



**WACANA IKLAN BERBAHASA INDONESIA
PADA KEGIATAN KAMPANYE PEMILU PRESIDEN 2014 DI TELEVISI
(ANALISIS WACANA KRITIS)**

SKRIPSI

Oleh:

**Wahyu Ayuningsih
NIM 100210402014**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**WACANA IKLAN BERBAHASA INDONESIA
PADA KEGIATAN KAMPANYE PEMILU PRESIDEN 2014 DI TELEVISI
(ANALISIS WACANA KRITIS)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Strata (S1)
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember dan Mencapai
Gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

**Wahyu Ayuningsih
NIM 100210402014**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2014

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- 1) ibunda Arsiana dan ayahanda Suwarno tercinta yang telah menjadi motivator terbesar dalam setiap langkahku, melimpahkan kasih sayang, dan selalu memanjatkan doa demi keberhasilanku, serta untuk kakak tercinta, Almarhum Kuswan Hadi yang telah menjadi kakak terbaik selama hidupku;
- 2) guru-guruku sejak Taman Kanak-kanak sampai dengan Perguruan Tinggi yang telah membimbing, mendidik, memberikan banyak ilmu dan wawasan, serta nasihat-nasihat dengan penuh kasih sayang;
- 3) almamater yang ku banggakan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTTO

“Saya berbicara langsung kepada rakyat seluruh Indonesia. Bahkan, juga langsung kepada seluruh dunia, dari timur sampai ke barat, dari utara sampai ke selatan. Saya sekarang tidak terutama kali berbicara sebagai presiden mandataris, tidak sebagai presiden perdana menteri, tidak sebagai presiden panglima tertinggi. Saya berbicara di sini sebagai penyambung lidah rakyat Indonesia!”

Soekarno ^[1]

“Undang pakai rupiah, cara pintas mobilisasi massa. Mempesona saat ditulis di berita, memalukan saat ditulis sejarawan. Kita harus kembalikan proses politik bukan lagi menjadi ajang pertandingan banyaknya rupiah, tetapi pertandingan karakter, ide, dan gagasan.”

Anies Baswedan ^[2]

[1] Soekarno (dalam <http://www.youtube.com/watch?v=YikwS7eWZOg>)
[28 Oktober 2014]

[2] Anies Baswedan (dalam <https://harisnuruli.wordpress.com/category/opini/>)
[28 Oktober 2014]

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Wahyu Ayuningsih

NIM : 100210402014

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Wacana Iklan Berbahasa Indonesia pada Kegiatan Kampanye Pemilu Presiden 2014 di Televisi (Analisis Wacana Kritis)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun, serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 28 November 2014

Yang Menyatakan,

Wahyu Ayuningsih

HALAMAN PENGAJUAN

**WACANA IKLAN BERBAHASA INDONESIA
PADA KEGIATAN KAMPANYE PEMILU PRESIDEN 2014 DI TELEVISI
(ANALISIS WACANA KRITIS)**

SKRIPSI

Diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji
guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Nama Mahasiswa : Wahyu Ayuningsih
NIM : 100210402014
Angkatan Tahun : 2010
Daerah Asal : Situbondo
Tempat, Tanggal Lahir : Situbondo, 3 November 1991
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Arju Muti'ah, M. Pd.
NIP 19600312 198601 2 001

Anita Widjajanti, S. S., M. Hum.
NIP 19710402 200501 2 002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Wacana Iklan Berbahasa Indonesia pada Kegiatan Kampanye Pemilu Presiden 2014 di Televisi (Analisis Wacana Kritis)” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 28 November 2014
tempat : Gedung 3 FKIP Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Muji, M. Pd.
NIP 19590716 198702 1 002

Anita Widjajanti, S. S., M. Hum.
NIP 19710402 200501 2 002

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Sukatman, M. Pd.
NIP 19640123 199512 1 001

