

STRATEGI LEGITIMASI DISKURSIF DALAM OPINI MEDIA MASSA NASIONAL

Ahmad Fadly

Universitas Muhammadiyah Jakarta

ahmad.fadly@umj.ac.id

Diterima: 10 10 2024

Direvisi: 20 10 2024

Disetujui: 31 10 2024

ABSTRAK

Penelitian tentang teks opini telah marak dilakukan. Kecenderungan kajiannya adalah pemanfaatan teori argumentasi yang bersifat struktural. Tidak banyak riset yang mengeksplorasi teks opini dalam konteks sosial. Penelitian ini berupaya menjawab rumpang kajian untuk mengeksplorasi teks opini dalam bingkai konstruksi sosial. Melalui teori strategi legitimasi diskursif (Leeuwen, 2008) dengan sumber data teks-teks opini dari Media Indonesia, Detik.com, dan Pikiran Rakyat, penelitian ini menghasilkan temuan bahwa kecenderungan penulis opini media massa nasional memanfaatkan strategi Rationalization untuk membangun argumen, diikuti Authorization, dan dilanjutkan dengan Moralization. Ada pola-pola kombinasi yang ditemukan, yaitu Rationalization+Authorization, Rationalization+Moralization, dan Moralization+Rationalization. Temuan itu menunjukkan karakteristik konstruksi sosial yang di satu sisi mengedepankan rasionalitas, tetapi tidak dapat melepaskan sepenuhnya pada basis personalitas dan moralitas.

Kata kunci: *strategi legitimasi diskursif; teks opini; media massa nasional*

PENDAHULUAN

Teks opini ditandai dengan penyajian argumentasi dengan beragam strategi. Jenis teks itu memiliki fungsi sosial memengaruhi, meyakinkan, dan bahkan membujuk masyarakat pembaca terhadap pendapat, pandangan, atau tindakan tertentu (Irsyad, Nainggolan, Gultom, 2023; Sudarja, 2024). Leeuwen (2008) bahkan memandang ragam teks tersebut dalam fungsi membenarkan, mendukung, dan menguatkan struktur kekuasaan dalam masyarakat. Untuk mewujudkan itu, pelbagai strategi dan teori dimanfaatkan oleh penulis sehingga teks memiliki daya pengaruh yang lebih kuat.

Teori klasik Toulmin (2003), misalnya, yang menawarkan struktur argumentasi telah digunakan secara masif sebagai rujukan penyusunan teks argumentasi yang meyakinkan (Mascita, 2012; Harianto, 2022; Arifin, Sudirman, dan Rahardi, 2023). Lebih dari itu, teori

tersebut berkontribusi besar dalam eskalasi penelitian wacana argumentatif (Safitri, 2015; Alim, 2022; Priyanto, Wiryotinoyo, dan Harjono, 2021). Meskipun demikian, teori yang diusulkan oleh Toulmin (2003) itu terfokus pada logika formal berdasarkan bukti. Padahal, dalam kenyataan empiris tidak semua argumen atau klaim dapat dibuktikan secara formal. Konteks sosial, kultural, dan kekuasaan kurang mendapatkan tempat dari teori tersebut. Untuk itu, peneliti ini menggunakan strategi legitimasi diskursif (Leeuwen, 2008) untuk menyelidiki karakteristik teks opini. Dalam penelitian ini, teks-teks opini yang dipublikasikan di media massa nasional daring digunakan sebagai sumber data, mengingat bahwa moda tersebut memiliki distribusi dan cakupan pembaca yang luas.

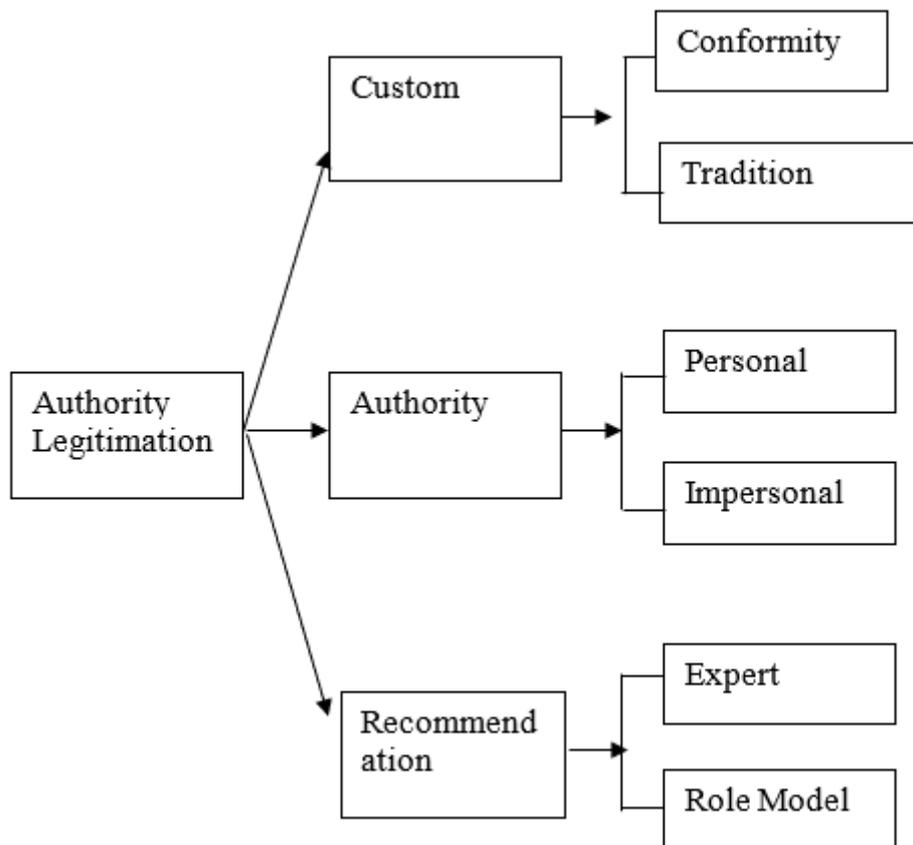
Strategi legitimasi diskursif merupakan strategi atau proses melegitimasi sistem otoritas dan membenarkan tindakan serta posisi penulis untuk mendapatkan pengakuan atas nilai-nilai atau perilaku tertentu serta mencari dukungan dan persetujuan (Nourani, dkk., 2020). Legitimasi memberikan penjelasan dan pembenaran atas unsur-unsur tradisi kelembagaan, dengan mengedepankan validitas kognitif pada makna yang diobjektivasi dan membenarkan tatanan institusional dengan memberikan martabat normatif (Reyes, 2011). Van Leeuwen (2008) menggambarkan legitimasi sebagai jawaban atas “mengapa” pada proposisi, seperti *mengapa kami harus melakukan ini?* atau *mengapa kami harus melakukannya dengan cara ini?* (Leeuwen, 2008).

