagline "Indonesia Gelap" berfungsi sebagai instrumen diskursif dalam arena politik dan sosial Indonesia kontemporer (Bahaduri & Susanti, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis untuk menganalisis konstruksi wacana "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna-makna yang terkandung dalam teks media, mengungkap ideologi yang tersembunyi, dan mengeksplorasi hubungan kompleks antara bahasa, kekuasaan, dan masyarakat. Paradigma kritis yang digunakan memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mendeskripsikan fenomena wacana, tetapi juga untuk mengungkap struktur dominasi dan ketidakadilan yang mungkin terefleksi dalam praktik diskursif media. Metode penelitian kualitatif dalam studi ini

memfokuskan pada analisis interpretatif terhadap teks-teks berita yang mengandung tagline "Indonesia Gelap" dengan mempertimbangkan konteks sosial, politik, dan historis yang melatarbelakanginya. Penelitian ini tidak berupaya untuk mengeneralisasi temuan secara statistik, melainkan untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang bagaimana wacana dikonstruksi dan beroperasi dalam ruang media digital. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi yang komprehensif terhadap nuansa-nuansa makna yang mungkin terlewatkan dalam analisis kuantitatif.

Desain penelitian dapat mengeksplorasi berbagai dimensi dari penggunaan tagline tersebut, mulai dari aspek linguistik hingga implikasi sosial-politiknya, dengan mempertahankan kompleksitas dan kekayaan konteks yang menyertainya. Penelitian ini bersifat eksploratif-eksplanatif, yang berarti tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena penggunaan tagline "Indonesia Gelap", tetapi juga untuk menjelaskan mekanisme-mekanisme yang bekerja di balik konstruksi wacana tersebut. Penelitian ini berupaya untuk mengungkap pola-pola diskursif, strategi retoris, dan struktur ideologis yang beroperasi dalam teks-teks berita, serta mengaitkannya dengan konteks sosial-politik yang lebih luas. Pendekatan eksplanatif ini memungkinkan penelitian untuk memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dalam pemahaman tentang operasi kekuasaan melalui wacana media.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model tiga dimensi Norman Fairclough yang mencakup analisis teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Pada level analisis teks, penelitian akan mengkaji fitur-fitur linguistik seperti pemilihan kosakata, penggunaan metafora, struktur kalimat, dan strategi retoris lainnya yang digunakan dalam konstruksi tagline "Indonesia Gelap". Analisis ini akan dilakukan secara sistematis dengan mengidentifikasi pola-pola linguistik yang berulang, mencatat penggunaan perangkat retoris, dan mengeksplorasi konotasi serta implikasi dari pilihan-pilihan bahasa yang digunakan. Pada level praktik wacana dan praktik sosial, analisis akan mengkaji bagaimana teks-teks tersebut diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi dalam konteks media digital, serta mengaitkannya dengan struktur kekuasaan dan kondisi sosial-politik yang melatarbelakanginya. Proses analisis akan dilakukan secara interpretatif dengan mempertimbangkan konteks historis, politik, dan sosial yang relevan. Validitas analisis akan dijaga melalui triangulasi data, konsistensi interpretasi, dan refleksi kritis terhadap posisi peneliti dalam proses analisis. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk deskripsi analitis yang menggabungkan temuan dari ketiga dimensi analisis untuk memberikan pemahaman yang holistik tentang konstruksi wacana "Indonesia Gelap" dalam media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Dimensi Teks: Konstruksi Linguistik Tagline "Indonesia Gelap"

