



KONTROVERSI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL: KAJIAN ANALISIS WACANA KRITIS TERHADAP GUS MIFTAH

Qoni'Atul Awaliah¹

¹Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 12, 2026

Revised April 02, 2026

Accepted May 30, 2026

Available online June 30, 2026

Kata Kunci :

Kontroversi, Media sosial, Analisis wacana kritis, Gus Miftah

Keywords:

Controversy, Social media, Critical discourse analysis, Gus Miftah



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2025 by Author. Published by LPPM Universitas Islam Syekh-Yusuf

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi publik pada Gus Miftah yang memunculkan berbagai tanggapan dan narasi pemberitaan di media sosial maupun media online. Pendekatan ini memungkinkan terdapat tiga dimensi wacana yang berhubungan dengan tanggapan tersebut, yaitu dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosial. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik deskriptif-kualitatif yang menerapkan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, simak, transkripsi, dan alih bahasa. Sumber data penelitian ini dilakukan adalah unggahan dan komentar Tiktok terverifikasi @Akuratco @Inilah.com dari tanggal 30 November 2024 sampai 5 Desember 2024 yang membahas tanggapan mengenai perilaku Gus Miftah yang tidak mencerminkan seorang pendakwah. Data yang diambil berupa frasa dan kalimat yang mengandung opini untuk membentuk wacana dan pemahaman publik dalam pernyataan tanggapan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Dimensi representasi teks, penggunaan bahasa Gus Miftah menampilkan retorika khas dakwah yang mengandung unsur moralitas, namun memunculkan interpretasi beragam di masyarakat, 2) Dimensi praktik wacana, pendekatan yang membantu memahami bagaimana bahasa berfungsi dalam masyarakat, dan 3) Dimensi praktik sosial, distribusi dan konsumsi wacana melalui media sosial memungkinkan audiens untuk memproduksi makna baru dan menciptakan polarisasi persepsi publik dalam konteks sosial-budaya.

ABSTRACT

This research aims to analyze the public representation of Gus Miftah which gives rise to various responses and news narratives on social media and online media.

This approach allows for three discourse dimensions related to the response, namely text dimensions, discourse practices and social practices. This research was conducted using descriptive-qualitative techniques that apply the Norman Fairclough model of critical discourse analysis approach. Data collection techniques are carried out by means of documentation, listening, transcription and language translation. The data source for this research was verified TikTok uploads and comments @Akuratco @Inilah.com from 30 November 2024 to 5 December 2024 which discussed responses regarding Gus Miftah's behavior which did not reflect a preacher. The data taken is in the form of phrases and sentences containing opinions to form discourse and public understanding in the response statement. The research results show that: 1) The text representation dimension, Gus Miftah's use of language displays typical preaching rhetoric which contains elements of morality, but gives rise to various interpretations in society, 2) The discourse practice dimension, an approach that helps understand how language functions in society, and 3) The dimensions of social practice, distribution and consumption of discourse through social media enable audiences to produce new meanings and create polarization of public perception in a socio-cultural context.

1. INTRODUCTION

Media sosial telah menjadi ruang media utama dalam masyarakat modern, di mana wacana publik dapat berkembang dengan cepat yang mencakup berbagai isu sosial, budaya, dan politik. Dalam konteks, media sosial tidak hanya menjadi platform dalam komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membentuk opini dan memengaruhi persepsi publik. Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah viralitas terhadap pernyataan dari tokoh-tokoh publik seperti Gus Miftah, seorang pendakwah yang dikenal karena pendekatan dakwahnya yang inklusif namun kontroversial. Fenomena ini sebagai bahan diskusi hangat yang mencerminkan bagaimana media sosial yang dapat membentuk representasi dari tokoh publik dan menjadi arena penggambaran makna sosial. Gus Miftah, dengan gaya dakwahnya yang humanis dan selalu diiringi candaan, sering kali menjadi pusat perhatian publik, baik melalui ceramah-ceramahnya maupun pada interaksi aktifnya di media sosial. Namun, popularitasnya tidak lepas dari berbagai kontroversi. Salah satu munculnya pernyataannya yang viral mengenai penjual es yang memicu respons beragam dari masyarakat. Sebagian audiens menganggap pernyataannya sebagai penghinaan

*Corresponding author.

