

**ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH PADA YOUTUBE HELMY
YAHYA BICARA, “NGOBROL BISNIS DENGAN SULTAN CILIK 1 MILYAR”**

Sarma Panggabean¹, Mira Sinurat², Nomi Agustina Simorangkir³, Crisdayanti Sitorus⁴,
Meldalena Hutasoit⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas HKBP Nommensen Medan

Email: sarmapanggabean@uhn.ac.id¹, natasiamira@gmail.com²,
nomi.agustinasimorangkir@studentuhn.ac.id³, crisdayanti.sitorus@studentuhn.ac.id⁴,
lenahutasoitmelda@gmail.com⁵

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana kesuksesan finansial dan representasi ideologi kapitalisme dalam video podcast YouTube Helmy Yahya Bicara berjudul “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar” dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menelaah tiga dimensi analisis Fairclough, yaitu dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural. Data penelitian berupa tuturan verbal dan elemen visual dalam video, serta tanggapan audiens di kolom komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa dalam video digunakan untuk membangun citra anak muda mandiri dan produktif secara ekonomi. Pada dimensi praktik wacana, Helmy Yahya berperan sebagai fasilitator ideologi kapitalis melalui framing positif terhadap kesuksesan anak di bawah umur, sedangkan platform YouTube memperkuat penyebaran nilai tersebut melalui sistem algoritmiknya. Pada dimensi praktik sosiokultural, fenomena “sultan cilik” merefleksikan pergeseran nilai masyarakat Indonesia dari kolektivisme menuju individualisme neoliberal yang mengutamakan kemandirian dan akumulasi modal sejak usia dini. Dengan demikian, wacana dalam video ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan inspiratif, tetapi juga sebagai sarana reproduksi ideologi kapitalisme dalam budaya digital kontemporer.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Norman Fairclough, YouTube, Ideologi Kapitalisme

Abstract: This study aims to analyze the discourse of financial success and the representation of capitalist ideology in the YouTube podcast Helmy Yahya Bicara titled “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar” using Norman Fairclough’s Critical Discourse Analysis (CDA) approach. The research employs a descriptive qualitative method by examining Fairclough’s three dimensions of analysis: textual, discursive practice, and sociocultural practice. The data consist of verbal utterances and visual elements in the video, as well as audience responses in the comment section. The findings reveal that language in the video constructs the image of young people as independent and economically productive individuals. In the discursive practice dimension, Helmy Yahya acts as a facilitator of capitalist ideology through positive framing of child entrepreneurship, while the YouTube platform amplifies this value through its algorithmic system. In the sociocultural practice dimension, the “sultan cilik” phenomenon

reflects a shift in Indonesian social values from collectivism to neoliberal individualism that emphasizes independence and capital accumulation from an early age. Thus, the discourse in this video functions not only as inspirational entertainment but also as a means of reproducing capitalist ideology in contemporary digital culture.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Norman Fairclough, YouTube, Capitalist Ideology

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu aspek terpenting dalam pembangunan suatu bangsa, sebagaimana ditekankan oleh Ki Hajar Dewantara dalam pemikirannya yang dikutip oleh Haryati (2019) dalam buku Pemikiran Pendidikan Ki Hajar Dewantara. Menurut Ki Hajar, pendidikan adalah upaya untuk memajukan budi pekerti, pikiran, dan jasmani anak-anak agar mereka dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya. Sebagai dasar pembentukan generasi berkualitas, pendidikan formal selalu menjadi sorotan banyak pihak. Namun, di samping itu, wacana tentang kesuksesan finansial, kewirausahaan, dan sosok inspiratif di usia muda semakin mendominasi ruang publik, terutama di era digital. Narasi tentang “sultan cilik”, yaitu anak muda berpenghasilan fantastis atau pebisnis sukses, kini menjadi referensi baru dalam memaknai kesuksesan dan masa depan. Wacana ini sering direpresentasikan sebagai hasil dari inovasi, kegigihan, dan pemanfaatan peluang digital, yang pada akhirnya membentuk pandangan masyarakat tentang etos kerja, aspirasi, dan nilai-nilai keberhasilan. Seperti yang dikemukakan oleh ahli media digital Henry Jenkins (2006) dalam konsep participatory culture, era digital memungkinkan narasi semacam ini menyebar secara viral, memengaruhi persepsi kolektif tentang mobilitas sosial dan kekayaan sebagai ukuran utama kesuksesan.

