



**WACANA IKLAN JUAL BELI RUMAH PADA SPANDUK JALANAN  
DI KABUPATEN JEMBER: ANALISIS WACANA KRITIS**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Hasbi Assidiqqi**

**NIM 130210402060**

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

**2018**



**WACANA IKLAN JUAL BELI RUMAH PADA SPANDUK JALANAN  
DI KABUPATEN JEMBER: ANALISIS WACANA KRITIS**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**Hasbi Assidiqqi**  
**NIM 130210402060**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASRA INDONESIA**  
**JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**2018**

**PENGAJUAN**

**WACANA IKLAN JUAL BELI RUMAH PADA SPANDUK JALANAN  
DI KABUPATEN JEMBER: ANALISIS WACANA KRITIS**

**SKRIPSI**

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

Nama Mahasiswa : Hasbi Assidiqqi  
NIM : 130210402060  
Angkatan Tahun : 2013  
Daerah Asal : Jember  
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 11 Agustus 1994  
Jurusan : Bahasa dan Seni  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd  
NIP. 19570713 198303 1 004

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

## PERSEMBAHAN

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

- 1) Kedua orang tua, Ibunda Khofifatus Soleha dan Bapak Syamsul Arifin beserta keluarga tercinta yang telah menyayangi dengan tulus, memberikan nasihat, motivasi, semangat, dorongan, dan tanpa rasa bosan membimbing serta mendoakan yang terbaik untuk saya.
- 2) Bapak dan Ibu guru sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi yang telah membimbing, mendidik, memberikan banyak ilmu dan wawasan, serta nasihat-nasihat dengan penuh kasih sayang dan ketulusan.
- 3) Almamater yang saya banggakan, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

## MOTO

Aku adalah apa yang aku pikirkan!

*-Ainun Nadiroh-*

Jangan pernah menggantungkan kebahagiaan di pengharapan masa depan!

*-Hasbi Assidiqqi-*



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasbi Assidiqqi

NIM : 130210402060

Program studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Wacana Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember: Analisis Wacana Kritis”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan 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 di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Februari 2018

Yang menyatakan,

Hasbi Assidiqqi

NIM 130210402060

**PEMBIMBING**

**WACANA IKLAN JUAL BELI RUMAH PADA SPANDUK JALANAN  
DI KABUPATEN JEMBER: ANALISIS WACANA KRITIS**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Hasbi Assidiqqi**  
**NIM 130210402060**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd

Dosen Pembimbing Anggota : Anita Widjajanti, S.S., M.Hum

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “*Wacana Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember: Analisis Wacana Kritis: Analisis Wacana Kritis*” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Kamis, 15 Februari 2018

pukul : 10.40-12.20 WIB

tempat : Gedung 3 FKIP Universitas Jember

Tim Penguji,

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd.  
NIP.19570713 198303 1 004

Anita Widjajanti, S.S., M.Hum  
NIP. 19710402200501 2 002

Anggota I,

Anggota II,

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

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

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember,

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D  
NIP. 19680802199303 1 004



## RINGKASAN

**Wacana Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember: Analisis Wacana Kritis**; Hasbi Assidiqqi; 130210402060; 2018; 135 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember mengandung makna, maksud, ideologi tersembunyi, dan kepentingan tertentu yang ingin disampaikan. Hal tersebut dapat diketahui dan dipahami dengan menggunakan teori Analisis Wacana Kritis (AWK) van Dijk, yang meliputi tiga dimensi yaitu (1) teks meliputi topik, skema, dan semantik, sintaksis, stilistik, serta retorik, (2) kognisi sosial meliputi ideologi, pengetahuan, pendapat, dugaan, dan kepercayaan, serta (3) konteks sosial sebagai keadaan yang terjadi di masyarakat dan melatarbelakangi munculnya teks.

Berdasarkan hal tersebut, kajian dalam penelitian ini terdiri atas tiga rumusan masalah yaitu (1) bagaimanakah strategi semantik dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember?, (2) bagaimanakah strategi retorik dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember?, (3) bagaimanakah ideologi dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan rancangan penelitian kualitatif analisis wacana kritis. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kata-kata, frase atau kalimat yang dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember. Sumber data dalam penelitian ini berupa spanduk di pinggir jalanan sekitar daerah Kabupaten Jember. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah teknik observasi dan dokumentasi. Prosedur dalam penelitian ini terdiri atas tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan penyelesaian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wacana iklan jual rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember terdapat strategi semantik yang berupa elemen: latar, detil, dan maksud; strategi retorik; dan ideologi. Elemen latar yang ditemukan berupa latar peristiwa, perbedaan, kelebihan dan kesehatan. Latar yang

