



**IKLAN LAYANAN KESEHATAN MASYARAKAT
BERBAHASA INDONESIA: ANALISIS WACANA KRITIS**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan (S1)
pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

Oleh

**SITI FI KHOLIFAH
NIM 100210402034**

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

2016

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Muhammad Syafi'i dan Ibu Sulis Setiowati beserta keluarga yang tanpa rasa bosan membimbing, memotivasi, dan mendoakan yang terbaik untuk saya. Tanpa terlupakan suami tercinta yang selalu memberikan dukungan di setiap langkahku.
2. Guru-guru saya sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi yang telah membimbing, mendidik, memberikan banyak ilmu dan wawasan, serta nasihat-nasihat.
3. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
4. Rekan-rekan seperjuangan yang tanpa rasa lelah dan bosan memberikan dukungan untuk selalu berusaha tanpa putus asa dan belajar dengan keras.

MOTO

Setiap orang membutuhkan tiga hal untuk mencapai kebahagiaan di dunia, yaitu;
seseorang untuk di cintai, sesuatu untuk dilakukan,
dan sesuatu untuk diharapkan.*)

Tiada suatu usaha yang besar akan berhasil tanpa dimulai dari usaha yang kecil.**)



*)Tom Bodett. www.maribelajarbk.web.id

**) Joeniarto, 1967 dalam Mulyono, E. 1998.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Fi Kholifah

NIM : 100210402034

Prodi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Berbahasa Indonesia: Analisis Wacana Kritis”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah di ajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 27 Juni 2016

Yang menyatakan,

Siti Fi Kholifah
NIM 100210402034

SKRIPSI

**IKLAN LAYANAN KESEHATAN MASYARAKAT
BERBAHASA INDONESIA: ANALISIS WACANA KRITIS**

Oleh
Siti Fi Kholifah
NIM 100210402034

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sukatman, M.Pd.

Dosen Pembimbing Anggota : Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd.

HALAMAN PENGAJUAN

**IKLAN LAYANAN KESEHATAN MASYARAKAT
BERBAHASA INDONESIA: ANALISIS WACANA KRITIS**

SKRIPSI

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

Nama Mahasiswa : Siti Fi Kholifah
NIM : 100210402034
Angkatan Tahun : 2010
Daerah Asal : Malang
Tempat, tanggal lahir : Malang, 10 Oktober 1991
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Sukatman, M.Pd.
NIP 196401231995121001

Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd.
NIP 197902072008122002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Berbahasa Indonesia: Analisis Wacana Kritis” telah diuji dan disahkan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

hari : Senin

tanggal : 27 Juni 2016

tempat : Ruang 35D 106 Gedung 3 FKIP

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Muji, M.Pd.
NIP 195907161987021002

Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd.
NIP 19790207 2008122002

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.
NIP 19570713 1983031004

Dr. Sukatman, M.Pd.
NIP 196401231995121001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., P.hD.
NIP 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Berbahasa Indonesia: Analisis Wacana Kritis; Siti Fi Kholifah; 97 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Iklan layanan kesehatan masyarakat/ILKM dirancang oleh pemerintah untuk mensosialisasikan program-program dan permasalahan kesehatan yang sedang terjadi di masyarakat. Untuk mengetahui makna dalam ILKM teori yang tepat untuk digunakan adalah Analisis Wacana Kritis/AWK. Teori analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk adalah model yang paling banyak digunakan untuk menganalisis karena teori ini mengelaborasi beberapa elemen yang menjadi satu kesatuan untuk mengungkapkan suatu makna dalam wacana tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu 1) Bagaimanakah unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM yang diterbitkan pemerintah di media cetak; 2) Bagaimanakah konteks sosial yang melatarbelakangi pembuatan wacana ILKM yang diterbitkan pemerintah di media cetak; dan 3) Bagaimanakah ideologi yang tercermin dalam wacana ILKM di media cetak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan 1) unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM yang diterbitkan pemerintah di media cetak; 2) konteks sosial yang melatarbelakangi pembuatan wacana ILKM yang diterbitkan pemerintah di media cetak; dan 3) ideologi yang tercermin dalam wacana ILKM di media cetak.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian wacana kritis yang menghasilkan data kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa kata- kata, kalimat- kalimat, serta paragraf yang memfokuskan pada aspek kebahasaan dan aspek di luar kebahasaan. Data diambil dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Data

dianalisis dengan menggunakan tiga cara meliputi: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM di media cetak yaitu, unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM di media cetak meliputi: 1) elemen latar sosial, 2) elemen detil, dan 3) elemen maksud. Konteks sosial dalam ILKM di media cetak meliputi: 1) konteks budaya, 2) konteks ekonomi, 3) konteks pendidikan, dan 4) konteks kesehatan. Ideologi dalam ILKM di media cetak meliputi: 1) ideologi anti liberalisme, 2) ideologi anti hedonisme, 3) ideologi pancasila, dan 4) ideologi Islam.

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut. Bagi mahasiswa pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan rujukan mengenai analisis wacana khususnya yang berkaitan dengan analisis wacana kritis. Bagi guru bahasa Indonesia tingkat SMA kelas XII pada KI-3 memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif dengan KD 3.1 memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan pembinaan pengetahuan dan media pembelajaran tentang iklan sehingga siswa dapat lebih kreatif dalam hal pemilihan kata, pembuatan kalimat yang bervariasi, dan pembuatan kalimat persuasif. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian teori analisis wacana kritis pada objek lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan diskusi oleh mahasiswa pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sehingga dapat meningkatkan pengetahuan tentang analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk.

PRAKATA

Syukur alhamdulillah saya ucapkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi saya yang berjudul “Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Berbahasa Indonesia: Analisis Wacana Kritis” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada;

1. Drs. Mohammad Hasan, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Jember.
2. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd., selaku Dekan FKIP Universitas Jember.
3. Dr. Arju Muti'ah, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni.
4. Anita Widjajanti, S.S., M.Hum., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
5. Dr. Sukatman, M.Pd., selaku DPA dan dosen pembimbing 1 yang telah banyak memberikan pengarahan, saran yang berharga, semangat, motivasi, serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
6. Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd., selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan dan petunjuk-petunjuk yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa.
8. Keluarga besar Bapak Muhammad Syafi'i dan Ibu Sulis Setiowati yang walaupun terpisah jauh, namun tidak pernah bosan untuk mengingatkan, memotivasi, dan mendoakan yang terbaik bagi penulis.

9. Teman-temanku mahasiswa Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2010 yang telah mengajarkanku arti sebuah tanggung jawab serta membuatku menyadari arti sebuah keluarga.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang sepadan atas bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini akan banyak memberikan manfaat bagi perkembangan dunia pendidikan, khususnya dalam bidang bahasa dan sastra Indonesia.

Jember, 27 Juni 2016

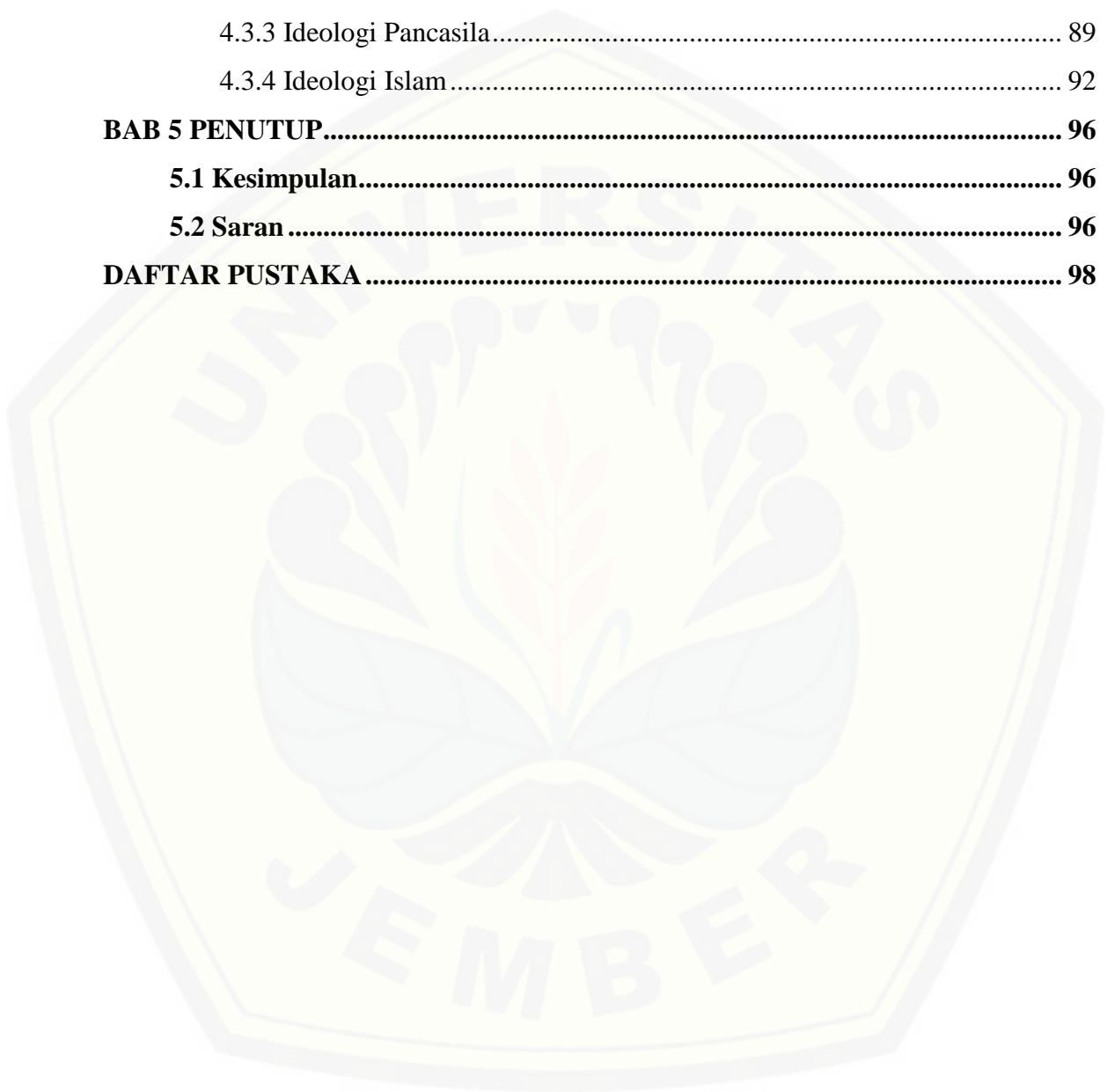
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGAJUAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Definisi Operasional	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pengertian Wacana	12
2.2 Analisis Wacana Kritis	13
2.2.1 Karakteristik Analisis Wacana Kritis.....	14
2.3 Kerangka Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk.....	19
2.4 Dimensi Analisis Teks	20
2.5 Dimensi Kognisi Sosial	24

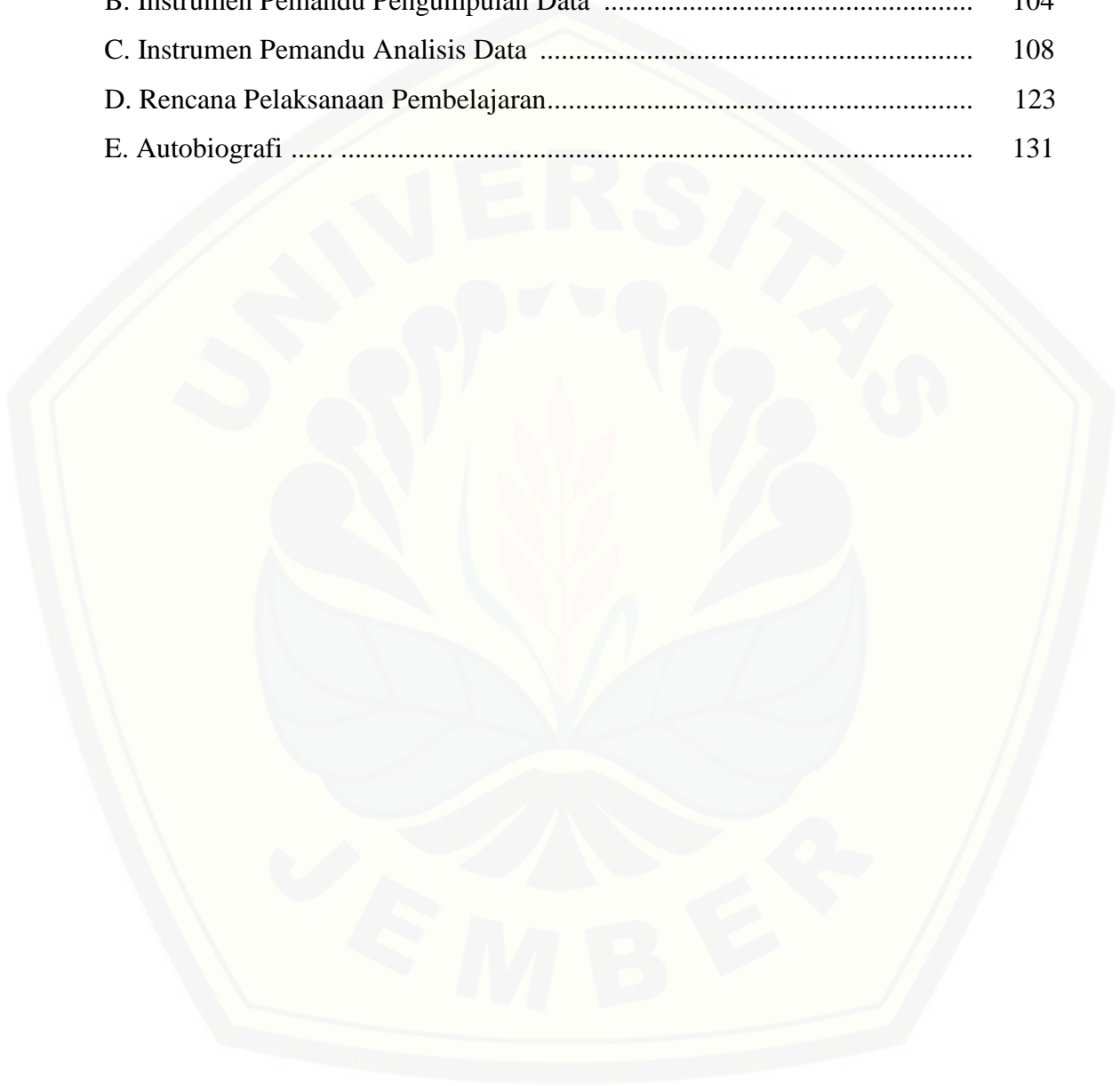
2.6 Dimensi Konteks Sosial.....	29
2.7 Pengertian Iklan	35
2.8 Jenis-Jenis Iklan	36
2.9 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat/ILKM	37
2.10 Teknik Analisis Iklan	39
2.11 Penelitian Sebelumnya Yang Relevan	39
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	40
3.2 Jenis dan Rancangan Penelitian.....	40
3.3 Tempat Penelitian.....	41
3.3 Data dan Sumber Data.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Observasi	42
3.4.2 Dokumentasi	42
3.4.3 Wawancara	43
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.5.1 Reduksi Data	44
3.5.2 Penyajian Data	44
3.5.3 Menarik Kesimpulan.....	45
3.6 Instrumen Penelitian	45
3.7 Prosedur Penelitian	45
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Unsur Semantik dalam ILKM di Media Cetak	47
4.1.1 Latar Sosial	47
4.1.2 Detil	53
4.1.3 Maksud	59
4.2 Konteks sosial.....	65
4.2.1 Konteks Budaya.....	65
4.2.2 Konteks Ekonomi	71
4.2.3 Konteks Pendidikan.....	77

4.2.4 Konteks Kesehatan	81
4.3 Ideologi yang tercermin dalam ILKM di Media Cetak	84
4.3.1 Ideologi Anti Liberalisme.....	84
4.3.2 Ideologi Anti Hedonisme	87
4.3.3 Ideologi Pancasila.....	89
4.3.4 Ideologi Islam.....	92
BAB 5 PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98



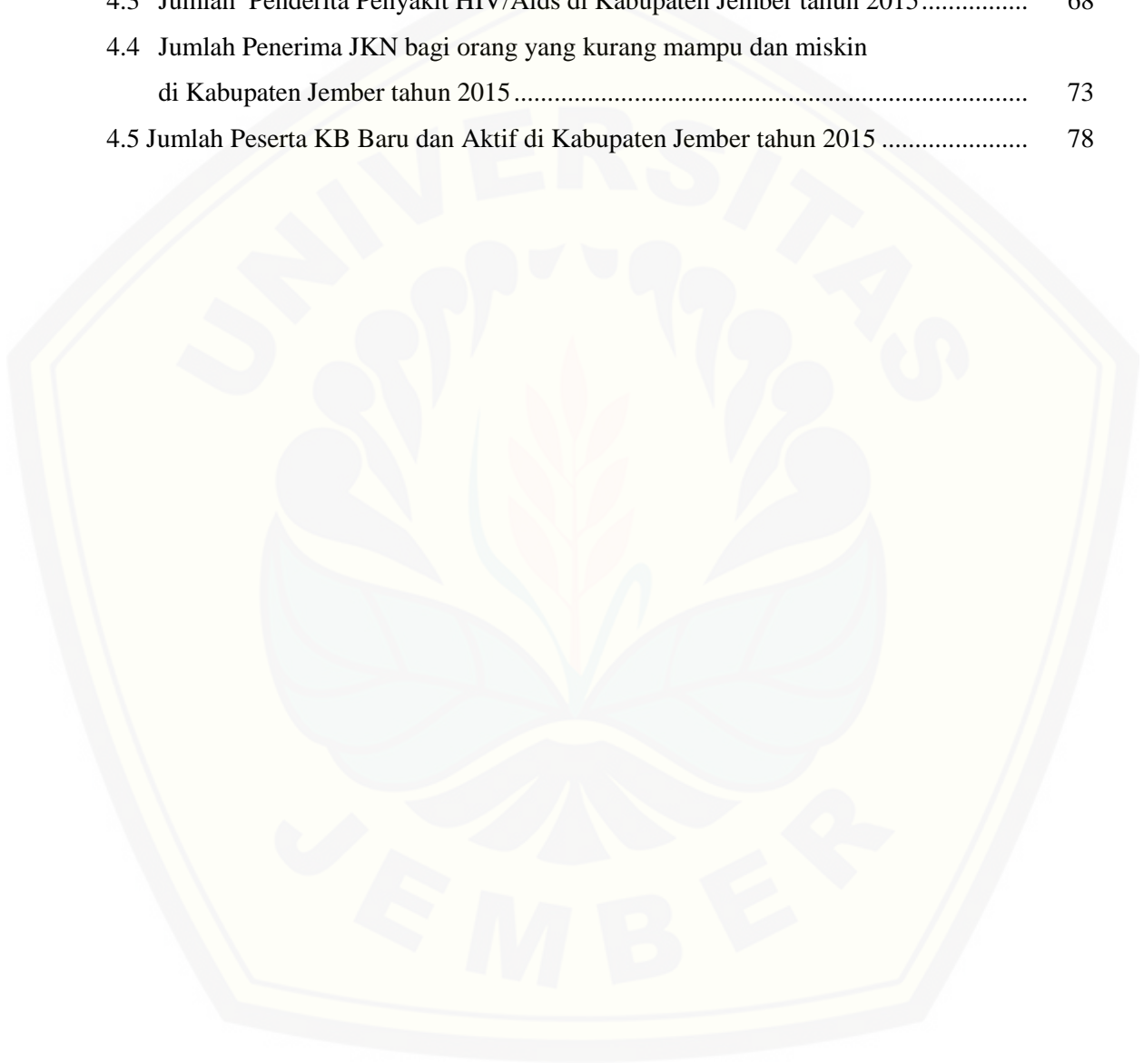
DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian	102
B. Instrumen Pemandu Pengumpulan Data	104
C. Instrumen Pemandu Analisis Data	108
D. Rencana Pelaksanaan Pembelajaran.....	123
E. Autobiografi	131