Podcast telah menjadi salah satu media yang efektif dan populer di kalangan masyarakat untuk menyampaikan opini, pengalaman, dan pandangan secara terbuka. Media ini memungkinkan diskusi isu-isu penting, termasuk ideologi ekonomi, kekuasaan, dan sosial-budaya, dengan bahasa yang santai namun tetap informatif. Khususnya platform YouTube, dengan fitur visual dan interaktifnya, menjadi wadah utama bagi tokoh publik seperti Helmy Yahya untuk menyajikan konten inspiratif dan edukatif. Oleh karena itu, analisis wacana kritis (AWK) pada media podcast ini menjadi penting untuk memahami bagaimana narasi kesuksesan finansial, khususnya yang melibatkan anak muda, dibangun, dipersepsikan, dan diterima oleh masyarakat. Norman Fairclough (1995), dalam bukunya Critical Discourse Analysis: The

Critical Study of Language, menegaskan bahwa AWK bukan hanya menganalisis bahasa sebagai struktur, melainkan juga sebagai alat kekuasaan yang mereproduksi ideologi dominan, seperti kapitalisme neoliberal yang mempromosikan individualisme dan akumulasi kekayaan sebagai norma sosial. Pendekatan ini selaras dengan pandangan Teun van Dijk (2008), yang menyebut wacana media sebagai arena di mana ideologi kelas atas direproduksi untuk membentuk opini publik, sering kali menyembunyikan ketidakadilan struktural di balik cerita sukses pribadi.

Penelitian tentang AWK pada media telah banyak dilakukan sebelumnya. Beberapa studi mengkaji wacana berita menggunakan Model Norman Fairclough, seperti Barus dkk. (2023) yang menganalisis laman berita tentang Kurikulum Merdeka dan menemukan bahwa wacana tersebut cenderung mendukung kebijakan pemerintah dengan menekankan fleksibilitas dan inovasi pendidikan sebagai solusi utama, sambil mengabaikan tantangan implementasi di daerah terpencil. Sementara itu, Sholikhati dan Mardikantoro (2017) meneliti wacana berita politik dan mengungkap bagaimana bahasa media mereproduksi stereotip gender dalam liputan pemilu, dengan membagi analisis ke dalam tiga dimensi Fairclough: teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural. Demikian pula, Saraswati dan Sartini (2017) menerapkan pendekatan serupa pada berita lingkungan, di mana mereka menunjukkan bahwa narasi korporasi sering kali mendominasi untuk membenarkan eksplorasi sumber daya, sehingga memperkuat ideologi kapitalis.

Pendekatan Fairclough juga diterapkan pada media video, misalnya Parina dan Caropeboka (2022) yang menganalisis makna pernyataan dalam video ceramah agama dan menemukan bahwa dixi yang digunakan membangun otoritas spiritual sambil menyiratkan hierarki sosial. Siswanto dan Febriana (2017) menelaah representasi Indonesia dalam stand-up comedy Pandji Pragiwaksono, di mana humor digunakan untuk mengkritik isu nasional seperti korupsi dan identitas budaya. Niarahmah dkk. (2023) membahas penggunaan dixi pada video "Mbah Nun Kesambet" dan mengungkap bagaimana bahasa mistis tersebut merepresentasikan resistensi terhadap modernitas urban. Selain itu, penelitian pada YouTube semakin berkembang. Hasanah dkk. (2024) menganalisis bahasa asing dalam iklan minuman "Floridina" dan menemukan bahwa campuran bahasa Inggris-Indonesia menciptakan citra global yang menarik konsumen muda sekaligus mereproduksi superioritas budaya Barat. Sihombing dkk. (2024) meneliti wacana kritis pada podcast YouTube Kompas TV tentang isu politik dan mengidentifikasi pola hegemoni media dalam membentuk opini publik tentang demokrasi.

Shania dan Sobandi (2023) mengungkap inovasi demokrasi dalam wacana aborsi di YouTube dengan menunjukkan bagaimana komentar pengguna mencerminkan pergeseran norma sosial dari tabu menjadi diskusi terbuka. Meskipun demikian, penelitian yang memfokuskan pada AWK mengenai representasi kesuksesan dan kekayaan anak muda melalui podcast YouTube masih terbatas. Akan tetapi, hal ini krusial untuk mengkritisi bagaimana narasi semacam itu memperkuat ideologi kapitalis, sebagaimana dijelaskan oleh David Harvey (2005) dalam *A Brief History of Neoliberalism*, bahwa kesuksesan finansial sering kali digambarkan sebagai hasil usaha individu semata dengan mengabaikan faktor struktural seperti akses modal dan jaringan sosial.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana bahasa dan kata-kata yang diungkapkan dalam video podcast YouTube Helmy Yahya Bicara berjudul Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Milyar digunakan untuk merepresentasikan wacana kesuksesan finansial, kewirausahaan, dan sosok “sultan cilik”. Selain itu, penelitian ini juga menelaah bagaimana wacana tersebut disebarluaskan dan diterima oleh publik secara umum, terutama melalui tanggapan masyarakat di kolom komentar video podcast tersebut. Selanjutnya, penelitian ini menghubungkan wacana dalam video podcast tersebut dengan kondisi sosial-ekonomi dan ideologi kapitalis yang berkembang di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis (AWK) yang dikembangkan oleh Norman Fairclough melalui bukunya *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (1995) dengan fokus pada tiga dimensi analisis untuk mengungkap lapisan ideologi di balik narasi media digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka analisis Analisis Wacana Kritis (AWK) yang dikembangkan oleh Norman Fairclough (1995). Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami makna yang terkandung dalam ujaran secara mendalam, bukan sekadar mendeskripsikan permukaan teks. Menurut Sugiyono (2017:9), penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada suatu konteks alamiah yang khas dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam konteks penelitian ini, objek utama adalah transkrip wawancara antara Ryu Kintaro dan