Dr. Arju Muti'ah, M. Pd.
NIP 19600312 198601 2 001

Mengesahkan,

Prof. Dr. Sunardi, M. Pd.
NIP 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Wacana Iklan Berbahasa Indonesia pada Kegiatan Kampanye Pemilu Presiden 2014 di Televisi (Analisis Wacana Kritis); Wahyu Ayuningsih; 100210402014; 2014: 166 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Kampanye dalam bidang politik merupakan salah satu contoh bahasa sebagai alat komunikasi yang memuat tujuan tertentu. Untuk mengetahui tujuan tersebut, dibutuhkan suatu teori yang dapat membedah teks secara kritis. Salah satu teori yang dapat digunakan adalah teori analisis wacana kritis oleh Teun A. van Dijk yang mempunyai tiga kerangka analisis, yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dimensi teks terdiri atas struktur mikro (unsur semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik), superstruktur (alur), dan struktur makro (makna global/tema). Kognisi sosial berisi skema dan ideologi. Konteks sosial berisi fenomena atau realitas sosial yang mempengaruhi bentuk teks.

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi: a) dimensi teks yang difokuskan pada tema, bagian-bagian/alur iklan, detail, dan maksud; b) kognisi sosial yang difokuskan pada ideologi; dan c) konteks sosial yang difokuskan pada realitas sosial yang mempengaruhi bentuk teks. Pemfokusan dilakukan untuk memberi kajian secara mendalam pada aspek-aspek yang diteliti.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah kualitatif wacana kritis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik rekam. Analisis data yang digunakan terdiri dari tiga tahap, yaitu: a) reduksi data; b) penyajian data; dan c) penarikan kesimpulan dan verifikasi temuan.

Tema yang ditemukan di dalam wacana iklan berbahasa Indonesia pada kegiatan kampanye Pilpres 2014 di televisi, berupa: a) pemimpin yang sesuai dengan harapan rakyat; b) program koalisi partai dalam pemerintahan baru; dan c) kebebasan

memilih dalam demokrasi. Bagian-bagian iklan yang ditemukan dalam iklan kampanye Pilpres 2014 di televisi berupa butir utama (*headline*), bagian badan (*body*), dan bagian penutup (*closed*). Butir utama (*headline*) iklan meliputi: a) reka adegan; b) pencitraan positif; c) pengungkapan gagasan; dan d) pengungkapan tujuan. Bagian badan (*body*) iklan meliputi: a) penggambaran karakter pemimpin ideal; b) penyampaian rencana program; c) analogi cerita; dan d) lagu dukungan. Bagian penutup (*closed*) iklan meliputi ciri khas tiap pasangan kandidat, seperti tampilan gambar, nomor urut, nama kandidat, dan *tagline*.

Detail yang ditemukan di dalam wacana iklan berbahasa Indonesia pada kegiatan kampanye Pilpres 2014 di televisi berupa: a) pencitraan positif; b) penggambaran prospek yang baik; c) pemaparan masalah; dan d) gambaran pendukung. Maksud yang ditemukan di dalam wacana iklan berbahasa Indonesia pada kegiatan kampanye Pilpres 2014 di televisi berupa maksud menarik simpati khalayak untuk mendukung kandidat tertentu saat Pilpres 2014.

Ideologi yang ditemukan di dalam wacana iklan berbahasa Indonesia pada kegiatan kampanye Pilpres 2014 di televisi, yaitu: a) ideologi Pancasila; b) ideologi berdasarkan filsafat Jawa kuno mengenai Ratu Adil; dan c) ideologi Islam. Realitas sosial yang ditemukan di dalam wacana iklan berbahasa Indonesia pada kegiatan kampanye Pilpres 2014 di televisi meliputi realitas dalam bidang: a) kesehatan; b) hukum; c) ekonomi; d) pendidikan; dan e) moral.

Saran dalam penelitian ini ditujukan kepada: a) mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia untuk menggunakan penelitian ini sebagai sumber bacaan guna memudahkan mempelajari wacana kritis dalam perkuliahan Analisis Wacana Kritis; b) pengajar Bahasa dan Sastra Indonesia untuk memberikan pengenalan kepada siswa terkait AWK; dan c) peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mencari aspek kajian lain yang belum diteliti, seperti kebohongan-kebohongan yang disembunyikan dari khalayak mengenai kandidat Pilpres 2014.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Alah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Wacana Iklan Kampanye Pemilu Presiden 2014 Berbahasa Indonesia di Televisi (Analisis Wacana Kritis)” dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih disampaikan kepada:

- 1) Prof. Dr. Sunardi, M. Pd. selaku Dekan FKIP Universitas Jember;
- 2) Dr. Sukatman, M. Pd. selaku Pembantu Dekan 1 dan Dosen Penguji Utama yang telah membimbing selama menjadi mahasiswa;
- 3) Dr. Arju Muti’ah, M. Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni dan Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
- 4) Rusdhianti Wuryaningrum, S. Pd. M. Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia;
- 5) Anita Widjajanti, S. S. M. Hum. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
- 6) Dr. Muji, M. Pd. selaku Dosen Penguji Anggota yang telah memberikan saran dan masukan dalam penelitian ini;
- 7) Keluarga besar di Situbondo, Pasuruan, Malang, dan Banyuwangi, Mbah Jamilah, Pak Lek Hasanudin, Tante Narti, Pak Lek Warnoto, Tante Vera, Pak Yusuf, Almarhumah Bu Lek Ismiwati, Mbak Pipit, Mbak Anies, Mas Anton, Mas Iqbal, Bu De Hj. Siti, Pak De H. Bangun, Pak Lek Ahmad Gunawan, Bu Lek Lin, Mbah yot Bu’i, Almarhum Mbah Nai’m, Almarhum Mbah Sumaryo, dan Almarhumah

Mbah Armaya. Sepupu dan saudara-saudaraku, Raki Cantika Abriani, Keken Deseta, Riski Putra Hasandi, Muthia Khonsa, Tijar, Indra Maret Setiawan, Dwi Amelia Lativa, Raihan, Fariha Malika Anfas, Wulidatul Binuril Imani, Mbak Nurul, Mbak Menik, Mbak Wiwid, Ami, Mergina Sefa, Nurin Nazla Maulida, Firqatin Nafilah, dan Rif'atul Mukhlisa yang telah memberikan semangat dan doa demi terselesaikannya skripsi ini;

- 8) Sahabat-sahabat terbaikku, Rizka Kurnia Ayu, Yuristika Febrianti, Rio Adhi Irwanto, Arti Prihatini, Eva Sofiana, Yoga Prasetya, Fahmi Hary Subagyo, Maya Dwi Jayanti, Yusrizal Novwaril Huda, Vara Gusty Yon Surya, Novie Fitriyah Aprichella, Yosmarica Noviren, dan Resty Wahyuni yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, keceriaan, dan makna sebuah persahabatan;
- 9) Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia 2010 yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa demi kesuksesan bersama;
- 10) Rekan-rekan HMP IMABINA yang telah memberikan semangat, dukungan, doa, dan bersedia menjadi teman berbagi ilmu dan pengalaman;
- 11) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Jember, 28 November 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGAJUAN	v
PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Definisi Operasional	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Wacana	9
2.1.1 Pengertian Wacana	9
2.1.2 Konteks Wacana	10
2.1.3 Wacana Berdasarkan Gaya dan Tujuan	12
2.2 Analisis Wacana Kritis (AWK)	13
2.2.1 Pengertian Analisis Wacana Kritis (AWK)	13

2.2.2 Teori AWK Teun A. van Dijk	14
2.3 Iklan di Media Televisi	23
2.3.1 Pengertian Iklan	24
2.3.2 Media Televisi	25
2.3.3 Iklan Kampanye Pemilu dalam Media Televisi	26
2.4 Politik	28
2.4.1 Pengertian Politik	28
2.4.2 Komunikasi Politik	29
2.4.3 Partai Politik	32
2.4.4 Kampanye Pemilu	33
2.5 Penelitian Lain yang Relevan	34
BAB 3. METODE PENELITIAN	36
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian	36
3.2 Data dan Sumber Data	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Teknik Analisis Data	37
3.4.1 Reduksi Data	37
3.4.2 Penyajian Data	38
3.4.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Temuan	38
3.5 Instrumen Penelitian	39
3.6 Prosedur Penelitian	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Stuktur Makro Wacana Iklan Kampanye Pilpres 2014	
di Televisi	42
4.2 Superstruktur Wacana Iklan Kampanye Pilpres 2014	
di Televisi	49
4.3 Struktur Mikro Wacana Iklan Kampanye Pilpres 2014	
di Televisi.....	63