Leeuwen (2008) menawarkan teori legitimasi dan mengelompokkannya ke dalam empat kategori, yaitu *Authorization*, *Moralization*, *Rationalization*, dan *Mitopoesis* (Leeuwen, 2008). Bentuk-bentuk legitimasi itu dapat terjadi secara terpisah atau kombinasi. Keempatnya dapat digunakan untuk melegitimasi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk mendelegitimasi dan/atau mengkritisi. Kategori-kategori itu dapat hadir pada teks secara dominan atau dapat pula menyertai catatan deskriptif atau preskriptif terperinci tentang praktik dan institusi yang dilegitimasi.

Kategori *Authorization* merujuk pada pertanyaan *mengapa ini penting*. Jawaban atas pertanyaan itu, salah satunya, merujuk pada sosok lain yang juga melakukannya, misalnya *karena Prof. X juga melakukannya atau karena selebritas itu pernah mencobanya*, dan sebagainya. Kategori *Authorization* berkaitan dengan otoritas tradisi, adat, hukum, dan/atau orang-orang yang memiliki otoritas kelembagaan. Secara garis besar Leeuwen (2008) mengklasifikasi *Authorization* dalam tiga subkategori, yaitu *authority*, *recommendation*, dan *custom*.

Subkategori *authority* mencakup tipe *personal authority* dan *impersonal authority*, rekomendasi mencakup *expert authority* dan *role model authority*, dan *custom* mencakup *tradition authority* dan *conformity authority*. Secara sederhana, *personal authority* berarti penulis membawa nama sosok yang dinilai memiliki peran dalam institusi atau masyarakat sehingga untuk pertanyaan *mengapa perlu dilakukan*, disajikan, misalnya *karena Pak RT mengatakan hal itu*. *Impersonal authority* berkaitan dengan peraturan atau hukum yang berlaku sehingga untuk menjawab pertanyaan *mengapa perlu dilakukan*, disajikan *karena hukum mengatur hal itu*. Sementara itu, *expert authority* berhubungan dengan keahlian seseorang, bukan dengan statusnya, sedangkan *role model authority* berkaitan dengan sosok populer seperti selebritas atau pimpinan politik. Adapun *tradition authority* berhubungan dengan

kebiasaan, tradisi, dan praktik keseharian. Di sisi lain, *conformity authority* berkaitan dengan perilaku yang selalu dilakukan semua orang (Houwen, 2015).



Gambar 1. Authority Legitimation

Untuk mengelaborasi *authority legitimation*, peneliti ini juga mempertimbangkan (1) hierarki *authority*: apakah suara yang dirujuk berasal dari institusi yang kredibel, apakah suara yang dirujuk berasal dari satu peneliti atau lebih, atau apakah suara yang dirujuk berasal dari sumber yang tidak jelas; (2) kelangsungan (*directness*): apakah suara yang digunakan berasal dari sumber primer atau sekunder.

Sementara itu, kategori legitimasi moral berkaitan dengan nilai benar atau salah yang didasarkan pada norma yang berlaku di masyarakat. Adapun *Rationalization* merupakan legitimasi yang mengacu pada tujuan dan penggunaan tindakan sosial yang dilembagakan dan pada pengetahuan yang dimiliki untuk didukung dengan validitas kognitif. Leeuwen (2008) membedakan dua jenis utama *Rationalization*, yaitu *Rationalization: Instrumental (instrumental rationality)* dan *Rationalization: Teoretis (theoretical rationality)*. Rasionalisasi instrumental melegitimasi praktik atau tindakan dengan mengacu pada (1) tujuan (*goal*); (2) cara (*means*); dan (3) dampak (*effects*). Sementara itu, rasionalisasi teoretis melegitimasi praktik dengan mengacu pada tatanan alam.

Adapun kategori Mitopoesis merupakan kategori legitimasi yang disampaikan melalui narasi atau penceritaan, yang berorientasi pada penghargaan atas tindakan yang sah dan penghukuman atas tindakan yang tidak sah. Dalam dongeng moral, misalnya, protagonis

dihargai karena terlibat dalam praktik sosial yang benar atau memulihkan keadaan yang tidak benar.

Penelitian terdahulu yang menyingkap strategi legitimasi konstruksi diskursif pada wacana telah dilakukan. Melalui penelusuran pustaka, setidaknya terdapat enam kajian yang mengandalkan teori legitimasi diskursif, yang ditemukan oleh peneliti ini. Penelitian pertama dilakukan oleh Dong Dong dan Kara Chan (2016) dengan judul *Authorization, Rationalization, and Moral Evaluation: Legitimizing Acupuncture in Hong Kong's Newspapers*. Penelitian kedua dilakukan oleh Snobra Rizwan (2019) dengan judul *Legitimation Strategies and Theistic Worldview in Sociopolitical Discourse: A systemic Functional Critical Discourse Analysis of Pakistani Social Media Discussions*. Penelitian ketiga oleh Joost Luyckx dan Maddy Janssens (2019) dengan judul *Ideology and (De)legitimation: The Belgian Public Debate on Corporate Restructuring during the Great Recession*. Penelitian keempat oleh Sin Zi Chin, Hui Zanne Seng, and Mei Yuit Chan (2019) dengan judul *Doing Legitimacy in Talk: The Production of Leader-Follower Relationship in Spiritual Consultation Interactions*. Penelitian kelima oleh Hossein Nourani, Afsaneh Danesh, Mohammad Reza Nouri, dan Farzaneh Latifi (2020) dengan judul *Discursive (De)legitimization of the Iran Nuclear Deal in Donald Trump's Tweets*. Penelitian keenam oleh Yongjin Zhang (2021) dengan judul *'Barbarising' China in American trade war discourse: the assault on Huawei*.