ditemukan juga terdapat detail-detail tertentu yang berupa detail identitas, kondisional, imperatif dan deklaratif. Detail yang terdapat pada setiap iklan mengandung maksud tertentu yang ingin disampaikan kepada pembaca atau konsumen oleh penulis iklan. Maksud-maksud tersebut jelas untuk mempengaruhi pembaca agar membeli rumah yang diiklankan pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember. Strategi retorik yang ada dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember berupa leksikon perintah dan leksikon penekanan. Strategi retorik dipilih untuk mengetahui bagaimana penggunaan bahasa yang dipakai penulis untuk mempengaruhi pembaca atau konsumen. Leksikon perintah dan penekanan ditemukan pada beberapa data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Wacana iklan ini juga terdapat ideologi yang berupa ideologi pancasila, kapitalisme, dan sosialisme. Ideologi-ideologi ini menjadi pemikiran penulis iklan yang hendak disampaikan kepada pembaca atau konsumen.

Saran dalam penelitian ini ditujukan untuk beberapa pihak. Pertama bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, disarankan untuk menjadikan hasil penelitian ini sebagai diskusi dalam menyelesaikan tugas-tugas mata kuliah Analisis Wacana Bahasa Indonesia sebagai mata kuliah wajib di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Kedua, bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk mengembangkan kajian wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember menggunakan elemen-elemen wacana lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Elemen wacana tersebut terdiri dari elemen semantik pada aspek praanggapan dan nominalisasi, elemen sintaksis, elemen stilistik, elemen retorik pada aspek grafis, metafora, dan ekspresi. Ketiga, bagi guru Bahasa dan Sastra Indonesia, disarankan untuk mengembangkan hasil penelitian ini sebagai materi pada pembelajaran yang diterapkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas VIII kurikulum 2013. Kompetensi Dasar (KD) yang harus dicapai terdapat pada 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, poster, (yang membuat bangga dan motivasi) dari berbagai sumber yang

dibaca dan didengar dan KD 4.4 Menyajikan gagasan, pesan, ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis.



## PRAKATA

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya, sehingga skripsi yang berjudul “Wacana Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember: Analisis Wacana Kritis” ini 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, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. Mohammad Hasan, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Jember.
2. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D., selaku Dekan FKIP Universitas Jember.
3. Dr. Arju Muti'ah, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni.
4. Furoidatul Husniah S.S., M. Pd., selaku DPA dan Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
5. Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd. selaku dosen pembimbing 1 yang telah banyak memberikan pengarahan, saran yang berharga, semangat, motivasi, serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
6. Anita Widjajanti, S.S., M.Hum., selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi dan saran yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan guru-guru dari SD hingga MA yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
8. Ibunda Khofifatus Soleha dan Bapak Samsul Arifin tercinta, terima kasih yang teramat dalam atas cinta, kasih sayang, motivasi, dorongan semangat, doa yang tidak ada hentinya dipanjatkan pada setiap sujud, serta pengorbanan yang tidak ternilai harganya;

9. Kedua Kakakku Rizal Arifin dan H. Ahmad Hofi David, terima kasih telah berusaha menjadi Kakak yang baik dan pengertian selama ini.
10. Keponakanku Diana Salsabila, Indri Arfiana, Daffa Arya Ghossan, dan Zaka Ali Firdaus, terima kasih telah menggantikan, menemani dan memberi senyuman untuk Mbah Jih Sol dan Mbah Putri selama Lek Bi kuliah.
11. Keponakan, sahabat dan temanku Moh. Hisyam Syauqi Pramono, terima kasih selalu menemani dan ada saat aku membutuhkan.
12. Teman-teman kamar 11 (Akhlis, Sukron MJ, Bond, Jaenuri, Ilham, Wahyu, Faisol, Arham, Wibi, Hasan, Sukarno, Suadi, Eko, Khutbi, Syafiq), terima kasih telah bersedia berbagi bantal, selimut, sabun, odol, sampo, minyak rambut, minyak wangi dan kebahagiaan selama ini.
13. Teman-teman Oppay Malam (Zaki, Arif, Teguh, Tri, Ghofur, Isnen, Hafid, Ivan dan Trisno), terima kasih atas kebersamaan yang selama ini kita lalui bersama di kampus dan luar kampus.
14. Teman-temanku mahasiswa Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia angkatan 2013 yang telah mengajarkanku arti sebuah pertemanan serta membuatku menyadari arti sebuah keluarga.
15. Penulis semua buku yang pernah saya baca, terima kasih telah membantu proses perkuliahan dan tugas akhir (skripsi) ini.
16. Semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi penyempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 15 Februari 2018