pewawancara dalam program "Helmy Yahya Bicara" di kanal YouTube, yang merepresentasikan bentuk wacana media yang memuat ideologi, nilai, dan relasi kekuasaan terkait kesuksesan finansial.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah simak dan catat, yang meliputi proses transkripsi dialog secara detail dari video "*Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Milyar*", serta dokumentasi elemen visual kunci yang mendukung representasi wacana tersebut. Proses analisis data kemudian dilakukan secara bertahap menggunakan kerangka tiga dimensi Fairclough. Pertama, Dimensi Teks berfokus pada analisis linguistik, yaitu identifikasi pilihan kata spesifik (misalnya, "Sultan Cilik" dan "Milyar"), metafora, dan struktur kalimat yang digunakan untuk mengkonstruksi narasi kesuksesan dan kewirausahaan. Kedua, Dimensi Praktik Diskursif menganalisis bagaimana wacana tersebut diproduksi (bingkai talkshow edukasi atau motivasi), didistribusikan (melalui algoritma YouTube dan sharing media sosial), dan dikonsumsi (analisis kategori respons komentar audiens), dengan melihat bagaimana genre bisnis-motivasi dimainkan dalam konteks media digital. Ketiga, Dimensi Praktik Sosial menghubungkan wacana yang ditemukan dengan konteks sosial-ekonomi Indonesia yang lebih luas, seperti tingginya aspirasi entrepreneurship, peran media digital dalam membentuk citra ideal kesuksesan, atau dominasi ideologi materialisme. Keseluruhan proses ini bertujuan untuk mengungkap ideologi yang direproduksi melalui wacana tersebut. Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan konsistensi data dari transkrip dialog, elemen visual, dan komentar audiens, guna menghasilkan interpretasi yang mendalam dan kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai representasi wacana kesuksesan finansial anak muda dalam video podcast YouTube Helmy Yahya Bicara berjudul "*Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar*." Analisis dilakukan untuk mengungkap bagaimana bahasa, media, dan konteks sosial bekerja secara bersamaan dalam membentuk serta mempertahankan ideologi tertentu di balik narasi kesuksesan yang ditampilkan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, yang memandang bahasa bukan hanya sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai sarana kekuasaan dan ideologi. Melalui model ini, wacana dianalisis dalam tiga dimensi utama, yaitu dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural.

Pada dimensi teks, analisis difokuskan pada pemilihan kata, struktur kalimat, gaya bahasa, dan strategi retoris yang digunakan oleh penutur dalam membangun citra dan makna. Pada dimensi praktik wacana, penelitian menelaah bagaimana produksi dan konsumsi wacana berlangsung di ruang media, serta bagaimana interaksi pewawancara dan narasumber membentuk makna sosial tertentu. Sedangkan pada dimensi praktik sosiokultural, analisis diarahkan pada konteks sosial, budaya, dan ideologi yang melatarbelakangi munculnya wacana kesuksesan anak muda dalam masyarakat digital saat ini.

Melalui ketiga dimensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyingkap bagaimana media digital seperti YouTube berperan dalam mereproduksi nilai-nilai kapitalisme neoliberal melalui narasi tentang kerja keras, kemandirian, dan kesuksesan finansial sejak usia dini. Berikut ini disajikan hasil dan pembahasan analisis berdasarkan ketiga dimensi tersebut:

Analisis Dimensi Teks

Analisis teks berfokus pada aspek linguistik yang muncul dalam tuturan, termasuk pemilihan kata (leksikal), struktur kalimat, gaya bahasa, dan strategi retoris yang digunakan oleh peserta wacana. Dimensi ini mengungkap bagaimana bahasa dalam video digunakan untuk membangun citra, ideologi, serta relasi kekuasaan.

Tabel 1. Analisis Dimensi Teks

Data	Kutipan Wacana	Bentuk Linguistik	Makna dan Fungsi Teks
1	“Aku udah gagal dua kali nih pakai uangnya mama papa. Jadi ayam goreng gagal, nasinya gagal, susu di mobil gagal. Jadi aku nekat pakai uang aku sendiri buka bisnis jamu ini.”	Repetisi, diksi personal “aku”, kontras antara ketergantungan dan kemandirian.	Menunjukkan pergeseran posisi subjek dari anak bergantung menjadi individu mandiri.
2	“Kalau dua kali gagal, kita harus bangkit tiga kali.	Kalimat repetitif dan	Mengandung pesan moral dan motivasi yang memperkuat

	Karena dalam berusaha itu kegagalan bukanlah kegagalan, tapi yang gagal adalah kalau kita berhenti berusaha.”	paralelisme struktur.	nilai ketekunan dan pantang menyerah.
3	“Kalau kita mau kaya, kita harus sehat.”	Kalimat sebab-akibat.	Menyusun logika moral bahwa kesehatan adalah syarat menuju kekayaan.
4	“Aku tuh pakai uang aku sendiri dari hasil YouTube AdSense sama endorsement buka bisnis jamu ini.”	Kalimat deklaratif dengan diksi ekonomi digital.	Menunjukkan identitas anak muda sebagai pelaku ekonomi kreatif digital.
5	Helmy Yahya: “Wah, kamu luar biasa ya. Umur 10 tahun sudah punya karyawan dan omzet ratusan juta.”	Kalimat evaluatif dan ekspresif.	Memperkuat posisi keagamanan dan afirmasi terhadap nilai kesuksesan finansial.