Penelitian Dong Dong dan Kara Chan (2016) dilatari oleh kenyataan bahwa pengobatan tradisional Tiongkok (akupunktur) belum diterima sebagai alternatif pengobatan di Hongkong. Penelitian itu menggunakan akupunktur sebagai sebuah kasus untuk menyelidiki cara kerja teks media dalam mengorganisasikan suatu bidang pengetahuan dan praktik tentang kesehatan dalam masyarakat pascakolonial, ketika berlangsung perspektif kontras dan perbauran antara ide-ide hibrida berakar dari Timur dan Barat. Akupunktur dikonseptualisasikan sebagai pengetahuan kesehatan yang dibangun secara sosial yang telah menjadi makin sah dalam wacana media. Melalui pendekatan metode campuran yang memadukan analisis wacana dan isi, total 666 artikel berita terkait akupunktur yang diterbitkan dalam dua Surat kabar Hong Kong selama periode 10 tahun dianalisis. Tiga bentuk utama konstruksi legitimasi diskursif - *Authorization, Rationalization, dan Moralization* - diidentifikasi dan dijabarkan dalam kaitannya dengan teks dan konteks sosial. Studi itu mengungkapkan proses yang kompleks dari pengoperasian legitimasi terhadap pengetahuan kesehatan melalui berita naratif.

Penelitian Rizwan (2019) menggunakan ancangan analisis wacana kritis dengan mengoperasikan linguistik fungsional sistemik untuk mengungkap realitas sosial masyarakat Pakistan dalam menggunakan media sosial. Untuk mencapai tujuannya, studi ini berfokus pada strategi legitimasi, yaitu strategi yang berfungsi untuk membangun klaim kebenaran tertentu kepada masyarakat. Tiga ribu komentar (terdiri dari 8.401 kata dan 90.423 kata) dari forum diskusi online Dawn.com dan Zemt看.com dipelajari dan dijadikan sampel untuk dianalisis secara mendalam. Hasil penelitiannya menunjukkan strategi legitimasi yang diperdebatkan, diringkas, dan dioperasikan secara interpersonal melalui pilihan leksikogramatikal tertentu dalam mewujudkan pandangan dunia. Untuk mewakili, melegitimasi, dan membenarkan pandangan dunia mereka, pengguna media sosial Pakistan mengontekstualisasi ulang wacana yang dibangun dari berbagai kombinasi strategi diskursif, didukung oleh referensi ke kitab suci Islam dan narasi populer (Rizwan, 2019). Studi itu menginisiasi penyelidikan yang lebih rinci

tentang strategi diskursif, yang mewakili (de)legitimasi pandangan dunia dan wacana yang diinternalisasi oleh orang Islam Pakistan. Studi semacam itu memberikan wawasan yang lebih dalam tentang strategi (de)konstruksi (de)legitimasi masyarakat dan memfasilitasi pengembangan lebih lanjut terhadap linguistik fungsional sistemik dengan pendekatan analisis wacana terhadap hubungan teks dan konteks.

Penelitian Joost Luyckx dan Maddy Janssens (2020) dilatari oleh kurangnya minat pada kajian ideologi atau sistem kepercayaan yang lebih luas, yang mendasari (de)legitimasi diskursif. Sementara itu, para peneliti telah menyelidiki bagaimana strategi argumentatif mikro-tekstual digunakan untuk (de)legitimasi praktik perusahaan yang diperebutkan. Oleh sebab itu, kajian ini bertujuan menganalisis artikel surat kabar diterbitkan setelah pengumuman dua perusahaan yang sangat diperdebatkan dalam hal restrukturisasi di Belgia selama Resesi hebat. Peneliti itu mengidentifikasi ideologi yang mendasari pernyataan yang men(de)legitimasi dan menyelidiki strategi diskursif yang diproduksi oleh aktor sosial terhadap elemen ideologi dalam mengupayakan legitimasi. Hasil penelitiannya menunjukkan cara ideologi 'kapitalisme neoliberal' dan 'kapitalisme humanistik' dalam membentuk *framing* dari restrukturisasi, konstruksi identitas aktor yang terlibat, dan proposisi mengenai langkah-langkah pemerintah dalam mencegah terjadinya restrukturisasi di masa depan. Terlepas dari pola reproduksi yang dapat diprediksi, peneliti itu membedakan empat strategi reproduksi kreatif: 'penyangkalan elemen representasi ideologis', 'apropriasi kosakata kunci', 'hibridisasi representasi ideologis', dan 'pemeloporan ideologis' (Luyckx and Janssens, 2020). Studi itu berkontribusi untuk (1) menyediakan wawasan baru tentang bagaimana ideologi berfungsi sebagai sumber daya diskursif untuk perebutan (de)legitimasi perusahaan, (2) mempertimbangkan kembali sifat politik pernyataan (de)legitimasi, dan (3) merenungkan kemungkinan perlawanan terhadap restrukturisasi yang digerakkan oleh globalisasi di perusahaan multinasional dan proyek ideologi neoliberal pada umumnya.

Penelitian Sin Zi Chin, Hui Zanne Seng, and Mei Yuit Chan (2019) itu dilatari atas kesadaran peneliti bahwa pemimpin spiritual mencapai kekuasaan dan mendapatkan dukungan dari pengikut mereka melalui berbagai cara. Meskipun demikian, apa yang terjadi dalam interaksi antara pemimpin spiritual dan pengikutnya dalam penciptaan dan legitimasi kekuasaan pemimpin tidak banyak dikaji. Dalam studinya, peneliti itu menyelidiki konstruksi diskursif hubungan pemimpin-pengikut dalam interaksi konsultasi antara pemimpin spiritual dan pengikutnya. Lima belas sesi konsultasi dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis wacana. Analisis berfokus pada strategi legitimasi dan diskursif yang digunakan oleh pemimpin untuk melegitimasi kekuasaannya atas pengikutnya. Temuan menunjukkan bahwa seperangkat strategi diandalkan sebagai prosedur standar oleh pemimpin untuk memperkuat otoritasnya, digunakan ketika berinteraksi dengan pengikut setianya. Namun, serangkaian strategi yang berbeda dikerahkan dalam situasi ketika otoritas pemimpin itu ditantang. Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa otoritas pemimpin bukanlah pemberian yang alami, tetapi perlu secara aktif dinegosiasikan dan dipertahankan dalam proses interaksi yang sedang berlangsung.

