

Makna dibalik Pesan “Guru” pada Pidato Menteri Agama: Studi Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough

The Meaning Behind the Message of "Teacher" in the Minister of Religion's Speech: A Critical Discourse Analysis Study of Norman Fairclough's Model

Muhammad Al Bushairi_1, Yani Tri Wijayanti_2, Khoirul Febri Antiko_3, Tika Puspita Sari_4,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia.

242070320003@student.uin-suka.ac.id;

ABSTRACT

The controversy surrounding the Minister of Religious Affairs' speech about teachers, which went viral on social media, illustrates how fragments of discourse can shift in meaning when reproduced by digital platforms and interpreted by the public. The statement "if you want to make money, don't become a teacher, become a trader" became the center of criticism and overshadowed other information, such as the 700 percent increase in PPG participants and the rise in allowances. This situation raises questions about how the meaning of "teacher" is constructed within the speech. This study employs a qualitative approach using Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis to examine the construction of language through three dimensions: text, discourse practice, and sociocultural practice. The findings reveal that the speech constructs the figure of a "teacher" as a moral-spiritual entity through religious metaphors and normative diction, reinforcing a separation between spiritual and material orientations. However, when mediated and circulated online, the meaning shifts into a perceived form of disrespect toward teachers, particularly those facing economic challenges. These findings highlight the importance of sensitivity among public communicators when addressing socially sensitive issues, as well as the need for digital discourse literacy to prevent the public from adopting partial or decontextualized interpretations.

Keywords: Teacher; Critical discourse analysis; Fairclough; Minister of Religious Affairs' speech

ABSTRAK

Fenomena kontroversi pidato Menteri Agama tentang guru yang viral di media sosial menunjukkan bagaimana potongan wacana dapat mengalami pergeseran makna ketika diproduksi ulang oleh media dan diterima publik dalam ruang digital. Pernyataan "kalau mau cari uang, jangan jadi guru, jadi pedaganglah" menjadi fokus kritik dan menutupi informasi lain seperti peningkatan peserta PPG hingga 700 persen dan kenaikan tunjangan, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana makna "guru" dikonstruksi dalam pidato tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough untuk menelusuri konstruksi bahasa melalui tiga dimensi: teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pidato Menag membangun figur "guru" sebagai entitas moral-spiritual melalui metafora religius dan diksi normatif, sekaligus menegaskan pemisahan antara orientasi spiritual dan material. Namun, ketika wacana dipotong dan disebar media, makna tersebut bergeser menjadi bentuk pelecehan terhadap guru, terutama bagi mereka yang menghadapi realitas ekonomi yang sulit. Temuan ini mengindikasikan pentingnya sensitivitas komunikator publik dalam menyampaikan pesan yang menyentuh isu sensitif serta perlunya literasi wacana di ruang digital agar publik tidak terjebak pada pemaknaan parsial.

Kata Kunci : Guru; Analisis wacana kritis; Fairclough; Pidato Mentri Agama

PENDAHULUAN

Fenomena blunder dalam pidato pejabat publik belakangan ini kerap menjadi sorotan masyarakat. Ucapan yang seharusnya menjadi sarana komunikasi kebijakan dan inspirasi justru sering menimbulkan kontroversi (Aeni & F, 2021). Tidak jarang, kata-kata yang dilontarkan pejabat publik memicu kemarahan warga, terlebih ketika menyentuh isu-isu yang dianggap sensitif. Di era digital, potongan pidato yang disebarakan melalui media sosial seperti TikTok dengan cepat menjadi viral, memunculkan berbagai interpretasi dan komentar dari public (Rampen et al., 2024). Salah satu kasus yang ramai diperbincangkan adalah pernyataan Prof. Nasaruddin Umar, Menteri Agama, mengenai guru yang menimbulkan polemik dan beragam reaksi netizen (Caesaria & Prastiwi, 2025a).

Kemunculan Pidato Menteri Agama terkait Guru juga beredar di media sosial. Pidato tersebut diproduksi dan di bingkai lagi oleh berbagai akun, salah satunya adalah unggahan akun Inilah.com di platform tiktok. Klik bait pada unggahan menyorot pada pernyataan Menag yang menjadi kontroversial di masyarakat yang melukai sebagian hati masyarakat terutama yang berprofesi sebagai guru (Rampen et al., 2024), Sehingga Menteri Agama seolah meminta para guru untuk tidak mengikuti pedagang untuk mencari uang. Sebab, tujuan utama guru adalah mencerdaskan orang. “Kalau niat cari uang, jangan jadi guru, jadi pedaganglah,” ujar dia (Fadhil, 2025).