E-mail addresses: qoniatulawaliah@gmail.com

terhadap kelompok tertentu yaitu kalangan kebawah, sementara yang lain memandangnya sebagai bagian dari gaya penyampaian yang sering digunakan untuk menggugah pemikiran. Respons tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat distribusi informasi, tetapi juga ruang di mana suatu ideologi dan kekuasaan dipertaruhkan melalui wacana (Akbar, 2021).

Dalam era digital, media sosial menjadi ruang utama untuk membangun dan menyebarkan suatu wacana publik. Wacana yang muncul melalui berbagai platform media sosial tidak hanya mencerminkan dinamika sosial masyarakat, tetapi juga sering kali memperkuat ideologi dan relasi kekuasaan tertentu (Sasmitha, 2023). Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah bagaimana tokoh publik, seperti Gus Miftah, membangun narasi dan menghadapi berbagai reaksi publik terhadap pernyataannya yang kontroversial. Sebagai seorang pendakwah yang dikenal karena pendekatan dakwahnya yang inklusif dan inovatif, Gus Miftah sering menjadi pusat perhatian di media sosial, baik terkait pada konteks positif maupun negatif. Kontroversi terbaru mengenai pernyataannya yang dianggap telah menghina penjual es menjadi contoh bagaimana wacana publik dapat dengan cepat viral dan menghasilkan polarisasi opini. Dalam ceramahnya, Gus Miftah menggunakan metafora dan bahasa untuk menyampaikan pesan tertentu, tetapi interpretasi publik terhadap ucapannya menunjukkan kompleksitas komunikasi dalam ruang digital. Ungkapan ini memicu beragam reaksi, mulai dari kritik tajam hingga pembelaan, yang semuanya berlangsung pada lingkup media sosial sebagai arena utama pembentukan opini.

Dalam kajian ini, peneliti menggunakan teori Analisis Wacana Kritis (AWK) dari Norman Fairclough untuk mengungkap bagaimana representasi publik Gus Miftah dan kontroversi yang melibatkannya dikonstruksi pada media sosial. Teori ini menekankan bahwa sebuah wacana bukan hanya sekadar dalam bentuk teks ataupun ujaran, tetapi juga mencakup praktik wacana yang melibatkan hubungan kekuasaan dan praktik sosial yang membentuk makna dalam konteks sosial (Pengampu & Degaf, t.t.). Fenomena ini relevan untuk dikaji karena mencerminkan dinamika interaksi antara bahasa, kekuasaan, dan juga ideologi dalam ruang digital. Kontroversi yang muncul menyoroti bagaimana pentingnya memahami mekanisme wacana dalam memengaruhi berbagai opini publik yang muncul, terutama dalam konteks budaya digital yang semakin beragam dan dinamis (Harun dkk., 2024). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam suatu kajian wacana, khususnya untuk memahami representasi tokoh publik pada media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan praktis bagi masyarakat untuk lebih kritis terhadap wacana yang berkembang di media sosial, serta bagi tokoh publik agar lebih berhati-hati dalam menyampaikan pesan di ruang publik yang memiliki konsekuensi luas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga memiliki nilai sosial yang signifikan (Mudiawati dkk., 2023).

Menurut Fairclough, analisis wacana terdiri dari tiga yaitu, dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosial (Ananda Dwi Asri & Nurhayati, 2024). Dimensi teks berfokus pada analisis linguistik seperti pilihan kata, metafora, dan struktur kalimat yang digunakan pada wacana. Dimensi praktik wacana melibatkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi dalam wacana, termasuk bagaimana audiens media sosial dapat menafsirkan pesan-pesan yang disampaikan oleh Gus Miftah. Sementara itu, dimensi praktik sosial membantu memahami bagaimana konten tersebut disebarluaskan dan diinterpretasikan oleh audiens media sosial dalam konteks sosial budaya (Setiawan, 2022). Fairclough juga menekankan bahwa wacana selalu terkait dengan relasi kekuasaan. Dalam hal ini, pernyataan Gus Miftah tidak hanya dipahami sebagai bentuk komunikasi, tetapi juga sebagai praktik sosial yang mencerminkan posisi pada kekuasaan dan ideologi tertentu. Pendekatan ini memberikan wawasan tentang bagaimana kekuasaan dan ideologi saling berinteraksi dalam membentuk representasi publik di media sosial.