Penelitian Hossein Nourani, Afsaneh Danesh, Mohammad Reza Nouri, dan Farzaneh Latifi (2020) dilatari oleh peristiwa pada 8 Mei 2018, ketika Presiden Trump akhirnya menarik negaranya dari Joint Comprehensive Plan of Action (JCPOA). Ia menandatangani

memorandum presiden untuk melembagakan sanksi ekonomi tingkat tertinggi terhadap Iran. Karena JCPOA diperkuat oleh Resolusi Dewan Keamanan PBB dan didukung oleh masyarakat internasional, Trump harus membenarkan keputusan kontroversial ini. Berdasarkan data yang diambil dari Akun Twitter Trump dengan memanfaatkan teori model legitimasi konstruksi diskursif Theo van Leeuwen (2008), penelitian itu membahas dan menyelidiki jawaban atas pertanyaan bagaimana upaya Donald Trump untuk mendelegitimasi JCPOA. Temuan penelitian itu menunjukkan bahwa Trump menggunakan strategi evaluasi moral dan rasionalisasi dalam upaya mendelegitimasi JCPOA (Nourani *dkk.*, 2020).

Penelitian Yongjin Zhang (2021) itu secara kritis mengkaji legitimasi diskursif perang dagang Amerika dengan China, yang hingga kini kurang dieksplorasi ini dalam literatur. Untuk itu, peneliti itu menetapkan tujuan penelitiannya, yaitu menjawab pertanyaan bagaimana legitimasi perang dagang Amerika dengan China dikelola secara diskursif dan dikerahkan dalam wacana politik Amerika baru-baru ini. Kajian itu menggunakan pendekatan teori internasional kritis dan wacana dari kebijakan luar negeri. Peneliti itu mula-mula menghistoriskan praktik-praktik diskursif, yang disebutnya sebagai 'barbarisasi China', dalam konstruksi peradaban vs barbarisme sebagai oposisi hierarkis. Selanjutnya, ia memetakan otoritas Cina ke dalam bangunan peradaban liberal. Melalui analisis kritis tentang bagaimana Cina dibangun sebagai agresor ekonomi 'barbar' dalam wacana politik Amerika baru-baru ini, ia lebih lanjut berpendapat bahwa 'realitas politik' dan 'pengetahuan' praktik diskursif itu menghasilkan tidak hanya kepentingan politik yang melegitimasi pilihan kebijakan perang dagang Amerika, tetapi juga kebutuhan hegemoni yang 'beradab' untuk melegitimasi kekuatan dan praktiknya di luar perang dagang. Melalui kajian yang cermat atas serangan terkoordinir terhadap Huawei, ia mengilustrasikan bagaimana 'barbarisasi' China telah dilakukan secara diskursif sebagai bagian integral dari perang dagang dan menegaskan bahwa 'barbarisasi' China telah menjadi sangat diperlukan dalam strategi Amerika untuk mempertahankan hegemoninya yang berbahaya (Zhang, 2021). Penelitian itu memberikan kontribusi bagi pengungkapan strategi perang dagang Amerika-Cina. Kajian itu menggunakan perspektif yang berbeda dalam mengungkap legitimasi kebenaran pada wacana. Meskipun demikian, penelitian tersebut menggunakan ancangan analisis wacana kritis, yang juga mendasari pengembangan teori legitimasi (Leeuwen, 2008).

Beberapa kajian tentang legitimasi itu mengisyaratkan bahwa kebenaran bukanlah suatu pemberian, melainkan sesuatu yang diperjuangkan, dinegosiasikan, dan dipertahankan. Namun, berbagai penelitian tersebut belum ada yang menyelidiki strategi legitimasi diskursif pada beragam media massa nasional secara umum. Secara garis besar kajian-kajian itu membatasi wilayah kajian pada topik tertentu dan media sosial. Bahkan, kajian terbaru (AliAkbar, 2024) terbatas pada judul-judul berita, bukan teks secara menyeluruh. Penelitian ini menggunakan sumber data yang berbeda, yaitu teks opini sebab dalam teks itulah argumentasi atau penguatan daya pengaruh diterapkan. Untuk itu, penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan gambaran strategi legitimasi diskursif pada teks-teks opini secara menyeluruh, yang diterbitkan di media massa nasional.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan tujuan menyelidiki fakta kebahasaan yang bersifat khusus. Sumber data yang digunakan adalah teks-teks opini yang dipublikasikan pada tiga media massa, yaitu *Media Indonesia*, *Detik.com*, dan *Pikiran Rakyat*. Peneliti mengambil data sebanyak 10 teks opini dari tiap media massa, yang diterbitkan pada awal bulan Oktober 2024. Total 30 teks opini yang digunakan merupakan realisasi kebahasaan yang dapat diakses secara daring. Data Media Indonesia diambil dari laman www.mediaindonesia.com; Detik.com dapat diakses dari laman www.detik.com; Pikiran Rakyat dapat diakses dari laman www.pikiran-rakyat.com.

Data yang diperoleh dari *Media Indonesia* berjudul (1) Tawuran: Kontestasi Identitas dan Upaya Menyalurkan Hasrat, (2) Lumbung Pangan BAZNAS untuk Kesejahteraan Masyarakat, (3) Akuntansi Berkelanjutan di Indonesia: Bukan Cuma Soal Uang, Tapi Masa Depan!, (4) Makna di Balik Pembebasan Pilot Susi Air, (5) Agresi Israel, Libanon, dan Masa Depan Hizbullah, (6) Ruang Sempit Pemerintahan Prabowo, (7) Menyoal Program Pensiun Tambahan Wajib, (8) Kerancuan Pendidikan, Pelayanan, dan Pembiayaan Kesehatan, (9) Menyiapkan Generasi Mewujudkan Indonesia Emas 2045, dan (10) 75 Tahun Tiongkok dan Ambisi Globalnya Langkah Strategis Indonesia. Sementara itu, data yang diperoleh dari *Detik.com* bertajuk (1) Guru, Predator, dan Bahaya Child Grooming di Sekolah, (2) Kesaktian Pancasila, Belajar dari Rwanda, (3) Pemimpin, Kesederhanaan, dan Birokrasi Berintegritas, (4) Jet Pribadi dan Manusia Satu Dimensi, (5) Waralaba dan Pelajaran bagi Calon Wirausaha, (6) Nasrallah, Amerika Serikat dan Burung Onta, (7) Pasir Laut, Sedimen, dan Perlindungan Ekosistem Pesisir, (8) Memetakan Regulasi AI di Indonesia, (9) Strategi Rejuvenasi PKB, dan (10) Mempertanyakan Mekanisme Pencabutan Tap MPR. Adapun data dari *Pikiran Rakyat* berjudul (1) Kenapa Jokowi Ngebet Banget Bikin IKN? Ada Tujuan Lain yang Tak Terlihat, (2) Indonesia di Ambang Jebakan Middle Income, Produktivitas Jadi Kunci Keluar dari Krisis, (3) Menakar Kontestasi Pilgub Jabar 2024, Pertarungan Makin Sengit, (4) Menuju Indonesia Emas 2045, Perpres Baru Dorong Lahirnya Talenta Dunia dari Indonesia, (5) Perlawanan Rakyat Semesta Itu Bernama The Power of Netizen Indonesia, (6) Siapa Layak Jadi 'Raja Sunda' Baru? Mencari Penerus Siliwangi di Pilgub Jabar 2024, (7) Dua Masalah Terberat yang Harus Dihadapi Prabowo Setelah Dilantik Jadi Presiden RI, (8) Refleksi Hari Santri 2024, Pesantren Tak Tergantikan di Pendidikan Nasional, (9) Panca Jiwa Pesantren, Menggali Potensi Demokratisasi dan Moderasi dari Pondok, dan (10) Hitung-hitungan Keberhasilan Kabinet 'Gemuk' Merah Putih ala Prabowo Subianto.