Gambar. 1 Halaman Utama Video



Sumber: Tangkapan Layar di Tiktok @[Inilah.com](https://www.tiktok.com/@inilah.com)

Perumpamaan yang dilakukan oleh Menag dinilai telah mencederai kepercayaan masyarakat (Caesaria & Prastiwi, 2025b). Fairclough (1995) menjelaskan bahwa Kata-kata yang digunakan dapat berfungsi layaknya pedang bermata dua, di satu sisi memberi inspirasi, di sisi lain dapat melukai perasaan kolektif masyarakat. Ketika ujaran pejabat publik menjadi konsumsi massal, publik merasa memiliki ruang untuk merespons dengan berbagai cara, mulai dari kritik hingga parodi. Dalam konteks ini, bahasa tidak lagi hadir sebagai instrumen netral, melainkan medium ideologis yang berpotensi memperkuat maupun menantang relasi kuasa (Mukromiyah et al., 2023).

Dampak dari penggunaan bahasa tersebut terlihat ketika pernyataan Menag dalam forum itu menyebar luas di media sosial dan menjadi bahan perbincangan publik (Afandy, 2025). Ujaran tersebut tidak hanya memunculkan kritik, tetapi juga membuka ruang bagi berbagai tafsir yang muncul dari latar pemahaman dan pengalaman warganet yang beragam (Mulyanto et al., 2023). Sehingga menurut Trianto (2024) Fenomena ini menunjukkan bagaimana makna sebuah pernyataan dapat berkembang ketika memasuki ruang digital yang dinamis dan penuh interaksi sosial (Trianto et al., 2025). Situasi tersebut kemudian tampak pada unggahan video dari *Inilah.com* di *TikTok* yang menampilkan cuplikan pernyataan Menteri Agama.

Berdasarkan unggahan video dari *Inilah.com* di *TikTok* pada 3 September 2025, terdapat cuplikan pernyataan Menteri Agama yang kemudian menarik perhatian publik. Video tersebut menjadi bahan diskusi di ruang digital karena menampilkan bagian pidato yang dianggap sensitif oleh sebagian warganet. Sejalan dengan Sinaga (2024) Reaksi yang muncul menunjukkan adanya dua bentuk penafsiran terhadap isi pidato, yaitu secara tekstual yang berfokus pada makna harfiah dan secara kontekstual yang mempertimbangkan situasi serta maksud penyampaian (Sinaga & Sahputra, 2024). Unggahan itu menjadi viral dengan jumlah suka sekitar 989,4 ribu dan ditonton lebih dari 35,1 juta kali serta dikomentari lebih dari 75.200.

Salah satu komentar yang menafsirkan secara tekstual datang dari akun @syahroni699, yang menyatakan, “Menteri agama gak usah digaji, kan berjuang demi menegakkan agama.” Komentar ini mendapatkan 338.700 suka dan 3.885 balasan dari pengguna lain. Di sisi lain, terdapat komentar yang menunjukkan penafsiran kontekstual dari akun @intan, yang menuliskan, “Ternyata banyak yang gak bisa nangkap makna bapaknya.” Komentar ini memperoleh 14.600 suka dan 669 balasan. Kedua komentar tersebut menjadi contoh bagaimana warganet memberikan respons beragam terhadap isi pidato Menag yang beredar di media sosial.

Perbedaan kedua komentar ini menunjukkan adanya dinamika dalam ruang digital, di mana publik tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga berperan aktif dalam menafsirkan dan membentuk ulang makna dari suatu pernyataan (Idmayanti & Rahayu, 2025). Video pidato Menag yang tersebar di *TikTok* memperlihatkan bagaimana warganet terlibat dalam membentuk arus percakapan di media sosial. Komentar, reaksi, dan berbagai bentuk unggahan ulang menjadi bagian dari proses pembentukan makna baru (Pratama & Lestari 2024). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat penyebaran informasi, melainkan juga ruang bagi masyarakat untuk membangun opini dan pandangan bersama (Srikandi et al., 2023).

