

Analisis Wacana Pemberitaan Isu Kenaikan Harga Rokok di CNN Indonesia Periode Agustus 2016

Windy Pratiwi¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan³⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Email : pratiwiwindy10@gmail.com¹⁾, rasamanda13@gmail.com²⁾,
ramaswati.purnawan@gmail.com³⁾

ABSTRACT

This research was conducted to find out the discourse presented by CNN Indonesia in announcing the issue of cigarette price increase in August 2016. This qualitative research use discourse analysis method of Teun A. Van Dijk. The results of this research indicate that CNN Indonesia raised the discourse, which is "Supporting the Increase of Cigarette Prices". The discourse arises through the following process: First, the gatekeeper selected the information. Second, the information that has been selected appears as a media agenda. Third, the media agenda establishes a public agenda and policy agenda, in which a public agenda appears to provide public new perception and the policy agenda is delivered to the government to immediately reinforce cigarette regulation in Indonesia.

Keywords : *CNN Indonesia, Discourse Analysis of Teun A. Van Dijk, News of Rising Cigarette Prices, News Text Analysis.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri tembakau di Indonesia mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan jumlah perokok, hal ini berkaitan dengan kebiasaan merokok di Indonesia. Dikutip dari pernyataan Direktur Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit Kementerian Kesehatan, M. Subuh, Sabtu, 26 November 2016, jumlah konsumsi rokok di Indonesia telah mencapai 36,4% atau lebih dari sepertiga jumlah penduduk. Bahkan telah menyebabkan 244 ribu orang meninggal karena merokok setiap tahunnya (GBD, 2013 dalam Tobacco Free Kids, 2016).

Tingginya angka perokok dan kematian akibat rokok, disebutkan dalam *Global Adult Tobacco Survey (GATS):*

Indonesia Report 2011, salah satunya disebabkan oleh pengaruh dari media massa. Memasuki abad ke-21 yang diiringi dengan perkembangan media massa, beberapa negara pun mulai memanfaatkan media massa sebagai kampanye pencegahan rokok, salah satunya dilakukan oleh Pentz dan rekannya (dalam Lantz, dkk, 2000). Pentz dan kawan-kawan melaporkan bahwa intervensi masyarakat yang melibatkan media massa di lima belas komunitas di *Kansas City* terbilang efektif dalam mengurangi angka pengguna rokok.

Pemberitaan pengendalian terhadap rokok tersebut tidak terlepas dari peran *agenda setting* dan *framing* media (NCI, 2008). Hal itu disampaikan pula dalam penelitian yang dilakukan oleh David E. Nelson (2013). Nelson (2013) melakukan

analisis pada media berita di Amerika Serikat dari tahun 2004-2010 dan menemukan data yang menyebutkan bahwa *CNN* mengulas tema terkait tembakau jauh lebih banyak dibandingkan *Fox News*, *MSNBC*, *ABC*, *CBS*, dan *NBC*. Kemudian David E. Nelson menyimpulkan, bahwa tema yang disajikan dalam surat kabar ataupun televisi dapat membantu upaya pencegahan penggunaan rokok dan dukungan dalam mengontrol tingkah laku masyarakat.

Salah satu isu yang sempat ramai di media Indonesia adalah munculnya wacana kenaikan harga rokok pada Agustus 2016. Wacana ini muncul saat Kongres *Indonesian Health Economics Association (InaHEA)* di Yogyakarta. Hasbullah Thabrany, selaku Kepala Pusat Kajian Ekonomi dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia, membeberkan hasil risetnya yang menyatakan bahwa jika harga rokok dinaikkan hingga tiga kali lipat, maka perokok akan berhenti merokok (Primaditha, 2016).