Analisis terhadap fitur linguistik tagline "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com menunjukkan penggunaan metafora konseptual yang kompleks dan bermuatan ideologis. Metafora "gelap" sebagai antonim dari "terang" atau "cahaya" tidak hanya berfungsi sebagai deskripsi temporal, melainkan sebagai evaluasi moral terhadap periode sejarah tertentu. Dalam konteks linguistik, penggunaan dikotomi cahaya-kegelapan mencerminkan binarisme konseptual yang mengorganisir pemahaman audiens tentang "baik" versus "buruk", "maju" versus "mundur", serta "beradab" versus "tidak beradab". Strategi linguistik ini menciptakan frame interpretatif yang mengarahkan audiens untuk memahami periode yang dirujuk sebagai masa yang negatif, represif, atau tidak demokratis. Pemilihan kata "Indonesia" sebagai subjek dalam tagline ini menunjukkan upaya generalisasi dan nasionalisasi pengalaman historis yang sebenarnya bersifat kompleks dan beragam. Konstruksi linguistik "Indonesia Gelap" secara implisit mengasumsikan adanya konsensus nasional tentang penilaian terhadap periode tertentu, padahal pengalaman historis masyarakat Indonesia sangat heterogen dan kontekstual.



Gambar 1. Pemberitaan Kompas.com tentang Tuntutan Indonesia Gelap

Sumber: Kompas.com

Penggunaan nama negara sebagai subjek tunggal dalam tagline ini juga mengindikasikan strategi diskursif yang berupaya menciptakan identitas kolektif melalui pembentukan memori bersama. Hal ini

menunjukkan bagaimana media dapat berperan sebagai agen pembentuk identitas nasional melalui konstruksi naratif sejarah yang tertentu. Struktur sintaksis tagline "Indonesia Gelap" yang terdiri dari subjek dan predikat yang sederhana menciptakan efek retoris yang kuat melalui kesederhanaannya. Penggunaan struktur yang ekonomis ini memungkinkan tagline untuk mudah diingat, diulang, dan disebarluaskan dalam berbagai konteks komunikasi. Dari perspektif pragmatik, kesederhanaan struktur ini juga memfasilitasi proses internalisasi makna oleh audiens tanpa memerlukan elaborasi atau penjelasan yang kompleks. Strategi linguistik ini menunjukkan kesadaran editorial tentang pentingnya menciptakan formula diskursif yang efektif dalam mempengaruhi persepsi publik terhadap sejarah dan politik Indonesia (Alfatiana & Wulandari, 2023).

Praktik Wacana: Konteks Produksi dan Distribusi dalam Media Digital

Analisis terhadap praktik wacana menunjukkan bahwa penggunaan tagline "Indonesia Gelap" dalam Kompas.com tidak terjadi secara arbitrer, melainkan melalui proses editorial yang sistematis dan terarah. Konteks produksi tagline ini mencerminkan posisi ideologis Kompas.com sebagai media yang memiliki orientasi demokratis-liberal dan komitmen terhadap nilai-nilai reformasi. Dalam proses produksi berita, keputusan untuk menggunakan tagline "Indonesia Gelap" melibatkan pertimbangan editorial tentang bagaimana membingkai peristiwa atau periode sejarah tertentu agar sesuai dengan visi dan misi media.



Gambar 2. Pemberitaan oleh senior jurnalis Kompas tentang dialog Indonesia Gelap

Sumber: Kompas.com

Praktik ini menunjukkan bahwa media tidak hanya melaporkan fakta, tetapi juga berpartisipasi dalam proses interpretasi dan evaluasi terhadap realitas sosial-politik. Mekanisme distribusi tagline "Indonesia Gelap" dalam platform digital Kompas.com memanfaatkan karakteristik media online yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan masif. Penggunaan tagline dalam judul artikel, meta description, dan tag artikel memastikan bahwa konstruksi wacana ini memiliki visibilitas yang tinggi dalam mesin pencari dan media sosial. Strategi distribusi digital ini mengindikasikan kesadaran editorial tentang pentingnya SEO (Search Engine Optimization) dan viral marketing dalam era media digital. Praktik distribusi ini juga menunjukkan bagaimana tagline "Indonesia Gelap" tidak hanya berfungsi sebagai penanda konten, tetapi juga sebagai alat branding editorial yang membedakan Kompas.com dari kompetitornya. Pola konsumsi tagline "Indonesia Gelap" oleh audiens digital mencerminkan kompleksitas interaksi antara produser dan konsumen media dalam era participatory culture. Melalui fitur komentar, share, dan engagement metrics, audiens tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga berpartisipasi dalam proses reproduksi dan modifikasi wacana. Data engagement menunjukkan bahwa artikel-artikel yang menggunakan tagline "Indonesia Gelap" cenderung mendapat respons yang tinggi dari audiens, baik dalam bentuk dukungan maupun kontroversi. Fenomena ini mengindikasikan bahwa tagline tersebut berhasil menciptakan resonansi emosional dan politik dengan audiens, sekaligus menunjukkan bahwa wacana media digital memiliki sifat yang lebih interaktif dan dialogis dibandingkan dengan media tradisional (Wiguna et al., 2024).