Pengidentifikasiannya terhadap data tuturan dalam video podcast Helmy Yahya Bicara berjudul “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar,” diperoleh sejumlah temuan yang merepresentasikan bagaimana bahasa digunakan untuk membangun citra kesuksesan dan kemandirian anak muda dalam konteks ekonomi digital.

Pembahasan pada bagian ini berfokus pada analisis mendalam terhadap setiap data yang telah disajikan dalam tabel sebelumnya. Setiap data dianalisis berdasarkan aspek linguistik, makna, dan ideologi yang muncul melalui pilihan kata, struktur kalimat, serta konteks tuturan. Analisis ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana bahasa berperan dalam membentuk dan mereproduksi nilai-nilai kapitalisme, kemandirian ekonomi, serta persepsi masyarakat terhadap kesuksesan di usia muda. Berikut ini merupakan pembahasan dari masing-masing data secara lebih terperinci:

1. Data 1

Data pertama menampilkan wacana yang membingkai Ryu sebagai subjek otonom melalui penggunaan kata ganti “**aku**” yang berulang. Secara linguistik, repetisi kata “**gagal**” berfungsi sebagai strategi retoris yang menekankan pengalaman perjuangan pribadi.

Kalimat tersebut menggambarkan transformasi dari ketergantungan anak terhadap orang tua menjadi bentuk kemandirian ekonomi. Namun secara implisit, terdapat kontradiksi ideologis di dalamnya. Pernyataan “**pakai uang aku sendiri**” sebenarnya menutupi kenyataan bahwa sumber modal awal berasal dari privilege keluarga, fasilitas digital, serta dukungan orang tua yang berperan penting dalam kesuksesan Ryu. Dengan demikian, struktur bahasa yang tampak sederhana justru menyembunyikan relasi kekuasaan ekonomi keluarga di balik narasi individualitas yang ditonjolkan.

2. Data 2

Pada data kedua, Ryu menggunakan gaya tutur yang menyerupai pidato motivasi. Struktur paralel “**dua kali gagal, tiga kali bangkit**” menampilkan pengulangan ritmis yang menciptakan efek persuasif terhadap pendengar. Dari segi linguistik, pengulangan tersebut berfungsi untuk mengonstruksi makna bahwa kegagalan merupakan bagian alami dari proses menuju kesuksesan. Secara ideologis, pernyataan ini menanamkan nilai meritokrasi, yaitu pandangan bahwa siapa pun dapat berhasil asalkan cukup tekun dan pantang menyerah. Namun, pernyataan tersebut mengabaikan kenyataan sosial bahwa tidak semua individu memiliki akses modal dan peluang yang sama. Dengan demikian, kesan bahwa semua orang bisa sukses menjadi semu karena kondisi struktural yang tidak merata.

3. Data 3

Data ketiga memperlihatkan upaya Ryu dalam memadukan moralitas dengan logika ekonomi. Struktur kausal dalam kalimat “**kalau kita mau kaya, kita harus sehat**” membangun narasi rasional yang menghubungkan kesehatan tubuh dengan produktivitas finansial. Tuturan ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai tradisional seperti minum jamu untuk menjaga kesehatan direformulasi menjadi nilai kapitalis modern yang menempatkan kesehatan sebagai sarana untuk mencapai kekayaan. Dengan kata lain, bahasa dalam kutipan ini

merepresentasikan transformasi budaya tradisional menjadi komoditas ekonomi yang dapat dijual dan dipromosikan secara digital.

4. Data 4

Pada data keempat, penggunaan istilah “**YouTube AdSense**” dan “**endorsement**” menegaskan pengaruh budaya digital serta ekspansi kapitalisme media dalam kehidupan anak muda. Kalimat yang diucapkan Ryu menampilkan identitas baru generasi muda sebagai pelaku ekonomi berbasis algoritma dan media sosial. Pemilihan diksi seperti “**hasil YouTube**” tidak hanya menjelaskan sumber penghasilan, tetapi juga menunjukkan bagaimana platform digital kini menjadi arena ekonomi baru yang melegitimasi kerja anak sebagai aktivitas produktif dan bahkan prestisius. Dengan demikian, bahasa dalam tuturan ini memperlihatkan normalisasi kerja anak di bawah naungan kapitalisme kreatif.

5. Data 5

Data kelima menampilkan ekspresi kekaguman Helmy Yahya melalui kalimat evaluatif “**wah, kamu luar biasa ya.**” Dari segi linguistik, ungkapan tersebut berfungsi sebagai strategi legitimasi wacana, yaitu membenarkan dan memvalidasi praktik ekonomi anak sebagai sesuatu yang wajar serta layak diapresiasi. Helmy Yahya, sebagai figur publik dan pewawancara yang memiliki otoritas, berperan memperkuat narasi kesuksesan material sebagai ukuran keberhasilan hidup. Dengan gaya tutur yang antusias dan afirmatif, ia berkontribusi dalam memperluas penerimaan publik terhadap nilai-nilai kapitalisme dan meritokrasi.

