Nama :Reiner Yahya Pallo

Nim : 67 2020 158

A. IDENTITAS JURNAL

1. Nama Jurnal : Wacana, Konteks dan Media
2. Volume : 38
3. Nomor : 1
4. Halaman : 100431
5. Tahun Penerbit : 2020
6. Judul Jurnal : Ajakan rasis dan membatalkan budaya di Twitter:
Keterbatasan kemampuan platform untuk mendefinisikan masalah keadilan social
7. Nama Penulis : Bouvier, Gwen

B. ISI JURNAL

1. Masalah Penelitian

Di mana tweet individu memuat berbagai masalah yang berbeda ke dalam contoh tertentu. Dalam kasus khusus ini, ini menghasilkan individualisasi rasisme.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini diambil lewat salah satu platform media social yaitu twitter Menggunakan Analisis Wacana Kritis, makalah ini melihat secara rinci pada satu kasus seperti: seruan rasis di Kanada.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif dan deksriptif, Dan juga analisis wacana feminis.

4. Teori Yang Dipakai

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teori Komunikasi Massa teori ini adalah proses dimana seseorang atau kelompok orang atau organisasi yang besar menyusun sebuah pesan dan mengirimkannya melalui beragam media kepada khalayak luas yang anonym dan heterogen.

5. Hasil penelitian

. Hasilnya mengungkapkan pergeseran yang jelas dalam wacana pribadi versus publik perusahaan: Meskipun mereka terutama mencari legitimasi dalam balasan email dengan memperkuat keputusan pengaduan mereka dan dengan mengakomodasi perasaan pelanggan (pathos dan etos), intervensi media sosial mereka terutama tentang mengarahkan pelanggan ke saluran pribadi untuk menghindari berurusan dengan sisi transaksi penanganan pengaduan di depan umum

C. KELEBIHAN DAN KEKURANGAN

1. Kelebihan

Kelebihan dari jurnal ini pembaca lebih mudah mendapatkan informasi secara rinci dan jurnal ini membahas bagaimana dikotomisasi ruang gender terus beroperasi sebagai teknologi patriarkal untuk pemeliharaan tatanan sosial hierarkis di periode kontemporer. Mengadopsi perspektif Feminis Critical Discourse Analysis (FCDA),

2. Kekurangan

Kekurangannya jurnal ini menggunakan bahasa Inggris dimana pembaca harus menerjemahkannya jika ingin membaca

TUGAS PRAKTIK REFERENCE MANAGER

Ajakan rasis dan membatalkan budaya di Twitter: Keterbatasan kemampuan platform untuk mendefinisikan masalah keadilan sosial

Studi menunjukkan peran positif Twitter dalam kampanye keadilan sosial. Menggunakan Analisis Wacana Kritis, makalah ini melihat secara rinci pada satu kasus seperti: seruan rasis di Kanada, yang menjadi tren di Twitter di banyak negara yang mengarah ke liputannya di outlet media arus utama. Itu memiliki karakteristik, yang pada saat itu diberi label oleh para kritikus, dari 'budaya batalkan', di mana ada seruan untuk pemecatan dan boikot. Analisis ini menunjukkan bahwa harus ada kehati-hatian terkait dengan bagaimana platform media sosial seperti Twitter dapat memimpin dalam masalah keadilan sosial seperti itu. Makalah ini menunjukkan bagaimana kemampuannya dapat bekerja melawan diskusi yang koheren dan hati-hati, mendorong komentar yang cepat, disederhanakan, dan kontradiktif, di mana tweet individu memuat berbagai masalah yang berbeda ke dalam contoh tertentu. Dalam kasus khusus ini, ini menghasilkan individualisasi rasisme, yang karenanya menjadi dekontekstualisasi dan depolitisasi. Sementara mereka yang men-tweet bersenang-senang dan menikmati posisi moral mereka bersama, rasisme struktural endemik yang sebenarnya dalam masyarakat tetap tidak terlihat, dan mereka salah menggambarkan, bisa dibilang, pertanyaan kunci yang ditimbulkan oleh ledakan rasis ini.

