

## INTISARI

Penelitian ini mengkaji karakteristik dan praktik wacana yang ditemukan dalam teks *fake news* berbahasa Prancis terkait Emmanuel Macron di media sosial. Data berasal dari penelusuran melalui jejaring sosial Facebook dan Twitter serta melalui mesin pencari Google. Data yang digunakan dalam penelitian ini telah dikonfirmasi sebagai *fake news* oleh media verifikator berita Prancis. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan delapan karakteristik bahasa dan empat jenis wacana dalam teks *fake news* terkait Emmanuel Macron di media sosial. Karakteristik yang ditemukan meliputi (1) ajakan provokatif, (2) gagasan yang bersifat mensugesti, (3) kesalahan penggunaan huruf kapital, tanda seru, dan penggunaan emotikon yang berlebihan, (4) adanya upaya mendiskreditkan foto atau gambar, (5) penggunaan majas eufemisme, (6) tidak mencantumkan nama penulis artikel, tanggal publikasi, dan diunggah pada situs tidak resmi, (7) kesalahan ortografis dalam bahasa Prancis, (8) menggunakan judul yang provokatif dan tidak berkaitan dengan isi artikel serta mencantumkan *clickbait*. Kemudian, jenis-jenis wacana yang ditemukan antara lain (1) wacana kebijakan Presiden Macron terkait isu pandemi, (2) wacana selama kampanye Emmanuel Macron tahun 2017, (3) wacana kebijakan Presiden Macron terkait rompi kuning, dan (4) wacana kebijakan Presiden Macron terkait isu politik. Adapun penggambaran Emmanuel Macron dalam teks *fake news* yaitu seorang pemimpin dengan potret negatif serta sebagian *fake news* mendapat pengaruh ideologi dari lawan politik Emmanuel Macron.

**Kata kunci:** analisis wacana kritis, *fake news*, bahasa Prancis, media sosial.

## ABSTRACT

This research examines the characteristics and practices of discourse found in the fake news texts related to Emmanuel Macron on social media. The data comes from searches on social networking side as Facebook and Twitter and also on Google. The data used in this research is which has been confirmed as fake news by the fact-checking platform. This research uses a qualitative descriptive method and Critical Discourse Analysis of Norman Fairclough. Based on research results, we found eight characteristics and four types of discourse. The characteristics is (1) provocative expressions, (2) ideas that give suggestions, (3) use of uppercase, exclamation point and excessive emoticon, (4) there is an attempt to discredit the character by a montage of the photo or image, (5) use of euphemistic style, (6) does not include the author's name, the publication date, and posted on unofficial site, (7) French spelling mistakes and (8) there is a provocative title that unrelated to the content and attach clickbait. Moreover, the discourse that we found (1) discourse of President Macron on the pandemic, (2) discourse during the campaign of Emmanuel Macron 2017, (3) discourse of President Macron about yellow vests, (4) discourse of President Macron on politic. In addition, the representation of Emmanuel Macron in the fake news text is a leader who has a negative image and also some fake news contains the ideology that originated from the political opponents of Emmanuel Macron.

**Keywords:** critical discourse analysis, French language, fake news, social media