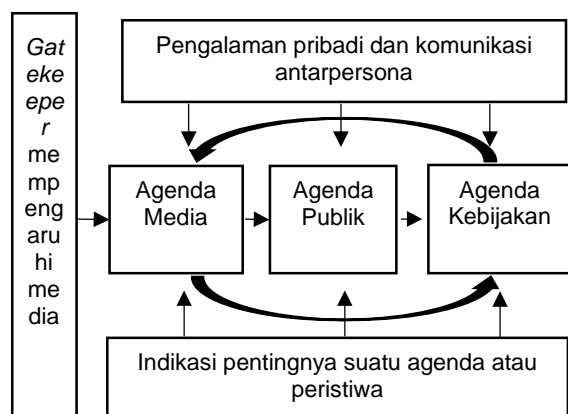
Sejak munculnya wacana tersebut, hampir seluruh media massa memberitakannya, mulai dari koran, majalah, radio, hingga televisi. Tidak ketinggalan *Cable News Network (CNN) Indonesia* juga menayangkan berita terkait wacana tersebut. Kehadirannya pada pertengahan tahun 2015 dengan mengusung *tagline* “*news we can trust*” ini berstatus milik *Trans Media* yang bekerja sama dengan *Turner International (CNN)*. Jadi, menarik untuk diteliti bagaimana *CNN Indonesia* yang bekerja sama dengan

induknya, *Turner International (CNN)*, memposisikan dirinya sebagai media berita dalam menyajikan isu kenaikan harga rokok. Maka dari hal tersebut di atas rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana wacana yang ditampilkan *CNN Indonesia* dalam memberitakan isu kenaikan harga rokok pada periode Agustus 2016?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Media Massa sebagai Agenda Setting

Agenda setting memiliki proses bekerja sebagai berikut:



Gambar 2.1 Tiga Komponen Utama dalam Proses *Agenda Setting* (Agenda Media, Agenda Publik dan Agenda Kebijakan). Sumber : Rogers dan Dearing (1996:5).

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, agenda media dapat diartikan sebagai sebuah kekuatan media dalam memformat suatu isu dan bagaimana suatu permasalahan muncul ke permukaan media. Agenda media ini akan banyak mempengaruhi dan berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Agenda publik ini kemudian akan mempengaruhi atau berinteraksi ke dalam

agenda kebijakan yang akan mempengaruhi para pembuat kebijakan dalam membuat regulasi atau kebijakan yang dianggap penting bagi individu.

Wacana Rokok dalam Media Massa

Wacana rokok hadir pada pertengahan tahun 2016, yaitu pada Agustus 2016 dan menjadi salah satu isu yang dominan di media massa pada tanggal 22 Agustus 2016 (Kominfo, 2016). Dikutip dari *newsantara.com* (2016) pada bulan tersebut muncul sebuah wacana tentang kenaikan harga rokok menjadi Rp 50.000,00 per bungkus. Wacana tersebut berawal dari pemaparan Hasbullah Thabrany, Kepala Pusat Kajian Ekonomi dan Kebijakan Kesehatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia, tentang dukungan publik terhadap kenaikan harga rokok dan cukai untuk mendanai Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Berdasarkan survei yang telah dilakukan terhadap 1.000 orang di 22 provinsi dengan penghasilan di bawah Rp1 juta sampai di atas Rp20 juta, ditemukan bahwa sebanyak 80% perokok pasif dan 76% perokok aktif setuju jika harga rokok naik. Bahkan sebanyak 72% perokok mengatakan akan berhenti merokok jika harga rokok naik tiga kali lipat.

Analisis Wacana Van Dijk

Tabel 2.1
Elemen Wacana Van Dijk

| Struktur Wacana | Hal yang Diamati | Elemen |
|-----------------|------------------|--------|
| Struktur Makro | Tematik | Topik |

| | Tema atau topik berita | |
|----------------|---|---|
| Superstruktur | Skematik Bagian dan urutan berita | Skema atau Alur |
| Struktur Mikro | Semantik Makna yang ditekankan dalam teks | Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, Nominalisasi |
| Struktur Mikro | Sintaksis Kalimat (bentuk dan susunan) yang dipilih | Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti |
| Struktur Mikro | Stilistik Pilihan kata | Leksikon |
| Struktur Mikro | Retoris Penekanan dilakukan pada teks | Grafis, Metafora, Ekspresi |

Sumber : Eriyanto (2012:228-229).