Oleh karena itu memahami makna dari pesan yang disampaikan oleh Menag terkait guru maka perlu pendekatan analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Fairclough. Analisis ini digunakan karena bahasa dalam pidato kenegaraan bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium untuk membentuk realitas sosial dan politik, sehingga menurut Fairclough (1998) analisis dipusatkan pada bagaimana bahasa itu terbentuk dan dibentuk dari relasi sosial dan konteks sosial tertentu (Eriyanto, 2011). Fairclough membagi analisis wacana menjadi tiga dimensi, yaitu: teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural.

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini merumuskan permasalahan utama mengenai bagaimana makna di balik pesan “guru” dalam pidato Menteri Agama. Istilah “guru” dipahami

tidak sekadar sebagai profesi pengajar, melainkan sebagai simbol nilai dan ideologi yang dibangun melalui bahasa pidato. Melalui pendekatan analisis wacana kritis, penelitian ini berupaya menyingkap makna tersembunyi yang merepresentasikan relasi kuasa dan kepentingan tertentu. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengungkap konstruksi makna dan pesan ideologis di balik penyebutan “guru” oleh Menteri Agama.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian Analisis Wacana Kritis (AWK). Pendekatan ini dipilih karena mampu menyingkap hubungan yang tidak tampak antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam konteks sosial. Model AWK dari Norman Fairclough digunakan untuk melihat bagaimana bahasa menjadi praktik sosial yang merefleksikan relasi kuasa (Eriyanto, 2011). Analisis ini juga menekankan keterkaitan antara teks dan konteks sosial yang membentuk makna (Rohana & Syamsuddin, 2021). Melalui AWK, peneliti dapat menelusuri ideologi yang tersembunyi di balik konstruksi wacana (Muhammadiyah, 2024). Dengan demikian, pendekatan ini membantu memahami bagaimana bahasa berperan dalam membentuk dan mempertahankan kekuasaan dalam masyarakat.

Analisis dilakukan dalam tiga tahap utama. Pertama, analisis teks mengidentifikasi elemen linguistik seperti diksi inklusif, repetisi, dan metafora pembangunan yang membentuk narasi keberhasilan. Kedua, analisis praktik wacana menelaah produksi serta penyebaran pidato oleh tim komunikasi dan media dengan agenda masing-masing. Ketiga, analisis praktik sosiokultural menempatkan pidato dalam konteks sosial-politik untuk melihat strategi legitimasi kekuasaan. Ketiga tahap ini mengikuti model tiga dimensi Fairclough yang menautkan teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural (Eriyanto, 2011). Pendekatan ini menegaskan bahwa bahasa berfungsi sebagai praktik ideologis yang membentuk realitas sosial (Muhammadiyah, 2024). Dengan demikian, analisis ini memberi gambaran utuh tentang konstruksi makna dan kekuasaan dalam wacana politik (Rohana & Syamsuddin, 2021).

Data penelitian diperoleh dari tiga sumber utama: video pidato Menteri Agama (Menag) pada pembukaan PPG Batch 3 yang diunggah melalui kanal YouTube Pendis Channel, postingan video yang diunggah akun TikTok @inilah.com beserta kolom komentar netizen, serta liputan media daring yang membingkai isu tersebut. Pendekatan triangulasi data diterapkan untuk meningkatkan validitas temuan dengan membandingkan isi pesan dalam video asli, cara media dan akun publik mendistribusikan serta membingkai wacana, dan bagaimana masyarakat menginterpretasikan serta meresponnya di ruang digital. Strategi ini sejalan dengan model tiga dimensi Fairclough yang menekankan keterkaitan antara teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural (Eriyanto, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