Penelitian analisis wacana sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian pertama berjudul "Nilai Ekspresional dalam Kosakata Ujaran Kebencian di Twitter: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough" oleh Suriadi dan Baharman dari Universitas Negeri Makassar (Suriadi & Baharman, 2024). Penelitian kedua berjudul "Kontra Ideologi Rasisme dalam Iklan Kosmetik dan Kecantikan: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough" oleh Ninik Erika dan Nurhayati dari Universitas Diponegoro (Ninik Erika & Nurhayati, 2024). Penelitian ketiga, berjudul "Ekonomi Politik Pada Iklan Wardah di Televisi: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough" oleh Ariyandi Batu Bara dari UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi (Bara, 2023).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian ini menganalisis tanggapan atau opini publik di media sosial tentang Gus Miftah yang menghina dengan berkata kasar pada seorang penjual es Teh dalam sebuah acara kajian saat berlangsung menggunakan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Analisis pada penelitian ini mencakup tiga hal, yaitu dimensi representasi teks, praktik wacana dan praktik sosial (Oktaviani & Baskoro, 2023). Analisis dimensi representasi tekstual berfokus pada frasa dan kalimat yang digunakan dalam penyampaian opini dan tanggapan masyarakat. Sementara itu, analisis dimensi wacana berfokus pada memahami bagaimana bahasa pada wacana dapat berfungsi dalam masyarakat. Pada dimensi praktik sosial, berfokus

mengeksplorasi bagaimana produksi teks dapat disusun secara keseluruhan pada tanggapan dan opini pada media sosial Tiktok dan bagaimana sistem konsumsi teks yang diterima oleh masyarakat sebagai penerima pesan pada suatu wacana tertentu dalam konteks sosial budaya (Haslina dkk., t.t.).

2. METHODS

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan model analisis wacana kritis Norman Fairclough. Metode kualitatif ini berfokus pada gagasan-gagasan menyeluruh yang mendasari pemahaman akan pentingnya fenomena sosial dalam masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif karena penelitian ini disusun dalam bentuk deskripsi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengumpulkan data-data tentang gejala atau fenomena yang terjadi sekarang ini. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara metodis, faktual dan tepat mengenai berbagai fakta-fakta dan sifat-sifat yang ada dalam lingkungan masyarakat (Veronica & Abrian, t.t.). Sebuah penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif dirancang untuk mengumpulkan, memeriksa, menganalisis, dan menyajikan data untuk membuat kesimpulan mengenai objek penelitian.

Metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan perbandingan dimensi teks, praktik wacana dan praktik sosial dari pernyataan dua akun terverifikasi Tiktok, yakni Akuratco dan Inilah.com. Teks wacana berupa frasa maupun kalimat yang menunjukkan kontroversi berupa tanggapan opini dari perspektif publik yang diambil sebagai data yang akan dianalisis menggunakan teori analisis wacana Norman Fairclough. Sumber data penelitian berupa tanggapan pada unggahan akun terverifikasi @Akuratco dan @Inilah.com dari tanggal tanggal 30 November 2024 sampai 5 Desember 2024. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan tanggapan dan opini dengan cara tangkap layar, lalu menyimak unggahan video, kemudian mentranskrip data dari video dan gambar menjadi bentuk teks. Setelah proses transkrip, teks yang berbahasa asing diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Metode analisis data dilakukan sesuai paradigma analisis wacana kritis Norman Fairclough, yakni 1) dimensi representasi tekstual, 2) dimensi praktik wacana, dan 3) dimensi praktik sosial. Pertama, wacana dianalisis dari segi kebahasaan dengan memperhatikan unsur-unsur bahasa yang digunakan di dalamnya. Kedua, analisis wacana yang dilakukan untuk memahami bagaimana bahasa berfungsi dalam masyarakat. Ketiga, wacana berfokus mengeksplorasi bagaimana produksi teks dalam konteks sosial dapat disusun secara keseluruhan pada tanggapan dan opini pada media sosial..