Peran dan Fungsi Televisi sebagai Media Massa

Televisi sebagai media massa memiliki tugas tanggung jawab sosial. Pertama *responsibility* yang berarti tanggung jawab untuk (*responsible for*) memberikan dan menyajikan informasi yang akurat kepada pemirsanya sedangkan *accountability* adalah kita bertanggung jawab kepada (*accountable to*) pemerintah, editor, ataupun atasan (Tamburaka, 2012:154).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Peneliti menggunakan data primer yang bersumber dari hasil dokumentasi (mengunduh) video di *website* resmi *CNN Indonesia*, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal penelitian terkait, penelitian terdahulu yang serupa, data dari

berbagai lembaga terkait rokok, serta buku-buku sebagai bahan referensi.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik dokumentasi dan teknik observasi untuk melakukan pencatatan dan pengamatan terhadap objek penelitian. Selanjutnya dilakukan analisis data dengan teknik analisis berupa metode analisis wacana model Teun A. Van Dijk yang menekankan pada pemanaknaan teks.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang mana peneliti tidak melakukan analisis pada tingkat kognisi sosial dan konteks sosial. Penelitian ini hanya melakukan analisis pada tingkat teks dengan mempertimbangkan jarak subjek dengan objek penelitian (*Kantor CNN Indonesia*) serta waktu tayang berita (Agustus 2016). Keterbatasan tersebut ditemukan pula dalam melakukan wawancara dan mengamati konteks sosial masyarakat, sehingga penelitian ini hanya menjabarkan struktur teks berita (Analisis Wacana Van Dijk) dan kemudian dikaitkan dengan teori *agenda setting*.

4. PEMBAHASAN

Gambaran Objek Penelitian

Cable News Network (CNN) merupakan sebuah saluran televisi kabel dan satelit yang dimiliki oleh divisi *Turner Broadcasting System (TBS) of Time Warner*. Tepat pada hari Minggu, tanggal 1 Juni 1980 pukul 5 p.m. waktu bagian timur di Amerika Utara, dari kantor pusatnya di Atlanta, Georgia, Amerika Serikat, *CNN* memulai

siaran pertamanya sebagai jaringan televisi berita yang tayang selama 24 jam pertama di dunia. *CNN* yang digagas oleh Robert "Ted" Turner, berusaha untuk mengubah persepsi masyarakat bahwa berita hanya dapat disiarkan pada jam-jam tertentu saja selama satu hari (Supratman, 2016).

Menurut data dari *cnnpressroom.blogs.cnn.com*, saluran *CNN International* atau *Turner International (CNN)* telah berhasil menjangkau lebih dari 348 juta rumah tangga di seluruh dunia. Selain memiliki jaringan internasional di hampir seluruh negara di dunia, *CNN* juga melakukan usaha kerja sama dan kongsi dengan beberapa negara, salah satunya Indonesia.

Di Indonesia, *CNN* melakukan kerja sama dengan *Trans TV*, yaitu sebuah stasiun televisi swasta yang berlokasi di Jakarta, Indonesia. Tepat pada hari Senin, tanggal 17 Agustus 2015, *CNN Indonesia* mengudara pertama kali di layar televisi Indonesia. Memasuki usianya yang ke-14 pada tanggal 15 Desember 2015, *Trans TV* yang berada di bawah naungan *Trans Media* pun secara resmi meluncurkan sebuah saluran televisi berita 24 jam, dengan nama *Cable News Network (CNN) Indonesia*. Saluran *CNN Indonesia* ini merupakan hasil peleburan dari saluran berita *Detik TV* yang dapat disaksikan di jaringan televisi berlangganan (*pay TV*) milik *Trans Vision* dan juga *live streaming* di *cnnindonesia.com*. Saat ini *CNN Indonesia* tidak hanya dapat disaksikan di jaringan televisi berlangganan (*pay TV*) *Trans*

Vision, namun juga dapat disaksikan melalui *channel Trans TV* dalam program beritanya yang diberi nama serupa, yaitu *CNN Indonesia*.