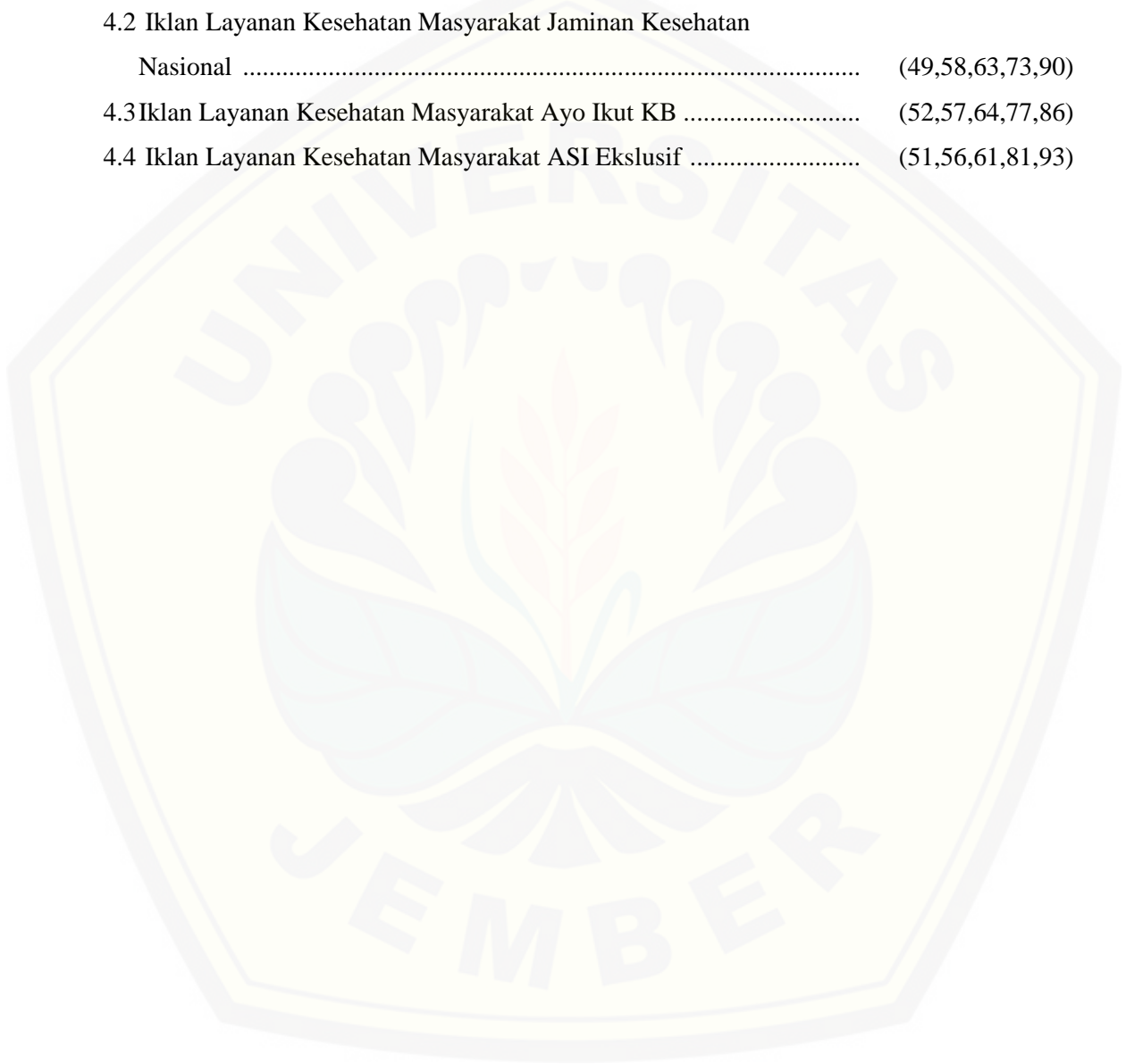
DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Penyebab-penyebab Penyakit HIV/Aids di Kabupaten Jember	66
4.2 Kelompok Umur Penderita Penyakit HIV/Aids di Kabupaten Jember	67
4.3 Jumlah Penderita Penyakit HIV/Aids di Kabupaten Jember tahun 2015	68
4.4 Jumlah Penerima JKN bagi orang yang kurang mampu dan miskin di Kabupaten Jember tahun 2015	73
4.5 Jumlah Peserta KB Baru dan Aktif di Kabupaten Jember tahun 2015	78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Stop Merokok	(5)
4.1 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Stop HIV/Aids	(48,54, 60,66, 88)
4.2 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Jaminan Kesehatan Nasional	(49,58,63,73,90)
4.3 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Ayo Ikut KB	(52,57,64,77,86)
4.4 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat ASI Eksklusif	(51,56,61,81,93)



DAFTAR SINGKATAN

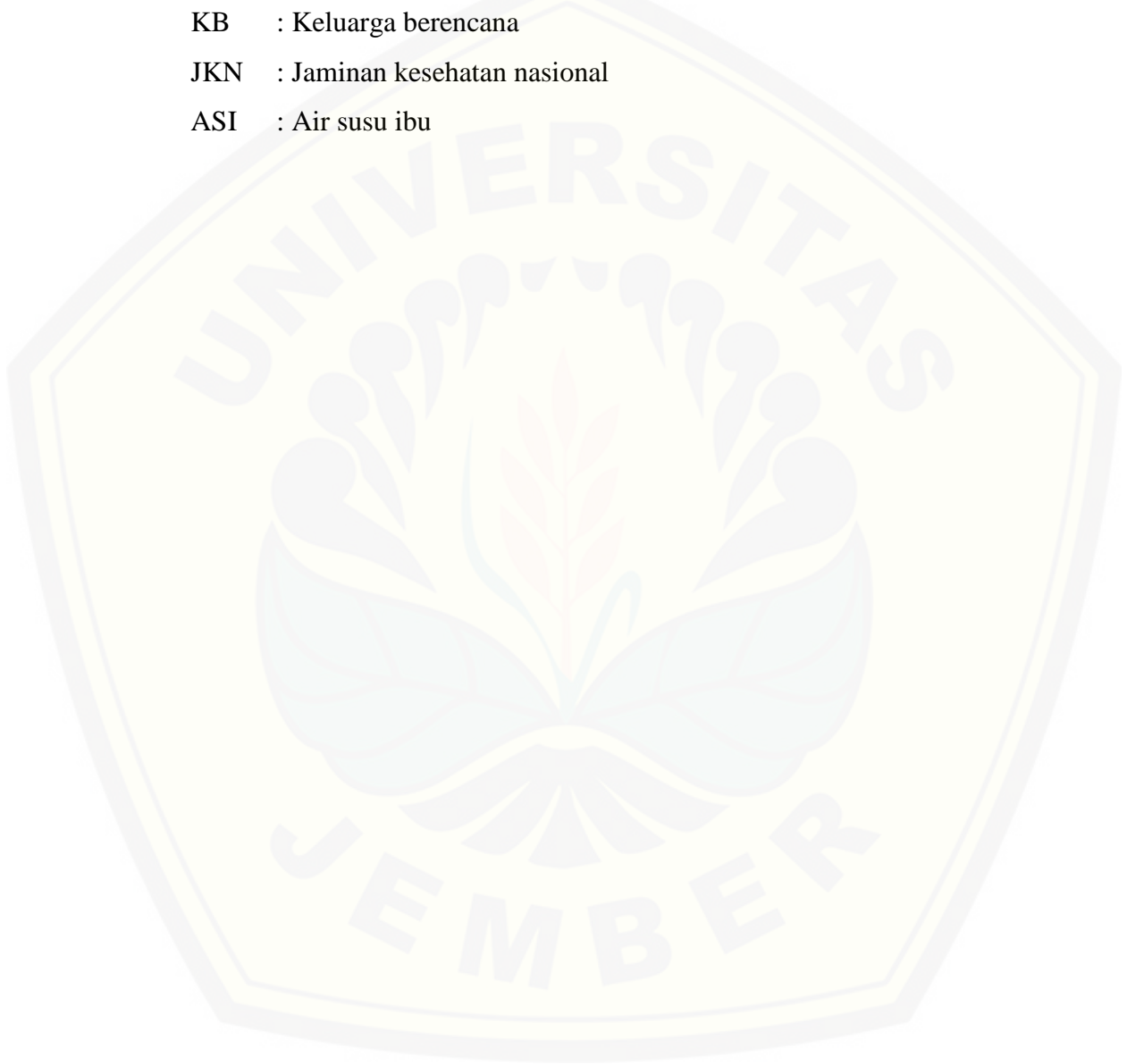
ILKM : Iklan layanan kesehatan masyarakat

HIV : *Human immunodeficiency virus*

KB : Keluarga berencana

JKN : Jaminan kesehatan nasional

ASI : Air susu ibu



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih membuat media menjadi sangat beragam, sehingga media dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan. Menurut Bretz dan Briggs (dalam Dhofir Rizal 2013) mengklasifikasikan media dalam berkomunikasi menjadi tiga kelompok, yaitu: suara (audio), gambar atau teks (visual), atau gabungan dari keduanya (audio visual). Dari ketiga media tersebut diketahui bahwa setiap media mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri, akan tetapi media yang paling efektif saat digunakan dalam berkomunikasi adalah media visual. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Moore (2004:99) yang menyatakan komunikasi visual merupakan salah satu cara berkomunikasi tertua dan paling efektif dalam penyampaian makna dari segi gambar lebih cepat dapat diingat dari pada kata-kata. Selain itu, gambar lebih cepat diserap oleh pemakai bahasa dan memerlukan waktu yang lama jika dilakukan secara verbal. Komunikasi visual memiliki sifat yang mudah untuk diabadikan muatan isinya, sehingga memperbesar kemungkinan muatan pesan tersebut dikonsumsi oleh khalayak umum dalam jangka waktu yang relatif lama. Hal inilah yang melatarbelakangi banyak perorangan dan kelompok yang memiliki kepentingan untuk berkomunikasi dengan khalayak umum dengan menggunakan media komunikasi visual.

Komunikasi visual mempunyai beragam jenis, akan tetapi jenis yang banyak digunakan oleh perorangan dan kelompok adalah iklan. Iklan tidak hanya digunakan untuk mempromosikan sesuatu, akan tetapi iklan juga dapat membuka pemahaman manusia terhadap segala sesuatu yang terjadi di sekelilingnya. Menurut Wright (dalam Mulyana, 2005:63) menyatakan bahwa iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi bersifat

persuasif. Dengan demikian iklan merupakan komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Iklan tidak hanya digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa, akan tetapi iklan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan sosial yang berguna bagi kesejahteraan hidup masyarakat. Salah satunya adalah iklan layanan kesehatan masyarakat/ILKM. Iklan layanan kesehatan masyarakat/ILKM merupakan iklan yang di buat oleh pemerintah khusus untuk menyajikan pesan-pesan sosial. Tujuan pembuatan ILKM adalah untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan kesehatan. Selain itu, memberikan informasi kepada masyarakat, ILKM memberikan arahan untuk selalu hidup sehat, sehingga muncul opini publik yang dapat menyadarkan masyarakat untuk melaksanakan sesuai yang diarahkan iklan tersebut. Pemerintah menggunakan sarana ILKM untuk mensosialisasikan program-program kerja yang sudah direncanakan demi tercapainya tujuan yakni agar masyarakat selalu hidup sehat dan sejahtera.

ILKM yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah iklan layanan kesehatan masyarakat yang diangkat sesuai dengan permasalahan yang sedang terjadi di Kabupaten Jember. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan kesadaran masyarakat Jember yang mulai lemah untuk selalu hidup sehat dengan cara mengubah perilaku dan pemikiran sesuatu terhadap masalah tertentu. Hal ini dapat di ketahui karena sebagian besar masyarakat yang mulai menerapkan pola hidup tidak sehat dalam kehidupan sehari-hari. Penyebab utamanya yakni kurangnya pengetahuan masyarakat tentang berbagai macam masalah kesehatan, sehingga akan berdampak fatal pada kesehatannya.

Berkaitan dengan hal itu, teori yang tepat untuk menganalisis isi ILKM adalah analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*). Teori AWK yang merupakan alat bedah mampu digunakan untuk mengungkapkan makna yang tersembunyi dari balik wacana baik dari aspek kebahasaan maupun aspek di luar kebahasaan. Teori AWK sangat beragam yang dikembangkan oleh para ahli. Menurut Sobur (2004:73)

teori AWK memiliki beberapa model kerangka analisis yang dikembangkan oleh para ahli namun dari beberapa model analisis wacana yang ada, model yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk adalah model yang paling banyak digunakan untuk menganalisis karena teori ini mengelaborasi beberapa elemen yang menjadi satu kesatuan untuk mengungkapkan suatu makna dalam wacana tersebut. Oleh sebab itu, peneliti memutuskan untuk menggunakan teori AWK yang dikembangkan oleh Van Dijk karena elemen-elemen yang terdapat dalam teorinya mampu mengungkapkan makna-makna yang tersembunyi di balik wacana.

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Van Dijk, peneliti menganalisis tiga dimensi meliputi unsur semantik, konteks sosial, dan kognisi sosial karena berdasarkan penelitian awal ketiga dimensi tersebut adalah gejala dominan yang terdapat pada iklan layanan kesehatan masyarakat di media cetak. Pertama, pada unsur semantik meliputi latar sosial, detil, dan maksud. Kedua, kognisi sosial dibatasi hanya pada ideologi meliputi ideologi anti liberalisme, ideologi anti hedonisme, ideologi Pancasila, dan ideologi Islam. Ketiga, konteks sosial hanya dibatasi pada konteks budaya, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. Berkaitan dengan uraian di atas, maka peneliti memberikan batasan penelitian, sehingga peneliti dapat lebih memfokuskan pada aspek-aspek yang sudah ditentukan.

Berikut ini adalah salah satu contoh analisis teori AWK Van Dijk yang diterapkan pada wacana ILKM:



Gambar 1.1 ILKM Stop Merokok

a. Latar Sosial pada ILKM Stop Merokok

Latar sosial dalam ILKM tersebut adalah semakin meningkatnya jumlah perokok di kabupaten Jember. Hal ini disebabkan kota Jember merupakan penghasil tembakau terbesar di Jawa Timur. Sebagian besar hasil tembakau digunakan untuk membuat cerutu, sebagiannya lagi dikirim ke kota lain, dan digunakan sebagai rokok oleh beberapa industri di Jember. Industri rokok di Jember tidak terlalu banyak seperti di kota-kota lain, sehingga rokok yang dihasilkan kebanyakan adalah ilegal. Sebagian besar masyarakat mengkonsumsi rokok tersebut karena rokok ilegal jauh lebih murah dari pada rokok yang lain. Sebagian besar lagi masyarakat mengkonsumsi rokok yang dijual di tokok-toko karena rasanya yang berbeda.

Adanya industri rokok di Jember atau di kota lain dapat berdampak positif dan negatif bagi masyarakat. Dampak positifnya yakni dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat menjadi lebih baik, karena industri rokok membutuhkan banyak pekerja, sehingga dapat memberikan peluang kerja yang bagus. Dampak negatifnya yakni perokok akan semakin bertambah. Terbukti dengan semakin bertambahnya jumlah perokok di Jember yang tidak hanya dari kalangan orang lansia dan dewasa, bahkan dari kalangan remaja dan anak-anak.

Bagi masyarakat kini rokok sudah menjadi kebutuhan bukan hanya sekedar keperluan. Jika tidak ada ketegasan dari pemerintah, maka aktivitas merokok ini akan semakin menjalar luas di masyarakat. Untuk itu, kini pemerintah membuat peraturan resmi tentang larangan merokok di tempat-tempat tertentu seperti sekolah, tempat ibadah, area kesehatan, area pemerintahan, dan transportasi umum. Jika peraturan ini dilanggar, maka akan diberikan sanksi tegas. Kesadaran masyarakat harus selalu ditingkatkan untuk menghindari rokok. Hal ini dapat terwujud jika semua pihak dapat bekerjasama untuk melestarikan hidup sehat tanpa merokok. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah yakni dengan membuat ILKM yang berisikan larangan merokok dan sosialisasi secara langsung. Diharapkan dengan adanya upaya-upaya yang dilakukan tersebut dapat menekan jumlah perokok di Jember.

b. Elemen Detil Lata Sosial pada ILKM Stop Merokok

Elemen detil dapat diketahui dari wacana yang terdapat dalam ILKM stop merokok yakni “**Apa kurang pintar ? Kita sudah tau bahayanya, tapi masih merokok aja**”. Wacana tersebut merupakan kalimat utama/pokok yang berisi sindiran yang menyinggung masyarakat terutama pada generasi muda yang menjadi perokok. Hal ini diperkuat dengan adanya ilustrasi gambar yang ditampilkan yakni seorang perempuan yang memegang buku menunjukkan bahwa perempuan tersebut adalah orang yang berpendidikan dan mempunyai pengetahuan. Banyaknya masyarakat yang mengetahui akan bahaya dari rokok dan asap rokok, namun masih saja mengabaikannya dan memilih untuk menjadi perokok. Hal ini disebabkan kandungan dalam rokok dapat membuat perokok menjadi kecanduan, sehingga sekali saja merokok maka selalu ingin terus merokok. Selain itu, dalam wacana ILKM juga berisi tentang tujuan iklan yang ditunjukkan pada kalimat “**udara segar**” yang ditandai dengan lambang senyum. Artinya, masyarakat sungguh berharap tidak ada lagi orang merokok di tempat-tempat umum karena selain dapat membahayakan penggunaanya juga dapat membahayakan orang disekitarnya.

c. Elemen Maksud Lata Sosial pada ILKM Stop Merokok

Elemen maksud pembuatan ILKM stop merokok adalah salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dan tenaga medis untuk memberikan himbauan bahaya merokok kepada masyarakat di kabupaten Jember. Masyarakat yang mulai mengabaikan bahaya dari rokok merupakan penyebab awal yang dapat membahayakan tubuhnya baik pengguna rokok itu sendiri atau bagi orang lain. Wacana ILKM stop merokok bersifat menguntungkan bagi masyarakat Jember, sehingga wacana iklan ditampilkan secara eksplisit. Semakin keras upaya yang dilakukan oleh pemerintah sedikitnya dapat menekan jumlah perokok di kabupaten Jember, sehingga udara dapat kembali segar tanpa dipenuhi asap rokok.