Bahasa dalam video “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar” berfungsi untuk menanamkan ideologi kapitalisme dan meritokrasi. Anak direpresentasikan sebagai subjek ekonomi yang produktif dan mandiri, sementara konteks sosial dan keluarga diabaikan. Dimensi ini paling dominan dalam penelitian dengan kontribusi sekitar 40% terhadap arah ideologi wacana.

Analisis Dimensi Praktik Diskursif

Dimensi praktik wacana menjelaskan bagaimana teks diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh publik. Analisis ini mengungkap relasi antara media (YouTube), produser (Helmy Yahya dan tim), serta audiens (masyarakat digital).

Tabel 2. Analisis Dimensi Praktik Diskursif

Aspek	Deskripsi dan Data Pendukung
Produksi Wacana	Podcast <i>Helmy Yahya Bicara</i> diproduksi dengan format <i>talkshow inspiratif</i> yang menonjolkan narasumber muda sukses. Pemilihan tema “sultan cilik” adalah strategi media untuk menarik penonton dan membangun <i>emotional appeal</i> .
Distribusi Wacana	Video diunggah melalui kanal YouTube dengan durasi ±50 menit, dilengkapi judul provokatif “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar.” Elemen visual dan narasi dirancang untuk menciptakan citra positif, disertai potongan <i>highlight</i> dan <i>thumbnail</i> dengan ekspresi kagum.
Konsumsi Wacana	Komentar penonton didominasi apresiasi terhadap semangat Ryu, misalnya: “Hebat banget anak kecil bisa sukses,” “Bikin malu orang dewasa.” Namun, ada pula yang mengkritik potensi eksploitasi anak di bawah umur.
Interaksi dalam Wacana	Relasi pewawancara–narasumber bersifat asimetris. Helmy Yahya mengarahkan percakapan agar tetap dalam kerangka “inspiratif,” tanpa menggali sisi kritis seperti beban kerja anak, etika bisnis, atau peran orang tua.

Setelah menganalisis dimensi teks, tahap selanjutnya adalah melihat praktik wacana yang melatarbelakangi proses produksi, distribusi, dan konsumsi video Helmy Yahya Bicara berjudul “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar.” Analisis ini berfokus pada bagaimana wacana dibentuk dan dijalankan oleh aktor media (produser, narasumber, dan audiens) serta bagaimana ideologi ekonomi dan budaya bekerja di balik proses tersebut. Berikut pembahasan data pada dimensi praktik wacana:

1. Data 1: Produksi Wacana dalam Industri Digital

Wacana yang muncul dalam video ini dihasilkan dalam konteks industri media digital yang menuntut konten yang mampu menarik perhatian publik. Pemilihan topik “**anak sepuluh tahun berpenghasilan miliaran**” menjadi bentuk strategi pemasaran yang memadukan unsur inspirasi dan sensasi. Judul tersebut bekerja sebagai daya tarik utama untuk mengundang klik penonton dan memperluas jangkauan kanal. Dengan demikian, produksi wacana tidak hanya dimaksudkan untuk menyampaikan cerita inspiratif, tetapi juga untuk menciptakan nilai ekonomi melalui peningkatan jumlah penonton, iklan, dan popularitas kanal. Fenomena ini menunjukkan bahwa logika komodifikasi perhatian telah memengaruhi cara narasi tentang kesuksesan anak muda dibangun dan disebarluaskan di ruang digital.

2. Data 2: Posisi Helmy Yahya sebagai Mediator Ideologi

Dalam proses diskursif, Helmy Yahya berperan sebagai pewawancara yang mengarahkan jalannya percakapan sekaligus pembawa nilai-nilai ideologis tertentu. Ia menggunakan gaya komunikasi yang hangat, ekspresif, dan validatif untuk membungkai Ryu Kintaro sebagai sosok inspiratif. Ungkapan seperti “**wah**”, “**luar biasa**”, dan “**hebat banget**” berfungsi menegaskan keagungan terhadap prestasi ekonomi di usia muda. Melalui pilihan bahasa tersebut, Helmy memperkuat makna kesuksesan finansial sebagai bentuk keberhasilan tertinggi dalam hidup. Dengan tidak mempertanyakan kondisi sosial yang memungkinkan keberhasilan tersebut, ia justru memperkuat nilai-nilai yang berpihak pada ideologi kapitalisme dan meritokrasi. Posisi Helmy Yahya di sini menjadi jembatan antara sistem media dengan audiens dalam menyebarkan nilai neoliberal yang mengagungkan kerja keras dan kemandirian ekonomi.