Hasil Temuan

Dari 18 buah pemberitaan yang muncul pada tanggal 19-23 Agustus 2016, hanya digunakan sebanyak 12 pemberitaan sesuai dengan batasan masalah yaitu berita dengan durasi tayang 1-4 menit. Berdasarkan elemen-elemen wacana Van Dijk yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa *CNN Indonesia* berusaha membangun wacana umum yaitu, “*Mendukung Kenaikan Harga Rokok*”. Adapun konstruksi teks yang membangun wacana umum tersebut diuraikan dalam temuan umum berikut :

1. Tematik

Secara tematik tema yang diangkat *CNN Indonesia* didominasi oleh tema, “*Alasan dan Dukungan terkait Rencana Kenaikan Harga Rokok*” sebanyak 8 buah pemberitaan dari 12 buah pemberitaan.

2. Skematik

CNN Indonesia merangkai dan menyusun wacana secara skematik dengan baik dari awal hingga akhir. Sepanjang 12 berita yang muncul dari tanggal 19-23 Agustus 2016, *CNN Indonesia* menggunakan alur dengan susunan *lead*, episode, dan latar. *CNN Indonesia* juga menyelipkan reaksi atau komentar dan kesimpulan wartawan pada beritanya.

3. Semantik

Diamati dari segi semantik, *CNN Indonesia* menggunakan pola yang sama dalam menyajikan beritanya. Pertama, jika dilihat dari elemen latar, latar belakang yang digunakan *CNN Indonesia* adalah rencana kenaikan harga rokok yang memunculkan tanggapan dan komentar dari berbagai lapisan masyarakat. Inti yang coba disampaikan dengan latar ini adalah bahwa wacana kenaikan harga rokok merupakan hal penting yang menyangkut kehidupan seluruh elemen masyarakat.

Kedua, dengan elemen detil, *CNN Indonesia* banyak bermain dengan menggunakan detil panjang, pendek dan bahkan menghilangkan detil tersebut. Pada berita yang menyatakan alasan dan dukungan kenaikan harga rokok, *CNN Indonesia* menggunakan detil panjang. Sebaliknya berita penolakan kenaikan harga rokok, dibuat dengan detil pendek bahkan dihilangkan. Hal ini menurut analisis wacana Van Dijk adalah suatu cara untuk menampilkan informasi penting dengan berlebihan dan menampilkan dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) jika hal tersebut merugikan (Eriyanto, 2012:238).

Hal ini juga terlihat pada elemen maksud. *CNN Indonesia* menguraikan secara eksplisit (dengan tegas dan menunjuk langsung pada fakta) alasan dan dukungan kenaikan harga rokok. Sebaliknya informasi yang berupa

penolakan kenaikan harga rokok disampaikan dengan cara implisit (tersamar, berbelit-belit dan tersembunyi).

Elemen wacana praanggapan juga banyak digunakan dalam bagian semantik. Elemen ini digunakan untuk mendukung wacana yang dimunculkan oleh *CNN Indonesia*. Salah satu praanggapan yang banyak muncul adalah hasil studi yang dilontarkan oleh FKM UI untuk mengurangi jumlah perokok di Indonesia.

Elemen nominalisasi dalam analisis wacana Van Dijk biasanya digunakan untuk menyembunyikan subjek, namun dalam penelitian ini subjek kalimat dihilangkan dengan menggunakan kalimat pasif di dalam pemberitaan.

4. Sintaksis

Pada bagian keempat, yaitu secara sintaksis, *CNN Indonesia* menggunakan beberapa kalimat pasif untuk menghilangkan subjek. Subjek yang banyak disembunyikan adalah subjek yang mengarah kepada pemerintah.

CNN Indonesia juga banyak menggunakan koherensi untuk menghubungkan pernyataan terkait harga rokok dengan jumlah perokok. Di mana banyak digunakan hubungan kausalitas atau sebab akibat, bahwa jika harga rokok dinaikkan maka akan mengurangi jumlah perokok karena perokok enggan membeli rokok yang harganya naik tiga kali lipat. Selain itu juga digunakan hubungan

kausalitas antara cukai rokok terhadap pendapatan negara dan kesehatan.

Secara sintaksis *CNN Indonesia* juga banyak menggunakan kata ganti, “*kita*” dan “*mereka*”. Kata ganti “*kita*” menggambarkan bahwa kenaikan harga rokok menjadi konsentrasi seluruh masyarakat Indonesia, mulai dari pemerintah, media massa, dan masyarakat. Dalam segi tatanan bahasa Indonesia, kata ganti “*kita*” merupakan gambaran sikap bersama dalam suatu komunitas. Sedangkan kata ganti “*mereka*” lebih banyak digunakan pada berita penolakan kenaikan harga rokok, seperti penggunaan kata “*mereka*” untuk menunjuk para petani tembakau dan pabrik-pabrik rokok ilegal.