Dalam penelitian ini digunakan tiga langkah pengumpulan data, yaitu kategorisasi, reduksi, dan presentasi. Mula-mula peneliti ini mengategorikan teks-teks opini dari ketiga sumber tersebut dan memilahnya berdasarkan waktu terbit. Setelah itu, ia mengambil data kebahasaan yang terkait dengan strategi legitimasi diskursif, sesuai dengan yang ditawarkan oleh Leeuwen (2008). Peneliti ini menentukan unit analisis sebab penentuan itu meruakan ciri pendekatan kualitatif (Moleong, 2007). Ia juga menggunakan tabel klasifikasi strategi legitimasi diskursif untuk memudahkannya dalam menganalisis. Kemudian, ia mempresentasikan hasilnya berdasarkan penggunaan kategori strategi legitimasi yang dominan dan pola-pola atau kecenderungannya.

Analisis data dilakukan dengan mempertimbangkan teori legitimasi diskursif, yang dikelompokkan ke dalam empat ranah utama, yaitu *Authorization*, *Rationalization*, *Moralization*, dan Mitopoesis.

Tabel 1 Strategi Legitimasi Diskursif (Leeuwen, 2008; Aliakbar, 2024)

AU		RA			MOR		MIT					
PA	IA	EA	RMA	TA	CA	GO	MO	EO	ABS	COM	MT	CT

Keterangan:

AU	: Authorization	MO	: Means Orientation
PA	: Personal Authority	EO	: Effect Orientation
IA	: Impersonal Authority	MOR	: Moralization
EA	: Expert Authority	ABS	: Abstracting
RMA	: Role Model Authority	COM	: Comparison
TA	: Tradition Authority	MIT	: Mitopoesis
CA	: Conformity Authority	MT	: Moral Tales
RA	: Rationalization	CT	: Cautionary Tales
GO	: Goal Orientation		

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan deskripsi strategi legitimasi diskursif pada teks-teks opini media massa nasional. Hasil penelitian disajikan dalam hierarkis, mulai dari temuan strategi legitimasi diskursif yang dominan dan diikuti dengan interpretasi pola-pola atau kecenderungannya.

Strategi Legitimasi Diskursif Dominan

Penggunaan strategi legitimasi diskursif pada ketiga media massa nasional (*Media Indonesia*, *Detik.com*, dan *Pikiran Rakyat*) yang paling banyak ditemukan adalah kategori *Rationalization* dengan subkategori *Goal Orientation*, *Means Orientation*, dan *Rationalization: Teoretis*. Kategori dominan berikutnya adalah *Authorization* dengan subkategori *Personal Authority* dan *Expert Authority*. Kategori dengan urutan ketiga adalah *Moralization*.

Strategi Rasionalisasi diwujudkan dengan penggunaan kata *untuk*, *adalah*, *melalui*, *merupakan*, dan *ialah*. Berdasarkan frekuensinya, kata *untuk* ditemukan sebanyak 232 kehadiran, *adalah* dengan 75 kehadiran, *melalui* dengan 36 kehadiran, *merupakan* dengan 31 kehadiran, dan *ialah* dengan 16 kehadiran. Kata *untuk* merupakan bagian dari strategi legitimasi diskursif berkategori *Rationalization: Instrumental* yang berfokus pada tujuan (*Goal Orientation*) untuk memperkuat argumen. Kehadiran yang dominan dalam teks opini *Media Indonesia*, *Detik.com*, dan *Pikiran Rakyat* menunjukkan bahwa strategi itu paling familiar digunakan dalam mengonstruksi wacana argumentatif. Beberapa temuan ditampilkan berikut.

“Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) pada 2005 membentuk Komisi Kebenaran dan Rekonsiliasi (KKR) sebagai forum **untuk** menemukan kebenaran atas setiap peristiwa masa lalu.” (Data: RA-GO-031)

“Hal ini dilakukan **untuk** memudahkan jalan analisis pencabutan Tap MPRS/MPR.” (Data: RA-GO-035)

“Obsesi Jokowi **untuk** mengoptimalkan IKN, terutama pembangunan Istana Negara dengan latar Istana Garuda, bisa dijelaskan melalui teori interpretif tentang simbol.” (Data: RA-GO-038)

Secara teoretis, kata *untuk* digolongkan sebagai preposisi (Pamungkas, Asropah, 2022). Kehadirannya sebagai subkategori kedua dari frekuensi kategori *Rationalization* itu, menunjukkan tujuan tindakan. Pada data RA-GO-031 kata *untuk* digunakan sebagai tujuan tindakan pembentukan Komisi Kebenaran dan Rekonsiliasi (KKR); pada data RA-GO-035 digunakan sebagai tujuan tindakan yang telah disebutkan dalam kalimat sebelumnya; pada data RA-GO-038 digunakan sebagai tujuan obsesi Jokowi.

Temuan berikutnya, kata *adalah*, termasuk dalam kategori definisi yang berada dalam cakupan *Rationalization*: Teoretis, yang memberi batasan terhadap objek yang didefinisikan. Dari data terungkap berikut.