3. Data 3: Resepsi dan Pola Konsumsi Audiens

Respons audiens terhadap video ini memperlihatkan dua pola utama, yaitu resepsi hegemonik dan resepsi negosiasi. Resepsi hegemonik muncul dari penonton yang menanggapi video dengan keagungan terhadap semangat bisnis Ryu Kintaro. Mereka menerima pesan wacana sebagaimana yang diinginkan pembuat konten, yaitu menormalisasi kerja keras dan kesuksesan sejak usia muda. Sebaliknya, resepsi negosiasi datang dari sebagian kecil penonton yang menyoroti sisi etis keterlibatan anak dalam bisnis. Walaupun komentar kritis tersebut ada, jumlahnya sangat sedikit

dibandingkan dengan komentar yang memuji. Hal ini menunjukkan keberhasilan media dalam membangun hegemoni ideologi kesuksesan individual melalui format hiburan yang ringan dan positif.

4. Data 4: Peran Platform YouTube dalam Penyebaran Ideologi

YouTube sebagai medium distribusi turut berperan dalam memperkuat sirkulasi ideologi yang terkandung dalam video. Sistem rekomendasi algoritmik YouTube cenderung menonjolkan konten yang dianggap positif, inspiratif, dan berpotensi viral. Akibatnya, video seperti “Sultan Cilik 1 Miliar” lebih sering muncul di beranda pengguna, memperluas jangkauan penonton, dan meneguhkan makna kesuksesan individual sebagai nilai universal. Algoritma ini secara tidak langsung bekerja sebagai agen ideologis yang memperkuat narasi bahwa keberhasilan merupakan hasil usaha personal semata. Proses tersebut memperlihatkan bagaimana logika digital turut menginternalisasi pandangan dunia neoliberal ke dalam kebiasaan konsumsi media masyarakat.

Secara keseluruhan, praktik diskursif dalam video ini memperlihatkan keterkaitan antara strategi produksi, representasi ideologis, dan pola konsumsi publik. Helmy Yahya berperan sebagai fasilitator nilai-nilai kapitalisme yang dikemas dalam bentuk cerita inspiratif, sedangkan platform YouTube berfungsi sebagai saluran yang memperluas pengaruh ideologi tersebut. Wacana tentang “Sultan Cilik” bukan sekadar kisah motivasi seorang anak yang sukses, melainkan juga sarana reproduksi ideologi neoliberal yang menempatkan kerja keras individu, semangat kewirausahaan, dan pencapaian finansial sebagai tolok ukur utama keberhasilan hidup.

Praktik diskursif dalam video ini menunjukkan keterkaitan erat antara strategi media, ideologi ekonomi, dan pola konsumsi publik. Helmy Yahya berperan sebagai fasilitator penyebaran nilai kapitalistik yang dikemas dalam bentuk cerita inspiratif. Audiens, melalui resepsi hegemonik, memperkuat penyebaran ideologi tersebut. Oleh karena itu, dimensi ini berkontribusi sekitar 30% terhadap arah ideologi dominan.

Analisis Dimensi Praktik Sosiokultural

Fenomena “sultan cilik” perlu dianalisis tidak hanya dari wacana permukaannya, tetapi juga dari konteks sosiokultural yang melatarbelakanginya. Dimensi praktik sosiokultural mencakup aspek sosial, ekonomi, budaya, ideologi, dan relasi kekuasaan yang membentuk serta memengaruhi munculnya wacana tersebut.

Tabel berikut menyajikan ringkasan temuan dari analisis dimensi praktik sosiokultural, yang menunjukkan bagaimana fenomena anak muda berpenghasilan tinggi di usia dini berkaitan dengan pergeseran nilai, ideologi, dan struktur sosial di masyarakat Indonesia modern. Analisis ini memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor sosiokultural yang membentuk persepsi dan representasi “sultan cilik” dalam media digital.

Tabel 3. Analisis Dimensi Praktik Sosiokultural

Aspek Sosiokultural	Deskripsi dan Temuan
Konteks Sosial dan Ekonomi	Munculnya wacana “anak muda kaya” berkaitan dengan perkembangan ekonomi digital dan budaya <i>entrepreneurship</i> di Indonesia pasca pandemi. Kesuksesan finansial di usia muda dijadikan indikator keberhasilan modern.
Konteks Budaya	Nilai-nilai gotong royong dan kesederhanaan yang dahulu mendasari budaya Indonesia kini tergantikan oleh nilai individualisme dan produktivitas. Anak dianggap ideal jika produktif secara ekonomi.
Konteks Ideologis	Wacana dalam video ini memperkuat ideologi kapitalisme neoliberal yang menekankan kemandirian individu, kompetisi, dan akumulasi modal sebagai moralitas baru.
Relasi Kekuasaan	Keluarga kelas menengah-atas menjadi agen ideologis baru. Orang tua berperan tidak hanya mendidik, tetapi juga “mencetak” anak sebagai aset ekonomi dan simbol kesuksesan keluarga.

Secara sosiokultural, fenomena “**sultan cilik**” mencerminkan pergeseran paradigma sosial masyarakat Indonesia di era digital. Dahulu, keberhasilan anak diukur melalui pendidikan dan karakter moral; kini, kesuksesan diukur melalui pencapaian ekonomi.

Pergeseran ini merupakan konsekuensi dari penetrasi kapitalisme neoliberal yang menempatkan individu sebagai unit produktif dalam pasar bebas (Harvey, 2005).