Maksud dalam wacana ILKM yakni “**Apa kurang pintar? kita udah tau bahayanya, tapi masih merokok aja**” kalimat tersebut merupakan kalimat sindiran

bagi masyarakat Jember bahwa seluruh masyarakat kini menjadi perokok tidak melihat kepintaran atau kebodohnya. Pemerintah dan dinas kesehatan terus berupaya untuk menekan jumlah perokok dan mencegah perokok pemula. Selain itu, Pemerintah berupaya mewujudkan kualitas udara yang sehat dan bersih dari asap rokok dan mewujudkan generasi muda yang sehat.

d. Konteks Kesehatan Lata Sosial pada ILKM Stop Merokok

Konteks yang melatarbelakangi ILKM stop merokok adalah konteks kesehatan. Hal ini dapat diketahui karena ILKM tersebut berhubungan dengan dampak atau pengaruh dibuatnya iklan dengan kesehatan. Sebagaimana yang dilansir Rahmadia Ayu (dalam wordpress.com) tentang penilaian Indeks Perkembangan Kesehatan Masyarakat/IPKM Kabupaten Jember merupakan salah satu Kabupaten yang mempunyai IPKM yang masih rendah. Terbukti Kabupaten Jember berada di peringkat 215 dari tingkat nasional dan peringkat 31 provinsi dari 38 kabupaten di provinsi Jawa Timur. Angka IPKM di kabupaten Jember dipengaruhi oleh banyaknya permasalahan kesehatan yang ditunjukkan dengan besarnya angka penyakit tertentu. Salah satunya adalah beberapa penyakit yang disebabkan oleh rokok dan asap rokok antara lain kanker paru, kanker kandung kemih, kanker payudara, kanker serviks, kanker kerongkongan, kanker pencernaan, ginjal, kanker mulut, kanker tenggorokan, serangan jantung, jantung koroner, aterosklerosis, dan impotensi.

Umumnya tidak ada satu pun organ di dalam tubuh yang tidak terpengaruh oleh rokok atau asap rokok karena hampir semua bagian tubuh bisa rusak oleh rokok. Hal ini disebabkan dalam satu batang rokok mengandung 4.000 senyawa kimia yang 40 diantaranya termasuk racun (toksik) atau karsinogenik (bisa menyebabkan kanker). Macam-macam penyakit yang disebabkan oleh rokok dan asap rokok tersebut sengaja ditampilkan dalam kemasan rokok, sehingga pembeli rokok dapat mengetahui dampak menggunakan rokok. Kenyataannya konsumen perokok terus bertambah tanpa menghiraukan kemasan dan bahayanya. Kota Jember adalah salah satu kota penghasil tembakau terbaik, sehingga banyak beredar rokok ilegal yang dibuat oleh

industri kecil. Sebagaimana telah dilansir di koran Jawa Pos yang menyatakan bahwa masih banyaknya rokok tanpa dilengkapi pita cukai alias rokok ilegal yang beredar di Jember. Selain jumlah perokok yang tinggi, banyak masyarakat yang masih memetingkan harga rokok yang murah. Kualitas rokok yang murah lebih membahayakan kesehatan seperti rokok yang tanpa adanya pita cukai karena kandungan zat didalamnya tidak terkontrol atau tidak sesuai dengan kadar ukurannya.

e. Ideologi liberalisme pada ILKM Stop Merokok

ILKM stop merokok mengandung ideologi liberalisme paham yang mengutamakan kebebasan. Hal ini dapat diketahui bahwa merokok adalah hak asasi setiap manusia. Artinya, setiap manusia mempunyai kebebasan untuk memutuskan untuk merokok ataupun tidak merokok. Terbukti jumlah perokok yang semakin tidak terkontrol di kabupaten Jember. Bagi sebagian besar masyarakat Jember rokok telah menjadi kebutuhan yang bahkan disamakan dengan kebutuhan untuk makan dan minum yang bukan hanya sekedar keperluan.

Tidak adanya larangan merokok bukan berarti masyarakat dapat merokok dengan seandainya, akan tetapi perokok juga harus bertanggung jawab. Dengan cara perokok mengetahui kapan dan di mana perokok dapat merokok tanpa harus mengganggu orang lain. Dalam perundang-undangan memang tidak ada peraturan yang secara langsung melarang masyarakat untuk merokok. Jika sekali merokok atau terkena asap rokok dapat menyebabkan kematian, maka pemerintah akan membuat peraturan yang melarang untuk merokok dan disertai sanksi yang setimpal. Namun, pada kenyataannya perokok tidak akan meninggal hanya karena merokok beberapa kali dan terkena asap rokok beberapa kali. Butuh proses lama untuk melihat dampak bahaya dari rokok dan asap rokok. Harapan dengan adanya ILKM stop merokok yang tersebar merata di seluruh puskesmas Jember dapat menekan jumlah perokok di Kabupaten Jember. Permasalahan rokok memang salah satu permasalahan yang sulit dipecahkan. Untuk itu, kini pemerintah membuat peraturan secara resmi dalam perundang-undangan pada pasal 1 ayat 23-31 bahwa ada beberapa kawasan yang

dinayatakan tidak diperbolehkan untuk merokok yaitu, tempat kerja, angkutan umum, tempat ibadah, tempat sekolah, tempat pelayanan kesehatan, pusat perbelanjaan, dan tempat makan. Namun, larangan merokok ini memang masih belum sepenuhnya efektif tetapi pemerintah terus berusaha dengan keras untuk mengoptimalkan program kawasan larangan merokok yakni dengan cara pemberian sanksi.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian mengenai ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut. Pertama, ILKM merupakan media komunikasi yang digunakan oleh pemerintah dalam menyampaikan program kerja, tugas pokok, dan fungsinya kepada masyarakat. Hal tersebutlah yang mempengaruhi terbentuknya ILKM, sehingga dibutuhkan teori yang tepat untuk mengungkap makna yang berada dibalik wacana agar informasi yang ingin disampaikan bisa dipahami dengan jelas oleh masyarakat. Penggunaan teori AWK ini dianggap sebagai kajian yang tepat dan komperhensif karena teori tersebut diharapkan dapat mengupas makna dari unsur kebahasaan dan unsur di luar kebahasaan yang dapat dijelaskan secara gamblang. Kedua, jika dikaitkan dalam kegiatan pembelajaran Bahasa Indonesia tingkat SMA kelas XII pada KI-3 memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif dengan KD 3.1 memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan. Berkaitan dengan hal tersebut, guru bahasa Indonesia dapat menggunakan IKLM ini sebagai salah satu media pembelajaran yang dapat digunakan sebagai objek untuk dianalisis baik dari segi struktur, kaidah, dan makna yang tersembunyi dari ILKM tersebut. Berangkat dari kedua asumsi tersebut, kajian ini merupakan upaya untuk memperluas bidang/objek kajian teori AWK, sehingga peneliti mengangkat judul penelitian tentang **“Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Berbahasa Indonesia: Analisis Wacana Kritis”**.

1.2 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup kajian dalam penelitian ini mencakup tiga dimensi meliputi struktur mikro, kognisi sosial, dan konteks sosial karena berdasarkan penelitian awal ketiga dimensi tersebut adalah gejala dominan yang terdapat pada iklan layanan kesehatan masyarakat di media cetak. Pertama, struktur mikro hanya dibatasi pada unsur semantik meliputi latar sosial, detil, dan maksud. Kedua, konteks sosial hanya dibatasi pada konteks budaya, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. Ketiga, kognisi sosial dibatasi hanya pada ideologi meliputi ideologi anti liberalisme, ideologi anti hedonisme, ideologi pancasila, dan ideologi Islam. Berdasarkan uraian di atas, batasan penelitian perlu dilakukan sehingga peneliti dapat lebih memfokuskan pada aspek-aspek yang sudah ditentukan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak?
- 2) Bagaimanakah konteks sosial yang melatarbelakangi pembuatan wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak ?
- 3) Bagaimakah ideologi yang tercermin dalam wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Mendiskripsikan unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak.
- 2) Mendiskripsikan konteks sosial yang melatarbelakangi pembuatan wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak

- 3) Mendiskripsikan ideologi yang tercermin dalam wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

- 1) Bagi guru bahasa Indonesia tingkat SMA, penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan pembinaan dalam mengembangkan pengetahuan dan media pembelajaran sebagai objek untuk dianalisis baik dari segi struktur, kaidah, dan makna yang tersembunyi dari ILKM tersebut
- 2) Bagi peneliti, penelitian akan menambah pengetahuan tentang penggunaan analisis wacana kritis dan dapat mengembangkan kajiannya pada objek lainnya.
- 3) Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan rujukan pada mata kuliah analisis wacana khususnya yang berkaitan dengan analisis wacana kritis.

1.6 Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan istilah atau kata yang terkait dengan judul atau kajian dalam penelitian, sehingga persepsi antara penulis dan pembaca harus sama, maka dari itu perlu ditegaskan kembali tentang pengertian atau istilah sebagai berikut.

- 1) Unsur semantik merupakan penjelasan makna lokal yang muncul dari hubungan antarkalimat dan antarproposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks.
- 2) Konteks sosial merupakan peristiwa yang terjadi di masyarakat yang dapat mempengaruhi pembuatan teks.
- 3) Ideologi merupakan sudut pandang seseorang atau golongan terhadap suatu realitas yang terjadi di masyarakat, bagaimana seharusnya realitas itu terjadi,

dan jalan apakah yang harusnya ditempuh untuk mencapai keadaan yang lebih baik.

- 4) Analisis wacana kritis merupakan suatu bentuk kajian wacana yang hanya tidak menelaah struktur teks, tetapi juga faktor lain di luar bahasa yang turut mempengaruhi terciptanya wacana.
- 5) Iklan layanan kesehatan masyarakat merupakan iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial tentang kesehatan.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan tentang tinjauan pustaka atau kajian teori yang berkaitan dengan penelitian. Adapun tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi: 1) pengertian wacana, 2) analisis wacana kritis, 3) kerangka analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk, 4) iklan, 5) iklan layanan kesehatan masyarakat, 6) teknik analisis iklan, dan 7) penelitian sebelumnya yang relevan.

2.1 Pengertian Wacana

Konsep mengenai wacana mutakhir diperkenalkan oleh Michel Foucault (dalam Eriyanto, 2001:65) wacana adalah sesuatu yang memproduksi yang lain (yaitu sebuah gagasan, konsep, atau efek). Wacana tidaklah dipahami sebagai serangkaian kata atau proposisi dalam teks semata. Wacana dapat dideteksi karena secara sistematis suatu ide, opini, konsep, dan pandangan hidup yang dibentuk dalam suatu konteks tertentu sehingga mempengaruhi cara berpikir dan bertindak tertentu. Selanjutnya, dijelaskan ciri utama wacana adalah kemampuannya untuk menjadi suatu himpunan wacana yang berfungsi membentuk dan melestarikan hubungan-hubungan kekuasaan dalam masyarakat.

Menurut Chaer Abdul (2007:267) wacana adalah satuan bahasa yang lengkap, sehingga dalam hirarki gramatikal tertinggi atau terbesar. Selanjutnya dijelaskan, sebagai satuan bahasa yang lengkap, maka dalam wacana itu terdapat konsep, gagasan, pikiran, atau ide yang utuh, yang bisa dipahami oleh pembaca (dalam wacana tulis) atau pendengar (dalam wacana lisan), tanpakeraguan apa pun. Wacana dibentuk dari kalimat-kalimat yang memenuhi persyaratan gramatikal dan persyaratan kewacanaan lainnya.

Karidalaksana (dalam Djajasudarma Fatimah 2006) mengemukakan bahwa wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hirarki gramatikal yang merupakan

satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Wacana terkadang direalisasikan dalam bentuk karangan yang utuh.

Sobur Alex (dalam Djajasudarma Fatimah 2006) mengungkapkan wacana adalah rangkaian ujaran atau tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (subjek) yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam satu kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental ataupun nonsegmental bahasa. Jadi, wacana adalah proses komunikasi menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa didalam sistem kemasyarakatan yang luas.

Alwi (dalam Djajasudarma Fatimah 2006) menyatakan wacana merupakan rentetan kalimat yang saling berkaitan dan membentuk kesatuan makna secara utuh, karena disertai oleh konteks. Selanjutnya, wacana merupakan rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lainnya, membentuk satu kesatuan, sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat-kalimat itu, yang mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan atau tulis J. S. Badudu (dalam Djajasudarma Fatimah 2006).

Berdasarkan dari beberapa definisi wacana yang diambil dari berbagai pendapat dari para ahli di atas, maka dapat disimpulkan wacana merupakan kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi di atas fonem, morfem, kata, frasa, klausa, dan kalimat yang membentuk makna utuh baik dari segi kohesif dan koheren yang ditungkan dalam bentuk ujaran baik secara lisan maupun tulis yang terkait dengan konteks yang melingkupinya yang memiliki tujuan informatif sehingga dapat mempengaruhi pola pikir dan perilaku dalam bertindak.

2.2 Analisis Wacana Kritis

Wacana adalah salah satu komunikasi yang dituangkan ke dalam bentuk tulisan yang mengandung tujuan yang dapat mempengaruhi pola pikir pembaca. Hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melingkupinya. Selain itu, di balik suatu wacana terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan oleh penulis. Menurut Fairlouch dan Wadok (dalam Eriyanto, 2001:7)

menyatakan pemakaian wacana dalam tuturan atau tulisan sebagai bentuk dari praktik sosial. Praktik sosial yang mengindikasikan bahwa segala hal yang terjadi di masyarakat berpengaruh pada wacana, sebaliknya wacana juga berpengaruh pada masyarakat.

Menurut Van Dijk (dalam Eriyanto, 2005:221) penelitian atas wacana tidak hanya didasarkan pada teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktek produksi yang harus juga diamati. Munculnya teks ini tidak lepas dari struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat. Dengan kata lain, unsur tersebut yang memberikan efek tersendiri dan melahirkan yang tidak independen.

Berkaitan dengan hal itu, dibutuhkan teori yang mampu membongkar makna dibalik suatu wacana baik dari unsur kebahasaan maupun unsur di luar kebahasaan. Teori ini disebut analisis wacana kritis (AWK) yang merupakan sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Artinya, dalam sebuah teks ada konteks yang melatarbelakanginya, sehingga munculah ideologi yang mengandung sebuah kepentingan.

2.2.1 Karakteristik dalam analisis wacana kritis

a) Tindakan

Wacana dipahami sebagai sebuah tindakan. Dengan pemahaman semacam ini mengasosiasikan wacana sebagai bentuk interaksi. Wacana bukan ditempatkan seperti dalam ruang tertutup dan internal, orang berbicara atau menulis bukan ditafsirkan sebagai menulis atau berbicara untuk dirinya sendiri, seperti orang sedang mengigau atau di bawah pengaruh hipnotis. Seseorang berbicara, menulis, dan menggunakan bahasa untuk berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain. Dengan pemahaman semacam ini, ada beberapa konsekuensi bagaimana wacana harus dipandang. Pertama, wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan, apakah untuk mempengaruhi, mendebat, membujuk, menyangga, dan bereaksi. Seseorang berbicara

atau menulis mempunyai maksud tertentu, baik besar maupun kecil. Kedua, wacana dipahami sebagai sesuatu yang diekspresikan secara sadar, terkontrol, bukan sesuatu yang di luar kendali atau diekspresikan di luar kesadaran.

b) Konteks

Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks dari wacana seperti latar, situasi, peristiwa, dan kondisi. Wacana dipandang, diproduksi, dimengerti, dan dianalisis pada suatu konteks tertentu. Analisis wacana juga memeriksa konteks dari komunikasi: siapa yang mengomunikasikan dengan siapa dan mengapa; dalam jenis khalayak dan situasi apa; melalui medium apa; bagaimana perbedaan tipe dan perkembangan komunikasi; dan hubungan untuk masing-masing pihak. Tiga hal sentralnya adalah teks, konteks, dan wacana. Teks (semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak dilembar kertas, tetapi semua jenis ekspresi komunikasi). Konteks (memasukan semua jenis situasi dan hal yang berada di luar teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa, situasi teks itu diproduksi serta fungsi yang dimaksudkan). Wacana dimaknai sebagai konteks dan teks secara bersama. Titik perhatiannya adalah analisis wacana menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam proses komunikasi. Titik tolak dari analisis wacana di pandang dari bahasa tidak dapat dimengerti sebagai mekanisme internal dari linguistik semata, bukan suatu objek yang diisolasi dalam ruang tertutup sehingga bahasa harus dipahami dalam konteks secara keseluruhan.

Beberapa konteks yang penting karena berpengaruh terhadap produksi wacana. Pertama, partisipan wacana, latar siapa yang memproduksi wacana. Jenis kelamin, umur, pendidikan, kelas sosial, etnis, agama, dalam banyak hal relevan dalam menggambarkan wacana. Misalnya, seseorang berbicara dalam pandangan tertentu karena dia laki-laki, atau karena dia berpendidikan. Kedua, setting sosial tertentu, seperti tempat, waktu, posisi pembicara dan pendengar atau lingkungan fisik adalah konteks yang berguna untuk mengerti suatu wacana. Misalnya, pembicaraan ditempat kuliah berbeda dengan di jalan. Setting, seperti tempat privat atau publik, dalam suasana formal atau informal, atau pada ruang tertentu memberikan wacana tertentu

pula. Berbicara di ruang kelas berbeda dengan berbicara di rumah dan juga di pasar, karena situasi sosial atau aturan yang melingkupinya berbeda, menyebabkan partisipan komunikasi harus menyesuaikan diri dengan konteks yang ada. Oleh karena itu, wacana harus dipahami dan ditafsirkan dari kondisi dan lingkungan sosial yang mendasarinya.

c) Historis

Menempatkan wacana dalam konteks sosial tertentu, berarti wacana diproduksi dalam konteks tertentu dan tidak dapat dimengerti tanpa menyertakan konteks yang menyertainya. Salah satu aspek penting untuk bisa mengerti teks adalah dengan menempatkan wacana itu dalam konteks historis tertentu. Misalnya, analisis wacana teks tentang mahasiswa menentang Soeharto. Pemahaman mengenai wacana teks ini hanya akan diperoleh kalau kita bisa memberikan konteks historis di mana teks itu diciptakan. Bagaimana situasi sosial politik, suasana pada saat itu. Oleh karena itu, pada waktu melakukan analisis perlu tinjauan untuk mengerti mengapa wacana yang berkembang atau dikembangkan seperti itu, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu dan seterusnya.

d) Kekuasaan

Analisis wacana kritis juga mempertimbangkan elemen kekuasaan (*power*) dalam analisisnya. Setiap wacana yang muncul, dalam bentuk teks, percakapan, atau apapun, tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah, wajar, dan netral tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat. Seperti kekuasaan laki-laki dalam wacana mengenai seksisme, kekuasaan kulit putih terhadap kulit hitam dalam wacana mengenai rasisme, kekuasaan perusahaan berbentuk dominasi pengusaha kelas atas kepada bawahan, dan sebagainya. Percakapan antara pembantu dan majikan bukanlah percakapan yang alamiah, karena terdapat kekuasaan majikan terhadap pembantu tersebut. Tujuan penggunaan wacana bagi suatu kekuasaan adalah untuk mempengaruhi objek yang dikuasai.

e) Ideologi

Ideologi merupakan suatu keyakinan yang diyakini kebenarannya oleh seseorang atau kelompok orang tertentu tanpa dirinya bersikap kritis lagi dan menerima segala pemikiran tersebut sebagai sesuatu hal yang seolah-olah sudah semestinya dilakukan (Gunawan, 2010). Secara harfiah, ideologi berarti ilmu tentang ide-ide sesuai dengan perkembangan zaman, perkembangan ilmu, dan pengetahuan. Batasan ideologi adalah sebuah sistem nilai atau gagasan yang dimiliki oleh kelompok atau lapisan masyarakat tertentu, termasuk proses-proses yang bersifat umum dalam produksi makna dan gagasan. AWK mempelajari tentang dominasi suatu ideologi serta ketidakadilan dijalankan dan dioperasikan melalui wacana. Fairclough mengemukakan bahwa AWK melihat wacana sebagai bentuk dan praktik sosial.