3. RESULT AND DISCUSSION

Tabel 1.
Objek Penelitian

Sumber Data	Isi Data
Tiktok @Akuratco	Cuplikan video tiktok: Gus Miftah: <i>"Iyo es teh! Cangkeme iku lo"</i> <i>"Es teh teh mu jek okeh ora? Masih? yo kono di dol goblok"</i> <i>"Dol en disek engko lak rong payu wes...takdir"</i> <i>"Jadi ono cerito tasawuf niku ono bakul es karo bakul bakso iku jejer, seng bakul es iku ndungo yaAllah mugo-mugo hawane panas soale nek panas ngombe es rasane seger. Seng bakul bakso ndungo yaAllah gusti mugo-mugo udan adem soale nek adem-adem mangan bakso rasane enak. Kiro-kiro umpomo dino niku adem, kiro-kiro dungane bakul es diijabah nopo mboten? Tetep ae diijabah dalam bentuk lain, es'e ra payu tapi awak'e sehat mulih-mulih delok bojone meteng iku lak yo nikmat. Ditinggal bakul es kok meteng, kan banyak terjadi dimana-mana"</i> Komentar Tiktok: <i>"Ingat ya dia meminta maaf bukan karena merasa bersalah, melainkan untuk memperbaiki citranya CATAT ITU!!!"</i> <i>"Dia bukan menyesali, tapi menyelamatkan diri"</i> <i>"Orang kek gini ngapain disantunin? Dia aja ga mampu menyantuni dan menghormati orang yang lebih tua"</i>

	Cuplikan Video Tiktok: <i>"Saya juga meminta maaf kepada masyarakat yang merasa terganggu dengan candaan saya, yang dinilai oleh masyarakat mungkin berlebihan"</i>
Tiktok @Inilah.com	Komentar Tiktok: <i>"Minta maaf saja tidak cukup"</i> <i>"Karena gus mftah juga bapak sunhaji bnyak rejeki yg luar biasaaaa... sampai ada yang mau membiayai umroh. . dari ucapan yang kasar saja masih mberi manfaat apalagi dg kata2 yang santun.. jangan saling mnyalahkan ambil hikmah dri semua kejadian toh gus miftah sudah langsung minta maaf kpada beliau atas perbuatanya."</i> <i>"Semoga penjual minuman yg digoblok2in penceramah agama itu ditinggikan derajatnya oleh Allah. Beban di atas kepalanya mungkin tak bernila dibanding harga sendal si penceramah. Tapi ingat, dia sedang berjihad menafkahi keluarganya! Sungguh Allah adalah seadil-adilnya penilai"</i>

Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

1. Representasi Dimensi Tekstual

Berdasarkan analisis representasi tekstual akan terlihat bagaimana strategi kebahasaan yang digunakan dalam tanggapan dan opini fenomena ramai di perbincangkan di media sosial tentang Gus Miftah yang menghina dan berkata kasar kepada seorang penjual es Teh. Fenomena tersebut terjadi di sebuah acara Magelang Bersholawat yang digelar pada akhir November 2024. Berikut adalah bentuk analisis tekstual dari pernyataan yang diambil dari video akun Tiktok @Akuratco.

Gus Miftah:

"Iyo es teh! Cangkeme iku lo"

"Es teh teh mu jek okeh ora? Masih? yo kono di dol goblok"

(Iya es Teh! Mulutnya itu lo, Es teh kamu masih banyak ngga? Masih? Iya sana dijual bodoh)

Kutipan tersebut termasuk bentuk representasi dimensi teks, dimana bahasa yang diucapkan dapat mempengaruhi dan disebut sebagai perkataan yang tidak pantas diucapkan oleh seorang ulama sebagai tokoh publik. Tindakan yang dilakukan oleh Gus Miftah dinilai kurang sopan karena berkata-kata kasar kepada seorang yang lebih tua. Hal tersebut yang membuat masyarakat akhirnya ikut merasakan geram dengan kejadian tersebut.

Analisis pada dimensi teks berfokus pada pilihan kata, gaya bahasa, dan struktur naratif yang digunakan oleh Gus Miftah dalam pernyataannya mengenai penjual es. Berdasarkan prinsip Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, teks mencerminkan lebih dari sekadar komunikasi verbal, ia juga menyiratkan ideologi yang diwakili oleh pembicara. Dalam pernyataannya, Gus Miftah menggunakan analogi dan retorika tertentu yang menjadi kontroversial karena dianggap merendahkan profesi tertentu. Penggunaan diksi yang informal dan gaya ceramah yang lugas menjadi salah satu elemen yang menarik perhatian audiens media sosial, sehingga dapat menciptakan respons emosional yang kuat (Sholikhati, 2017).