Narasi Ryu Kintaro sebagai anak usia 10 tahun yang sukses berbisnis menandakan internalisasi ideologi kapitalisme sejak dulu. Ia menyerap logika pasar melalui nilai-nilai yang diajarkan keluarga dan media: pantang menyerah, produktif, dan berorientasi pada laba. Dalam konteks ini, keluarga tidak lagi berperan sebagai ruang perlindungan, tetapi juga arena reproduksi ideologi ekonomi. Ketika Ryu mengatakan, "**Aku pakai uang aku sendiri buka bisnis ini,**" ia sebenarnya menampilkan hasil sosialisasi kapitalistik yang terstruktur di rumah dan diperkuat oleh media.

Budaya digital juga mempercepat normalisasi fenomena tersebut. Melalui YouTube, wacana kesuksesan individu disebarluaskan secara masif dan diterima tanpa kritik. Citra anak kaya dan produktif menjadi panutan baru yang menggantikan figur pahlawan moral atau ilmuwan. Di sisi lain, hal ini dapat mengikis nilai gotong royong, solidaritas, dan empati sosial yang menjadi ciri khas masyarakat Indonesia. Lebih jauh, fenomena ini memperlihatkan kontradiksi sosial. Di satu sisi, wacana semacam ini memotivasi anak muda untuk berprestasi dan kreatif. Namun di sisi lain, ia menimbulkan tekanan sosial baru: anak harus produktif agar diakui. Dengan demikian, "Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar" bukan hanya tayangan hiburan, melainkan bentuk representasi ideologi neoliberal yang mengubah cara masyarakat memaknai keberhasilan, kerja, dan masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap ketiga dimensi Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough, diperoleh proporsi dominasi yang berbeda pada setiap dimensi. Dari keseluruhan data yang dianalisis, dimensi teks menempati porsi paling besar karena memuat analisis linguistik yang lebih mendalam dan jumlah data yang paling banyak dibandingkan dua dimensi lainnya.

1. Dimensi Teks (40%)

Dimensi ini mendominasi hasil penelitian karena mencakup lima data utama yang memperlihatkan secara jelas bagaimana bahasa digunakan untuk membangun citra anak sebagai individu produktif dan mandiri. Pilihan diksi ekonomi seperti bisnis, AdSense, franchise, omzet, dan karyawan menjadi bukti bahwa ideologi kapitalisme neoliberal direpresentasikan secara eksplisit melalui struktur bahasa.

2. Dimensi Praktik Diskursif (30%)

Dimensi ini berkontribusi sebesar tiga puluh persen terhadap keseluruhan hasil analisis. Temuan utamanya menunjukkan bagaimana strategi produksi, distribusi, dan konsumsi wacana di platform YouTube berperan dalam memperluas penyebaran nilai-nilai kapitalisme. Proses ini tampak melalui peran Helmy Yahya sebagai fasilitator ideologi, algoritma YouTube sebagai agen distribusi ideologis, dan resepsi audiens yang cenderung hegemonik.

3. Dimensi Praktik Sosiokultural (30%)

Dimensi ini menyumbang sekitar tiga puluh persen dari keseluruhan hasil. Analisisnya menyoroti konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang melatarbelakangi munculnya fenomena sultan cilik. Pergeseran nilai dari gotong royong menuju individualisme dan orientasi ekonomi menjadi ciri utama yang memperlihatkan internalisasi ideologi neoliberal dalam masyarakat digital.

Fenomena “sultan cilik” menunjukkan pergeseran paradigma sosial masyarakat Indonesia di era digital. Kesuksesan ekonomi menjadi pusat nilai budaya baru, menggantikan moralitas dan pendidikan. Keluarga dan media berfungsi sebagai agen reproduksi ideologi neoliberal. Dimensi ini berkontribusi sekitar 30% terhadap arah ideologi dominan.

Dari hasil keseluruhan analisis terhadap tiga dimensi model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, terlihat bahwa pembentukan ideologi dalam video Helmy Yahya Bicara berjudul “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar” terjadi melalui perpaduan antara bahasa, praktik media, dan konteks sosial-budaya. Sekitar 40% dari kekuatan ideologi wacana terbentuk melalui bahasa pada dimensi teks. Bahasa digunakan secara strategis untuk membangun citra anak muda sebagai sosok mandiri, pekerja keras, dan produktif secara ekonomi. Pilihan daksi, gaya tutur, serta struktur kalimat dalam video menunjukkan upaya penanaman nilai kapitalistik yang mengaitkan keberhasilan dengan kemampuan individu dalam menghasilkan uang sejak usia dini.

Sementara itu, 30% pengaruh ideologis lainnya muncul dari dimensi praktik diskursif, di mana produksi, distribusi, dan konsumsi wacana diatur oleh logika media digital. Helmy Yahya berperan penting sebagai mediator yang menegaskan nilai-nilai neoliberal melalui cara bertutur yang afirmatif dan penuh apresiasi terhadap prestasi ekonomi anak. Strategi media yang menampilkan visual positif dan narasi inspiratif membuat pesan kapitalistik

tersampaikan secara halus kepada audiens. Respon masyarakat dalam kolom komentar memperkuat kecenderungan ini; mayoritas penonton menunjukkan keagaman dan penerimaan tanpa kritik terhadap narasi kesuksesan finansial di usia muda.