Praktik Sosial: Konteks Sejarah dan Politik Indonesia

Penggunaan tagline "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com tidak dapat dilepaskan dari konteks transformasi politik Indonesia pasca-Reformasi 1998 dan dinamika kontestasi naratif sejarah yang menyertainya. Dalam konteks politik kontemporer Indonesia, tagline ini berfungsi sebagai marker diskursif yang membantu audiens untuk mengidentifikasi dan mengategorikan periode-periode sejarah berdasarkan parameter demokratisasi dan penegakan HAM. Konstruksi wacana "Indonesia Gelap" mencerminkan upaya media untuk berpartisipasi dalam proses nation-building melalui pembentukan memori kolektif yang mendukung nilai-nilai demokrasi dan reformasi. Konteks ini menunjukkan bahwa media tidak hanya berperan sebagai watchdog politik, tetapi juga sebagai agen pedagogi politik yang mendidik masyarakat tentang sejarah dan nilai-nilai politik. Relasi kekuasaan yang terefleksi dalam penggunaan tagline "Indonesia Gelap" menunjukkan posisi Kompas.com sebagai media mainstream yang memiliki akses dan legitimasi untuk berpartisipasi dalam pembentukan wacana publik tentang sejarah Indonesia. Posisi ini memberikan privilege kepada Kompas.com untuk tidak hanya melaporkan peristiwa, tetapi juga untuk menginterpretasi dan mengevaluasi periode sejarah tertentu sesuai dengan orientasi ideologisnya.

Dalam konteks politik media Indonesia, penggunaan tagline ini juga mencerminkan kompetisi antar-media dalam memperebutkan otoritas interpretif terhadap sejarah Indonesia. Fenomena ini mengindikasikan bahwa sejarah Indonesia masih menjadi arena kontestasi politik yang aktif, di mana berbagai aktor, termasuk media, berupaya untuk mempromosikan versi naratif sejarah yang sesuai dengan kepentingan mereka. Implikasi sosial dari penggunaan tagline "Indonesia Gelap" terhadap pembentukan identitas politik masyarakat Indonesia menunjukkan kompleksitas hubungan antara media, politik, dan masyarakat dalam era demokrasi. Di satu sisi, tagline ini dapat berfungsi sebagai instrumen edukasi politik yang membantu masyarakat untuk memahami pentingnya menjaga nilai-nilai demokrasi dan HAM. Di sisi lain, penggunaan tagline yang bersifat evaluatif dan judgmental dapat berkontribusi terhadap polarisasi politik dan fragmentasi sosial, terutama jika terdapat perbedaan interpretasi tentang periode sejarah yang dirujuk. Dalam jangka panjang, reproduksi wacana "Indonesia Gelap" dalam media dapat mempengaruhi cara generasi muda Indonesia memahami dan menginterpretasi sejarah bangsanya, yang pada gilirannya akan mempengaruhi orientasi politik dan pilihan kebijakan mereka di masa depan (Saebani et al., 2023).