5. Stilistik

Pada bagian kelima yaitu stilistik (leksikon atau pilihan kata) *CNN Indonesia* banyak menggunakan kata seperti, “*mengurangi*”, “*berhenti merokok*”, “*kesehatan*”, dan “*pemerintah*” untuk menggambarkan alasan dan dukungan rencana kenaikan harga rokok.

6. Retoris

Bagian terakhir adalah segi retoris. Pada bagian ini *CNN Indonesia* paling banyak memanfaatkan elemen grafis, metafora dan ekspresi untuk menyatakan alasan dan dukungan kenaikan harga rokok. Pada elemen grafis *CNN Indonesia* banyak menggunakan angka-angka berupa data dan memperlihatkan dalam bentuk

gambar. Ditemukan pula penggunaan gambar yang menampilkan dukungan kenaikan harga rokok, seperti penggunaan gambar dilarang merokok, menampilkan gambar beberapa orang perokok mulai dari anak-anak yang merupakan hal yang tidak lazim, perokok dari kalangan menengah bawah hingga masyarakat berseragam resmi yang diidentikkan dengan kalangan menengah ke atas, serta kerap menampilkan gambar berupa imbauan-imbauan untuk tidak merokok di sepanjang jalan.

Penggunaan elemen metafora dalam analisis wacana Van Dijk biasanya digunakan untuk memperkuat pesan utama. Dalam pemberitaan isu kenaikan harga rokok ini, pesan utama yang ingin disampaikan penulis diperkuat dengan beberapa penggunaan metafora seperti, *“mencekik rakyat kecil”*, *“membanting tulang”*, *“mengkerdalkan”*, dan *“menggembosi”*.

Selain penggunaan grafis dan metafora, ekspresi yang menonjol terlihat pada saat reporter dan *news anchor* sedang membacakan berita. Ekspresi yang muncul adalah ekspresi serius. Ekspresi ini diperlihatkan dengan mata yang menyipit dan alis yang diturunkan. Dalam penelitian ini, ekspresi serius menandakan bahwa rencana kenaikan harga rokok adalah masalah besar yang harus dihadapi, dipikirkan dan diselesaikan secara bersama-sama oleh seluruh elemen masyarakat.

Temuan data yang dibedah dengan analisis wacana Teun A. Van Dijk dari segi dimensi teks di atas telah menggambarkan bagaimana wacana yang ditampilkan *CNN Indonesia* dalam memberitakan isu kenaikan harga rokok periode Agustus 2016. Dari temuan di atas dapat diketahui bahwa wacana yang dimunculkan oleh *CNN Indonesia* yaitu, *“Mendukung Kenaikan Harga Rokok”* dan didukung oleh beberapa wacana khusus, yaitu *“Kenaikan Harga Rokok dapat Mengurangi Jumlah Perokok”*, *“Rokok Menyebabkan Masalah Kesehatan dan Menyebabkan Kematian”*, *“Rokok Membelenggu Masyarakat Miskin”*, *“Merokok telah Menjadi Gaya Hidup Masyarakat Indonesia”*, *“Kenaikan Harga Rokok dapat Meningkatkan Pajak dan Penerimaan Negara”*, serta *“Pemerintah Perlu Mempertegas Regulasi Rokok”*.

Analisis Data

Berdasarkan teori *agenda setting*, *agenda setting* beroperasi melalui tiga bagian. Tiga bagian tersebut diawali dari *gatekeeper* yang mempengaruhi media, kemudian menjadi agenda media, agenda publik, hingga agenda kebijakan. Sebuah informasi akan diolah oleh *gatekeeper* sesuai perannya sebagai penyeleksi informasi. Tugas *gatekeeper* di media massa ini kerap kali dilakukan oleh para wartawan, jurnalis atau reporter, *desk* redaksi, dan editor. Di media massa, seorang *gatekeeper* sangat besar perannya dalam mempengaruhi media.