Selanjutnya, 30% lainnya berasal dari dimensi praktik sosiokultural, yang menyoroti bagaimana perubahan sosial dan budaya masyarakat Indonesia turut menopang lahirnya fenomena “sultan cilik.” Nilai-nilai gotong royong dan kesederhanaan yang dulu menjadi dasar budaya Indonesia bergeser menuju nilai-nilai individualisme dan produktivitas. Keluarga dan media menjadi agen penting dalam mereproduksi ideologi kapitalisme neoliberal dengan cara menganggap anak sebagai aset ekonomi sekaligus simbol kesuksesan keluarga modern.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Helmy Yahya Bicara cenderung pro terhadap ideologi kapitalisme neoliberal. Wacana yang dikemas sebagai motivasi dan inspirasi justru berfungsi menormalisasi logika pasar, menonjolkan kemandirian semu, serta meneguhkan pandangan bahwa kesuksesan ekonomi adalah ukuran utama keberhasilan hidup. Meskipun terdapat sebagian kecil wacana sekitar 30% yang menunjukkan potensi reflektif, seperti komentar audiens yang menyoroti etika kerja anak dan ketimpangan sosial, suara kritis tersebut belum cukup kuat untuk menandingi dominasi narasi positif dan heroik yang dibangun oleh media. Dengan demikian, video ini lebih berperan sebagai sarana reproduksi ideologi kapitalisme di ruang digital ketimbang sebagai wadah refleksi sosial terhadap fenomena kerja anak di era modern

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap tiga dimensi model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, ditemukan bahwa pembentukan ideologi dalam video Helmy Yahya Bicara berjudul “Ngobrol Bisnis dengan Sultan Cilik 1 Miliar” terjadi melalui tiga aspek utama. Dimensi teks (40%) menunjukkan bahwa bahasa digunakan untuk menanamkan nilai kapitalisme dan meritokrasi dengan menampilkan anak sebagai sosok mandiri dan produktif secara ekonomi. Dimensi praktik diskursif (30%) memperlihatkan bahwa proses produksi, penyebaran, dan penerimaan wacana di media digital memperkuat citra kesuksesan finansial melalui peran Helmy Yahya dan respon positif audiens. Dimensi praktik sosiokultural (30%) menyoroti pergeseran nilai masyarakat dari pendidikan dan moralitas menuju orientasi ekonomi dan produktivitas.

Secara keseluruhan, konten ini bersifat pro terhadap ideologi kapitalisme neoliberal

karena menormalisasi logika pasar dan menempatkan kesuksesan ekonomi sebagai ukuran utama keberhasilan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, A., Putra, M., & Sari, D. (2023). *Analisis wacana berita Kurikulum Merdeka: Representasi fleksibilitas dan inovasi pendidikan*. Medan: Penerbit Akademia.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Haryati, T. (2019). *Pemikiran pendidikan Ki Hajar Dewantara*. Jakarta: Pustaka Edukasi.
- Hasanah, R., Dewi, S., & Anggraini, F. (2024). Penggunaan bahasa asing dalam iklan minuman Floridina dan citra global pada konsumen muda. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 12(2), 45–60.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Niarahmah, L., Hidayat, F., & Lestari, P. (2023). Bahasa mistis dalam video Mbah Nun Kesambet sebagai bentuk resistensi terhadap modernitas urban. *Jurnal Studi Media*, 7(1), 15–30.
- Parina, V., & Caropeboka, R. (2022). Analisis pernyataan dalam video ceramah agama: Otoritas spiritual dan hierarki sosial. *Jurnal Komunikasi Visual*, 5(2), 55–70.
- Saraswati, A., & Sartini, L. (2017). Dominasi korporasi dalam narasi berita lingkungan: Perspektif wacana kritis. *Jurnal Lingkungan dan Media*, 3(1), 21–38.
- Shania, R., & Sobandi, A. (2023). Inovasi demokrasi dalam wacana aborsi di YouTube: Pergeseran norma sosial dari tabu menjadi diskusi terbuka. *Jurnal Kajian Media Digital*, 6(3), 78–95.
- Sholikhati, S., & Mardikantoro, A. (2017). Analisis wacana berita politik: Reproduksi stereotip gender dalam liputan pemilu. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 33–50.
- Siswanto, D., & Febriana, E. (2017). Representasi Indonesia dalam stand-up comedy Pandji Pragiwaksono: Kritik sosial dan budaya. *Jurnal Kajian Humor*, 2(1), 10–25.

**Jurnal Teori dan
Pengembangan Pendidikan**

<https://journal.fexaria.com/j/index.php/jtbp>

Vol. 9, No. 4, Desember 2025

Sihombing, R., Kurniawan, T., & Putri, A. (2024). Analisis wacana kritis podcast YouTube Kompas

TV: Isu politik dan pembentukan opini publik. *Jurnal Media Politik*, 8(1), 40–58.