Sementara badan kerja yang berkembang telah berfokus pada organisasi interaksional wawancara survei telepon, sedikit jika ada penelitian dalam percakapan dan analisis wacana telah memeriksa survei online tertulis sebagai bentuk interaksi bicara. Sementara peneliti survei secara rutin memeriksa tanggapan tersebut menggunakan analisis konten atau metode analisis tematik, ini mengalihkan fokus dari bahasa yang tepat dan mengubah praktik konstruksi yang digunakan oleh responden. Sebaliknya, dalam penelitian ini kami memeriksa tanggapan teks terbuka untuk pertanyaan survei online menggunakan

pendekatan analitik percakapan dan analitik wacana. Berfokus pada praktik konstruksi belokan yang tepat yang digunakan oleh responden survei — khususnya, bagaimana mereka merumuskan tanggapan multi-unit dan memanfaatkan penanda wacana giliran-awal — kami menunjukkan bagaimana responden survei online memperlakukan pertanyaan survei terbuka seperti mereka memperlakukan urutan serupa interaksi dalam pembicaraan survei tatap muka atau telepon, menjadikan survei online sebagai sumber data yang dapat dipertahankan untuk penyelidikan analitik percakapan lebih lanjut.

Artikel sebelumnya dalam masalah

- Studi ini menyelidiki pujian diri selebritas Tiongkok di mikroblog.
- Hasilnya menemukan tiga kategori utama strategi pujian diri.
- Selebriti Cina cenderung memuji diri sendiri secara implisit atau dengan cara yang dimodifikasi.

- Faktor-faktor penggunaan strategi pujian diri oleh para selebriti dijelaskan.
- Implikasi untuk manajemen citra selebriti dan kesopanan Cina dibahas.

Studi tentang pujian diri telah difokuskan pada strategi pujian diri orang biasa baik dalam komunikasi lisan dan di media sosial. Namun, sedikit penelitian yang meneliti bagaimana selebriti melakukan tindak tutur tersebut. Studi ini menyelidiki strategi pragmatis yang digunakan dalam pujian diri selebritas Tiongkok di mikroblog media sosial. Dataset 300 mikroblog yang berisi pujian diri dikumpulkan dari 10 selebritas China (5 pria dan 5 wanita) di situs microblogging China, Weibo. Studi ini menganalisis jenis strategi pujian diri dan persentase setiap strategi yang digunakan oleh selebriti di Weibo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga kategori utama dari strategi pujian diri digunakan, yaitu, pujian diri eksplisit yang dimodifikasi, pujian diri implisit dan pujian diri eksplisit tanpa modifikasi, dalam urutan frekuensi yang menurun. Selain itu, penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang mendasari penggunaan strategi pujian diri oleh selebriti Tiongkok untuk mempertahankan citra positif. Studi ini menambah area pujian diri selebriti yang belum diselidiki dalam konteks online dan pengelolaan gambar selebriti. Implikasi untuk penelitian kesopanan dalam bahasa Cina juga dibahas.

Studi ini melaporkan pemeriksaan kami terhadap kinerja identitas penduduk Tionghoa lokal dan kebijakan bahasa di media Hong Kong. Dalam studi tersebut, kami mengeksplorasi bagaimana penduduk Tionghoa setempat mengawasi penggunaan aksara Tionghoa tertulis dalam konteks di mana bentrokan antara aksara Tionghoa tradisional (terkait dengan Hong Kong) dan aksara Tionghoa yang disederhanakan (terkait dengan Tiongkok daratan) semakin banyak didokumentasikan di media. Untuk memeriksa kinerja identitas penduduk Tionghoa lokal dalam insiden kebijakan bahasa, kami mengidentifikasi kategori sosial yang dibagikan dari 1311 artikel berita, komentar, dan postingan online selama tahun 2015 hingga 2019 untuk dianalisis. Analisis tersebut mengungkapkan bahwa antagonisme dan kategori sosial dianggap dan direproduksi oleh mereka yang partisipasinya dalam insiden kebijakan bahasa terhadap penggunaan karakter Tionghoa yang disederhanakan mencerminkan kinerja identitas mereka. Penemuan ini memperkaya pemahaman kami tentang bagaimana individu menggunakan agen dalam melawan kebijakan bahasa dari atas, dan melakukan kinerja terkait identitas dalam kebijakan bahasa untuk mencapai hasil kebijakan yang mereka inginkan.