Apa yang muncul di media, banyak dipengaruhi oleh *gatekeeper*.

Dalam memberitakan isu kenaikan harga rokok, *gatekeeper CNN Indonesia* menyeleksi informasi yang ada untuk dijadikan bahan pemberitaan. Seperti terlihat pada bagian temuan data, *gatekeeper CNN Indonesia* berupaya melakukan fungsinya sebagai penyeleksi informasi, di mana sebuah informasi terkait isu kenaikan harga rokok diseleksi dan diolah menjadi informasi terkait dukungan kenaikan harga rokok.

Setelah informasi diproses oleh *gatekeeper*, informasi tersebut akan berubah menjadi sebuah agenda media. Agenda media yang ditampilkan oleh *CNN Indonesia* dapat diketahui melalui wacana yang dimunculkannya. Kemunculan sebuah wacana sebagai agenda media dipengaruhi oleh kemunculan wacana-wacana khusus, di antaranya "*Kenaikan Harga Rokok dapat Mengurangi Jumlah Perokok*", "*Rokok Menimbulkan Masalah Kesehatan dan Menyebabkan Kematian*", "*Rokok Membelenggu Masyarakat Miskin*", "*Kenaikan Harga Rokok dapat Meningkatkan Pajak dan Penerimaan Negara*", serta "*Pemerintah Perlu Mempertegas Regulasi Rokok*". Kehadiran wacana khusus tersebut juga tidak terlepas dari kerja para *gatekeeper* (*desk redaksi*) media massa, terkait pemilihan tema serta diksi, dan elemen-elemen yang berusaha ditonjolkan dalam pemberitaan isu kenaikan harga rokok.

Setelah *gatekeeper* menyuguhkan masyarakat dengan sebuah agenda media,

yaitu "*Mendukung Kenaikan Harga Rokok*" prosesnya kemudian beranjak dari agenda media menjadi sebuah agenda publik. Agenda media yang telah sampai ke benak publik ini adalah suatu cara yang dilakukan *CNN Indonesia* untuk memberikan pandangan baru kepada masyarakat. Masyarakat disuguhkan data dan fakta terkait rokok sebagai penyebab gangguan kesehatan dan kematian. Bahkan ditegaskan bahwa rokok menyengsarakan rakyat miskin hingga membuat rokok menjadi prioritas kedua kebutuhan mereka setelah beras. Hal ini juga diperkuat dengan memberikan data perbandingan harga rokok, yang memperlihatkan perbedaan harga rokok di Indonesia dengan negara-negara maju di dunia. Berdasarkan hal tersebut, terlihat bagaimana proses *agenda setting* berjalan, bahwa media massa mengarahkan "apa yang harus dipikirkan" oleh publik sehingga hal ini disebut sebagai agenda publik.

Proses berikutnya setelah agenda publik adalah agenda kebijakan. Teori *agenda setting* menyebutkan bahwa proses menuju agenda kebijakan juga dapat berangkat dari agenda media dan begitu pula sebaliknya. Agenda kebijakan sendiri diartikan sebagai sebuah masalah publik yang perlu mendapatkan perhatian bersama dan menuntut pemerintah untuk memecahkannya. Dalam penelitian ini kehadiran agenda kebijakan berangkat dari sebuah agenda media yang dimunculkan oleh *CNN Indonesia*. Agenda media yang dimunculkan oleh *CNN Indonesia* tersebut

berupa wacana, *“Pemerintah Perlu Mempertegas Regulasi Rokok”*. Kemunculan wacana tersebut di dalam teks pemberitaan dipertegas dengan kesimpulan yang disampaikan oleh reporter. Dalam kesimpulan berita, reporter kerap kali menyampaikan bahwa pemerintah diharapkan dapat bersikap tegas terhadap regulasi rokok di Indonesia. Berharap dengan adanya regulasi yang jelas, permasalahan tersebut tidak lagi menjadi perdebatan di tengah masyarakat. Hal yang disampaikan dalam pemberitaan ini mencerminkan adanya sebuah masalah publik, yaitu masalah rokok, yang menjadi permasalahan bersama seluruh elemen masyarakat di Indonesia yang menuntut pemerintah untuk segera memecahkan persoalan tersebut melalui kebijakan-kebijakannya (agenda kebijakan).