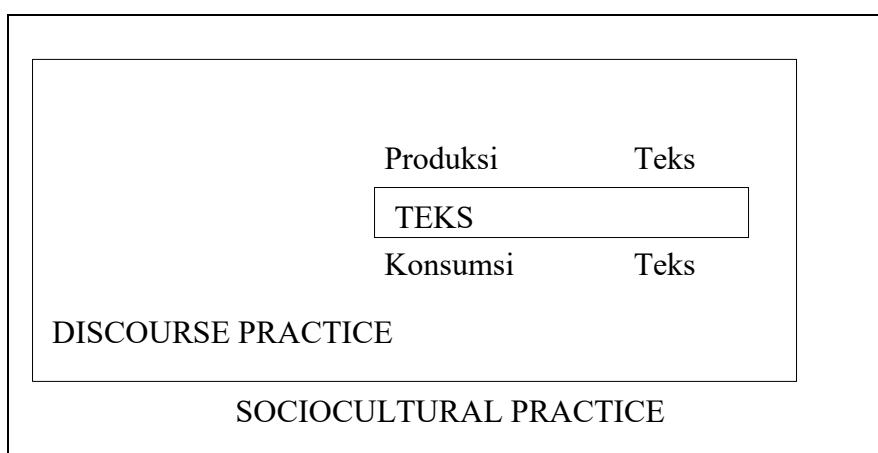
Fenomena viralnya pidato Menteri Agama tentang guru di TikTok menunjukkan bagaimana isi pidato pejabat publik memicu perbincangan publik. Potongan video tersebut turut

disebarkan oleh berbagai akun di media sosial. Salah satu akun tiktok yang memberitakan adalah akun @inilah.com yang menyoroti isi pidato tersebut dan membentuk persepsi di kalangan masyarakat terhadap pemaknaan terhadap guru. Klik bait yang ditulis @inilah.com menyatakan “Kalau niat cari uang, jangan jadi guru, jadi pedagang”. Sehingga pernyataan ini viral dan disebarakan diberbagai platform media sosial.

Penyebaran pernyataan ini menunjukkan bahwa media dapat memperkuat dan mengubah makna sebuah wacana di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menelaah secara kritis konstruksi wacana dalam pidato menteri agama pada saat memberikan sambutan pada pembukaan PPG 3 yang dilaksanakan di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Potongan video ini lantas memberikan pendangkalan makna yang disebarakan oleh media terutama pada pemberitaan akun @inilah.com. Untuk pembahasan wacana secara mendalam, penelitian ini menggunakan tiga dimensi analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Peneliti menggunakan tiga dimensi analisis wacana kritis model Norman Fairclough untuk meneliti makna pidato Menteri Agama yang membahas “guru” sebagai pekerjaan yang mulia yang menempatkan lebih luhur dari pedagang. Analisis ini mencakup dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosial yang saling berkaitan. Pada dimensi teks, peneliti menelaah struktur bahasa, pilihan diksi, serta gaya penyampaian berita. Dimensi praktik wacana digunakan untuk melihat bagaimana berita tersebut diproduksi dan ditafsirkan di media sosial. Adapun dimensi praktik sosial membantu memahami konteks sosial dan ideologi yang melatarbelakangi konstruksi makna dalam pemberitaan tersebut.

Tabel. 1



Sumber: Eriyanto (2011)

Analisis teks

Kajian terhadap teks pidato pada analisis wacana kritis Norman Fairclough bertujuan untuk melihat bagaimana bahasa membangun makna, menyampaikan ideologi, dan menegaskan

otoritas penutur. Fairclough (1995) menjelaskan bahwa wacana tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi turut memproduksi melalui pilihan kata dan struktur retorika. Eriyanto (2001) juga menegaskan bahwa analisis pada level teks menjadi pintu awal untuk mengungkap maksud dan nilai yang diselipkan penutur. Pendekatan ini relevan ketika pidato membahas makna “guru”, karena konstruksi figur guru dibentuk melalui metafora, diksi spiritual, dan penegasan normatif. Dengan demikian, dimensi tekstual menjadi dasar untuk memahami bagaimana pidato tersebut menghadirkan figur guru secara moral dan ideologis.

Secara moral dan ideologis, Menag mencoba untuk menegaskan perbedaan antara seorang guru agama. *“Seorang guru agama pasti sangat beda dengan seorang guru sekuler. Ya, kalau guru sekuler hanya guru di depan kelas, tetapi guru agama, guru di luar kelas juga. Seorang pendidik itu benar-benar konsisten, istiqamah menjalankan apa yang dia ketahui.”* Kutipan ini membangun adanya dikotomi dalam menempatkan guru agama pada posisi lebih tinggi secara moral dibanding guru sekuler melalui pilihan diksi seperti *“sangat berbeda”* dan penekanan pada konsistensi perilaku dalam kehidupan di kelas maupun di luar kelas. Struktur kalimat yang evaluatif menegaskan bahwa nilai seorang pendidik tidak hanya diukur dari kompetensi mengajar, tetapi dari keselarasan antara pengetahuan dan praktik kehidupannya.