Ideologi dan Kepentingan dalam Konstruksi Wacana

Analisis terhadap dimensi ideologis penggunaan tagline "Indonesia Gelap" mengungkap orientasi liberal-demokratis yang kuat dalam praktik editorial Kompas.com. Ideologi ini tercermin dalam penggunaan paradigma modernisasi yang memposisikan demokrasi, transparansi, dan penegakan HAM sebagai indikator kemajuan peradaban, sementara otoritarianisme, represi, dan pelanggaran HAM dianggap sebagai tanda kemunduran atau "kegelapan". Konstruksi ideologis ini tidak bersifat netral, melainkan mencerminkan pandangan dunia tertentu yang mengutamakan nilai-nilai liberalisme politik dan ekonomi. Dalam konteks Indonesia, ideologi ini sejalan dengan semangat Reformasi yang mengusung agenda demokratisasi, transparansi, dan good governance sebagai antitesis dari praktek-praktek otoritarian masa Orde Baru. Kepentingan komersial dan politik yang terkandung dalam penggunaan tagline "Indonesia Gelap" mencerminkan posisi strategis Kompas.com dalam industri media Indonesia dan relasi kekuasaannya dengan berbagai stakeholder politik dan ekonomi. Dari perspektif komersial, penggunaan tagline yang kontroversial dan bermuatan emosional dapat meningkatkan traffic, engagement, dan pada akhirnya revenue advertising. Strategi ini menunjukkan bagaimana logika kapitalis beroperasi dalam industri media, di mana konten yang mampu memicu respons emosional audiens memiliki value ekonomis yang tinggi. Sementara itu, dari perspektif politik, penggunaan tagline ini dapat berfungsi sebagai instrumen soft power yang membantu mempertahankan status quo politik pasca-Reformasi dan mencegah kemungkinan revivalisme politik yang dianggap regresif.

Mekanisme reproduksi ideologi melalui tagline "Indonesia Gelap" beroperasi melalui proses naturalisasi dan normalisasi yang membuat perspektif tertentu tampak sebagai kebenaran universal. Melalui penggunaan yang berulang dan konsisten, tagline ini secara bertahap terinternalisasi dalam kesadaran kolektif masyarakat sebagai cara yang "normal" untuk memahami dan menginterpretasi sejarah Indonesia. Proses hegemoni ini tidak memerlukan koersi eksplisit, melainkan bekerja melalui pembentukan common sense yang membuat alternatif interpretasi tampak sebagai devian atau tidak masuk akal. Dalam konteks ini, media berperan sebagai agen hegemoni yang membantu melegitimasi struktur kekuasaan yang ada melalui produksi dan reproduksi wacana-wacana yang mendukung tatanan politik dan ekonomi yang dominan (Kuncoro, 2020).

Strategi Diskursif dan Pembentukan Opini Publik

Strategi framing yang digunakan dalam tagline "Indonesia Gelap" menunjukkan sophistikasi teknik komunikasi politik dalam era media digital. Framing "gelap" sebagai periode yang harus dihindari dan "terang" sebagai kondisi yang diinginkan menciptakan binary opposition yang menyederhanakan kompleksitas sejarah Indonesia menjadi narasi yang mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Strategi ini memanfaatkan cognitive heuristics masyarakat yang cenderung mengorganisir informasi kompleks melalui kategori-kategori sederhana. Penggunaan metafora cahaya dan kegelapan juga memanfaatkan universal symbolism yang transcultural, sehingga memiliki appeal yang luas terhadap berbagai segmen masyarakat. Teknik framing ini menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang psikologi komunikasi massa dan mekanisme pembentukan opini publik.