Seluruh wacana yang ditampilkan *CNN Indonesia* dalam pemberitaan isu kenaikan harga rokok dapat diartikan sebagai tugas tanggung jawab sosial media. Tanggung jawab untuk (*responsible for*) menyajikan informasi yang akurat untuk memberi informasi kepada masyarakat dan tentang *responsibility* yang berbicara terkait tugas dan kewajiban moral media massa tentang apa yang harus dilakukan (Tamburaka, 2012:155). Kewajiban moral ini untuk memberikan informasi yang mengedukasi (*to educate*) masyarakat dan meluaskan wawasan mereka terkait suatu informasi. Informasi yang disuguhkan *CNN Indonesia* terkait isu kenaikan harga rokok dikemas sedemikian rupa oleh *gatekeeper*

(*desk redaksi*) sehingga menghasilkan agenda media, agenda publik dan agenda kebijakan. Seperti yang terlihat dalam temuan dan analisis data, *CNN Indonesia* melakukan hal tersebut untuk membuka wawasan masyarakat, memberikan pandangan baru kepada khalayak massa dan meminta pemerintah untuk segera mempertegas regulasi rokok akibat permasalahan yang ditimbulkannya. Hal ini mencerminkan bahwa *CNN Indonesia* menerapkan nilai-nilai tanggung jawab sosial dalam memberitakan isu kenaikan harga rokok periode Agustus 2016.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Wacana yang ditampilkan *CNN Indonesia* dalam memberitakan isu kenaikan harga rokok periode Agustus 2016 adalah *“Mendukung Kenaikan Harga Rokok”*. Kemunculan wacana ini didukung oleh beberapa wacana khusus di antaranya, *“Kenaikan Harga Rokok dapat Mengurangi Jumlah Perokok”*, *“Rokok Menimbulkan Masalah Kesehatan dan Menyebabkan Kematian”*, *“Rokok Membelenggu Masyarakat Miskin”*, *“Merokok telah Menjadi Gaya Hidup Masyarakat Indonesia”*, *“Kenaikan Harga Rokok dapat Meningkatkan Pajak dan Penerimaan Negara”*, serta *“Pemerintah Perlu Mempertegas Regulasi Rokok”*.

2. Dilihat dari segi teksnya, wacana dalam pemberitaan isu kenaikan harga rokok periode Agustus 2016 ditampilkan dengan cara sebagai berikut: Pertama, tematik, *CNN Indonesia* lebih banyak mengangkat tema, “*Alasan dan Dukungan terkait Rencana Kenaikan Harga Rokok*”. Kedua, skematik, *CNN Indonesia* menyusun dengan baik berita dari awal hingga akhir. Ketiga, semantik, dapat dilihat bahwa *CNN Indonesia* melakukan penekanan dengan elemen latar, maksud, detil, dan juga praanggapan. Keempat, sintaksis, *CNN Indonesia* banyak menyembunyikan subjek pemberitaan, terutama pada kata “*pemerintah*” dengan menggunakan kalimat pasif serta menggunakan kata ganti “*kita*” untuk menggambarkan sebuah sikap bersama. Kelima, stilistik, *CNN Indonesia* kerap menggunakan kata “*mengurangi*”, “*berhenti merokok*”, “*kesehatan*”, dan “*pemerintah*”. Keenam, retorik, *CNN Indonesia* menggunakan elemen grafis yaitu gambar-gambar dan angka serta ekspresi serius untuk mendukung wacana kenaikan harga rokok.
3. Wacana yang ditampilkan oleh *CNN Indonesia* muncul melalui proses yaitu: Pertama, *gatekeeper* (*desk redaksi*) melakukan seleksi informasi dari isu kenaikan harga rokok kemudian menjadi informasi terkait dukungan kenaikan harga rokok. Kedua, wacana yang telah diseleksi kemudian ditampilkan menjadi

sebuah agenda media. Ketiga, agenda media ini kemudian berubah menjadi agenda publik dan agenda kebijakan. Agenda publik ini muncul untuk memberikan pandangan baru kepada masyarakat terkait isu rokok sedangkan agenda kebijakan muncul agar pemerintah segera mempertegas regulasi terkait rokok di Indonesia sehingga tidak lagi menjadi perdebatan di masyarakat.