Keselarasan antara pengetahuan dan praktik kehidupan membuat makna guru agama dianggap memiliki representasi hierarkis yang lebih tinggi daripada guru sekuler karena dianggap memiliki nilai-nilai yang luhur. Sehingga memperlihatkan ideologi yang memprioritaskan pendidikan berbasis nilai keagamaan. Pengungkapan kemuliaan guru tercermin ketika ia mengungkan seorang guru harus memiliki jiwa yang suci. *“Guru itu betul-betul perlu melakukan proses pembatinan materi ajarnya... Seorang guru itu harus suci di langit, suci di bumi... guru betul-betul melakukan proses pemberkahan (tabarruk) terhadap muridnya.”* Kutipan ini membentuk konstruksi guru sebagai figur moral dan spiritual yang ideal melalui diksi religius seperti *“pembatinan”*, *“nabi kecil”*, *“suci”*, dan *“tabarruk”*.

Diksi religiusitas ini menunjukkan bahwa terdapat upaya sistematis dalam memilih diksi untuk mengangkat profesi Guru ke tingkat spiritual yang sangat tinggi yang disebut proses *sacralization* (Suits, 2023). Menag berulang kali menyamakan guru dengan istilah-istilah religius dan tasawuf seperti “mursyid” (pembimbing spiritual), “syekh” (guru besar), hingga sebutan ekstrem “nabi kecil”. Sehingga diksi semacam ini secara efektif mengideologisasikan profesi guru sebagai panggilan suci yang imbalan utamanya adalah amal jariah dan ganjaran di akhirat. Puncak dari strategi wacana ini adalah penciptaan dikotomi yang tegas antara spiritualitas dan materialisme. Sehingga dikotomi ini membuat adanya pernyataan kontroversial: *“Kalau mau cari uang, jangan jadi guru, jadi pedaganglah”*.

Ungkapan ini ia sampaikan di bagian penutup pidato sebagai ungkapan penegasan bahwa guru memiliki sifat yang sakral dari orientasi materialism. *“Kalau mau cari uang jangan jadi guru, tapi jadi pedagang”* merupakan pernyataan yang menguatkan konstruksi sebelumnya

tentang guru sebagai figur moral spiritual yang ideal dan suci. Setelah sebelumnya menempatkan guru sebagai “*Mursyid*”, “*Syekh*”, bahkan “*nabi kecil*”, “*suci di langit dan bumi*”, serta pembawa “*tabarruk*”. Sehingga pernyataan ini mempertegas bahwa profesi guru tidak boleh didorong oleh orientasi material. Namun diksi tersebut menciptakan oposisi tegas antara guru dan pedagang. Oleh karena itu, pedagang diasosiasikan dengan pencarian keuntungan, sementara guru diasosiasikan dengan pengabdian moral dan kesucian. Menag membangun wacana bahwa kemuliaan guru justru terletak pada penolakannya terhadap motivasi ekonomis.

Menag mencoba untuk menegaskan kemuliaan seorang guru dari motivasi ekonomis dan menggambarkan sebagai figur yang tidak menempatkan ambisi finansial sebagai orientasi utama. Narasi tersebut membangun dikotomi antara guru dan pedagang, sehingga tampak adanya pemisahan nilai dalam memaknai profesi. Dalam bingkai ini, Menag seolah menempatkan aspek spiritual sebagai fondasi utama yang harus dikedepankan oleh seorang guru. Sehingga pernyataan tersebut juga mengindikasikan upaya menggeser perhatian dari hak ekonomi menuju dimensi moral dan religius. Dengan demikian, “*tunjangan spiritual*” diposisikan sebagai kompensasi simbolik yang dianggap lebih mulia daripada kesejahteraan material.

Praktik wacana

Dimensi Praktik Wacana berfungsi sebagai tahap tengah dalam model tiga dimensi Fairclough. Fokus utamanya adalah menganalisis proses sosial di mana teks (apa yang dikatakan) diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi (atau diterima), sekaligus melihat bagaimana wacana-wacana yang berbeda saling berinteraksi. Dalam konteks pidato Menag, dimensi ini menunjukkan bagaimana makna pidato dibingkai, difilter, dan diperebutkan saat berpindah dari podium ke ruang publik.