Praktik wacana menampilkan efek ideologi. Ideologi merupakan konsep sentral dalam AWK, hal ini karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi. Misalnya, wacana sastra adalah bentuk ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Ideologi ini dikonstruksikan oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka. Salah satu strateginya adalah membuat kesadaran khalayak, bahwa dominasi itu diterima secara diterima begitu saja. Dalam teks berita misalnya, dapat dianalisis apakah teks yang muncul tersebut pencerminan dari ideologi seseorang, apakah ia feminis, antifeminis, kapitalis, sosialis dan sebagainya. Ideologi dalam hal ini secara inheren bersifat sosial dan AWK melihat wacana sebagai bentuk dari praktik sosial.

2.3 Kerangka Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk

Wacana mengandung topik dan tujuan yang akan dianalisis untuk mengetahui unsur kebahasaan dan unsur di luar kebahasaan. Kedua unsur tersebut saling berhubungan antara yang satu dengan yang lain. Unsur di dalam bahasa dapat dilihat dari teks atau ujaran, sedangkan unsur di luar bahasa dapat dilihat dari konteks dan tujuan yang melingkupinya. Oleh karena itu, dibutuhkan kajian tertentu untuk memahami wacana secara utuh meliputi: bahasa sebagai teks atau ujaran beserta

unsur di luar bahasa yang melingkupinya. Kajian itu disebut analisis wacana kritis. Analisis wacana kritis dapat dijadikan sebagai alat bedah yang tepat untuk mengupas wacana sebagai praktik sosial produsen wacana untuk meraih target tertentu dari tujuan yang telah ditentukan.

Model analisis wacana Van Dijk dapat digunakan sebagai kajian utama karena Van Dijk mengelaborasi segala elemen-elemen wacana sehingga dapat digunakan dan dipakai secara praktis. Model ini sering disebut sebagai kognisi sosial. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur proses terbentuknya suatu teks. Hal tersebut yang melatarbelakangi penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena proses produksi suatu teks dan apa saja yang berpengaruh sangat menentukan wacana-wacana yang akan terdapat pada teks.

Menurut Van Dijk (dalam Eriyanto, 2005:221) penelitian atas wacana tidak hanya didasarkan pada teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Munculnya teks ini tidak lepas dari struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat, dengan kata lain unsur tersebut yang memberikan efek tersendiri dan melahirkan yang tidak independen. Van Dijk (dalam Eriyanto, 2005:224) membagi wacana menjadi tiga dimensi, yaitu dimensi teks, dimensi kognisi sosial, dan dimensi konteks sosial. Berikut ini akan dijelaskan mengenai ketiga dimensi tersebut.

2.3.1 Dimensi Analisis Teks

Teks bukanlah sesuatu yang muncul begitu saja, teks bukanlah sesuatu yang datang dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi, teks dibentuk dalam suatu praktik dikursus, suatu praktik wacana (Eriyanto, 2001:222). Suatu teks akan terbentuk jika dipengaruhi oleh ideologi penulis dan fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Berkaitan dengan hal tersebut, teks tidak sekedar dibuat dengan asal-asalan akan tetapi teks dibuat berdasarkan tujuan tertentu. Menurut Van Dijk (225-227) teks terdiri atas beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing

bagian saling mendukung Van Dijk memandang teks terdiri atas 3 struktur/tingkatan yakni:

a) Struktur Makro

Struktur makro mencerminkan makna umum sebuah wacana yang dapat dipahami dari topik wacana tersebut. Dengan kata lain, analisis struktur makro merupakan analisis sebuah wacana yang dipadukan dengan kondisi sosial di sekitarnya untuk memperoleh suatu tema sentral. Tema sebuah wacana tercakup secara implisit di dalam keseluruhan wacana dalam satu kesatuan bentuk yang koheren. Tema dapat ditemukan dengan cara membaca keseluruhan wacana tersebut. Dengan demikian, akan diketahui topik atau gagasan yang dikembangkan dalam wacana tersebut.

b) Superstruktur

Superstruktur adalah kerangka dasar sebuah wacana yang terdiri atas rangkaian struktur atau elemen dalam membentuk satu kesatuan bentuk yang koheren. Analisis superstruktur merupakan analisis alur sebuah wacana. Misalnya, bangunan sebuah wacana yang tersusun atas berbagai elemen seperti pendahuluan, isi, dan penutup harus dirangkai demikian rupa guna membentuk sebuah wacana yang utuh, menarik, dan mudah dipahami.

c) Struktur mikro

Struktur mikro merupakan analisis makna lokal dari suatu wacana yang diamati dari beberapa aspek yaitu pilihan kata, proposisi, kalimat, parafrase dan gaya yang dipakai oleh sebuah wacana. Berdasarkan hal tersebut, pada analisis dimensi teks peneliti hanya memfokuskan pada struktur mikro saja karena menurut peneliti makna dalam teks dapat diketahui jika mengamati dari elemen-elemen terkecil. Pemakaian kata, kalimat, proposisi dan retorika tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, akan tetapi dipandang sebagai politik berkomunikasi, yaitu suatu cara untuk mempengaruhi seseorang dengan menggunakan bahasa. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Van Dijk (dalam Eriyanto, 2001:226) yang mengemukakan bahwa makna global dari suatu teks didukung oleh kata, kalimat, dan

proposisi yang dipakai dalam suatu wacana sangat penting untuk diamati karena sebuah teks dapat terbangun lewat elemen-elemen yang terkecil. Dengan kata lain, untuk mendapatkan pemahaman tentang makna secara global, peneliti harus berangkat dari hal terkecil dalam suatu teks. Dalam uraiannya, menurut Van Dijk (228-259) mengemukakan empat unsur yang perlu diamati beserta elemen-elemen untuk memahami struktur mikro dari sebuah teks yakni:

a. Unsur semantik

Unsur semantik dikategorikan sebagai makna lokal (*local meaning*), yaitu makna yang muncul dari kata, klausa, kalimat, dan paragraf. Di samping itu juga meliputi hubungan diantara keempatnya, seperti hubungan antarkata, antarkalimat, antarklausa, dan antarparagraf. Adapun pada aspek semantik, makna yang ingin ditekankan dalam teks meliputi:

1. Latar

Latar merupakan bagian wacana yang dapat mempengaruhi arti yang ingin ditampilkan. Latar yang dipilih akan menentukan kearah kemana pandangan khalayak hendak dibawa. Hal itu dilakukan dengan mengemukakan latar belakang peristiwa yang diangkat. Pemilihan latar sangat ditentukan oleh sudut pandang yang digunakan ketika memandang peristiwa. Latar dapat menjadi alasan pembenaar gagasan yang diajukan kedalam teks. Oleh karena itu, latar teks merupakan elemen yang berguna karena dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan oleh penulis. Kadang maksud atau isi utama tidak diberberkan dalam teks, tetapi dengan melihat latar apa yang ditampilkan dan bagaimana latar tersebut disajikan.

2. Detil

Detil merupakan kontrol informasi yang disampaikan komunikator. Dalam arti, komunikator akan menjelaskan informasi secara detail dan terperinci untuk mendapat keuntungan pribadi. Sebaliknya, jika informasi pada fakta yang tidak menguntungkan akan dikurangi. Detail yang lengkap merupakan setrategi dalam penekanan informasi

secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu pada khalayak. Elemen detail juga melihat bagaimana penulis mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit.

3. Maksud

Elemen maksud hampir sama dengan detail, hanya saja elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara implisit. Perbedaannya, kalau detail didasarkan pada latar belakang peristiwa, sedangkan maksud didasarkan pada tujuan komunikator untuk mengontrol informasi yang menguntungkan dan tidak menguntungkan.

b. Unsur sintaksis

Halliday (1976: 31) unsur sintaksis berfokus pada analisis yang meliputi: a) kata ganti, b) bentuk kalimat, misalnya pasif atau aktif, dan c) koherensi pada analisis wacana yang meliputi hubungan bentuk/koherensi gramatikal serta hubungan antar makna/ kohesi leksikal yang mencakup hubungan antarunsur wacana berupa atau urutan proporsi secara semantis. Menurut Van Dijk (1985:110) koherensi semantik terdiri atas koherensi kondisional dan koherensi fungsional.

Urutan peristiwa suatu proposisi dapat dikatakan koheren secara kondisional bila proposisi tersebut secara kondisional mencerminkan kenyataan yang terkait dengan proposisi sebelumnya. Koherensi ini ditandai dengan pemakaian anak kalimat yang menjelaskan kalimat atau proposisi sebelumnya, misalnya sebab akibat. Selain itu, urutan peristiwa suatu proposisi dapat dikatakan koheren secara fungsional jika proposisi tersebut memiliki hubungan semantik dengan proposisi sebelumnya, dalam hal ini dikatakan memiliki fungsi stilistik dan retorik, misalnya penggunaan konjungsi yang dapat berfungsi sebagai perbandingan, pengontraskan, atau pemberi kesimpulan mengenai proposisi sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut, untuk dapat berfungsi sebagai satu kesatuan yang utuh dan koheren secara semantik, suatu proposisi memiliki penanda dan dinyatakan oleh reference (pengacuan), substitution

(penyulihan), Ellipsis (pelesapan), kohesi leksikal dan perangkaian yang disebut dengan kohesi gramatikal dan kohesileksikal.

c. Unsur stilistik

Unsur stilistik merupakan gaya atau ragam tampilan sebuah wacana dengan menggunakan bahasa sebagai sarannya. Sebuah wacana bisa memilih berbagai ragam tampilan, seperti puisi, drama, atau narasi. Terkait dengan gaya bahasanya sebuah wacana bisa menampilkan gaya melalui diksi atau pilihan kata, pilihan kalimat, majas, dan ciri kebahasaan yang lainnya.

d. Unsur retorik

Unsur retorik merupakan unsur penekanan sebuah topik dalam sebuah wacana. Gaya penekanan ini berhubungan erat dengan bagaimana pesan sebuah teks akan disampaikan, yang meliputi gaya hiperbola, repetisi, alterasi atau gaya yang lainnya. Berkaitan dengan uraian di atas, penelitiannya mengfokuskan analisis struktur mikro pada elemen semantik. Elemen semantik merupakan salah satu penggambaran makna secara umum dari suatu wacana yang menekankan latar, detil, maksud, dan pranggapan. Makna dalam suatu wacana adalah praktik yang ingin dikomunikasikan sebagai strategi penulis. Dengan demikian, elemen semantik perlu untuk dikaji secara mendalam guna untuk membongkar makna yang tersembunyi dari suatu wacana karena semantik tidak hanya mendefinisikan bagaimana yang penting dari struktur wacana, tetapi juga menggiring ke arah sisi tertentu dari suatu peristiwa.

2.3.2 Dimensi Konteks Sosial

Konteks sosial merupakan cara memandang atau melihat suatu realitas sosial yang melahirkan suatu teks. Wacana dianggap sebagai bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana diproduksi dan dikonstruksi oleh masyarakat. Titik penting dari analisis ini adalah untuk menunjukkan bagaimana

makna yang dihayati bersama, kekuasaan sosial diproduksi lewat praktik diskursus dan legitimasi.

Konteks sosial merupakan dimensi ketiga pada kerangka analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Van Dijk. Alasan mengapa konteks sosial penting untuk diteliti adalah wacana tidak dapat dipisahkan dengan apa yang terjadi di masyarakat. Eriyanto (2001:271) menyatakan bahwa wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang di masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Wacana yang berkembang di masyarakat tercipta dari interaksi antara masyarakat dan segala dinamika kehidupan yang dialaminya.

Berdasarkan hal itu, wacana yang berkembang di masyarakat menjadi kesadaran atau pandangan kolektif mengenai suatu hal yang bersinggungan dengan kehidupan sosial. Eriyanto (2001:271) menegaskan bahwa titik penting dari analisis konteks sosial adalah untuk menunjukkan bagaimana makna yang dihayati bersama. Makna yang dihayati bersama tersebut dapat dilihat dari pemetaan realitas sosial oleh individu yang digunakan untuk menggerakkan kelompok atau masyarakat guna mengubah kondisi nyata seperti apa yang dinyatakan di dalam muatan ideologi. Untuk mempermudah pemahaman mengenai ideologi, maka harus memahami konteks yang ada dimasyarakat terlebih dahulu. Menurut Setia Basri (2009) konteks yang melatarbelakangi pembuatan iklan, yaitu konteks budaya, konteks kesehatan, konteks ekonomi, dan konteks pendidikan.

a) Konteks Budaya

Budaya berasal dari bahasa sansekerta yaitu kata buddhayah yang berbentuk jamak dari kata buddhi yang berarti sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi atau akal manusia. Pengertian tersebut sejalan dengan KBBI budaya dapat diartikan sebagai pikiran, akal budi, dan adat istiadat, secara tata bahasa kebudayaan diturunkan dari kata budaya yang cenderung menunjuk pada pola pikir manusia. Kebudayaan sebagai keseluruhan yang mencakup pengetahuan kepercayaan seni, moral, hukum,

adat serta kemampuan serta kebiasaan lainnya yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami budaya atau kebudayaan mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Budaya dapat berbentuk material dan non material. Budaya berbentuk material adalah pakaian, makanan, dan rumah adat. Budaya berbentuk non material adalah tatakrama, aturan, norma, cara berinteraksi, dan lain sebagainya. Berkaitan dengan keanekaragaman bentuk budaya tersebut, Tylor (dalam Suratman, Munir, dan Salamah, 2010:32) menyatakan bahwa budaya adalah suatu keseluruhan kompleks yang meliputi: pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat, dan kemampuan yang lain serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Jika ditinjau dari prosesnya budaya terbentuk dari aktivitas dan interaksi antar masyarakat karena pada dasarnya setiap individu memiliki akal, pikiran, dan perasaan. Di samping itu, letak geografis juga dapat mempengaruhi aktivitas dan interaksi masyarakat di dalamnya. Keberadaan budaya dalam masyarakat mempunyai peranan tersendiri dalam kehidupan. Setiadi (dalam Sukatman, 2010:36) menyebutkan beberapa peran kebudayaan, yaitu: a) suatu pedoman untuk masyarakat, b) wadah untuk menyalurkan perasaan-perasaan dan kemampuan-kemampuan, c) sebagai pembimbing kehidupan dan penghidupan manusia, d) pembeda manusia dan binatang, e) petunjuk-petunjuk tentang bagaimana manusia harus bertindak dan berperilaku dalam bergaul, f) sebagai modal dasar pembangunan.

Berdasarkan hal tersebut, budaya mempunyai peranan kuat jika dikaitkan dalam kehidupan karena budaya merupakan suatu norma atau aturan yang sudah menjadi tradisi atau kebiasaan dalam masyarakat yang dapat memberikan batasan masyarakat dalam bertindak dan berperilaku. Dengan demikian, budaya merupakan pedoman atau arahan masyarakat dalam melakukan segala kegiatan dalam berinteraksi dengan masyarakat yang lain. Hal itu disebabkan manusia yang memiliki akal, pikiran, dan perasaan yang terasah dalam kehidupan sosial, ekonomi pendidikan dan lain-lain.

b) Konteks Kesehatan

Sebagaimana yang dilansir dalam wordpress Perkins menyatakan sehat adalah keadaan yang seimbang dan dinamis antara bentuk dan fungsi tubuh dan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomi. Ada berbagai manfaat kesehatan yang kita peroleh secara langsung, namun ada beberapa dari manfaat tersebut yang tidak kita sadari kehadirannya. Berikut ini akan dijelaskan manfaat kesehatan yang secara langsung dapat dinikmati.

1. Mengurangi pengeluaran. Jika sakit tentu akan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk ke rumah sakit dan membeli obat.
2. Menambah pemasukkan. Jika tubuh dalam keadaan sehat alami tentu dapat bekerja secara segar bugar seperti biasa, hal ini tentu akan menambah pemasukkan dibandingkan sedang sakit.
3. Menghemat waktu. Mengapa salah satu manfaat kesehatan adalah untuk menghemat waktu? Hal ini dikarenakan banyaknya kegiatan dan tugas yang akan tertunda jika sedang sakit dan berapa banyak tugas yang akan dikerjakan jika dalam keadaan sehat.

Manfaat kesehatan secara tidak langsung tidak kalah pentingnya dengan manfaat sehat secara langsung. Berikut beberapa manfaat yang akan kita peroleh secara tidak langsung jika terus dalam kondisi sehat.

1. Peluang untuk sukses. Sukses hanya dapat diperoleh dengan dukungan kesehatan pada diri sendiri. Aktivitas harian tidak akan terganggu jika dalam keadaan sehat.
2. Tabungan masa depan. Dengan sehat maka dapat menabung untuk masa depan, tabungan ini dapat berupa kegiatan positif ataupun kegiatan amal yang lakukan sehari-hari.
3. Kesempatan untuk berbagi. Kesehatan akan membuat diri sendiri untuk lebih menghargai hidup, karena selalu diberi kesempatan lebih untuk berbagi antar sesama untuk berbuat kebaikan.

Berdasarkan hal tersebut, kesehatan mempunyai peranan penting dalam kehidupan. Tidak cukup hanya dari pemerintah yang berusaha tapi setiap individu juga perlu menjaga kesehatan karena merupakan modal awal untuk melakukan segala tindakan. Jadi jagalah kesehatan, mengingat manfaat kesehatan melebihi segalanya dan lebih berharga dari pada harta sekalipun.

c) Konteks Ekonomi

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu *okos* yang berarti rumah tangga atau keluarga, sedangkan *nomos* berarti hukum, aturan, atau peraturan. Secara umum ekonomi diartikan sebagai manajemen rumah tangga atau aturan rumah tangga. Ekonomi merupakan ilmu sosial yang mempelajari kegiatan manusia yang berkaitan dengan azas-azas distribusi, sampai produksi pada barang dan jasa. Pada dasarnya tujuan setiap azas-azas distribusi, sampai produksi pada barang dan jasa untuk tercapainya kehidupan yang lebih baik.