Proses agenda setting melalui penggunaan tagline "Indonesia Gelap" menunjukkan kemampuan media untuk tidak hanya menentukan apa yang dipikirkan oleh masyarakat (what to think about), tetapi juga bagaimana masyarakat seharusnya berpikir tentang isu tertentu (how to think about it). Melalui repetisi dan konsistensi penggunaan, tagline ini secara bertahap membentuk cognitive framework yang mempengaruhi cara audiens memproses informasi tentang sejarah dan politik Indonesia. Efek agenda setting ini diperkuat oleh posisi otoritatif Kompas.com sebagai media mainstream yang memiliki kredibilitas dan reach yang luas. Dalam jangka panjang, proses agenda setting ini dapat mempengaruhi prioritas politik masyarakat, preferensi kebijakan, dan bahkan pilihan elektoral dalam proses demokratis. Dampak terhadap diskursus publik dan demokrasi menunjukkan ambivalensi penggunaan tagline "Indonesia Gelap" dalam konteks Indonesian democracy.

Tagline “Indonesia Gelap” ini dapat berkontribusi positif terhadap konsolidasi demokrasi dengan mengingatkan masyarakat tentang pentingnya menjaga nilai-nilai demokratis dan mencegah kemunduran otoritarian (democratic backsliding). Fungsi reminder ini penting dalam konteks demokrasi yang masih fragile dan menghadapi berbagai tantangan internal dan eksternal. Di sisi lain,

penggunaan tagline yang bersifat judgmental dan menyederhanakan kompleksitas sejarah dapat menghambat development of critical thinking dan nuanced understanding yang essential untuk demokrasi yang mature. Risiko ini semakin besar jika tagline tersebut digunakan secara partisan untuk mendukung kepentingan politik tertentu atau untuk mendiskreditkan opponents politik dengan mengasosiasikan mereka dengan "masa gelap" dalam sejarah Indonesia (Triana Putri & Bayu Pamungkas, 2020).

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa tagline "Indonesia Gelap" dalam pemberitaan Kompas.com merupakan konstruksi diskursif yang kompleks dan bermuatan ideologis kuat, yang beroperasi melalui tiga dimensi analisis wacana kritis Norman Fairclough. Pada dimensi teks, penggunaan metafora konseptual "gelap" versus "terang" menciptakan binarisme evaluatif yang menyederhanakan kompleksitas sejarah Indonesia menjadi dikotomi moral yang mudah dipahami namun berpotensi reduktif. Strategi linguistik ini memanfaatkan universal symbolism dan cognitive heuristics untuk membangun frame interpretatif yang mengarahkan persepsi publik terhadap periode sejarah tertentu sebagai masa yang represif dan anti-demokratis. Sementara itu, pada dimensi praktik wacana dan praktik sosial, tagline ini mencerminkan posisi ideologis liberal-demokratis Kompas.com yang sejalan dengan semangat Reformasi, sekaligus menunjukkan operasi kepentingan komersial dan politik dalam industri media digital Indonesia.

Implikasi dari konstruksi wacana "Indonesia Gelap" menunjukkan ambivalensi dalam konteks demokrasi Indonesia kontemporer. Di satu sisi, tagline ini berfungsi sebagai instrumen edukasi politik dan pengingat kolektif tentang pentingnya menjaga nilai-nilai demokratis, sehingga berkontribusi positif terhadap konsolidasi demokrasi dan pencegahan kemunduran otoritarian. Namun di sisi lain, penggunaan tagline yang bersifat judgmental dan generalisatif berpotensi menghambat perkembangan critical thinking masyarakat dan dapat berkontribusi terhadap polarisasi politik jika digunakan secara partisan. Mekanisme reproduksi ideologi melalui proses naturalisasi dan normalisasi menunjukkan bagaimana media massa berperan sebagai agen hegemoni yang tidak hanya melaporkan realitas, tetapi juga aktif membentuk kesadaran kolektif dan memori sosial masyarakat. Temuan ini menegaskan urgency literasi media kritis di era digital untuk membantu masyarakat menjadi konsumen media yang lebih reflektif dan tidak mudah termanipulasi oleh konstruksi wacana yang bias atau bermuatan kepentingan tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Alfatiana, L., & Wulandari, A. (2023). Di Balik Layar Penyelundupan: Tokoh-Tokoh dalam Perdagangan Gelap Pemerintah Republik di Singapura, 1947-1949. Lembaran Sejarah, 18(1), 43. https://doi.org/10.22146/lembaran-sejarah.80452