Produksi teks

Produksi teks merujuk pada bagaimana pidato disusun oleh Institusi Kementerian Agama dan siapa audiens utamanya. Pidato ini diproduksi dengan mencampurkan dua genre wacana yang berbeda, yaitu genre politik dan genre keagamaan. Genre Politik/Institusional digunakan saat Menag melaporkan capaian kuantitatif program, misalnya terkait peningkatan sertifikasi 700%, yang bertujuan untuk melegitimasi kinerja pemerintah di mata peserta PPG dan publik. Kemudian dicampur dengan Genre Keagamaan, terutama saat membahas kemuliaan seorang guru agama yang tidak bisa dicampurkan dengan orientasi material. Pencampuran genre ini merupakan strategi pengalihan fokus pada audiens. Ketika isu sensitif tentang hak material guru muncul, wacana segera digeser ke ranah moral, etika, dan spiritualitas. Dengan demikian, produksi teks ini telah mendefinisikan batas-batas diskusi sejak awal, mengarahkan audiens untuk fokus pada pengabdian, bukan tuntutan.

Distribusi teks

Pidato ini memiliki beberapa jalur distribusi. pertama, disampaikan langsung kepada audiens primer, yaitu peserta Program Pendidikan Profesi Guru (PPG) di UIN Jakarta dan kedua, disiarkan secara resmi melalui kanal YouTube Pendis channel. Dalam konteks ini, tujuan distribusi adalah bersifat institusional, yaitu untuk menguatkan etos spiritual guru pada peserta program PPG. Oleh karena itu, audiens primer diharapkan menerima pesan tentang Guru Ideal, sehingga tujuan komunikasi pada tahap awal ini masih relatif terkontrol dan sesuai dengan agenda institusi yang memaknai guru menjadi profesi guru yang mulia dan tidak bermaksud untuk menyudutkan profesi lainnya.

Namun wacana ini berubah makna ketika masuk ke tahap reproduksi dan distribusi ulang oleh pihak eksternal, yaitu media berita *online* dan media sosial. Pada tahap ini, terjadi fragmentasi pesan secara agresif. Media, yang beroperasi dengan logika *clickbait* dan profit, tidak menyajikan keseluruhan konteks spiritual tentang *amal jariah* dan spritual, melainkan secara sengaja mengisolasi frasa yang paling tajam, yaitu: "Kalau mau cari uang, jangan jadi guru, jadi pedaganglah". Dan pernyataan ini menjadi *headline* utama dalam berita, sehingga praktik ini merupakan proses pengolahan wacana yang mengubah fungsi teks. Pesan yang semula adalah "nasihat moral" untuk Guru Ideal diubah menjadi "kecaman atau pelecehan" terhadap guru. Akibatnya, wacana yang disajikan ke publik menjadi negatif, karena secara langsung menabrak realitas sosial guru honorer yang memang bergumul dengan isu kesejahteraan, yang pada akhirnya memicu konflik resepsi.

Konsumsi teks

Tahap Konsumsi Teks dalam Praktik Wacana menunjukkan perbedaan penafsiran yang tajam antara audiens primer dan audiens sekunder. Bagi peserta PPG sebagai audiens primer yang hadir langsung di forum, mereka cenderung mengonsumsi teks dalam bingkai institusional dan komitmen moral. Mereka menafsirkan pesan Menag tentang Guru sebagai "mursyid" atau "amal jariah" sebagai dorongan idealisme, pengakuan, dan penegasan kemuliaan profesi yang baru mereka masuki. Penafsiran ini bersifat *internalisasi* (penerimaan), karena sejalan dengan tujuan mereka untuk menjadi Guru Ideal yang bersertifikat dan berorientasi pada pengabdian. Dalam konteks forum tersebut, pesan ini berfungsi untuk menanamkan Ideologi Pensucian profesi sebagai prasyarat utama keberhasilan mereka.