2. Wacana Praktik Wacana

Dimensi praktik Wacana (discursive practice) dalam analisis wacana kritis Norman Fairclough memperhatikan bagaimana suatu bahasa atau tindakan yang terdapat pada sebuah wacana dapat mencerminkan dan membentuk praktik wacana yang lebih luas. Dimensi ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu produksi teks dan konsumsi teks. Produksi teks yang dimaksud adalah bagaimana bentuk bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau opini tanggapan masyarakat. Sedangkan konsumsi teks yang dimaksud adalah bagaimana respons pembaca dalam menangkap pesan yang disampaikan melalui pernyataan tersebut, sebagaimana dapat dilihat melalui media sosial seperti Instagram.

a. Produksi Teks

Produksi teks adalah salah satu aspek penting yang membantu memahami bagaimana suatu wacana dapat terbentuk dan bagaimana ideologi serta kekuasaan tercermin di dalamnya. Produksi teks tidak hanya mengacu pada proses penciptaan teks itu sendiri, tetapi juga mencakup faktor-faktor sosial, politik, dan budaya yang memengaruhi pembentukan teks.

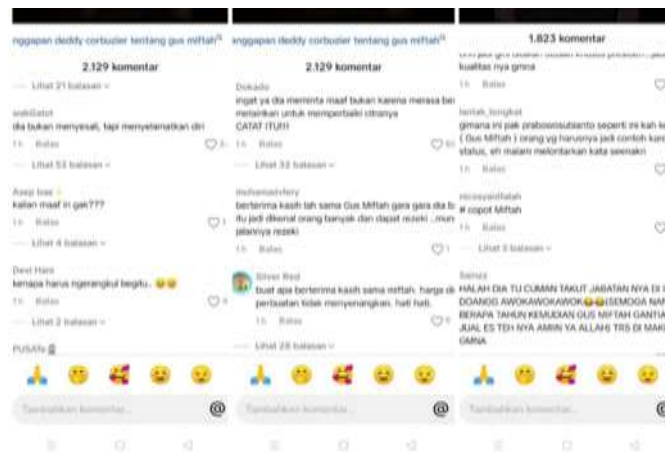
Tabel 2.
Arti Ucapan

Asli	Arti
Gus Miftah: <i>"Jadi ono cerito tasawuf niku ono bakul es karo bakul bakso iku jejer, seng bakul es iku ndungo yaAllah mugo-mugo hawane panas soale nek panas ngombe es rasane seger. Seng bakul bakso ndungo yaAllah gusti mugo-mugo udan adem soale nek adem-adem mangan bakso rasane enak. Kiro-kiro umpomo dino niku adem, kiro-kiro dungane bakul es diijabah nopo mboten? Tetep ae diijabah dalam bentuk lain, es'e ra payu tapi awak'e sehat mulih-mulih delok bojone meteng iku lak yo nikmat. Ditinggal bakulan es kok meten...kan banyak terjadi dimana-mana"</i> <i>(Sumber video Tiktok @Akuratco)</i>	Jadi ada cerita tasawuf itu ada pedagang es sama pedagang bakso itu berdampingan, yang pedagang es itu berdoa yaAllah semoga cuacana panas soalnya kalau panas minum es rasanya segar. Yang pedagang bakso berdoa yaAllah semoga hujan dingin soalnya kalau dingin-dingin makan bakso rasanya enak. Kira-kira seumpama hari itu dingin, kira-kira dagangannya pedagang es dikabulkan apa tidak? Tetap aja dikabulkan dalam bentuk lain, es nya tidak laku tapi badannya sehat, pulang-pulang lihat istrinya hamil itu kan nikmat. Ditinggal dagang es kok hamil...kan banyak terjadi dimana-mana

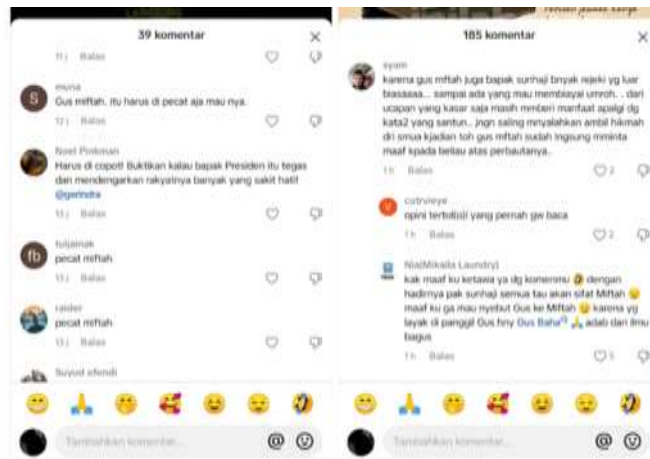
Kutipan pada tabel diatas menunjukkan bagaimana suatu teks dapat mempengaruhi respon masyarakat atau publik melalui media sosial. Kutipan tersebut menggambarkan sosok Gus Miftah yang selalu mencampurkan candaan saat ia berceramah. Namun, jika perkataan yang disampaikan sengaja menggunakan bahasa kasar dan tidak pantas apalagi kepada orang yang lebih tua. Maka, hal tersebut menyimpang dengan status beliau yang menjadi seorang ulama atau pendakwah. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang mengkritik atau menyindir secara langsung maupun tidak melalui berbagai media sosial.