“Mekah, dengan Masjidil Haram dan Ka'bah, adalah simbol spiritual dan persatuan umat Muslim di seluruh dunia” (Data: RA-TEO-002)

“Jangan-jangan, Kaesang adalah kita” (Data: RA-TEO-003)

Dari dua data tersebut diketahui bahwa kata *adalah* digunakan sebagai strategi pembatasan entitas yang mendahuluinya. Pada data RA-TEO-002 tampak pembatasan kata *Mekah*. Sementara itu, pada data RA-TEO-003 terlihat pembatasan pada *Kaesang*.

Strategi *Rationalization* urutan ketiga adalah legitimasi cara (*means orientation*) dengan pilihan kata *melalui*. Pilihan kata itu menunjukkan landasan argumentasi dengan basis epistemologis.

“Di Kecamatan Semarang Utara, Agustus lalu, sekitar pukul 04.00 WIB, ada dua kelompok remaja yang saling menantang untuk berkelahi melalui media sosial.” (Data: RA-MO-012)

“Salah satunya melalui penghentian rasa saling curiga antar kelompok, permusuhan antar generasi, yang pada gilirannya membuat kita terjebak dalam konflik internal tak berkesudahan.” (Data: RA-MO-018)

Dari data di atas terungkap bahwa kata *melalui* digunakan sebagai cara. Namun, ada perbedaan karakteristik antara data RA-MO-012 dan RA-MO-018. Yang disebutkan pertama lebih dekat dengan makna ‘sarana’, sedangkan pada data yang disebutkan belakangan lebih akrab dengan makna ‘cara’. Perbedaan semacam itu lazim dalam bahasa Indonesia, mengingat bahwa kata *melalui* dapat disejajarkan dengan berbagai padanan leksikal dari bahasa lain (seperti dalam bahasa Inggris *through*, *means*, dsb.)

Di sisi lain, kategori dengan urutan kedua adalah *Authorization*. Dari data media massa nasional tersingkap bahwa *Authorization* yang paling banyak ditemukan adalah *Personal Authority* dengan frekuensi 36 kali. Dalam hal ini, penulis opini memandang bahwa strategi legitimasi menggunakan daya persona merupakan langkah yang efektif. Berikut temuan dari subkategori tersebut.

“Bagaimana sederhananya Muhammad Natsir, seorang Perdana Menteri, yang memiliki jas dengan tambalan dan hanya mengendarai sepeda ke rumah kontrakannya” (Data: AU-PA-003)

“Mark Rutte contohnya, mantan Perdana Menteri Belanda, setelah mengabdikan selama 14 tahun, dia hanya berjabat tangan dengan penggantinya, mengayuh sepeda kesayangannya saat meninggalkan kantornya ketika jabatannya berakhir.” (Data: AU-PA-004)

“Pun demikian dengan Jose Mujica, Presiden Uruguay 2010-2015 yang hidupnya luar biasa sederhana” (Data: AU-PA-005)

Beberapa data yang ditampilkan tersebut menunjukkan dominasi pemanfaatan sumber daya personal (*Personal Authority*) untuk melegitimasi argumentasi. Pada data AU-PA-003 terlihat bahwa ketokohan Muhammad Natsir ditonjolkan sebagai daya untuk menguatkan argumentasi. Tidak berbeda dengan data itu, pada data AU-PA-004 juga tampak penggunaan sosok untuk menambah daya argumentasi. Demikian pula pada data AU-PA-005, ketokohan Presiden Uruguay dimanfaatkan untuk menaikkan kekuatan argumentasi.

Subkategori *Expert Authority*, yang ditemukan dengan urutan kedua (dengan frekuensi 29 kali) dari kategori *Authorization*, ditandai dengan pemanfaatan deskripsi kapasitas, kepakaran, dan/atau kompetensi tokoh. Temuannya disajikan berikut.

“Ariel Heryanto, seorang sosiolog, mengatakan asal muasal pamer kemewahan disebabkan adanya perbedaan kelas sosial yang terlalu besar” (Data: AU-EA-007)

“Begitulah prediksi Herbert Marcuse (1898-1979), filsuf Jerman yang menjadi bagian dari Frankfurt School.” (Data: AU-EA-008)

“Agus Salim, seorang diplomat ulung, rela memiliki rumah dengan satu kamar bersama delapan anak-anaknya” (Data: AU-EA-009)

Dari data AU-EA-007 diketahui bahwa sosok Ariel Heryanto tidak hanya dikaitkan dengan jabatan sebagai sumber *Authorization* yang strukturalistik, melainkan dari kompetensinya dalam hal sosiologi. Cara serupa juga tampak dalam data AU-EA-008, ketika penulis opini menampilkan sosok Herbert Marcuse berdasarkan kepakarannya dalam bidang filsafat. Cara tersebut juga muncul dalam data AU-EA-009, yang menempatkan Agus Salim dalam kompetensinya sebagai diplomat.

Temuan dengan urutan ketiga berdasarkan frekuensinya adalah *Moralization*. Kategori itu ditemukan sebanyak 26 kali. Peneliti menyajikan beberapa temuan itu sebagai berikut.

“Kasus yang menggegerkan itu membuka mata masyarakat, bahwa ada sesuatu yang salah dari kelakuan anak muda kita” (MOR-ABS-011)

“Tak hanya bergerombol, anak-anak muda pelaku tawur diketahui sering berbekal senjata tajam dengan ukuran yang tidak lazim” (MOR-ABS-012)

“Apa sebetulnya yang membuat anak-anak muda kita kehilangan nalar dan berkelakuan layaknya orang yang tidak mengenal norma, nilai, dan agama?” (MOR-ABS-013)

Data MOR-ABS-011 menunjukkan pemanfaatan strategi *Moralization* sebab secara tersirat mengabstraksi nilai-nilai melalui kata *menggegerkan*. Penulis opini menganggap bahwa kasus yang dimaksudkan dalam kalimat tersebut bertentangan dengan norma yang berlaku di masyarakat sehingga merepresentasikannya dengan kata *menggegerkan*. Cara serupa dilakukan

oleh penulis opini pada data MOR-ABS-012. Ia menggunakan kata *bergerombol* untuk menyatakan bahwa pelaku tawuran bertentangan dengan nilai dan norma dalam masyarakat. Dari data MOR-ABS-013 diketahui bahwa penulis opini hendak menyatakan bahwa tindakan yang dilakukan anak-anak muda berlawanan dengan norma, nilai, dan agama sehingga memilih untuk merepresentasikannya dengan ekspresi *kehilangan akal*. Oleh sebab itu, baik data MOR-ABS-011, MOR-ABS-012, maupun MOR-ABS-013 sama-sama menunjukkan strategi *Moralization* dengan subkategori *Abstracting*.