4. Peran dan fungsi *CNN Indonesia* sebagai media massa di Indonesia tercermin dalam memberitakan isu kenaikan harga rokok dengan menampilkan sebuah agenda sebagai bentuk tugas tanggung jawab sosial. Hal ini tercermin dalam informasi yang mengedukasi (*to educate*) masyarakat dengan menayangkan informasi yang bersifat membuka wawasan masyarakat, memberikan pandangan baru kepada khalayak massa dan ditujukan pula kepada pemerintah sebagai pembentuk kebijakan untuk segera memecahkan masalah terkait rokok di Indonesia.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dearing, J. W., Rogers, E. M. (1996). *Agenda Setting*. California: SAGE Publications, Inc.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT LKiS Printing Cemerlang.
- Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Jurnal Online

- Kulsum, Umi. (2016). *Analisis pada Pemberitaan Investigasi Episode "Geliat PSK ABG" di Reportase Investigasi Trans TV*. (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016). Diakses dari <http://repository.uinjt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/32263/1/UMI%20KULSUM.PDF>.
- Lantz, P.M., Jacobson, P.D., Warner K.E., Wasserman, J., Pollack, H.A., Berson, J., et.al (2000). Investing in Youth Tobacco Control: A Review of Smoking Prevention and Control Strategies, *Tobacco Control* 2000, 9 : 47-63.
DOI: 10.1136/tc.9.1.47
- Muhammad, Mirza N. (2015). *Wacana Politik Pemberitaan dalam Jurnalisme Warga (Analisis Wacana Politik Pemberitaan tentang Joko Widodo di dalam Wide Shot MetroTv pada saat Pilpres 2014)*. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015). Diakses dari <http://thesis.umy.ac.id/index.php>
- National Cancer Institute. *The Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use*. Tobacco Control Monograph No.19. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute. NIH Pub No. 07-6242, June 2008.
- Nelson, D.E., Pederson L.L., Mowery, P., Bailey, S., Sevilimedu, V., London, J., et.al (2013). Trends in US Newspaper and Television Coverage of Tobacco, *Tob Control* 2015,24, 94-99.
DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2013-050963
- Supratman, Y. E. (2016). *Peran Cable News Network (CNN) dalam Aktivitas Diplomasi Amerika Serikat : Studi Kasus pada Konflik Bosnia 1992 dan Kosovo 1998*. (Thesis, Universitas Pasundan, 2016). Diakses dari <http://repository.unpas.ac.id/12090/>
- Tobacco Free Kids. (2016). *Tobacco Burden Facts Indonesia*.

World Health Organization. (2012). *Global Adult Tobacco Survey : Indonesia Report 2011*.

Sumber Internet

- CNN Press Room. (2011). *CNN Worldwide Fact Sheet*. Diakses pada tanggal 7 April 2017 dari <http://cnnpressroom.blogspot.cnn.co/m/cnn-fact-sheet/> pkl. 15.15 Wita.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi RI. (2016). *Government Public Relations Report 22 Agustus 2016*. Diakses pada tanggal 8 Februari 2017 dari <http://sikp.kominfo.go.id/browse?value=Pantauan+di+media+massa+dan+media+sosial+tentang+wacana+kenaikan+harga+rokok&type=subject> pkl. 10.30 Wita. pkl. 20.10 Wita.
- Primaditha, Safrya. (2016). *Sri Mulyani Angkat Bicara Soal Rumor Kenaikan Harga Rokok*. Diakses pada tanggal 25 November 2016 dari <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20160822144645-78-153007/sri-mulyani-angkat-bicara-soal-rumor-kenaikan-harga-rokok/> pkl. 20.00 Wita.
- Yuwono, Hendro. (2016). *Dibalik Wacana Kenaikan Harga Rokok*. Diakses tanggal 8 Desember 2016 dari <http://newswantara.com/opini/dibalik-wacana-kenaikan-harga-rokok> pkl. 14.00 Wita.