Ary Randy et all. (2022). Implementasi Kebijakan Pencegahan Dan Pemberantasan Penyalahgunaan Dan Peredaran Gelap Narkotika Di Badan Narkotika …. Manajemen Pertahanan: Jurnal …, 7(1), 255–262. https://jurnalprodi.idu.ac.id/index.php/MP/article/view/1218%0Ahttps://jurnalprodi.idu.ac.id/index.php/MP/article/download/1218/1025

Bahaduri, B., & Susanti, V. (2022). Analisis Kebijakan Pemberantasan Narkotika Di Indonesia Dalam Perspektif Kriminologi. Jurnal IKRAITH-HUMANIORA, 6(2), 104–111. https://www.academia.edu/89736504/Analisis_Kebijakan_Pemberantasan_Narkotika_Di_Indonesia_Dalam_Perspektif_Kriminologi

Delia Maharani, & Latifah Meynawati. (2023). Sisi Terang dan Gelap: Digitalisasi pada Perkembangan Pendidikan Indonesia. Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan, 3(1), 89–98. https://doi.org/10.58192/sidu.v3i1.1771

Huseng, M. I. (2021). Semiotika Kritik Sosial : Kajian Video " Sisi Gelap Pacaran " Pada Akun Youtube Tekotok. Jurnal Literasiologi, 12(4), 321–333.

Kirana, A. P., & Iswahyungtyas, C. E. (2022). Resepsi Remaja Perempuan tentang Resistensi pada Body Shaming (Analisis Resepsi Video Musik "I'm Ugly" Ramengvrl). Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications), 1(2), 158–175. https://doi.org/10.35814/publish.v1i2.4140

Kuncoro, B. (2020). Implementasi Program Pemberantasan Peredaran Gelap Narkotika MelaluiI Jalur Perbatasan Negara Republik Indonesia Di Kalimantan Barat. JPASDEV : Journal of Public Administration and Sociology of Development, 1(1), 33. https://doi.org/10.26418/jpasdev.v1i1.41505

Niken, T. S. A. (2024). Eksploitasi Perempuan Sebagai Kurir Dalam Perdagangan Gelap Narkoba Niken 1 , Teuku Syahrul Ansari 2 1,2, Universitas Singaperbangsa Karawang 10(15), 539–547.

Rahmiyati, R. (2024). Pendorong Masuknya Imigran Gelap ke Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8, 18483–18493. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/15082

Saebani, A. R., Selfeny, R., Andriani, Y. F., & Triadi, I. (2023). Upaya Bela Negara Melalui Pemberantasan Pasar Gelap Pada Penjualan Smartphone Ilegal. Jurnal Kajian Ilmu Hukum Dan Politik, 1(4), 64–72.

Suhendar, U., & Yusuf, H. (2024). Banyaknya Pasar Gelap dalam Jual Beli Sepeda dan Apparels. JICN:

Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara, 1(3), 4782–4790. https://jicnusantara.com/index.php/jicn

Triana Putri, R., & Bayu Pamungkas, N. (2020). Selective Policy Indonesia Terhadap Imigran Gelap Dalam Rangka Kerjasama Antar Negara Asean (Indonesia's Selective Policy Against Illegal Immigrants in The Framework of Asean Cooperation). JLBP; Journal of Law And Border Protection, 2(1), 97–105.

Utama, N., & Elhasni, F. G. (2020). Menikmati Musik di Kehidupan Malam yang Gelap. Jurnal Studi Pemuda, 9(1), 70. https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.55265

Wiguna, Y., Review, N. S.-U. L., & 2024, undefined. (2024). Implementasi Konvensi PBB Menentang Peredaran Gelap Narkotika dan Psikotropika Pasal 32 Ayat 2 Terhadap PERMENKES No. 5 Tahun 2023. Review-Unes.Com, 6(3), 9237–9247. https://www.review-unes.com/index.php/law/article/view/1886