b. Konsumsi Teks

Masyarakat memberikan respon dan tanggapan kritis terhadap unggahan pada Tiktok, menyatakan bahwa perilaku yang dilakukan Gus Miftah salah dan tidak mencerminkan sebagai seorang ulama atau pendakwah. Sebagian besar komentar yang diberikan dari netizen cenderung negatif, bahkan Sebagian pengguna menganggap pernyataan Gus Miftah sensitif dan merendahkan profesi penjual es, yang dianggap sebagai simbol menghina pekerjaan rakyat kecil. Video-video kritik sering kali menggunakan narasi emosional dengan menampilkan visual yang menggambarkan kerja keras penjual tersebut. Ada pula video yang membandingkan cara penyampaian ceramah Gus Miftah dengan beberapa tokoh agama lain sehingga menunjukkan berbagai perspektif yang berbeda.



Gambar 1. Reaksi masyarakat terhadap postingan @Akuratco



Gambar 2. Reaksi masyarakat terhadap postingan @Inilah.com

Respon dan tanggapan yang diberikan masyarakat kepada Gus Miftah melalui kedua Tiktok tersebut terpengaruh oleh bahasa yang digunakan oleh Gus Miftah saat menyampaikan dakwah nya kepada seorang penjual yang sangat tidak baik jika dilakukan. Meskipun ada beberapa ulama yang menganggap hal tersebut hanya candaan biasa dan merupakan sebagai ciri khas dakwah yang dimiliki oleh Gus Miftah. Namun, seharusnya sebagai seorang figur dakwah tidak seharusnya berbicara dengan bahasa yang kasar dan bisa dibilang cukup sensitif, apalagi banyak dari kalangan masyarakat yang memiliki pekerjaan biasa yang menghadiri acara tersebut. Sehingga seharusnya Gus Miftah harus bisa mengontrol dirinya dalam menyampaikan pesan ketika berdakwah untuk lebih berhati-hati dalam menyampaikan didepan publik.

Cuplikan Video Tiktok:

“Saya juga meminta maaf kepada masyarakat yang merasa terganggu dengan candaan saya, yang dinilai oleh masyarakat mungkin berlebihan”

Tekanan yang diberikan oleh masyarakat dengan berbagai kritik yang diberikan tersebut membuat Gus Miftah menyampaikan klarifikasi melalui media sosial. Melalui media sosial tersebut juga Gus Miftah meminta maaf kepada yang bersangkutan dan kepada masyarakat karena karena ucapannya yang dipakai kurang pantas, dan candaan yang diberikan pada saat itu berlebihan. Karena memungkinkan dapat ditanggapi oleh masyarakat sebagai bentuk merendahkan pekerjaan kalangan bawah dengan perkataan-perkataan yang diucapkan menggunakan kata-kata kasar dan tidak pantas jika digunakan untuk berbicara kepada orang yang lebih tua.

Komentar Tiktok @Akuratco:

“Ingat ya dia meminta maaf bukan karena merasa bersalah, melainkan untuk memperbaiki citranya CATAT ITU!!!”

“Dia bukan menyesali, tapi menyelamatkan diri”

“Orang kek gini ngapain disantunin? Dia aja ga mampu menyantuni dan menghormati orang yang lebih tua”

Pada kutipan tersebut terdapat pada komentar-komentar netizen pada Tiktok @Akuratco yang memposting tentang klarifikasi dan permintaan maaf Gus Miftah yang menghina penjual es Teh di media sosial. Sebagian besar pada komentar tersebut tidak terima permintaan maaf Gus Miftah, karena beberapa yang beranggapan bahwa permohonan maaf yang dilakukan oleh Gus Miftah hanya sebagai bentuk formalitas dan agar masyarakat tidak mengkritiknya lagi.