Namun, ketika pesan tersebut ditransformasikan melalui media *online* dan media sosial, audiens sekunder yang terdiri dari guru honorer, aktivis, dan publik luas, mengonsumsi teks dalam bingkai yang sepenuhnya berbeda, yaitu Realitas Ekonomi dan Keadilan Sosial. Akibat fragmentasi pesan oleh media, frasa "kalau mau cari uang, jangan jadi guru, jadi pedaganglah" ditafsirkan sebagai bentuk pelecehan dan penolakan terhadap perjuangan mereka menuntut upah layak. Penafsiran ini menghasilkan konflik resepsi yang ekstrem, audiens eksternal melihat pernyataan itu sebagai pola pejabat mengalihkan tanggung jawab negara dengan menggunakan

retorika moral, dan bukannya menerima ideologi pensucian, mereka justru menegaskan ideologi hak dan kesejahteraan. Dengan demikian, konsumsi teks oleh publik luas membuktikan bahwa makna pesan tidak ditentukan oleh niat pembicara, melainkan oleh konteks sosial dan ideologi yang diperjuangkan oleh penerima pesan.

Praktik Sosiokultural

Pada level praktik sosiokultural, wacana mengenai kemuliaan guru tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan institusional yang lebih luas. Dalam masyarakat Indonesia, profesi guru sering dikaitkan dengan nilai pengabdian, keikhlasan, dan moralitas yang tinggi. Norma sosial ini membentuk ekspektasi bahwa guru harus menjadi teladan spiritual sekaligus pembimbing moral bagi murid. Karena itu, ketika pidato menekankan guru sebagai “nabi kecil” atau figur “suci di langit dan bumi”, tuturan tersebut selaras dengan konstruksi budaya yang telah lama hidup, yaitu bahwa guru memiliki status simbolik yang lebih tinggi dibanding profesi lain, meskipun tidak selalu diikuti oleh peningkatan kesejahteraan.

Praktik sosiokultural ini juga berada dalam konteks relasi kuasa antara negara, institusi pendidikan, dan masyarakat. Ketika pejabat publik menegaskan bahwa guru tidak pantas mengejar uang, wacana tersebut berfungsi menormalkan struktur sosial yang ada bahwa profesi guru harus menerima kondisi ekonomi yang tidak selalu memadai. Narasi ini bekerja sebagai mekanisme ideologis yang menjaga stabilitas sistem pendidikan tanpa harus secara langsung membahas persoalan struktural seperti gaji, fasilitas, dan beban kerja. Dengan demikian, pidato ini tidak hanya memosisikan guru secara moral, tetapi juga menata ekspektasi publik tentang apa yang dianggap wajar atau layak bagi profesi tersebut.

Padahal sebelumnya Menteri Agama telah menyampaikan dua capaian penting, yaitu peningkatan hingga 700 persen pada jumlah guru yang mengikuti program PPG dibandingkan tahun 2024 serta adanya kenaikan tunjangan dari semula sekitar Rp1,5 juta dengan tambahan Rp500 ribu menjadi Rp2 juta. Kedua capaian ini diposisikan sebagai bukti komitmen pemerintah dalam memperkuat profesionalitas sekaligus kesejahteraan guru. Penyebutan angka-angka tersebut menunjukkan bagaimana pemerintah mengupayakan kesejahteraan guru. Pernyataan capaian menag, kemulian guru tenggelam dengan pertanyaan yang kontroversial, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah memahami wacana hanya dengan melihat dengan konten yang viral sehingga merubah isi makna yang disampaikan menag.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pidato Menteri Agama membentuk konstruksi wacana yang menempatkan “guru” sebagai figur moral dan spiritual yang sangat luhur melalui penggunaan metafora religius, diksi normatif, serta penekanan pada kesucian dan pengabdian. Meskipun pidato juga memuat capaian objektif berupa peningkatan partisipasi PPG hingga 700 persen dan kenaikan tunjangan, pesan tersebut tenggelam oleh kutipan kontroversial yang

terfragmentasi di media sosial. Analisis pada dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural memperlihatkan bahwa makna pidato mengalami pergeseran ketika diproduksi ulang oleh media dan diterima oleh publik, sehingga memunculkan penafsiran yang berbeda antara audiens primer dan audiens digital.