Pola-Pola Strategi Diskursif Opini Media Massa

Berdasarkan analisis data ditemukan pola yang digunakan oleh penulis-penulis opini dalam media massa nasional, yaitu pengombinasian antara satu kategori dan kategori(-kategori) lain. Peneliti ini mendapati pemanfaatan dua atau lebih strategi legitimasi diskursif untuk satu kalimat. Pola pertama adalah *Rationalization+Authorization* (Rasionalisasi teoretis dengan *Tradition Authority*).

“Bahkan, menyandera manusia dan masyarakat adalah tindakan kriminal yang tidak dapat ditoleransi oleh komunitas adatnya...” (RA-MIX-003)

“Tabiat menyandera, menggunakan kekerasan dan konflik adalah pembodohan yang tak dibenarkan oleh tradisi adat istiadat maupun norma-norma kultural” (RA-MIX-004)

Dari data RA-MI-003 diketahui bahwa strategi *Rationalization*: Teoretis (definisi) yang ditandai dengan kopula *adalah*, dipadukan dengan strategi *Tradition Authority* yang berada dalam cakupan *Autorization*. Tradisi atau kebiasaan dijadikan dasar pembatasan terhadap tindakan menyandera manusia dan masyarakat. Serupa dengan pola itu, dari data RA-MIX-004 terungkap bahwa strategi *Rationalization* dikombinasikan dengan *Tradition Authority*.

Pola kedua yang ditemukan oleh peneliti adalah *Rationalization+Moralization*. *Rationalization* yang dikombinasikan dalam pola kedua ini adalah subkategori *Goal Orientation*, sedangkan *Moralization* yang dipadukan adalah subkategori *Abstracting*. Pola ini ditemukan secara intensif. Berikut beberapa temuan dengan pola *Rationalization+Moralization*.

“Untuk mencegah agar fenomena tawur tidak makin meluas dan korban dalam kasus tawur dapat dihilangkan, yang perlu diperhatikan tentu ialah bagaimana kita memahami akar masalah di balik merebaknya fenomena tawur anak muda di berbagai daerah.” (Data: RA-MIX-014)

“Untuk melihat urgensinya, kita perlu melihat penyelenggaraan program JHT dan JP yang diselenggarakan secara wajib” (Data: RA-MIX-015)

“Pendidikan mengenai hak-hak anak, termasuk hak untuk mengatakan "tidak" dalam situasi yang membuat mereka tidak nyaman, harus diajarkan di rumah sejak dini” (Data: RA-MIX-016)

Data RA-MIX-014 menunjukkan bahwa strategi *Rationalization* yang ditandai dengan pilihan kata *untuk* dipadukan dengan kata *perlu* dalam kalimat yang sama. Kedua kata tersebut berada dalam lingkup strategi yang berbeda. Kata *untuk* merupakan diksi strategi *Rationalization*, sedangkan *perlu* termasuk dalam strategi *Moralization* yang memberi petunjuk secara implisit adanya abstraksi nilai-nilai sosial (keperluan). Pola serupa ditunjukkan data RA-MIX-015,

yang memadukan kata *untuk* dengan *perlu*. Namun, pada data RA-MIX-016 tampak sedikit perbedaan, dengan pengombinasian kata *untuk* dengan *wajib*. Peneliti ini memandang bahwa meskipun kata *wajib* hadir dalam data RA-MIX-016 tidak berarti bahwa hal itu dikategorikan sebagai *Impersonal Authority* sebab tidak ada peraturan atau undang-undang yang disebutkan, melainkan didasarkan kewajiban sosial. Dengan demikian, peneliti ini tetap memasukkannya ke dalam kategori *Moralization* dengan subkategori *Abstracting*.

Pola ketiga yang ditemukan adalah *Moralization+Rationalization*. Pola ini berkebalikan dari yang ditemukan sebelumnya. Urutan strategi yang membedakan keduanya. Pola ini juga ditemukan secara intensif. Berikut temuan dengan pola *Moralization+Rationalization*.

“Oleh sebab itu, dibutuhkan pembiayaan yang inovatif, prudent, dan sustainable, baik melalui pembiayaan utang, nonutang, maupun dimanfaatkan untuk kegiatan produktif dalam rangka mendukung agenda pembangunan secara optimal” (MA-MIX-003)

“Bahwasannya bangsa Indonesia harus melangkah maju, melakukan pembangunan di semua bidang untuk mewujudkan Indonesia Emas 2045” (MA-MIX-004)

“Mereka perlu dihormati dan dihargai serta diperlakukan sebagai sesama anak bangsa dalam konteks keluarga besar bangsa Indonesia untuk mengakhiri konflik dan kekerasan” (MA-MIX-005)

“Karena itu, program baru itu sebaiknya tidak perlu dipaksakan untuk diberlakukan secara wajib” (MA-MIX-006)

Berdasarkan data MA-MIX-003 diketahui bahwa kata *dibutuhkan* yang berada dalam cakupan *Moralization*, dipadukan dengan *untuk* yang berada dalam cakupan *Rationalization*. Kedua kata tersebut berada dalam satu kalimat yang sama. Dari data MA-MIX-004 tampak bahwa kata *harus* yang juga berada dalam lingkup *Moralization* dikombinasikan dengan *Rationalization* melalui kata *untuk*. Sementara itu, dari data MA-MIX-005 terlihat bahwa kata *perlu* yang berada dalam Kategori *Moralization* dipadukan dengan *untuk* yang berada dalam kategori *Rationalization*. Adapun dari data MA-MIX-003 terungkap bahwa kata *sebaiknya* yang berada dalam kategori *Moralization* dipadukan dengan *untuk* yang berada dalam kategori *Rationalization*.

Di samping ketiga pola kombinasi yang ditemukan, terdapat pola yang memadukan tiga strategi sekaligus. Pola ini tidak banyak ditemukan, tetapi temuannya dapat disajikan berikut.