Pada kenyataannya, tidak semua berjalan dengan baik atau bahkan tidak tercapai. Hal ini dipengaruhi adanya ideologi dari setiap kelompok yang mempengaruhi atau memanipulasi demi kepentingan tujuan yang sudah ditargetkan. Permasalahan perekonomian yang terjadi dalam kehidupan karena adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya, sehingga manusia melakukan dengan segala cara demi mencapai kepentingan untuk memuaskan diri. Berkaitan dengan hal tersebut, ekonomi jika dikaitkan dengan kehidupan merupakan kegiatan manusia yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, dimana manusia mengorganisasikan aktivitas-aktivitasnya dalam rangka pemuasan kebutuhan dasar (makan atau pangan, pakaian atau sandang, dan tempat tinggal atau papan), serta pemenuhan kebutuhan nonmateri (pendidikan, rekreasi, keindahan, spiritual dan sebagainya). Berbagai macam aktivitas dan perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya itulah yang disebut dengan kegiatan ekonomi. Perilaku dan aktivitas manusia dalam memenuhi segala kebutuhan hidup tersebut tidaklah sama, tergantung pada situasi, kondisi, waktu, dan lokasi. Keterbatasan inilah yang

menyebabkan manusia harus memilih secara cerdas dan terampil. Pada dasarnya semua kegiatan ekonomi mengandung prinsip efisiensi atau ekonomis, artinya bagaimana memperoleh satu (unit) barang atau jasa yang akan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tersebut dengan menggunakan atau mengeluarkan biaya paling rendah.

d) Konteks Pendidikan

Pendidikan merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan, hal ini berarti bahwa setiap manusia berhak mendapat dan berharap untuk selalu berkembang dalam pendidikan. Pendidikan secara umum mempunyai arti suatu proses kehidupan dalam mengembangkan diri tiap individu untuk dapat hidup dan melangsungkan kehidupan sehingga menjadi seorang yang terdidik itu sangat penting. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat.

Menurut KBBI (1991:150) kata pendidikan berasal dari kata 'didik' dan mendapat imbuhan 'pe' dan akhiran 'an', maka kata ini mempunyai arti proses atau cara atau perbuatan mendidik. Secara bahasa definisi pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

Pendidikan merupakan tuntutan di dalam hidup pertumbuhan anak-anak, maksudnya, pendidikan yaitu menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada anak-anak itu, agar anak-anak tersebut tumbuh sebagai manusia dan anggota masyarakat yang dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan. Berdasarkan hal tersebut, pendidikan memegang peranan penting dalam proses peningkatan kualitas sumber daya manusia. Selain itu, dengan pendidikan dapat diwujudkan cita-cita mencerdaskan kehidupan bangsa, sehingga terpeliharanya kelangsungan pembangunan untuk menuju kejayaan, keluar dari kebodohan, dan kemiskinan.

Pendidikan membentuk dasar dari setiap masyarakat baik dalam pertumbuhan ekonomi, sosial, dan politik dalam perkembangan masyarakat pada umumnya. Pendidikan juga menanamkan pengetahuan untuk menemukan dan menerapkan pengetahuan demi kemajuan masyarakat yang menjadi mungkin. Pertumbuhan masyarakat tergantung pada kualitas pendidikan yang disampaikan. Semakin baik kualitas maka individu dapat membuat reformasi yang mengarah pada kemajuan. Dengan demikian, pendidikan mutlak dilaksanakan, ditumbuhkan dan dikembangkan.

2.3.3 Dimensi Kognisi Sosial

Penelitian mengenai kognisi sosial adalah salah satu upaya untuk membongkar makna tersembunyi dari suatu teks. Pendekatan kognisi ini didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu penelitian atas representasi dan strategi pengiklanan dalam memproduksi suatu teks. Dalam hal ini, kognisi sosial yang akan di bahas meliputi ideologi yang tercermin dalam ILKM yang diterbitkan pemerintah di media cetak.

a) Pengertian Ideologi

Ideologi merupakan struktur pikiran yang menjadi dasar seseorang dalam memandang atau menilai sesuatu. Pandangan tersebut didasarkan pada asumsi bahwa produsen wacana mempunyai peranan penting dalam terbentuknya suatu wacana karena produsen wacana mempunyai pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, ideologi, dugaan atau perasangka-perasangka yang mempengaruhi wacana yang dibuatnya. Berikut ini akan dijelaskan pendapat menurut para ahli tentang ideologi.

Ideologi mengacu pada sudut pandang seseorang terhadap suatu realita. Sitepu (2012:156) menyatakan bahwa ideologi merupakan suatu sistem rancangan dasar, baik tentang keadaan (kehidupan) yang ideal untuk menggantikan keadaan yang tidak memuaskan maupun tentang jalan (strategi atau metode) untuk mencapainya yang disusun oleh seseorang atau sekelompok orang dengan berdasarkan interpretasi atau keadaan yang tidak memuaskan itu dengan bertitik tolak dari suatu pandangan filsafat

tertentu sebagai preposisinya. Ideologi bukanlah unsur yang tiba-tiba ada dalam diri produsen wacana. Namun, ideologi merupakan serangkaian proses berpikir dan mengamati yang didahului oleh hal lain yang mendorong terbentuknya ideologi tersebut.

Menurut Van Zoest (1991:60) sebuah teks tidak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca ke arah ideologi. Terkait dengan wacana sebuah teks, ideologi merupakan ide-ide pokok seorang pembuat teks yang tercermin dari teks tersebut. Menurut Fairlough (1985:85) menyebutkan bahwa ideologi tidaklah tercermin sebagai unsur eksplisit dalam sebuah teks, melainkan berlaku sebagai asumsi latar belakang yang menyebabkan lahirnya sebuah teks. Ideologi membantu dalam membentuk struktur dan alur sebuah teks, sedangkan dari segi pembaca ideologi membantu dalam menginterpretasikan teks tersebut. Ideologi lebih menunjuk pada kesadaran (keyakinan) atau pendirian tentang pemikiran atau pandangan tertentu. Ideologi tetap menyangkut ide-ide, gagasan, pedoman atau petunjuk-petunjuk produksi tentang makna. Ideologi menentukan cara memandang atau menyikapi tentang segala sesuatu.

Selanjutnya, ideologi adalah seperangkat gagasan yang membentuk suatu landasan dalam segi apa pun yang dipegang oleh seseorang atau kelompok tertentu (Ismail, 1999:15). Selain itu, ideologi merupakan cita-cita yang dalam dan luas, bersifat jangka panjang, diyakini bersifat universal, dirasakan sekelompok manusia untuk mengikat suatu kelompok untuk kepentingan yang diyakini (Noer, 2007: 41).

Ideologi adalah suatu pemikiran yang dapat mempengaruhi pikiran, selera, perasaan, dan menuntut tindakan kebudayaan serta tindakan sosial seseorang atau kelompok. Ideologi seseorang atau kelompok tidak bersifat permanen, tetapi selalu bisa berubah tergantung pada kepentingan penganutnya.

Penelitian ini difokuskan pada ideologi yang diangkat dari pemikiran penulis ILKM berdasarkan pada sudut pemerintah. Strategi dalam mempengaruhi dan melumpuhkan pikiran konsumen bukan dengan cara kekerasan, melainkan melalui pendekatan dengan penanaman ideologi yang terselip dalam “pencitraan produk”, sehingga

konsumen bertekuk lutut untuk mau mengikuti ajakannya tanpa harus mengkritisnya. Menurut Jacques Ellul tentang propaganda, “suatu cara untuk mencapai kekuasaan dengan cara memanipulasi secara psikologis suatu kelompok atau masa. Oleh karena itu, penanaman ideologi dalam sebuah iklan mempunyai peran yang penting demi kepentingan pribadi lembaga/kelompok.

b) Jenis-jenis ideologi di Indonesia

Banyak ideologi yang berkembang dalam kehidupan sosial. Ideologi bersumber pada suatu kenyataan atau realitas yang berasal dari anggapan umum masyarakat, suatu ajaran agama tertentu, dan suatu ideologi tertentu yang sudah ada (Sitepu, 2013: 156). Jenis-jenis ideologi yang hidup dan berkembang di Indonesia antara lain sebagai berikut.

1) Ideologi Anti Liberalisme

Ideologi anti liberalisme merupakan pemikiran atau pandangan yang menentang atau melawan adanya tindakan kebebasan jika dapat menimbulkan kerugian yang besar. Hal ini dapat dilihat dari pemikiran dan tindakan yang terkadang tidak sesuai dengan pertimbangan yang sudah ditetapkan oleh individu demi kelangsungan hidup yang lebih baik. Kebebasanlah yang mendorong seorang individu untuk mencapai tujuan dengan segala cara. Maksud dalam kebebasan ini dicirikan dari kebebasan manusia dalam hal pemikiran dan perilaku. Kerugian yang disebabkan kebebasan akan berdampak buruk bagi masa depan manusia itu sendiri, sehingga sebelum berpikir dan berperilaku harus diputuskan dengan sebaik mungkin.

2) Ideologi Anti Hedonisme

Ideologi anti hedonisme merupakan paham yang menentang bahwa kesenangan dan kenikmatan baik lahir ataupun batin menjadi prioritas utama dalam hidup terutama dari tindakan yang merugikan. Pandangan filsafat ini merupakan realisasi etika yang berpegangan bahwa segala tingkah laku itu digerakkan oleh keinginan atau

hasrat terhadap kesenangan dan menghindari dari segala ketidaksenangan. Dalam hedonisme terkandung kebenaran yang mendalam yakni manusia menurut kodratnya mencari kesenangan dan berupaya menghindari ketidaksenangan.

Psikologi modern khususnya psikologi yang memanfaatkan psikoanalisis Sigmund Freud memperlihatkan bahwa kecenderungan manusia itu bahkan terdapat pada taraf tidak sadar. Seringkali manusia mencari kesenangan tanpa diketahuinya alasan yang menjadi dasar pemikirannya. Tidak dapat disangkal, jika keinginan akan kesenangan merupakan suatu dorongan yang sangat mendasar dalam hidup manusia sehingga tidak heran jika manusia menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan kesenangan dan kenikmatan yang menurut manusia harus diraih bagaimanapun caranya. Baik mereka melakukan hal yang keluar dari norma-norma yang berlaku dalam masyarakat, apakah itu halal atau haram, baik atau licik, mereka akan melakukannya demi mendapatkan kebahagiaan dan kesenangan yang mereka inginkan.

3) Ideologi Pancasila

Pancasila merupakan ideologi yang hanya dimiliki oleh bangsa Indonesia. Ideologi pancasila adalah kristalisasi dari nilai-nilai dasar yang terkandung di dalam budaya. Dengan kata lain, pancasila diangkat dari nilai-nilai adat istiadat, nilai-nilai kebudayaan, serta nilai religius yang terdapat dalam pandangan hidup masyarakat. Misalnya kebiasaan gotong royong dan bermusyawarah adalah nilai-nilai yang luhur budaya bangsa yang terdapat dalam pancasila. Secara luas Pengertian pancasila sebagai ideologi negara Indonesia adalah visi atau arah dari penyelenggaraan kehidupan berbangsa dan bernegaradi Indonesia ialah terwujudnya kehidupan yang menjunjung tinggi ketuhanan, nilai kemanusiaan, kesadaran akan kesatuan, berkerakyatan serta menjunjung tinggi nilai keadilan.

Fungsi pancasila sebagai ideologi negara Indonesia adalah sebagai sarana pemersatu masyarakat, sehingga dapat dijadikan prosedur penyelesaian konflik, dapat ditelusuri dari gagasan para pendiri negara Indonesia tentang pentingnya mencari nilai-nilai bersama yang dapat mempersatukan berbagai golongan masyarakat di

Indonesia. Ketetapan bangsa Indonesia mengenai pancasila sebagai ideologi negara tercantum dalam ketetapan MPR No. 2 tahun 1978 mengenai pedoman penghayatan dan pengamalan pancasila dan penetapan tentang penegasan pancasila sebagai dasar negara. Pada pasal 1 ketetapan MPR tersebut menyatakan bahwa pancasila sebagaimana dimaksud dalam pembukaan UUD 45 ialah dasar negara dari negara NKRI yang harus dilaksanakan secara konsisten dalam kehidupan bernegara. Dari ketetapan MPR tersebut dapat diketahui bahwa di Indonesia kedudukan pancasila sebagai ideologi nasional, selain kedudukannya sebagai dasar negara.

4) Ideologi Islam

Ideologi Islam adalah ideologi yang didasarkan pada ajaran Islam. Dalam ideologi Islam menyakini keberadaan wujud Alloh SWT sebagai sang pencipta alam semesta dan seluruh isinya. Ideologi Islam bersumber pada AL-Qur'an, AL-Hadist, dan ijihad penggunaan akal (dalil aqli) untuk menemukan suatu keputusan hukum yang tidak diterapkan secara eksplisit. Sebagai ideologi AL-Qur'an, AL-Hadist, dan ijihad mengatur segala prilaku, tutur kata, dan segala aspek kehidupan harus sesuai dengan ajaran agama karena ajaran agama Islam mencakup segala sendi dalam kehidupan.

Al-Qur'an adalah kalam atau firman Allah yang diturunkan kepada nabi Muhammad SAW yang membacanya merupakan suatu ibadah. AL-Hadis atau biasa juga disebut sunnah adalah segala perkataan, perbuatan dan hal ihwal yang berhubungan dengan nabi Muhammad SAW. Dalam kapasitasnya sebagai pedoman hidup umat Islam, antara Al-Qur'an dan hadis tidak dapat dipisahkan karena AL-Qur'an sebagai sumber utama dijelaskan oleh AL-Hadis. Berkaitan dengan hal tersebut, maka sebagai pedoman hidup, AL-Qur'an dan AL-Hadis dijadikan imam atau ikutan dalam kehidupan sehari-hari yang mana kedua-dua sumber tersebut dipatuhi, diacu dan di laksanakan perintah-perintahnya serta dihentikan larangan-larangannya.

Ideologi Islam di Indonesia tidak dilakukan secara sepenuhnya karena masyarakat di Indonesia menganut berbagai macam agama. Namun, agama Islam adalah agama yang dipeluk oleh mayoritas masyarakat maka ajaran Islam dipandang sebagai ideologi. Oleh karena itu, ideologi Islam dijadikan dasar dalam memandang, menilai, dan menyelesaikan setiap masalah dalam kehidupan berbangsa, berbegara, dan bermasyarakat. Sebagaimana yang dilansir Yogi (dalam Wordpress) yang menyatakan ditinjau dari ajarannya, Islam mengatur berbagai aspek kehidupan pada manusia yang meliputi: a) hubungan manusia dengan Allah (Hablum Minallah). Sesuai firman yang berbunyi: "Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembahku"(QS.51: 56), b) hubungan Manusia dengan Manusia (Hablum minan-Naas). Sesuai firman yang berbunyi: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan" (QS.5:2), c) hubungan manusia dengan makhluk lainnya/lingkungan. Sesuai firman yang berbunyi: "Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmuran" (QS.11:61).

2.4 Pengertian Iklan

Istilah periklanan menurut Klepper (dalam Mulyana, 2005:63), berasal dari bahasa Latin, yaitu *ad-vere* yang berarti menyampaikan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Selanjutnya, Wright (dalam Mulyana, 2005:63) menyatakan bahwa iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi bersifat persuasif. Iklan memiliki perbedaan dengan pengumuman atau informasi biasa yang terletak pada ragam bahasa, retorika penyampaian, dan daya persuasi yang diciptakan. Bahasa iklan distretegikan agar berdaya persuasi yang mampu mempengaruhi berfikir masyarakat agar tertarik dan menikmati layanan jasa atau membeli suatu produk yang ditawarkan.

Kompleksitas dunia periklanan yang semakin berkembang dan fungsi-fungsinya yang semakin beragam, membuat seolah-olah tidak ada istilah tunggal yang mampu memberikan gambaran yang komperhensif tentang periklanan. Akan tetapi, periklanan secara garis besar Wright (dalam Mulyana, 2005:65) mengklasifikasikan iklan sebagai berikut:

a. Periklanan produk

Fokus yang diutamakan dalam periklanan ini untuk presentasi dan promosi produk-produk baru, produk-produk yang ada, dan hasil revisi.

b. Periklanan eceran

Fokus yang diutamakan dalam periklanan ini pada toko, tempat di mana beragam produk dapat dibeli atau di mana saja jasa ditawarkan.

c. Periklanan korporasi

Periklanan yang memfokuskan untuk membangun identitas korporasi atau untuk mendapatkan dukungan publik terhadap sudut pandang organisasi.

d. Periklanan bisnis-kebisnis

Periklanan yang ditunjukkan kepada para pelaku industri, para pedagang perantara, serta para profesional.

e. Periklanan politik

Periklanan jenis ini sering para politisi untuk membujuk masyarakat untuk memilih mereka. Sebagai ajang promosi diri demi tercapainya tujuan politik pribadi atau kelompok.

f. Periklanan direktori

Periklanan yang memuat direktori rujukan untuk menemukan cara membeli sebuah produk atau jasa.

g. Periklanan respon langsung

Periklanan respon langsung melibatkan komunikasi dua-arah diantara pengiklan dan konsumen. Periklanan ini bisa menggunakan media periklanan yang bermacam-macam dan konsumen dapat menanggapi melalui media yang sesuai dengan pihak pengiklan.

h. Periklanan layanan masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Informasi yang terdapat pada iklan layanan masyarakat tersebut bervariasi, misalnya mengenai lingkungan, kesehatan, pendidikan, sumber daya alam, ekonomi, dan politik.

i. Periklanan advokasi

Periklanan advokasi berkaitan dengan penyebaran gagasan-gagasan dan klarifikasi isu sosial yang kontroversial dan menjadi kepentingan masyarakat.

2.5 Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat/ILKM

Iklan layanan kesehatan masyarakat/ILKM adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah kesehatan yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan secara umum. Menurut Crompton dan Lamb (dalam wordpress.com 2006) iklan layanan masyarakat adalah bentuk komunikasi visual yang disumbangkan oleh media untuk kepentingan masyarakat. Menurut Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia/PPPI pesan komunikasi pemasaran untuk kepentingan tentang gagasan atau wacana untuk mengubah, memperbaiki atau meningkatkan sikap atau perilaku masyarakat.

Iklan layanan kesehatan masyarakat ini merupakan iklan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dalam pemerintahan merupakan lembaga dibidang kesehatan yang menyelenggarakan dan memperdayakan masyarakat untuk hidup sehat. Selain memberikan informasi kepada masyarakat, di sisi lain pemerintah memberikan arahan kepada masyarakat melalui ILKM sehingga muncullah opini publik. Pemerintah mempunyai supervisi khusus kesehatan yang kuat dalam mengatur tatanan kehidupan masyarakat, hal tersebut adalah salah satu faktor yang mendukung pembuatan wacana ILKM. Di samping itu, ILKM digunakan untuk

mensosialisasikan program kerja yang sudah direncanakan demi tercapainya tujuan yang mulia.

Iklan jenis ini sangat mengharapkan partisipasi aktif dari masyarakat untuk memuluskan program-program yang dirancang untuk menguntungkan kedua belah pihak yakni pemerintah dan masyarakat. Di Indonesia tidak ada organisasi khusus yang dibentuk untuk menangani ILKM. Pada umumnya ILKM dibuat secara sendiri-sendiri oleh biro iklan yang bekerja sama dengan media dan pengiklan. Hal ini mengakibatkan kurangnya komitmen dan sinergi dalam merumuskan iklan, biaya, serta pesan yang ingin disampaikan sehingga ILKM tidak dilakukan secara rutin. Selain itu ILKM juga dikenakan pajak iklan, walalupun ruang dan waktunya disumbangkan oleh media.