Makalah ini menggunakan pendekatan analitis wacana feminis (Sunderland, 2000, Sunderland, 2004, Lazar, 2005, Lazar, 2007) untuk menganalisis sekumpulan posting blog online dan halaman web pribadi dari 'pompa eksklusif' (EPers): wanita yang mengekspresikan ASI sebagai alternatif untuk menyusui dan menggunakan formula bayi. Dengan menggunakan alat dari evaluasi dan analisis sikap (Hunston dan Thompson, 2000, Bednarek, 2006, Myers, 2010), saya meneliti bagaimana EPers membangun opini tentang pemompaan dan pemberian ASI eksklusif. Analisis ini berpusat pada tiga wacana yang saling terkait tentang pemompaan eksklusif (yang dinilai positif dan negatif): (1) pemompaan eksklusif setara dengan menyusui; (2) pemompaan eksklusif sebagai

tantangan; (3) pemompaan eksklusif sebagai mitigasi kegagalan menyusui. Perhubungan wacana ini dapat dilihat sebagai didukung oleh wacana 'menyeluruh' (Sunderland 2000) tentang 'pemompaan eksklusif sebagai abnormal'. Implikasi dari hegemoni, wacana menyeluruh dibahas dalam kaitannya dengan dikotomi yang dibangun antara 'menyusui' versus 'pemberian susu botol'. Saya tunjukkan bagaimana dikotomi ini, dan wacana hegemoni 'EPing as abnormal' / 'breast is best' berfungsi untuk (kembali) menghasilkan wacana normatif keibuan.

Artikel ini membahas bagaimana dikotomisasi ruang gender terus beroperasi sebagai teknologi patriarkal untuk pemeliharaan tatanan sosial hierarkis di periode kontemporer. Mengadopsi perspektif Feminis Critical Discourse Analysis (FCDA), artikel ini mempertimbangkan sejauh mana ideologi spasial *nei-wai* ('di dalam' / 'di luar') bergender di Cina, berdasarkan pada saling melengkapi peran gender, berlaku dalam masyarakat Cina kontemporer. Kami fokus pada wacana keibuan dalam kaitannya dengan dua struktur keluarga yang kontras (keluarga berpenghasilan tunggal dan keluarga berpenghasilan ganda) yang ditampilkan di *reality show* Tiongkok yang populer, *Love Battle*. Data kami didasarkan pada *remediasasi* acara televisi di dua situs web berbagi video Cina. Dengan menggunakan data *remediasi*, kami dapat memberikan analisis gabungan dari

wacana oleh peserta acara serta oleh pemirsa online mereka (melalui fitur danmaku situs web). Analisis gabungan memberikan wawasan tentang penyerapan ideologi nei-wai gender, sebagaimana terbukti dalam sikap dan praktik tentang keibuan dalam masyarakat Cina kontemporer.

Menggambar pada pendekatan diskursif untuk legitimasi (Erkama dan Vaara, 2010; Higgins dan Walker, 2012; Glozer et al., 2019), penelitian ini menyelidiki (de) strategi legitimasi yang digunakan oleh perusahaan dan (potensial) pelanggan di CMC swasta dan publik komunikasi keluhan, dan dinamika interaksi di antara mereka. Dengan menggunakan kerangka kerja Aristotelian tentang etos, logo, dan kesedihan permohonan persuasif, kami menganalisis (1) 91 email (balasan untuk keluhan dari berbagai sampel perusahaan besar Inggris),

(2) 91 reaksi pelanggan terhadap balasan ini di halaman Facebook publik perusahaan dan Twitter, dan (3) 383 komentar tambahan untuk posting ini yang dibuat oleh perusahaan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Hasilnya mengungkapkan pergeseran yang jelas dalam wacana pribadi versus publik perusahaan: Meskipun mereka terutama mencari legitimasi dalam balasan email dengan memperkuat keputusan pengaduan mereka (logo) dan dengan mengakomodasi perasaan pelanggan (pathos dan etos), intervensi media sosial mereka terutama tentang mengarahkan pelanggan ke saluran pribadi untuk menghindari berurusan dengan sisi transaksi penanganan pengaduan di depan umum. Pelanggan, pada gilirannya, mendelegasikan perusahaan-perusahaan ini dengan terutama mengkritik kegagalan layanan dan upaya pemulihan layanan (etos) perusahaan dan - pada tingkat yang lebih rendah - dengan mempertahankan kasus mereka (logo) dan mengekspresikan emosi negatif (kesedihan). Dalam kaitannya dengan dinamika interaksional, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan kurang nyaman dalam menerapkan pendekatan dialogis. Upaya mereka pada penyelesaian diskursif, yaitu, membungkam umpan balik negatif konsumen, secara jelas mengungkapkan kurangnya agen media sosial dan kekuatan untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan melakukan pemulihan layanan yang memadai.

(Bouvier, 2020)

Daftar pustaka :

Bouvier, G. (2020). Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform's ability to define issues of social justice. *Discourse, Context and Media*, 38, 100431. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100431>