Komentar Tiktok @Inilah.com:

“Minta maaf saja tidak cukup”

“Karena gus miftah juga bapak sunhaji bnyak rejeki yg luar biasaaaa... sampai ada yang mau membiayai umroh. . dari ucapan yang kasar saja masih mberi manfaat apalagi dg kata2 yang santun.. jangan saling mnyalahkan ambil hikmah dri semua kejadian toh gus miftah sudah langsung minta maaf kpada beliau atas perbuatanya.”

“Semoga penjual minuman yg digoblok2in penceramah agama itu ditinggikan derajatnya oleh Allah. Beban di atas kepalanya mungkin tak bernila dibanding harga sendal si penceramah. Tapi ingat, dia sedang berjihad menafkahi keluarganya! Sungguh Allah adalah seadil-adilnya penilai”

Komentar pada Tiktok @Inilah.com tersebut ada beberapa orang yang masih mendukung Gus Miftah dan tidak. Bagi yang mendukung berpendapat bahwa dengan kejadian ini dapat memberikan rezeki kepada bapak Sunhaji bahkan ada yang membiayai beliau umroh dan juga karena Gus Miftah sudah

minta maaf langsung kepada pihak bapak Sunhaji. Maka dari itu menurutnya tidak usah dipermasalahkan lagi. Namun, disisi lain terdapat orang yang tidak terima akan klarifikasi Gus Miftah tersebut. Banyak juga yang mendoakan bapak Sunhaji karena perjuangan beliau untuk menafkahi keluarganya dengan bekerja yang halal, dan empati masyarakat karena pak Sunhaji yang sudah memaafkan Gus Miftah meskipun banyak orang-orang yang mengkritik karena cara dakwah yang pakai oleh Gus Miftah dapat membuat kontroversi dan sensitif, meskipun hanya sebagai candaan.

3. Dimensi Praktik Sosial

Dimensi praktik sosial berfokus pada memahami bagaimana hubungan wacana dengan bahasa dan bagaimana fungsinya dalam masyarakat. Penelitian ini menyoroti bagaimana pernyataan suatu wacana dapat mempengaruhi respon masyarakat dalam konteks sosial melalui media sosial. Media sosial menjadi media utama dalam distribusi wacana tersebut, di mana video dapat diedit menjadi potongan singkat yang viral di berbagai media sosial. Hal ini mengubah konteks asli pesan menjadi bentuk baru yang lebih emosional dan kontroversial (Nurul Aulia Annisa & Baskoro, 2023). Konsumsi wacana oleh audiens media sosial ditandai oleh respons yang beragam, di mana beberapa mendukung sementara yang lain mengkritik keras pernyataan tersebut. Hal tersebut dapat dilihat melalui kutipan berikut.



Gambar 3. Gus Miftah berkata kasar dari Tiktok @Akuratco

Gus Miftah:

"Es teh teh mu jek okeh ora? Masih? yo kono di dol goblok"

"Dol en disek engko lak rong payu wes...takdir"

(Es Teh kamu masih banyak tidak? Masih? iya sana dijual bodoh, Jual dulu nanti kalau tidak laku uadah....takdir)



Gambar 4. Respon masyarakat membuat ilustrasi kritik Gus Miftah

Masyarakat banyak yang simpati dan merespon akan kejadian ini, bahkan dari mereka ada yang membuat ilustrasi yang menggambarkan sosok penjual yang dihina Gus Miftah dan tidak sedikit orang-orang ikut menyebarkan gambar ilustrasi tersebut bukan hanya di media sosial Tiktok, tetapi juga melalui

Instagram dan Twitter atau disebut aplikasi X. Ilustrasi tersebut menggambarkan bagaimana respon yang masyarakat berikan, sehingga banyak yang perihatin atas menyebarnya berita tersebut. Respon yang diberikan masyarakat melalui media sosial mengartikan bahwa terdapat hubungan wacana dengan sosial dengan munculnya beragam kritik, dimana masyarakat semakin sensitif terhadap representasi golongan ekonomi bawah pada ruang lingkup wacana.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan pentingnya memahami konteks sosial dan wacana dalam menganalisis representasi tokoh publik di media sosial. Analisis melalui pendekatan Norman Fairclough memberikan wawasan tentang bagaimana wacana dapat membentuk dan dibentuk oleh audiens dalam ruang digital. Kontroversi ini menyoroti perlunya kehati-hatian dan mengontrol diri dalam menyampaikan pesan didepan publik maupun melalui media sosial, di mana setiap ujaran dapat menjadi subjek interpretasi luas dan dapat memengaruhi citra publik secara signifikan.