Ciri-ciri isi ILKM yang diterbitkan oleh instansi kesehatan ini bersifat sederhana dan mudah dimengerti (tidak ambigu) oleh semua kalangan masyarakat sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat yang sebagai objeknya. Selain itu, pesan yang dimuat dalam ILKM juga disajikan secara implisit dan eksplisit, ILKM ini berupa himbuan, ajakan, dan informasi yang bersifat umum yang ditujukan kepada masyarakat luas. Berikut ini pembagian macam-macam isi wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah, yaitu:

a. ILKM yang berisi peringatan

ILKM peringatan ini adalah ILKM yang berisikan peringatan yang ditujukan kepada masyarakat (pembaca). Peringatan ini bisa berupa nasihat, teguran, dan lainnya yang bertujuan untuk memperingatkan masyarakat akan suatu hal.

b. ILKM yang berisi himbuan

ILKM himbuan ini adalah ILKM yang berisikan tentang panggilan, permintaan, atau ajakan yang ditujukan kepada masyarakat agar mewaspadaai suatu hal. Kalimat himbuan ada yang bersifat langsung (dengan menggunakan kata harus, perlu dilarang, jangan, hendaknya) dan ada yang bersifat tidak langsung (menunjukkan akibat baik atau buruk jika suatu tindakan dilakukan atau tidak dilakukan).

c. ILKM yang berisi larangan

ILKM larangan ini adalah ILKM yang berisikan informasi mengenai hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh masyarakat (pembaca). Hal ini memiliki tujuan untuk melarang, mengatur, dan mengendalikan pembaca pada suatu tindakan yang dianjurkan dan sesuai dengan aturan yang dibuat oleh Pemerintah demi kepentingan bersama.

d. ILKM yang berisi perintah

ILKM perintah ini adalah ILKM yang berisikan informasi yang harus dipatuhi oleh masyarakat (pembaca) yang bertujuan untuk memberikan intruksi, aturan, arahan, atau anjuran kepada pembaca untuk melakukan suatu tindakan.

e. ILKM yang berisi informatif

ILKM informatif ini adalah ILKM yang berisikan sebuah informasi (menerangkan) kepada pembaca, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan atau pemahaman semakin luas.

2.6 Teknik Analisis Iklan

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan dalam menganalisis iklan adalah pendekatan tekstual. Pada analisis ini tidak melibatkan pihak ketiga karena analisis dilakukan secara langsung oleh peneliti untuk dapat menginterpretasikan sebuah iklan tanpa bertanya sebelumnya, baik pada produsen iklan maupun pada konsumen. Menurut Dyer (1982:87) analisis iklan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu (1) analisis non-tekstual yang melibatkan pihak ketiga dalam menganalisis sebuah iklan, dan (2) analisis tekstual yaitu analisis yang dilakukan secara langsung oleh peneliti tanpa melibatkan orang ketiga.

Pada penelitian ini, dalam sebuah iklan media cetak terdapat tiga aspek yang dianalisis, yaitu dimensi analisis teks, dimensi analisis kognisi sosial, dan dimensi analisis konteks sosial. Pada penelitian ini, peneliti memberi batasan pada aspek yang akan dianalisis yakni pada dimensi teks dibatasi pada unsur semantik pada elemen latar sosial, detil, dan maksud. Pada dimensi konteks sosial dibatasi pada konteks

budaya, ekonomi, pendidikan, dan kesehatan. Pada dimensi kognisi sosial dibatasi pada aspek ideologi anti liberalisme, anti hedonisme, Pancasila, dan Ideologi Islam.

2.7 Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Penelitian tentang iklan sangat menarik untuk terus dikembangkan, mengingat iklan adalah media komunikasi yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat dan mempunyai peranan penting dalam mengomunikasikan kepentingan berupa produk dan jasa. Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dan memberikan sumbangan pemikiran dan konsep-konsep dalam penelitian ini. Kajian sejenis yang dilakukan sebelumnya bisa dijadikan sebagai referensi utama atau tambahan untuk memperdalam kajian yang dilakukan dalam penelitian.

Penelitian sebelumnya yang relevan yakni penelitian oleh Tomtom (2001) yang berjudul *Wacana Iklan Kosmetik Di televisi Analisis Wacana Kritis* (skripsi). Jika dilihat dari analisis dan pendekatan yang digunakan serta kajian tentang konteks kewacanaan, peneliti ini memiliki kesamaan dengan penelitian Tomtom (2001). Namun, pada tataran di luar teks wacana iklan yang dikaji, penelitian ini lebih mendalam dengan membahas kognisi sosial dan konteks sosial. Kognisi sosial dan konteks sosial memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya yang tidak dapat dipisahkan. Diharapkan penelitian ini bisa lebih mendalam dalam mengkaji suatu iklan dalam proses penciptaannya. Selain itu, penelitian sebelumnya yang relevan yakni penelitian oleh Arti Prihatini (2014) yang berjudul *Analisis Wacana Kritis "WAYANG DURANGPO" Karya Sujiwo Tejo Pada Rubrik "Senggang" di Surat Kabar Jawa Pos*. Jika dilihat dari analisis dan pendekatan yang digunakan memiliki kesamaan yaitu menggunakan teori analisis wacana kritis Van Dijk yang terdiri dari tiga tingkatan, yakni teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Perbedaannya hanya terdapat pada objek yang digunakan sebagai penelitian, yaitu antara cerita wayang yang bersumber dari koran Jawa Pos dan iklan.

Peneliti juga menemukan penelitian yang relevan yakni Dhofir (2013) yang berjudul *Analisis Wacana Kritis Iklan Layanan Masyarakat instansi kepolisian yang*

mempunyai kesamaan dalam kajian, yaitu analisis wacana kritis dan tujuan. Dalam penelitian ini yang membedakan terletak pada objeknya, yaitu antara instansi kepolisian dan kesehatan.



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Pada metode penelitian ini dipaparkan tentang teknik dan langkah-langkah penelitian yang meliputi 1) rancangan dan jenis penelitian, 2) tempat penelitian, 3) data dan sumber data, 4) teknik pengumpulan data, 5) teknik analisis data, 6) instrumen penelitian, dan 7) prosedur penelitian.

3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif wacana kritis. Menurut Moleong (2011:4) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan yang terdiri dari perilaku yang dapat diamati dari subjek itu sendiri. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian kualitatif wacana kritis ini adalah sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk memberi penjelasan dari sebuah teks yang mempunyai makna tersembunyi dari struktur iklan, konteks-konteks, dan pandangan ideologi yang mempengaruhi terbentuknya suatu iklan dengan cara menginterpretasi atau menafsirkan dan menuangkannya ke dalam bentuk tulisan.

3.2 Tempat Penelitian

Penentuan tempat penelitian ini dilandasi oleh pertimbangan teknis oprasionalnya. Pertimbangan pertama, tempat dimungkinkan dapat digunakan sebagai tempat penelitian yang sesuai dengan objek yang dikaji dan dapat memberikan informasi, sehingga dapat dikaji secara mendalam. Pertimbangan kedua, tempat yang akan memberi peluang yang menguntungkan untuk diamati berbagai prosesnya yang menjadi bagian dari masalah penelitian yang dikaji. Pertimbangan ketiga, tempat memungkinkan peneliti untuk memainkan peran yang layak dalam rangka mempertahankan kesinambungan kehadiran peneliti sepanjang waktu yang

diperlukan. Dan pertimbangan Keempat, tempat meniscayakan adanya satuan kajian (subjek atau kelompok) memberi peluang diperolehnya kualitas data dan kreadibilitas kajian (Marshall dan Rossman dalam sudikan, 2001:164).

Berdasarkan pada pertimbangan di atas, maka tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah di puskesmas. Puskesmas adalah tempat rujukan pertama bagi masyarakat yang berobat, sehingga puskesmas menjadi tempat yang strategis untuk digunakan dinas kesehatan menerbitkan ILKM yang besar kemungkinan masyarakat mengonsumsi wacana ILKM. Peneliti memilih beberapa puskesmas yang berada di wilayah Jember sebagai tempat penelitian seperti Tanggul, Klatakan Bangsalsari, Rambipuji, dan Summersari. Peneliti banyak menemukan kesamaan ILKM dalam setiap puskesmas, sehingga peneliti hanya memilih beberapa puskesmas. Peneliti memberikan batasan ruang lingkup terhadap lokasi penelitian yakni menggunakan populasi terjangkau. Dalam arti, tempat yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikunjungi dan dapat dijangkau oleh peneliti.

3.3 Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah bentuk kata, kalimat, dan bahasa yang mengindikasikan adanya struktur iklan, konteks sosial, dan ideologi, serta tabel yang berisi data angka untuk memperjelas penelitian. Data tersebut tersebut didapatkan dari wacana ILKM yang sudah diabstraksikan dalam bentuk tulisan.

Sumber data dalam penelitian ini adalah 4 iklan layanan kesehatan masyarakat/ILKM didapatkan dari hasil observasi yang ditempelkan di puskesmas Tanggul, Klatakan Bangsalsari, Rambipuji, dan Summersari. ILKM diabadikan dalam bentuk foto yang berupa reklame, poster, spanduk (benner), dan baliho.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yakni untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi,

dokumentasi, dan wawancara. Metode tersebut digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, dan teknik tersebut sifatnya saling melengkapi.

3.4.1 Observasi

Dalam upaya pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi. Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data tersebut dihimpun oleh penulis. Dalam arti bahwa, data tersebut dihimpun melalui pengamatan atau penyelidikan peneliti melalui penggunaan pancaindra (Bungin, 2001:143). Jadi observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indra terutama mata terhadap kejadian yang berlangsung dan dapat dianalisa pada waktu kejadian itu terjadi.

Berdasarkan uraian di atas peneliti melakukan observasi secara langsung di dua tempat. Tempat pertama, peneliti melakukan observasi di Dinas Kesehatan Jember untuk memperoleh informasi tentang bagaimana cara untuk melakukan penelitian di puskesmas. Tempat kedua, peneliti melakukan observasi di puskesmas untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian dan mengabadikan objek utama penelitian yakni iklan layanan kesehatan masyarakat yang ditempelkan di puskesmas sebagian wilayah Jember yang menggunakan media cetak seperti reklame, poster, spanduk (benner), dan baliho.

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, teknik dokumentasi berarti cara pengumpulan data dengan mencatat atau membaca buku yang sudah ada. Pencarian data melalui arsip, buku-buku, dan gambar yang berkaitan dengan objek penelitian (Arikunto, 1996:145).

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan alat bantuan berupa kamera yang digunakan untuk mengabadikan foto iklan layanan kesehatan masyarakat yang ditempelkan di puskesmas. Selain itu, peneliti menggunakan flashdisk untuk

menyimpan data tabel yang diperoleh dari Dinas Kesehatan Jember. Keuntungan menggunakan teknik dokumentasi ialah biaya relatif murah, waktu, dan tenaga akan lebih efisien.

3.4.3 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Tanya jawab 'sepihak' berarti bahwa pengumpul data yang aktif bertanya, sermentara pihak yang ditanya aktif memberikan jawaban atau tanggapan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak berstruktur. Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan tidak lengkap. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan metode wawancara tidak berstruktur. Maksudnya, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada pegawai Dinas Kesehatan Jember dan puskesmas untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Mengingat penelitian ini berhubungan dengan salah satu pemerintahan milik negara, maka penelitian ini perlu bekerjasama dengan beberapa pihak yang terkait dalam proses pelaksanaan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar Patton (dalam moeleong, 2005:280) peneliti disini bertugas untuk mengorganisasikan dan menganalisis data yang berkaitan dengan penelitian yang telah diperoleh. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sukatman, 2006:29) analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu: 1) reduksi data, 2) penyajian data, dan 3) penarikan kesimpulan. Dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut.

3.5.1 Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari lapangan. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sukatman, 2006:29) reduksi data yaitu memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Pada penelitian ini, data dipilih berdasarkan tema, misalnya HIV dan aids, narkoba, dan merokok. Selanjutnya, data dikategorikan berdasarkan gejala-gejala yang menunjukkan adanya struktur mikro, ideologi, dan konteks sosial. Setelah itu, pengodean dilakukan berdasarkan elemen-elemen yang terdapat pada kerangka analisis wacana Van Dijk, yaitu: unsur semantik (US), konteks sosial (KS), dan ideologi (IDE).

Pengodean pada penelitian ini yaitu pada dimensi konteks sosial yakni pada unsur semantik pada elemen latar sosial (US-LATSOS), unsur semantik pada elemen detail (US-DET), unsur semantik pada elemen maksud (US-MAK). Pada dimensi konteks sosial yakni pada konteks sosial budaya (KS-BUd), konteks sosial ekonomi (KS-EKO), konteks sosial kesehatan (KS-KES), konteks sosial pendidikan (KS-PEN). Pada dimensi kognisi sosial yakni ideologi liberalisme (IDE-ANTLIB), ideologi hedonisme (IDE-ANTHID), ideologi Pancasila (IDE-PAN), ideologi Islam (IDE-ISL).

3.5.2 Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menyajikan data yang telah tersusun dan juga memberikan kemungkinan untuk dapat ditarik kesimpulan. Data disajikan berdasarkan kategori tertentu, yaitu: kategori struktur mikro, kategori ideologi, dan kategori konteks sosial. Tujuannya adalah untuk mendiskripsikan struktur mikro yang digunakan pada ILKM, ideologi yang tercermin pada wacana, dan mendiskripsikan konteks sosial yang terdapat didalamnya.

5.3.3 Menarik Kesimpulan dan verifikasi

Setelah tahap reduksi data dan penyajian data dilaksanakan, maka langkah yang terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, kesimpulan yang disusun meliputi: unsur semantic yang digunakan dalam wacana, kontek sosial yang melatarbelakangi pembuatan wacana ILKM, dan ideologi yang tercermin pada wacana ILKM di media cetak.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan untuk mengukur dan digunakan untuk memperoleh data-data yang diperlukan Arikunto (2003:20). Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti sendiri karena peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan pengumpulan data dan analisis data. Instrument penelitian yang digunakan sebagai pegangan peneliti dalam menerapkan analisis data yang telah ditemukan, sehingga mempermudah peneliti melakukan penelitian selanjutnya.

Instrumen pada penelitian ini ada dua kelompok, yakni instrumen pemandu pengumpulan data dan instrumen pemandu analisis data. Instrument pengumpulan data, berupa panduan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Instrumen pemandu analisis data berupa: analisis dimensi teks pada unsur semantik yang digunakan pada ILKM, kontek sosial yang terdapat didalamnya, dan analisis dimensi kognisi sosial pada ideologi yang tercermin pada wacana. Contoh instrumen penelitian ini dapat dilihat pada lampiran B dan C.

3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian adalah serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh peneliti secara teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan-tujuan penelitian. Prosedur penelitian ini terdiri dari tiga tahap: 1) tahap persiapan, 2) tahap pelaksanaan, dan 3) tahap penyelesaian/akhir.

Tahap persiapan meliputi: a) pemilihan dan penetapan judul, b) mengadakan studi pustaka, c) penyusunan metode penelitian, d) pembuatan instrument pengumpulan

data, dan e) pembuatan pemandu analisis data. Tahap pelaksanaan meliputi: a) pengumpulan data, b) menganalisis data sesuai dengan teori yang ditentukan, dan c) penyimpulan hasil penelitian. Tahap penyelesaian/akhir meliputi: a) penyusunan laporan penelitian, b) revisi laporan penelitian, dan c) pengadaaan laporan penelitian.



BAB 5. PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dipaparkan pada bab 4, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Unsur semantik yang terdapat dalam wacana ILKM di media cetak meliputi: 1) elemen latar sosial, 2) elemen detil, dan 3) elemen maksud.

Konteks sosial dalam ILKM di media cetak meliputi: 1) konteks budaya, 2) konteks ekonomi, 3) konteks pendidikan, dan 4) konteks kesehatan

Ideologi dalam ILKM di media cetak meliputi: 1) ideologi anti liberalisme, 2) ideologi anti hedonisme, 3) ideologi pancasila, dan 4) ideologi Islam.

5.2 SARAN

Saran yang dapat diberikan setelah dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

Bagi mahasiswa pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan rujukan mengenai analisis wacana khususnya yang berkaitan dengan analisis wacana kritis.

Bagi guru Bahasa Indonesia tingkat SMA kelas XII pada KI-3 memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif dengan KD 3.1 memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan pembinaan pengetahuan dan media pembelajaran tentang iklan sehingga siswi dapat lebih kreatif dalam hal pemilihan kata, pembuatan kalimat yang bervariasi, dan pembuatan kalimat persuasif.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian teori analisis wacana kritis pada objek lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan diskusi oleh mahasiswa pendidikan Bahasa dan Sastra

Indonesia, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan tentang analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Fenita. 2014. *Pro Kontra KB*.
http://Ibudanmama.com/kehamilan/pro_kontra_kb.html. [Diakses pada 7 April 2016]
- Afiftias, Septina. 2011. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Mata Aset Kehidupan pada Media Televisi*. [http://NaskahPerancanganIklanLayanan MasyarakatMataAsetKehidupan](http://NaskahPerancanganIklanLayananMasyarakatMataAsetKehidupan). [Diakses pada 21 Januari 2014]
- Arifin Bustanul dan Rani Abdul. 2000. *Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional
- Amalia Rizky Lia. 2013. *Karakteristik Analisis Wacana Kritis* <http://wacanakelompok5.blogspot.com> [Diakses pada 21 Januari 2014].
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Buku Manajemen Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Badan Standar Nasional Pendidikan. 2006. *Standar Isi Kurikulum KTSP*. Jakarta
- Basri, Setia. 2009. *Pengertian Ideologi dan Jenis-jenis Ideologi Politik Didunia*. <http://pengertianideologidanjenisideologipolitikdidunia.html> [Diakses pada 15 Agustus 2014]
- Bungin, Burgan. 2011. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Balai Pustaka
- Chaer, Abdul. 2007. *Lingustik Umum*. Jakarta. Rineka Cipta
- Dinas Kesehatan Jember. 2015. *Panduan Data Jumlah Permasalahan Kesehatan Jember*
- Darmastuti, Rini. 2006. *Bahasa Indonesia Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media