4.3.1 Detail	63
4.3.2 Maksud	70
4.4 Kognisi Sosial Wacana Iklan Kampanye Pilpres 2014	
di Televisi	77
4.4.1 Ideologi Pancasila	77
4.4.2 Ideologi Berdasarkan Filsafat Jawa Kuno	
Mengenai Ratu Adil	81
4.4.3 Ideologi Islam	83
4.5 Konteks Sosial Wacana Iklan Kampanye Pilpres 2014	
di Televisi	84
4.5.1 Kesehatan	84
4.5.2 Ekonomi	86
4.5.3 Hukum	89
4.5.4 Pendidikan	91
4.5.5 Moral	92
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. MATRIK PENELITIAN	100
B. INSTRUMEN PENGUMPUL DATA	103
C. INSTRUMEN ANALISIS DATA	121
C.1 Instrumen Analisis Data Struktur Makro (Tema)	121
C.2 Instrumen Analisis Data Bagian Superstruktur (<i>Headline</i>) ..	128
C.3 Instrumen Analisis Data Bagian Superstruktur (<i>Body</i>)	132
C.4 Instrumen Analisis Data Bagian Superstruktur (<i>Closed</i>)	141
C.5 Instrumen Analisis Data Struktur Mikro (Detail)	144
C.6 Instrumen Analisis Data Struktur Mikro (Maksud)	151
C.7 Instrumen Analisis Data Kognisi Sosial (Ideologi)	160
C.8 Instrumen Analisis Data Konteks Sosial (Realitas Sosial)	164
AUTOBIOGRAFI	167

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Contoh Instrumen Pengumpul Data.....	39
Tabel 3.2 Contoh Instrumen Analisis Data	40
Tabel A.1 Matriks Penelitian	100
Tabel B. 2 Instrumen Pengumpul Data	103
Tabel C.1 Instrumen Analisis Data Struktur Makro (Tema)	121
Tabel C.2 Instrumen Analisis Data Superstruktur (Bagian <i>Headline</i>).....	128
Tabel C.3 Instrumen Analisis Data Superstruktur (Bagian <i>Body</i>)	132
Tabel C.4 Instrumen Analisis Data Superstruktur (Bagian <i>Closed</i>)	141
Tabel C. 5 Instrumen Analisis Data Struktur Mikro (Detail)	144
Tabel C.6 Instrumen Analisis Data Struktur Mikro (Maksud)	151
Tabel C.7 Instrumen Analisis Data Kognisi Sosial (Ideologi)	160
Tabel C.8 Instrumen Analisis Data Konteks Sosial (Realitas Sosial)	164

DAFTAR SINGKATAN

1. IKP-PH-1 : Iklan Kampanye Pilpres Prabowo Hatta Data 1
2. IKP-PH-2 : Iklan Kampanye Pilpres Prabowo Hatta Data 2
3. IKP-PH-3 : Iklan Kampanye Pilpres Prabowo Hatta Data 3
4. IKP-PH-4 : Iklan Kampanye Pilpres Prabowo Hatta Data 4
5. IKP-PH-5 : Iklan Kampanye Pilpres Prabowo Hatta Data 5
6. IKP-JJ-6 : Iklan Kampanye Pilpres Jokowi JK Data 6
7. IKP-JJ-7 : Iklan Kampanye Pilpres Jokowi JK Data 7
8. IKP-JJ-8 : Iklan Kampanye Pilpres Jokowi JK Data 8
9. IKP-JJ-9 : Iklan Kampanye Pilpres Jokowi JK Data 9
10. IKP-JJ-10 : Iklan Kampanye Pilpres Jokowi JK Data 10
11. T-PSHR-1 : Tema Pemimpin yang Sesuai dengan Harapan Rakyat
Temuan 1
12. T-PSHR-2 : Tema Pemimpin yang Sesuai dengan Harapan Rakyat
Temuan 2
13. T-PSHR-3 : Tema Pemimpin yang Sesuai dengan Harapan Rakyat
Temuan 3
14. T-PSHR-4 : Tema Pemimpin yang Sesuai dengan Harapan Rakyat
Temuan 4
15. T-PSHR-5 : Tema Pemimpin yang Sesuai dengan Harapan Rakyat
Temuan 5
16. T-PSHR-6 : Tema Pemimpin yang Sesuai dengan Harapan Rakyat
Temuan 6
17. T-PKPPB-1 : Tema Program Koalisi Partai dalam Pemerintahan Baru
Temuan 1
18. T-PKPPB-2 : Tema Program Koalisi Partai dalam Pemerintahan Baru
Temuan 2