Hasil penelitian menegaskan bahwa penggunaan bahasa dalam pidato pejabat publik tidak dapat dilepaskan dari relasi kuasa, ideologi, dan konteks sosial yang mengitarinya. Wacana mengenai guru sebagai figur suci berfungsi sebagai legitimasi moral sekaligus pengalihan dari isu kesejahteraan yang menjadi tuntutan struktural banyak guru. Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan perlunya komunikator publik untuk lebih memperhatikan sensitivitas sosial dalam membungkus pesan, terutama pada isu yang berkaitan dengan profesi strategis seperti guru yang memiliki beban simbolik dan realitas ekonomi yang kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, E. S., & F, Y. A. (2021). *PIDATO PEJABAT PEMERINTAHAN BERKAITAN DENGAN PANDEMI COVID-19*. 10(1), 77–86. <https://doi.org/10.22460/semantik.v10i1.p77-86>
- Afandy, H. (2025, September 5). Guru Madrasah Tidak Sejahtera Diminta Ikhlas, Menteri Agama Tidak Punya Empati. *Suaramerdeka*. https://jakarta.suaramerdeka.com/nasional/13415862688/guru-madrasah-tidak-sejahtera-diminta-ikhlas-menteri-agama-tidak-punya-empati?utm_source=chatgpt.com#google_vignette
- Caesaria, S. D., & Prastiwi, M. (2025a). *Sebut Guru Jangan Seperti Pedagang, P2G Sebut 3 Kesalahan Fatal Isi Pidato Menag*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/edu/read/2025/09/04/192000771/-sebut-guru-jangan-seperti-pedagang-p2g-sebut-3-kesalahan-fatal-isi-pidato>
- Caesaria, S. D., & Prastiwi, M. (2025b, September 4). Menag Nasaruddin Minta Maaf: Tak Ada Niat Merendahkan Guru. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/edu/read/2025/09/04/085500871/menag-nasaruddin-minta-maaf-tak-ada-niat-merendahkan-guru>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana ; Pengantar Analisis Teks Media*. LKiS.
- Fadhil, H. (2025, September 3). Menag: Kalau Mau Cari Uang Jadi Guru, Jadi Pedagang. *Detikjatim*. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-8095001/menag-kalau-mau-cari-uang-jangan-jadi-guru-jadi-pedagang>
- Idmayanti, N., & Rahayu, M. (2025). DINAMIKA RESEPSI AUDIENS DALAM MENGONSUMSI KONTEN INFORMATIF AKUN X @ KAI121 Nia Idmayanti , Muthia Rahayu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. *Jurnal Reputasi*, 21(02), 78–83.
- Muhammadiyah, M. (2024). *ANALISIS WACANA KRITIS*. Azkiya Publishing.
- Mukromiyah, S., Fitriani, A., Maula, A., Fatmalasari, E., & Siti Nurjamilah, A. (2023). Analisis Kesalahan Berbahasa Dalam Pidato Tokoh Politik Indonesia Masa Bakti 1945-Sekarang Ditinjau Dari Perspektif Linguistik. *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa*, 1, 272–296. <https://doi.org/10.59059/perspektif.v1i4.754>
- Mulyanto, A., Probawati, A., & Purnamasari, R. (2023). ANALISIS GAYA BAHASA SINDIRAN DALAM VIDEO TIKTOK RIAN FAHARDHI. *Semantik*, 12, 141–160. <https://doi.org/10.22460/semantik.v12i2.p141-160>
- Rampen, N. S., Boer, N., & Gultom, S. M. (2024). Kontroversi Mengenai Konten Berita Pejabat Publik di Media Sosial. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3 SE-Articles), 775–781. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i3.3381>
- Rohana, & Syamsuddin. (2021). *Analisis Wacana*. Universitas Negeri Makassar Press.
- Sinaga, N. S., & Sahputra, D. (2024). *Analysis of Audience Reception to TikTok Content @ Vmuliana as*

- an Educational Media in the Career Field. 1*, 48–54.
- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). *AUDIENS SEBAGAI GATEKEEPER PADA MEDIA SOSIAL. 7*(2), 179–192.
- Suits, D. S. (2023). Leadership sacralization in Elite Traditional International Baccalaureate schools: a Jungian lens review and analysis. *International Journal of Leadership in Education*, 1–23.
<https://doi.org/10.1080/13603124.2023.2284287>
- Trianto, R. A., Mansur, S., Azlam, R., Asse, A., Ilmu, F., Universitas, K., Buana, M., Branding, P., & Pranowo, G. (2025). RESEPSI KHALAYAK PADA PERSONAL BRANDING GANJAR. *Jurnal Visi Komunikasi, 21*(01), 113–127.