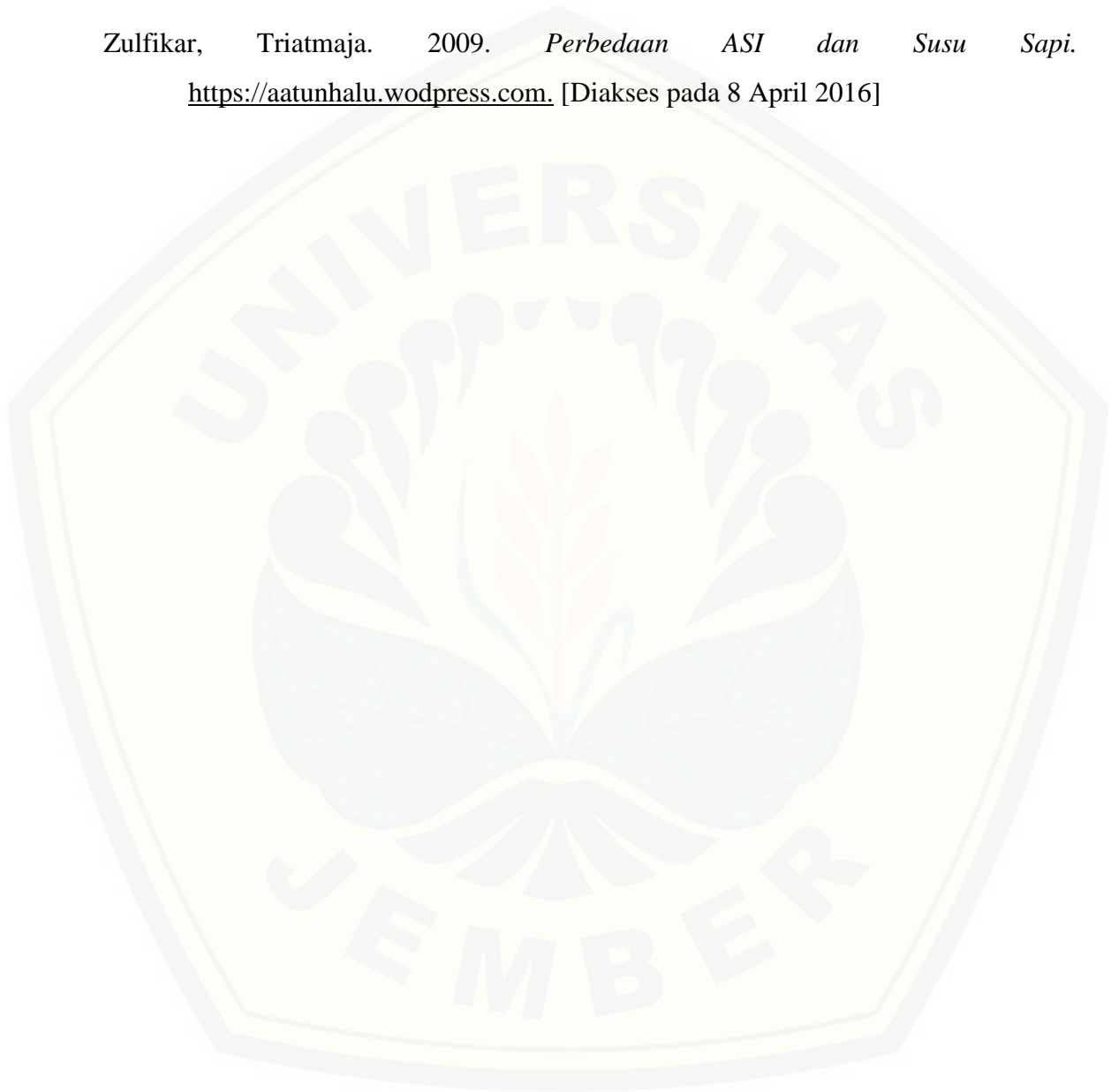
- Darma, Yoce Aliah. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Yama Widya.
- Dhofir Rizal. 2013. *Analisis Wacana Kritis Iklan Layanan Masyarakat Instansi kepolisian*. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Jember: Fakultas Sastra Universitas Jember.
- Djajasudarma, Fatimah. 2006. *Wacana (pemahaman dan hubungan antar unsur)*. Jakarta: Pustaka Utama
- DR. Mahi dan M. Hikmat. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Eriyanto. 2005. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fauzi Madin. 2010. *Iklan Layanan Masyarakat*. <http://Public Service Advertisement>. [Diakses pada 15 september 2014]
- Fikri Ulil Albab. 2013. *Hubungan Promosi Susu Formula dengan Pengambilan Keputusan Keluarga dalam Pemberian ASI Eksklusif di Wilayah Kerja Puskesmas Arjasa Kabupaten Jember*. Tidak diterbitkan. Skripsi. Jember: Fakultas Keperawatan Universitas Jember.
- Haryanto. 2012. *Pengertian Pendidikan*. <http://belajarpsikologi.com-pengertian-pendidikan-menurut-ahli>. [Diakses pada 20 September 2014]
- Hidayat N. dedy. 2001. *Analisis Wacana (pengantar analisis teks media)*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.
- Irwansyah, Muhammad. 2015. *Pro dan Kontra KB dalam Masyarakat*. Jakarta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 1991. Jakarta: Balai Pustaka
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. 2013. *Buku Pegangan Sosialisasi Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dalam Sistem Jaminan Sosial Nasional*. www.buku-pegangan-sosialisasi-JKN-pdf. [Diakses pada 7 April 2016]
- Moleong, Lexy, J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

- Moore. 2004. *Komunikasi Efektif*. Jakarta: Cipta Karya
- Ndabungsu.2013. *Konsep Dasar-dasar Ekonomi*. <http://bungsunda88.wordpress.com>. [Diakses pada 20 September 2014]
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Prihatini, Arti. 2014. *Analisis Wacana Kritis “Wayang Durangpo” Karya Sujiwo Tejo Pada Rubrik “Senggang” di Surat Kabar Jawa Pos*. Skripsi. Jember: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
- R. Damayanti. 2015. *Masalah ASI Eksklusif dan Strategi Peningkatan Cakupan ASI*. www.academia.edu/10703024/masalah_ASI_Eksklusif_dan_Strategi_peningkatan_cakupan_ASI. [Diakses pada 5 April 2016]
- Rahmadia, Ayu. 2015. *Penilaian Indeks Perkembangan Kesehatan Masyarakat di Jember*. [http.wordpress.com](http://wordpress.com). [Diakses pada 12 Januari 2015]
- Rumiati. 2013. *Analisis Wacana Kritis*.<http://analisiswacanakritis.com> (15 juli 2014)
- Tomtom, A. Mochammad. 2001. “*Wacana Iklan Kosmetik Ditelevisi Analisis Wacana Kritis*”. Tidak Diterbitkan. Skripsi. Jember: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
- Santosa. 2003. *Bahasa sebagai Komunikasi*. Jakarta: Karya Media
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Soekanto, Soerjono. 1982. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sudikan, Setya Yuwana. 2001. *Metode Penelitian Kebudayaan*. Surabaya: Unesa Unipress Bekerjasama dengan Citra Wacana
- Sunoto. 2015. *Peningkatan Penggunaan ASI*. [E-medix. Blogspot.co.id](http://E-medix.blogspot.co.id). [Diakses pada 8 April 2016]

Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Ketiga*. Jember: Jember University Press.

Usman EL-Qurtuby.2012. AL-Qur'an. Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia

Zulfikar, Triatmaja. 2009. *Perbedaan ASI dan Susu Sapi*.
<https://aatunhalu.wodpress.com>. [Diakses pada 8 April 2016]




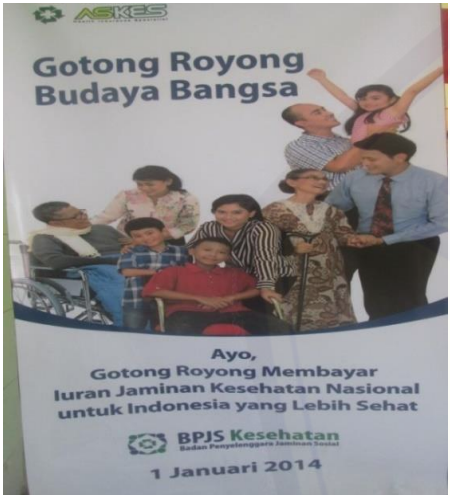
LAMPIRAN A. MATRIK PENELITIAN


Judul	Rumusan Masalah	Metode Penelitian					
		Jenis dan Rancangan Penelitian	Data dan Sumber Data	Pengumpulan Data	Analisis Data	Instrumen Penelitian	Prosedur Penelitian
<p>Iklan Layanan Kesehatan Masyarakat Berbahasa Indonesia: Analisis Wacana Kritis</p>	<p>1. Bagaimanakah unsur semantik yang digunakan dalam ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak ?</p> <p>2. Bagaimanakah konteks sosial pada ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak ?</p> <p>3. Bagaimanakah ideologi yang tercermin dalam ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah di media cetak ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian wacana kritis • Rancangan penelitian kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Data Teks wacana ILKM yang diterbitkan oleh pemerintah • Sumber Data Penelitian ini menggunakan ILKM media cetak yang berupa reklame, poster, banner, dan baliho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Observasi 2. Dokumentasi berupa foto ILKM 3. Wawancara 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik analisis data penelitian ini adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Reduksi data: memilih dan mengkodekan data sesuai fokus kajian 2. Penyajian data: menyajikan data berupa kategori tertentu sesuai dengan aspek yang diteliti. 3. Penarikan kesimpulan dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumen penelitian ini adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1) Peneliti 2) Instrumen pemandu pengumpulan data 3) Instrumen pemandu analisis data 	<ul style="list-style-type: none"> • prosedur penelitian ini adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1) Tahap persiapan 2) Tahap pelaksanaan 3) Tahap penyelesaian


					verivikasi temuan: menarik kesimpulan mengenai fokus kajian yang diteliti dan meninjau ulang hasil temuan untuk menguji kevaliditasannya.		
--	--	--	--	--	--	--	--

LAMPIRAN B. INSTRUMEN PEMANDU PENGUMPUL DATA

No	Data Foto ILKM	Judul ILKM	Deskripsi ILKM	Kode
1.		<ul style="list-style-type: none"> • ILKM Stop HIV/AIDS 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM stop HIV/Aids adalah ILKM yang berisi ajakan untuk menghindari penyakit HIV/Aids yang masih tergolong dalam penyakit berbahaya. Hal ini disebabkan karena menurut data dari Dinas Kesehatan jumlah penderita HIV/Aids di kabupaten Jember terus meningkat setiap tahunnya. Penderita tersebut masih didominasi oleh prilaku seks bebas (homoseksual, biseksual, waria, dan hetroseksual), narkoba, tranfusi darah, dan prinatal. Untuk itu, pemerintah dan dinas kesehatan terus mensosialisasikan untuk menghindari dan mencegah HIV/Aids yang berdampak buruk bagi diri sendiri, keluarga, dan orang lain. 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM SHA


2.		<ul style="list-style-type: none"> • ILKM Jaminan Kesehatan Nasional/JKN 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM JKN ini berisi tentang ajakan untuk membayar iuran. Ajakan rajin tersebut dipropagandakan karena kenyataannya masyarakat yang mengikuti program JKN lalai untuk membayar iuran. Iuran dalam program ini bersifat wajib karena dari pembayaran iuran kelas 1,2, dan 3 dapat membantu masyarakat yang miskin untuk mendapat pelayanan kesehatan gratis. Untuk itu, pemerintah dan dinas kesehatan mengingatkan dengan cara pembuatan ILKM yang dipasang diseluruh puskesmas yang ada di Jember. hal ini bertujuan agar seluruh masyarakat di Jember mendapat pelayanan kesehatan. 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM JKN

<p>3.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • ILKM Keluarga Berencana/KB 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM KB ini berisi tentang ajakan yang diperuntukkan pada seluruh masyarakat untuk mengikuti program KB. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan penduduk terus meningkat setiap tahunnya. Selain itu, dengan adanya program KB kesejahteraan keluarga akan terpenuhi dengan baik seperti pendidikan, kesehatan, dan perekonomian. Untuk itu, pemerintah dan dinas kesehatan terus berupaya mensosialisasikan program ini agar masyarakat dapat hidup sejahtera. Pada kenyataannya masih ada sebagian masyarakat yang tidak mengikuti program ini karena tidak mengetahui program KB dengan baik, adanya masyarakat yang memegang prinsip banyak anak banyak rezeki, dan adanya masyarakat yang memang ingin mempunyai banyak keturunan. 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM KB
-----------	---	--	--	---

<p>4.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • ILKM ASI Eksklusif 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM ASI eksklusif berisi tentang ajakan bagi ibu-ibu untuk memberikan ASI eksklusif kepada bayi mulai usia 0-6 dan 6-2 tahun. Pada kenyataannya banyak ibu-ibu di kabupaten Jember yang tidak memberikan ASI eksklusif pada bayinya. Penyebabnya yakni adanya ibu-ibu yang berprofesi sebagai wanita karir, adanya ibu yang menjaga bentuk tubuh, dan ada ibu-ibu yang malu menyusui bayinya di tempat umum sehingga bayi di berikan susu formula. ASI sangat bermanfaat bagi ibu dan bayi karena dapat membantu menjaga kesehatan ibu dan bayi. Selain itu, manfaat dalam ASI dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan bayi dengan baik. Oleh karena itu, ASI menjadi makanan terbaik bagi bayi. Pemerintah dan dinas kesehatan terus berupaya agar ibu-ibu dapat memberikan ASI eksklusif pada bayi sampai batas usia yang ditentukan. 	<ul style="list-style-type: none"> • ILKM ASI EKS
-----------	---	--	--	--

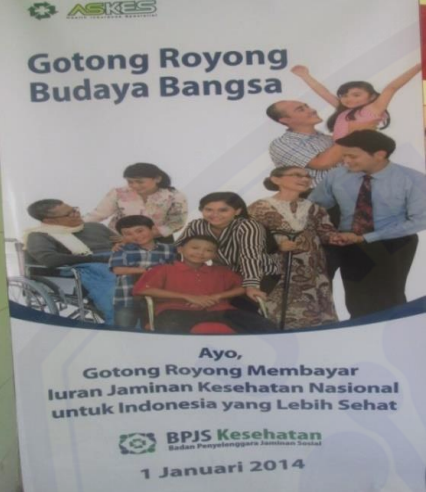
LAMPIRAN C. INSTRUMEN PEMANDU ANALISIS DATA


Lampiran C.1 Instrumen Analisis Data Unsur Sematik


No.	Foto ILKM	Unsur Sematik/Kode	Analisis Data Unsur Semantik
1.		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Smentik Latar Sosial (<i>US-LATSOS</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Latar sosial Pada data ILKM stop HIV/Aids dipengaruhi oleh perkembangan budaya modern. Hal ini dapat diketahui dari beragamnya tempat hiburan malam di daerah Jember seperti tempat karaoke, diskotik, dan warung remang-remng. Tempat-tempat hiburan inilah yang kerap dijadikan sebagai sarana prostitusi dan tempat penggunaan narkoba. Selain itu, adanya tempat kost-kostan yang bebas banyak disalah gunakan oleh mahasiswa untuk berperilaku asusila. Alasan tersebut yang diduga sebagai pemicu meningkatnya jumlah penderita HIV/Aids di kabupaten Jember.

		<ul style="list-style-type: none">• Unsur Semantik Detil (<i>US-DET</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Detil positif dapat diketahui dari informasi dalam wacana pada ILKM stop HIV/Aids sudah ditampilkan dengan terperinci yakni dari pesan wacana tersebut bahwa dengan tidak berperilaku seks bebas, menggunakan kondom, dan tidak memakai narkoba dengan jarum suntik setidaknya dapat terhindar dari penyakit HIV/Aids. Dalam wacana juga tercantum nama kementerian koordinator bidang kesejahteraan Indonesia, panitia HAS, dan komisi penanggulangan ADIS sebagai penanggung jawab yang mendukung sosialisasi tersebut. Selain itu, adanya ilustrasi seorang pelajar dan anak kecil yang berada di ILKM adalah ilustrasi dari dampak HIV/Aids atau narkoba. detil negatif dalam ILKM ini adalah penyebab HIV tidak hanya seks bebas dan narkoba tetapi ada penyebab yang lain seperti transfuse darah, jarum setelah digunakan oleh
--	--	--	---

		<ul style="list-style-type: none">• Unsur Semantik Maksud (<i>US-MAK</i>)	<p>penderita HIV/Aids (dari peralatan dokter dan jarum tato) homoseksual.</p> <ul style="list-style-type: none">• Maksud dari pembuatan ILKM stop HIV/Aids diharapkan dengan adaya iklan ini akan menekan jumlah penderita HIV/Aids di kabupaten Jember. hal ini disebabkan perkembangan jumlah penderita HIV/Aids yang terus meningkat setiap tahunnya. Penyakit HIV/Aids masih tergolong penyakit berbahaya, sehingga pemerintah terus berupaya mensosialisasikannya agar kesadaran masyarakat dapat bangkit kembali.
--	--	---	--


2		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Smentik Latar Sosial (<i>US-LATSOS</i>) • Unsur Semantik Detil (<i>US-DET</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Latar sosial pada ILKM JKN dipengaruhi oleh adanya permasalahan di masyarakat yakni kelaalaian masyarakat tidak membayar iuran sesuai ketentuan. Masyarakat cenderung membayar iuran 1-2 bulan kemudian berhenti karena memerlukan kartu JKN saat ada anggota keluarganya yang sakit. Pada program JKN ini membayar iuran bersifat wajib, karena dana iuran tersebut dapat menolong masyarkat miskin untuk mendapat pelayanan kesehatan. • Detil dalam ILKM JKN ditampilkan secara terperinci. Hal ini dapat diketahui dari kelengkapan informasi yang ingin disampaikan oleh pemerintah dan dibantu dengan ilustrasi sehinga akan lebih menarik bagi pembaca. Informasi dalam iklan yakni berisi ajakan untuk membayar iuran JKN.
---	---	---	---

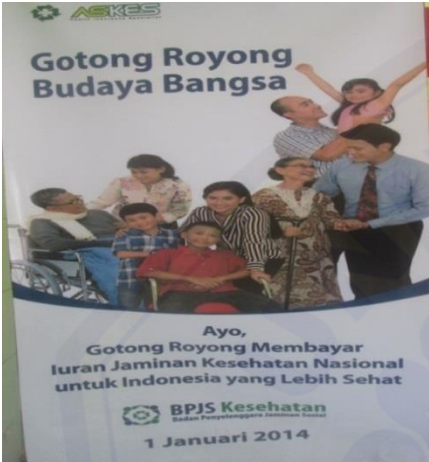

		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Semantik Maksud (<i>US-MAK</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Maksud dalam ILKM JKN tersebut adalah di himbau agar seluruh masyarakat membayar iuran dengan jangka waktu yang sudah ditentukan karena dari pembayaran tersebut dapat membantu orang miskin untuk mendapat pelayanan kesehatan dengan gratis.
3		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Smentik Latar Sosial (<i>US-LATSOS</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Latar sosial pada ILKM KB yakni dipengaruhi oleh permasalahan adanya sebagian masyarakat yang tidak mengikuti program KB. Penyebabnya yakni karena masih ada masyarkat yang yang memegang prinsip banyak anak banyak rezeki dan adanya masyarakat didaerah terpencil yang tidak mengetahui program KB, serta adanya masyarakat miskin yang sengaja tidak mau mengikuti program KB karena ingin mempunyai anak yang banyak, sehingga dapat membantu mencari uang.