19. T-KMD-1 : Tema Kebebasan Memilih dalam Demokrasi Temuan 1
20. T-KMD-2 : Tema Kebebasan Memilih dalam Demokrasi Temuan 2
21. H-RA-1 : *Headline* Reka Adegan Temuan 1
22. H-RA-2 : *Headline* Reka Adegan Temuan 2
23. H-RA-3 : *Headline* Reka Adegan Temuan 3
24. H-RA-4 : *Headline* Reka Adegan Temuan 4
25. H-PP-1 : *Headline* Pencitraan Positif Temuan 1
26. H-PP-2 : *Headline* Pencitraan Positif Temuan 2
27. H-PP-3 : *Headline* Pencitraan Positif Temuan 3
28. H-PT-1 : *Headline* Pengungkapan Tujuan Temuan 1
29. H-PG-1 : *Headline* Pengungkapan Gagasan Temuan 1
30. H-PG-2 : *Headline* Pengungkapan Gagasan Temuan 2
31. B-PKPI-1 : *Body* Penggambaran Karakter Pemimpin Ideal Temuan 1
32. B-PKPI-2 : *Body* Penggambaran Karakter Pemimpin Ideal Temuan 2
33. B-PKPI-3 : *Body* Penggambaran Karakter Pemimpin Ideal Temuan 3
34. B-PKPI-4 : *Body* Penggambaran Karakter Pemimpin Ideal Temuan 4
35. B-PKPI-5 : *Body* Penggambaran Karakter Pemimpin Ideal Temuan 5
36. B-PRP-1 : *Body* Penyampaian Rencana Program Temuan 1
37. B-PRP-2 : *Body* Penyampaian Rencana Program Temuan 2
38. B-AC-1 : *Body* Analogi Cerita Temuan 1
39. B-LD-1 : *Body* Lagu Dukungan Temuan 1
40. B-LD-2 : *Body* Lagu Dukungan Temuan 2
41. C-CKK-1 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 1
42. C-CKK-2 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 2
43. C-CKK-3 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 3
44. C-CKK-4 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 4
45. C-CKK-5 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 5
46. C-CKK-6 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 6

47. C-CKK-7 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 7
48. C-CKK-8 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 8
49. C-CKK-9 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 9
50. C-CKK-10 : *Closed* Ciri Khas Kandidat Temuan 10
51. D-PP-1 : Detail Pencitraan Positif Temuan 1
52. D-PP-2 : Detail Pencitraan Positif Temuan 2
53. D-PP-3 : Detail Pencitraan Positif Temuan 3
54. D-PP-4 : Detail Pencitraan Positif Temuan 4
55. D-PP-5 : Detail Pencitraan Positif Temuan 5
56. D-PPB-1 : Detail Penggambaran Prospek yang Baik Temuan 1
57. D-PPB-2 : Detail Penggambaran Prospek yang Baik Temuan 2
58. D-PM-1 : Detail Pemaparan Masalah Temuan 1
59. D-PM-2 : Detail Pemaparan Masalah Temuan 2
60. D-GP-1 : Detail Gambaran Pendukung Temuan 1
61. M-MMG-1 : Maksud Mendukung dan Membenarkan Gagasan Kandidat Temuan 1
62. M-MMG-2 : Maksud Mendukung dan Membenarkan Gagasan Kandidat Temuan 2
63. M-MMG-3 : Maksud Mendukung dan Membenarkan Gagasan Kandidat Temuan 3
64. M-MK-1 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 1
65. M-MK-2 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 2
66. M-MK-3 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 2
67. M-MK-4 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 4
68. M-MK-5 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 5
69. M-MK-6 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 6
70. M-MK-7 : Maksud Memilih Kandidat Temuan 7
71. IP-TN-1 : Ideologi Pancasila Tujuan Nasional Temuan 1