4. CONCLUSION

Dapat disimpulkan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi publik pada unggahan tiktok tentang gus miftah di media sosial dalam konteks kontroversi perkataan kasar terhadap penjual es teh, menggunakan pendekatan analisis wacana kritis (awk) oleh norman fairclough. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan ruang diskursif yang dinamis, di mana bahasa, kekuasaan, dan ideologi saling berinteraksi untuk membentuk representasi tokoh publik. Terdapat tiga dimensi wacana yang dianalisis diantaranya; 1) pada dimensi teks, menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan gus miftah memiliki sifat sensitif, yang memungkinkan munculnya interpretasi yang beragam di masyarakat. 2) pada dimensi praktik wacana, viralitas konten di media sosial tiktok @akuratco dan @inilah.com memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan wacana, dimensi ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu produksi teks dan konsumsi teks. 3) pada dimensi praktik sosial, memperhatikan bagaimana bahasa atau tindakan yang terdapat pada sebuah wacana dapat mencerminkan dan membentuk konteks sosial yang lebih luas. Dimana masyarakat memberi tanggapan atau opini untuk menyindir dan mengkritik perilaku gus miftah melalui komentar di berbagai media sosial atau media berita digital. Sekaligus menciptakan persepsi pada masyarakat luas melalui caption, postingan, dan gambar ilustrasi di media sosial sehingga masyarakat dapat menyebarkan dan merespon wacana tersebut dengan cepat.

5. REFERENCES

- Akbar, Moh. R. (2021). Representasi Perempuan dalam Rezim Wacana Orde Baru. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 3(2), 28–47. <https://doi.org/10.35706/jprmedcom.v3i2.6258>
- Ananda Dwi Asri, & Nurhayati, N. (2024). Ideologi Konsumerisme pada Poster Iklan Minuman: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(1), 691–700. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3296>
- Bara, A. B. (2023). *Ekonomi Politik Pada Iklan Wardah Di Televisi: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough*. 2.
- Harun, H., Anisa Maulidiah Alam, & Jufri, J. (2024). Analisis Wacana Kritis pada Pidato Presiden Tahun 2022: Model Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(1), 169–181. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3163>
- Haslina, W., Rahmi, A., & Azlan, U. (t.t.). *Anies Baswedan's 2024 Candidacy Presidential Declaration: Norman Fairclough Critical Discourse Analysis*.
- Mudiawati, R. C., Hudiyono, Y., & Suhatmady, B. (2023). Analisis wacana kritis Norman Fairclough terhadap bahasa slogan aksi demonstrasi guru di Samarinda. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(3), 739–762. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.694>
- Ninik Erika, & Nurhayati, N. (2024). Kontra Ideologi Rasisme dalam Iklan Kosmetik dan Kecantikan: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(3), 2833–2845. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i3.3970>
- Nurul Aulia Annisa, & Baskoro, B. R. S. (2023). REPRESENTASI AKTOR SOSIAL KASUS PERUNDUNGAN ANAK PADA KOMPAS.COM: ANALISIS WACANA KRITIS. *MABASAN*, 17(1), 1–22. <https://doi.org/10.26499/mab.v17i1.600>
- Oktaviani, H., & Baskoro, B. R. S. (2023). REPRESENTASI IDEOLOGI PADA PEMBERITAAN KONFLIK RUSIA DAN UKRAINA DALAM KOMPAS.COM : ANALISIS WACANA KRITIS. 13(2).
- Pengampu, D., & Degaf, A. (t.t.). *Pengantar Analisis Wacana*.

- Sasmitha, N. W. D. (2023). Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Stand-Up Comedy Mamat Alkatiri pada Program "Somasi." *POLITICOS: Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 3(1), 44–58. <https://doi.org/10.22225/politicos.3.1.2023.44-58>
- Setiawan, T. (2022). Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Representasi Kehidupan Religius Cerpen Mbah Sidiq Karya A. Mustofa Bisri. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2).
- Sholikhathi, N. I. (2017). *Analisis Tekstual dalam Konstruksi Wacana Berita Korupsi di Metro TV dan NET dalam Perspektif Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough*.
- Suriadi, S., & Baharman, B. (2024). Nilai Eksperensial dalam Kosakata Ujaran Kebencian di Twitter: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(4), 4541–4558. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i4.4756>
- Veronica, T. V., & Abrian, R. (t.t.). *Mcdonald's Indonesia dan Malaysia dalam Konflik Israel-*.