		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Semantik Detil (<i>US-DET</i>) • Unsur Semantik Maksud (<i>US-MAK</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Detil dalam ILKM KB sudah terperinci. Hal ini dapat diketahui dari tujuan ILKM KB yakni mengajak masyarakat untuk mengikuti program KB dengan cara menggunakan alat kontrasepsi. Dalam iklan tersebut juga dicantumkan macam-macam alat kontrasepsi beserta ilustrasi alat kontrasepsi. • Maksud pembuatan ILKN KB ini adalah untuk mengajak masyarakat mengikuti program KB sehingga kesejahteraan dalam keluarga dapat terpenuhi dengan baik.
4		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Smentik Latar Sosial (<i>US-LATSOS</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Latar sosial pada ILKM ASI eksklusif dipengaruhi oleh adanya sebagian besar ibu-ibu yang tidak memberikan ASI eksklusif mulai bayi berumur 0-6 bulan dan dilanjutkan pemeberian ASI dengan ditambah makanan pendamping ASI sampai umur 2 tahun. beberapa penyebab ibu-ibu tidak memberikan

		<ul style="list-style-type: none"> • Unsur Semantik Detil (<i>US-DET</i>) • Unsur Semantik Maksud (<i>US-MAK</i>) 	<p>ASI kepada bayinya yakni karena kebanyakan ibu-ibu pengetahuan tentang manfaat ASI masih lemah, sehingga ibu memilih untuk memberikan susu formula. Selain itu, adanya ibu yang bekerja menjadi wanita karir, ibu-ibu yang menjaga penampilan tubuh, dan adanya ibu yang malu menyusui ditempat umum.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Detil dalam ILKM ASI eksklusif dapat diketahui dari wacana dalam iklan yang memberitahukan bahwa hanya sedikit ibu-ibu yang memberikan ASI eksklusif pada bayinya yakni jika dirata-rata hanya 16%. Dalam wacana tersebut juga ada kalimat sindirian yakni jika sayang anak beri ASI. • Maksud dalam ILKM ASI eksklusif ini berisis tentang ajakan agar ibu-ibu dapat memberikan ASI eksklusif pada bayinya. Hal ini bertujuan agar kesehatan ibu dan bayi dapat terjaga dengan baik
--	--	---	--


Lampiran C.2 Instrumen Analisis Data Konteks Sosial


No.	Foto ILKM	Aspek Konteks Sosial/Kode	Analisis Konteks sosial
1.		<ul style="list-style-type: none"> • Konteks Sosial (KS-BUD) 	<ul style="list-style-type: none"> • Konteks sosial yang melatarbelakangi munculnya ILKM stop HIV/Aids adalah konteks budaya. Hal ini dapat diketahui dengan perkembangan budaya yang semakin modern membuat pola hidup masyarakat menjadi berubah sesuai dengan zaman. Hal ini dapat diketahui banyaknya masyarakat yang melakukan seks bebas dan menggunakan narkoba yang mengabaikan adanya norma dimasyarakat. Hal ini diperkuat dengan banyaknya tempat hiburan di Jember yang dimanfaatkan sebagian masyarakat sebagai sarana prostitusi dan pemakaian narkoba.

<p>2.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Konteks Sosial Ekonomi (<i>KS-EKO</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Konteks yang melatarbelakangi munculnya ILKM JKN yakni konteks ekonomi. Program-program jaminan kesehatan yang dirancang oleh pemerintah memiliki hubungan yang sama yakni prinsip kerja. Prinsip ILKM JKN yakni setiap peserta yang mengikuti JKN wajib membayar iuran yang sudah ditetapkan. Iuran ini bersifat wajib karena peserta akan mendapat pelayanan kesehatan sesuai dengan kemampuan peserta dalam membayar. Selain itu, prinsip iuran yang diwajibkan ini dapat membantu peserta yang miskin untuk mendapatkan pelayanan kesehatan dengan gratis.
<p>3.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Konteks Pendidikan (<i>KS-PEN</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Konteks pendidikan berhubungan tentang dampak atau pengaruh dari pembuatan ILKM KB pada peningkatan pendidikan. Adanya ILKM ini dapat membantu mematahkan anggapan banyak anak banyak rezeki, karena jika sekarang mempunyai banyak anak kesejahteraan pada bidang pendidikan tidak akan terpenuhi. Kini pendidikan mempunyai

<p>4.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Konteks Sosial Kesehatan (<i>KS-KES</i>) 	<p>peranan penting untuk keluarga dan kemajuan negara, akan tetapi jika generasi muda tidak mengenyam pendidikan maka harapan untuk kemajuan tidak akan terjamin.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konteks kesehatan pada data ILKM ASI eksklusif dapat diketahui dari manfaat ASI. ASI adalah makanan terbaik bagi bayi karena kandungan dalam ASI sangat berguna bagi pertumbuhan dan perkembangannya. Kandungan ASI antara lain yakni dapat memberikan perlindungan dari infeksi, diare, dan alergi dll. Selain ASI yang baik bagi bayi, pemberian ASI juga dapat membantu menjaga kesehatan ibu anantara lain yakni dapat mengurangi resiko terkena kanker payudara dsb.
-----------	--	--	---

Lampiran C.3 Instrumen Analisis Data Kognisi Sosial (Ideologi)

No.	Foto ILKM	Aspek Ideologi/Kode	Analisis Ideologi
1.		<ul style="list-style-type: none"> • Ideologi Anti Hedonisme (<i>IDE-HED</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideologi yang tercermin pada data ILKM stop HIV/Aids adalah ideologi anti hedonisme. Hal ini dapat diketahui dari pandangan masyarakat bahwa segala bentuk kesenangan menjadi prioritas utama bagi sebagian masyarakat seperti perilaku seks bebas dan pemakaian narkoba. Perkembangan zaman yang semakin modern membuat perilaku seks bebas dan pemakaian narkoba bukan lagi menjadi hal yang tabu, namun sudah menjadi hal yang lumrah bagi sebagian masyarakat dan yang sangat memprihatinkan jika kedua perilaku tersebut akan menjalar luas dimasyarakat.


2.		<ul style="list-style-type: none">• Ideologi Pancasila (<i>IDE-PAN</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Ideologi yang tercermin dalam ILKM JKN adalah ideologi pancasila. Hal ini dapat diketahui dari prinsip ILKM yakni gotong royong. Nilai gotong royong terdapat pada pancasila pada sila ke 5 pada butir pertama yakni mengembangkan perbuatan-perbuatan yang luhur yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan gotong royong. Anggapan masyarakat tentang gotong royong yang merupakan salah satu budaya bangsa Indonesia, membuat penulis ILKM menjadikan sikap gotong royong menjadi prinsip program JKN. Dalam program JKN yang dimaksud dalam prinsip gotong royong adalah peserta yang membayar iuran baik dari kelas 1,2, dan 3 dapat membantu warga miskin untuk mendapatkan pelayanan kesehatan dengan gratis.
----	---	---	--

3.



- Ideologi Anti Liberalisme (*IDE-LIB*)

- Ideologi dalam ILKM KB mencerminkan ideologi anti liberalisme. Program KB menjadi salah satu program yang harus di ikuti oleh masyarakat karena program KB dapat membantu hidup keluarga menjadi lebih sejahtera. Akan tetapi tidak bagi sebagian orang yang beranggapan bahwa banyak anak akan mambawa banyak rezeki karena pada anggapan tersebut banyak anak akan membantu pamasukan uang dalam keluarga akan tetapi kesejahteraan hidup kurang terpenuhi. Terlepas dari pro dan kontra program KB masyarakat tentu mempunyai kebebasan bera jumlah anak yang diinginkan, akan tetapi dengan adanya program KB masyarakat akan bertanggung jawab kepada anaknya untuk memenuhi kesejahteraannya salah satunya yakni pendidikan.

4.	 <p>HANYA 16% BAYI YANG MENDAPATKAN ASI EKSKLUSIF!</p> <p>ASI, PASTI! Penuhi hak setiap anak untuk mendapat manfaat ASI sejak dini</p> <p>SAYANG IBU DAN ANAK DENGAN MEMBERIKAN ASI EKSKLUSIF SELAMA 6 BULAN</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ideologi Islam (<i>IDE-ISL</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Ideologi pada ILKM ASI eksklusif mencerminkan ideologi Islam. Hal ini dapat diketahui dari anggapan yang ada dimasyarakat bahwa memberikan ASI pada bayinya adalah wajib. Dalam AL Quran juga diterangkan pada surat Al Baqoroh ayat 2:233 bahwa memeberikan ASI pada anaknya kewajiban seorang ibu dan anak mempunyai hak untuk mendapatkan ASI. Selain itu dalam AL Hadist juga dikatakan manfaat ASI yang dapat menguatkan tulang dan menumbuhkan daging. Dalam kebijakan pemerintah tidak ditetapkan Islam sebagai ideologi, namun Islam bagi masyarakat adalah salah satu pedoman utama dalam kehidupan sehari-hari
----	--	---	--

LAMPIRAN D. RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)

SMA Kelas XII

Satuan Pendidikan : SMA

Kelas/Semester : XII/1

Mata Pelajaran : Bahasa Indonesia

Tema : Seni Dalam Dunia Periklanan

Kompetensi Inti :Memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif.

Kompetensi Dasar :Memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan.

A. INDIKATOR

1. Siswa konsisten menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan kaidah yang tepat dalam mempelajari teks iklan sebagai bukti implementasi rasa syukur atas anugrah Tuhan Yang Maha Esa.
2. Siswa bersikap jujur, disiplin, dan tanggung jawab dalam mempelajari teks iklan.
3. Siswa dapat memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif.
4. Siswa dapat memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan.

B. TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Selama dan setelah proses pembelajaran tentang teks iklan, siswa konsisten menggunakan bahasa Indonesia dengan kaidah yang tepat sebagai wujud mensyukuri anugrah Tuhan akan keberadaan bahasa Indonesia.

2. Selama dan setelah pembelajaran tentang teks iklan, siswa dapat menunjukkan perilaku tanggung jawab, peduli, dan proaktif dalam menggunakan bahasa Indonesia.
3. Setelah proses pembelajaran tentang teks iklan, siswa diharapkan dapat memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif.
4. Setelah proses pembelajaran tentang teks iklan, siswa diharapkan mampu memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan.

C. MATERI PEMBELAJARAN

1. Pengertian Iklan

Iklan adalah pemberitahuan yang berisi mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk membujuk khayalak agar tertarik pada barang atau jasa yang ditawarkan. Selanjutnya, Wright (dalam Mulyana, 2005:63) menyatakan bahwa iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi bersifat persuasif. Iklan memiliki perbedaan dengan pengumuman atau informasi biasa yang terletak pada ragam bahasa, retorika penyampaian, dan daya persuasi yang diciptakan. Bahasa iklan distretegikan agar berdaya persuasi yang mampu mempengaruhi berfikir masyarakat agar tertarik dan menikmati layanan jasa atau membeli suatu produk yang ditawarkan.

2. Ciri - Ciri Iklan

Agar dapat menarik perhatian khalayak, iklan memiliki ciri- ciri bahasa sebagai berikut:

- a. Pilihan kata yang digunakan menarik, tepat, logis, dan sopan.
- b. Pilihan kata yang digunakan memiliki sugesti bagi khalayak.

- c. Pilihan kata yang digunakan menonjolkan informasi yang dipentingkan
- d. Pilihan kata yang digunakan menunjukan sasaran

3. Jenis- Jenis Iklan

Berdasarkan tujuannya, iklan dapat digolongkan menjadi:

- a. Iklan komersial yang bertujuan untuk memasarkan barang dan jasa. Iklan ini dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu iklan taktis dan iklan strategis.
- b. Iklan taktis Iklan taktis adalah iklan yang bertujuan mendesak konsumen untuk segera membeli.
- c. Iklan strategis Iklan strategis adalah iklan yang membangun merk dagang.
- d. Iklan Perusahaan

Iklan perusahaan adalah iklan yang bertujuan untuk membangun citra perusahaan yang berujung pada membangun citra produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut agar dibeli.

- e. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan mengajak atau menghimbau untuk tidak atau melakukan sesuatu. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum. Informasi yang terdapat pada iklan layanan masyarakat tersebut bervariasi, misalnya mengenai lingkungan, kesehatan, pendidikan, sumber daya alam, ekonomi, dan politik.

4. Fungsi Teks Iklan

Iklan mempunyai beberapa fungsi yaitu sebagai berikut.

- a. Sebagai informasi (menyampaikan info produk baru, ciri-ciri, dan lain-lain).
- b. Sebagai persuasi (mengarahkan konsumen untuk membeli).

- c. Sebagai reminder (iklan mengingatkan konsumen tentang produk tertentu agar selalu menggunakan produk tersebut).

5. Struktur Teks Iklan

Sebuah teks iklan memiliki struktur yang terdiri dari judul, nama produk, dan penjelasan tentang produk.

- a. Judul, terletak di bagian paling atas dari teks iklan, tetapi tidak semua iklan mencantumkan judul, sebagian teks iklan meletakkan nama produk di bagian paling atas.
- b. Nama produk, berisi nama produk yang diiklankan.
- c. Penjelasan tentang produk, berisi deskripsi produk yang diiklankan, seperti spesifikasi, cara mendapatkan produk yang diiklankan, alamat, dan nomor telepon yang dapat dihubungi.

6. Ciri Kebahasaan Teks Iklan

Selain struktur yang telah diuraikan diatas, teks iklan juga memiliki ciri-ciri kebahasaan yang membedakan dengan teks-teks lain. Ciri-ciri kebahasaan tersebut adalah sebagai berikut.

a. Menggunakan Slogan

Slogan adalah perkataan atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat untuk menyampaikan sesuatu. Slogan biasanya terdiri dari empat sampai lima kata yang mudah diingat dan tentunya memiliki daya tarik yang kuat agar pesan yang dimaksud bisa sampai ke orang yang diajak.

b. Kalimat Persuasif

Kalimat persuasif adalah kalimat yang bertujuan meyakinkan dan membujuk pembaca agar melaksanakan atau menerima gagasan penulis terhadap suatu hal. Terdapat beberapa kalimat persuasif yang terdapat pada iklan produk tersebut, salah satunya adalah: "murah, cepat dan handal".

c. Menggunakan Subjek Orang Pertama

Teks iklan biasanya menggunakan subjek orang pertama tunggal atau jamak, seperti aku, saya, dan kami untuk mengganti pihak atau instansi pemasang iklan. Subjek yang digunakan pada teks iklan tersebut adalah subjek orang pertama jamak, yaitu kami.

D. METODE PEMBELAJARAN :

1. Metode Pembelajaran Berbasis Projek
2. Metode Pembelajaran Saintifik

E. KEGIATAN PEMBELAJARAN :

a. Kegiatan Pendahuluan (10 Menit)

1. Siswa merespon salam dari guru. Kemudian siswa berdoa sebelum pembelajaran dimulai.
2. Siswa mengisi daftar hadir.
3. Siswa menerima informasi tentang keterkaitan pembelajaran sebelumnya dengan pembelajaran yang akan dilaksanakan.
4. Siswa mendapatkan informasi tujuan pembelajaran dan langkah-langkah pembelajaran yang akan dilaksanakan sesuai dengan materi pembelajaran.

b. Kegiatan Inti (65 Menit)

1. Siswa menerima contoh teks iklan yang bertemakan seni dalam dunia periklanan. Kemudian siswa mengamati contoh teks iklan yang diberikan oleh guru.
2. Siswa mengamati teks iklan yang diberikan oleh guru dengan cara membaca dan memahami isi dari teks iklan tersebut.
3. Siswa mempertanyakan isi teks iklan yang ada dalam contoh teks yang diberikan oleh guru.
4. Siswa dibantu oleh guru untuk memahami struktur dan kaidah yang ada dalam teks iklan tersebut.
5. Siswa dibantu oleh guru untuk mengungkapkan informasi dari teks iklan

6. Siswa dibagi kedalam beberapa kelompok, masing-masing kelompok terdiri dari 4 orang atau lebih.
 7. Masing – masing kelompok yang telah dibentuk diberikan contoh teks iklan oleh guru.
 8. Masing – masing kelompok diminta untuk mengidentifikasi struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan dengan tema yang sudah dibagikan oleh guru.
 9. Siswa menemukan dan menyimpulkan struktur dan kaidah atau unsur-unsur yang ada pada teks iklan baik secara lisan maupun tulisan dengan tema yang sudah dibagikan oleh guru.
 10. Siswa mempresentasikan hasil analisis dengan rasa percaya diri
 11. Siswa menanggapi presentasi teman/kelompok lain secara santun
 12. Siswa mengomentari/menanggapi isi (struktur dan kaidah) teks iklan baik secara lisan maupun tulisan dari hasil presentasi teks iklan yang dibacakan teman/kelompok lain dengan santun.
- c. Penutup
1. Siswa bertanya jawab mengenai materi pembelajaran yang telah dipelajari
 2. Siswa melakukan refleksi
 3. Siswa menyimpulkan materi pembelajaran
 4. Siswa mengikuti evaluasi pembelajaran yang diberikan oleh guru
 5. Siswa dan guru menutup pembelajaran dan meninggalkan kelas dengan tertib

F. SUMBER/MEDIA PEMBELAJARAN

1. Sumber : Buku Bahasa Indonesia
2. Media : Contoh iklan

G. PENILAIAN

1. Penilaian Aspek Sikap Spiritual

No	Nama	Kriteria Penilaian Sikap Spiritual								
		Siswa berdoa sebelum pembelajaran dimulai			Siswa menjawab salam dari guru			Siswa mensyukuri anugerah tuhan dengan konsisten menggunakan bahasa indonesia		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	Nadia		✓				✓	✓		
2	Robby			✓		✓			✓	
3	Denis	✓			✓			✓		
4	Kayla		✓				✓		✓	
5	Rasya		✓			✓			✓	

2. Penilaian Aspek Sikap Sosial

No	Nama	Kriteria Penilaian Sikap Sosial								
		Siswa bertanggung jawab dalam proses pembelajaran tentang teks iklan			Siswa responsif terhadap pembelajaran teks iklan			Siswa proaktif dan disiplin dalam pembelajaran tentang teks iklan		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	Nadia		✓				✓	✓		
2	Robby			✓		✓			✓	
3	Denis	✓			✓			✓		
4	Kayla		✓				✓		✓	

5	Rasya	✓			✓			✓		
---	-------	---	--	--	---	--	--	---	--	--

3. Penilaian Aspek Pengetahuan

No	Nama	Kriteria Penilaian Pengetahuan								
		Siswa memahami struktur dan kaidah teks iklan yang diberikan guru			Siswa dapat memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi pengetahuan faktual, konseptual, prosedural, dan metakognitif.			Siswa dapat memahami struktur dan kaidah dalam teks iklan baik secara lisan maupun tulisan.		
		1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	Nadia		✓					✓	✓	
2	Robby			✓		✓			✓	
3	Denis			✓		✓		✓		
4	Kayla		✓					✓		✓
5	Rasya	✓			✓			✓		

Keterangan:

1 = Kurang

2 = Cukup

3 = Baik

b. Rekapitulasi Penilaian

No	Nama	Jumlah Skor Penilaian				Jumlah Skor	Kode
		Sikap Spiritual	Sikap Sosial	Pengetahuan	Keterampilan		
1	Nadia	6	7	6	5	24	B
2	Robby	7	7	7	8	29	B

3	Denis	3	3	6	5	17	C
4	Keyla	7	7	8	8	30	B
5	Rasya	6	3	3	3	15	C

Kode/Nilai:

30-21 = B (Baik)

20-11 = C (Cukup)

10-1 = K (Kurang)

Keterangan:

- Jumlah Skor = Jumlah seluruh aspek penilain
- Kode/nilai = Rentang nilai dari jumlah skor

LAMPIRAN E. AUTOBIOGRAFI

AUTOBOIGRAFI



Siti Fi Kholifah. Lahir di Malang, 10 Oktober 1991. Putri kedua dari pasangan Muhammad Syafi'i dan Sulis Setiowati. Beralamat di Jalan Candi Rawan No.13 Desa Ngujung Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Lulus sekolah dasar tahun 2004 di MI Al Maarif 06. Menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama di MTs Darut Taqwa pada tahun 2007 dan lulus Sekolah Menengah Atas di MA Darut Taqwa pada tahun 2010 di Pandean. Melanjutkan perkuliahan di Universitas Jember Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia pada tahun 2010.