- 72. IP-TN-2 : Ideologi Pancasila Tujuan Nasional Temuan 2
- 73. IP-NMP-1 : Ideologi Pancasila Nilai Moral Pancasila Temuan 1
- 74. IP-NMP-2 : Ideologi Pancasila Nilai Moral Pancasila Temuan 2
- 75. IFJK-1 : Ideologi Filsafat Jawa Kuno Temuan 1
- 76. IS-1 : Ideologi Islam Temuan 1
- 77. R-K-1 : Realitas Kesehatan Temuan 1
- 78. R-E-1 : Realitas Ekonomi Temuan 1
- 79. R-E-2 : Realitas Ekonomi Temuan 2
- 80. R-H-1 : Realitas Hukum Temuan 1
- 81. R-P-1 : Realitas Pendidikan Temuan 1
- 82. R-M-1 : Realitas Moral Temuan 1

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Analisis van Dijk	14
Gambar 4.1 Gizi Buruk Anak Indonesia.....	85
Gambar 4.2 Gedung Mewah Bertingkat dan Rumah Kumuh di Ibu Kota	87
Gambar 4.3 Demonstrasi Para Petani Menolak Impor Pangan.....	88
Gambar 4.4 Nenek Minah di Meja Hijau	90
Gambar 4.5 Anak Putus Sekolah	91
Gambar 4.7 Kasus Korupsi Wisma Atlet Nazaruddin	93
Gamabr B.1 Para Penari Menyanyikan Lagu Dukungan untuk Prabowo-Hatta	103
Gambar B.2 Prabowo berbaaur dengan rakyat kalangan bawah	103
Gambar B.3 Prabowo Menggendong dan Mencium Anak Kecil (dari kalangan bawah)	104
Gambar B.4 Prabowo Berbincang dengan Nenek dan Merangkulnya	104
Gambar B.5 Prabowo-Hatta Mengisyaratkan Angka 1	104
Gambar B.6 Angka 1 Diikuti Tulisan <i>Prabowo-Hatta</i>	105
Gambar B.7 Prabowo Berbicara dengan Tegas	105
Gambar B.8 Prabowo Berjabat Tangan dengan Ahok	105
Gambar B.9 Prabowo Berkunjung ke Pasar	106
Gambar B.10 Prabowo Berkunjung ke Sawah	106
Gambar B.11 Gambar Prabowo-Hatta dan Nomor 1 Beserta <i>Tagline</i>	106
Gambar B.12 Orang Tua Terlunta-lunta di Jalan.....	107
Gambar B.13 Para Penumpang Bus Berebutan Menaiki Bus.....	107
Gambar B.14 Seorang Anak Menatap Sendu ke Dalam Kelas.....	107
Gambar B.15 Seorang Ibu Mengantri di Puskesmas	108

Gambar B.16 Seseorang Kehilangan Pekerjaan	108
Gambar B.17 Prabowo Berkunjung ke Proyek Pembangunan	108
Gambar B.18 Prabowo Bersalaman dengan Masyarakat	109
Gambar B.19 Gambar Prabowo-Hatta dan Tulisan Nomor Urut 1	109
Gambar B.20 Prabowo Berpidato	109
Gambar B.21 Anak Tersenyum Mendengarkan Pidato Prabowo	110
Gambar B.22 Prabowo Merangkul Petani	110
Gambar B.23 Seorang Ayah Menggendong Anak di Atas Bahunya...	110
Gambar B. 24 Para Siswa Memegang Bendera Kertas Merah Putih.....	111
Gambar B.25 Gambar Prabowo-Hatta	111
Gambar B.26 Prabowo yang Menepuk Punggung Anak Kecil	111
Gambar B.27 Petani Meminum Segelas Susu	112
Gambar B.28 Pasar Tradisional yang Ramai	112
Gambar B.29 Prabowo Berkunjung ke Sawah dan Mengangkat Seikat Padi	112
Gambar B.30 Prabowo Bersalaman dengan Para Petani.	113
Gambar B.31 Anak Berekspresi Seolah Mengaum Seperti Macan Setelah Meminum Susu	113
Gambar B.32 Prabowo Bersama Rakyat	113
Gambar B.33 Pesepak Bola Bernomor Punggung 2 Berhasil Mencetak Gol	114
Gambar B.34 Jokowi-JK Berbahagia Karena Tim Sepak Bola Dukungannya Berhasil Mencetak Gol	114
Gambar B.35 Pendukung Tim Sepak Bola Ribut Karena Tim yang Didukung Kalah	114
Gambar B.36 Para Pesepak Bola di Televisi Saling Berjabat Tangan	115
Gambar B.37 Jokowi-JK Berjabat Tangan dengan Pendukung Tim Lawan	115