“Seiring perkembangan hubungan tersebut, Indonesia perlu merumuskan strategi baru untuk merespons peran global Tiongkok yang semakin aktif melalui Global Development Initiative (GDI), Global Security Initiative (GSI), dan Global Civilization Initiative (GCI).” (Data: MOR-MIX-002).

Data MOR-MIX-002 itu menunjukkan perpaduan antara *Abstracting* (yang berada dalam kategori *Moralization*) dan *Goal Orientation* (yang berada dalam kategori *Rationalization*) serta *Means Orientation* (yang berada dalam kategori *Rationalization*). Penulis opini memanfaatkan kata *perlu* yang termasuk abstraksi moralitas, *untuk* (yang termasuk strategi *Rationalization*), dan *melalui* (yang termasuk kategori *Rationalization*) dalam satu kalimat yang sama.

Pola yang banyak ditemukan dalam teks opini media massa nasional berupa *Rationalization+Authorization*, *Rationalization +Moralization*, dan *Moralization+Rationalization* mencerminkan bahwa secara konstruksi sosial para penulis opini mengandalkan hal-hal yang bersifat rasional sebagai dasar penyusunan wacana argumentatif. Pola pertama dan kedua memperlihatkan dan memperkuat interpretasi itu. Meskipun demikian, dari pola-pola itu tersingkap bahwa personalisasi dan moralitas juga menjadi dasar dalam pembentukan argumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan teori strategi legitimasi diskursif yang ditawarkan oleh Leeuwen (2008) untuk mengungkap strategi penguat argumentasi pada teks-teks opini di media massa nasional. Berdasarkan analisis data ditemukan bahwa kecenderungan dominan penulis-penulis opini adalah pemanfaatan strategi *Rationalization* dengan subkategori *Goal Orientation*, *Means Orientation*, dan *Rationalization*: Teoretis. Strategi kedua adalah *Authorization* dengan subkategori *Personal Authority* dan *Expert Authority*. Strategi ketiga adalah *Moralization*. Temuan ini menunjukkan bahwa penulis-penulis opini di media massa nasional cenderung memanfaatkan sumber daya rasionalitas. Meskipun demikian, personalisasi masih digunakan secara dominan melalui kehadiran kategori *Auhorization*.

Temuan lain dari penelitian ini adalah bahwa terdapat pola-pola yang digunakan oleh penulis opini di media massa nasional. Pola itu adalah *Rationalization+Authorization*, *Rationalization +Moralization*, dan *Moralization+Rationalization*. Ini menunjukkan bahwa penulis opini tidak dapat melepaskan personalisasi sepenuhnya dalam membangun argumentasi. Di samping itu, pola ketiga mengindikasikan bahwa moralitas masih dikedepankan dibandingkan dengan rasionalitas.

REFERENSI

- AliAkbar, S. F. (2024). Linguistic investigation of (de) legitimization strategies used in news topics. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 7(9), 79-87.
- Alim, H. (2022). Analisis Wacana terhadap Teks Argumentatif Persuasif dalam Video Iklan Investasi Ternak Ung dan Bibit. *TOTOBUANG*, 10(2).
- Arifin, M. Z., Sudirman, S., & Rahardi, R. (2023). Struktur Argumentasi Mahasiswa dalam Pembuktian Sifat Ketertutupan Suatu Grup. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(3), 2703-2714.
- Chin, S. Z., Seng, H. Z., & Chan, M. Y. (2019). Doing Legitimacy in Talk: The Production of Leader-Follower Relationship in Spiritual Consultation Interactions. *SAGE Open*, 9(2), 2158244019846695.
- Dong, D., & Chan, K. (2016). Authorization, rationalization, and moral evaluation: legitimizing acupuncture in Hong Kong's newspapers. *Asian Journal of Communication*, 26(2), 114-132.
- Hariato, Y. A. (2022). Penulisan Artikel Dakwah Berbasis Struktur Argumentasi Toulmin. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 4(1), 51-70.

- Irsyad, F. R., Nainggolan, N. P., Gultom, R. H., Sari, A., & Lubis, F. (2023). Struktur Dan Pengaruh Teks Akademik Dan Non-Akademik Dalam Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa Pada Proses Pembelajaran. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 1(4), 147-162.
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi.
- Leeuwen, T.V. (2008). *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis*. Oxford University Press.
- Luyckx, J., & Janssens, M. (2020). Ideology and (de) legitimation: The Belgian public debate on corporate restructuring during the Great Recession. *Organization*, 27(1), 110-139.
- Mascita, D. E. (2012). Pengajaran apresiasi sastra dengan menggunakan model pemahaman argumen Toulmin. *Jurnal Tuturan*, 1(2), 177-184.
- Nourani, H., Danesh, A., Nouri, M. R., & Latifi, F. (2020). Discursive (De) legitimization of the Iran Nuclear Deal in Donald Trump's Tweets. *Strategic Analysis*, 44(4), 332-345.
- Pamungkas, M. K., Asropah, A., & Mualafina, R. F. (2022). Penggunaan Konjungsi dan Preposisi pada Kolom Artikel Opini www. idntimes. com. *Sasindo: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(1).
- Priyanto, P., Wiryotinoyo, M., & Harjono, H. S. (2021). Pola Argumentasi dalam Karya Ilmiah Mahasiswa. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 11(2), 16-24.
- Reyes, A. (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse & society*, 22(6), 781-807.
- Rizwan, S. (2019). Legitimation strategies and theistic worldview in sociopolitical discourse: A systemic functional critical discourse analysis of Pakistani social media discussions. *Text & Talk*, 39(2), 235-260.
- Safitri, D. (2015). Debat Retorika dalam Wacana Islam Nusantara. *Commline*, 6(2), 161-176.
- Sudarja, K. (2024). Analisis Kalimat Tidak Efektif pada Teks Karangan Argumentasi Mahasiswa Teologi di Jakarta. *Journal of Education Research*, 5(1), 858-874.
- Toulmin, S. E. (2003). *The uses of argument*. Cambridge university press.
- Van Der Houwen, F. (2015). "If it doesn't make sense it's not true": how Judge Judy creates coherent stories through "common-sense" reasoning according to the neoliberal agenda. *Social Semiotics*, 25(3), 255-273.
- Zhang, Y. (2021). 'Barbarising' China in American trade war discourse: the assault on Huawei. *Third World Quarterly*, 42(7), 1436-1454.