Penulis

**DAFTAR ISI**

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGAJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PEMBIMBING</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat penelitian .....	7
1.5 Definisi Operasional .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Wacana .....	9
2.2 Iklan.....	11
2.3 Analisis Wacana Kritis (AWK).....	14
2.4 Teori AWK Teun A. Van Dijk.....	15
2.4.1 Struktur Mikro.....	17
2.4.1.1 Elemen Semantik.....	18
2.4.1.2 Elemen Reoris.....	22
2.5 Ideologi .....	26
2.5.1 Ideologi Sosialisme.....	27
2.5.2 Ideologi Kapitalisme.....	28

2.5.3 Ideologi Pancasila.....	29
2.7 Penelitian yang Relevan .....	31
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian .....	34
3.2 Data dan Sumber Data .....	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.5 Instrumen Penelitian .....	37
3.6 Prosedur Penelitian .....	38
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Strategi Semantik.....	40
4.1.1 Elemen Latar.....	40
4.1.2 Elemen Detail dan Maksud.....	55
4.2 Strategi Retoris.....	76
4.2.1 Leksikon Penekanan.....	77
4.2.2 Leksikon Perintah.....	80
4.3 Ideologi.....	83
4.3.1 Ideologi Kapitalisme.....	83
4.3.2 Ideologi Sosialisme.....	85
4.3.3 Ideologi Pancasila.....	87
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.1 Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>
<b>AUTOBIOGRAFI.....</b>	<b>135</b>

## BAB 1 PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan ini memaparkan hal-hal yang menjadi dasar penelitian ini. Secara sistematis paparan yang terdapat dalam bagian ini meliputi: (1) latar belakang masalah, (2) rumusan masalah, (3) tujuan penelitian, (4) manfaat penelitian, dan (5) definisi operasional.

### 1.1 Latar Belakang

Wacana (*discourse*) merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar dan merupakan satuan bahasa terlengkap. Chaer (2012: 267) mengatakan bahwa wacana mengandung konsep, gagasan, pikiran, atau ide utuh yang dapat dipahami oleh pembaca (dalam wacana tulis) maupun pendengar (dalam bahasa lisan). Penyampaian bisa melalui berbagai media komunikasi, seperti ungkapan-ungkapan sindiran, tulisan, pertunjukan sosial, iklan, dan sebagainya. Wacana yang disampaikan dalam bentuk apapun memiliki unsur struktur, fungsi, dan konteks. Hubungan unsur-unsur tersebut dikaji dalam sebuah kajian yaitu analisis wacana.

Iklan adalah wujud bahasa sebagai media promosi bagi perseorangan, pengusaha, organisasi, ataupun lembaga pemerintahan untuk menyampaikan pesan yang bersifat menguntungkan. Keuntungan iklan tidak hanya dikaitkan dengan materi seperti uang (komersial), melainkan juga dikaitkan dengan keuntungan moral, misalnya promosi yang menyangkut kebudayaan, pendidikan, keagamaan, dan politik.

Iklan komersial adalah iklan yang berhubungan dengan niaga (perdagangan). Iklan komersial pada dasarnya bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial mampu memperkenalkan kepada khalayak tentang produk atau jasa yang dijual dari hasil industri. Iklan komersial menempati posisi yang sangat strategis yang mampu ikut menggerakkan dan menjalankan dunia industri. Widyatama (2011: 43) mengatakan bahwa iklan seolah-olah menjadi minyak pelumas yang menjalankan roda industri agar tetap berputar, karena tanpa iklan roda



industri akan berputar perlahan, macet, bahkan tidak bergerak sama sekali. Iklan komersial mempunyai ciri tertentu untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Ciri utamanya adalah tampilan dan isi dari wacana iklan sangat membujuk/persuasif (dipenuhi kata-kata hiperbolis, manis, dan kreatif). Persuasif wacana iklan terdapat modus dan teknik tertentu untuk menarik perhatian khalayak agar membeli produk atau jasa yang diiklankan. Iklan komersial akan selalu menampilkan sisi positif dan melebih-lebihkan produk atau jasa yang diiklankan. Produk atau jasa yang diiklankan seolah-olah sangat menguntungkan dan tidak ada cela di dalamnya. Oleh karena itu, banyak orang atau perusahaan menggunakan media iklan sebagai strategi mendapatkan konsumen, dengan menggunakan tampilan dan isi iklan yang membujuk/persuasif. Misalnya iklan komersial seperti iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember.

Spanduk jalanan adalah kain panjang yang dipajang di tepi jalan atau melintang di tengah jalan sehingga banyak terbaca oleh pengguna jalan yang melewatinya. Spanduk jalanan pada penelitian ini berisi iklan tentang informasi singkat suatu produk rumah. Spanduk jalanan dipilih sebagai objek karena spanduk jalanan berada di pinggir jalan, hal ini lebih mudah dibaca oleh calon konsumen. Selain itu, spanduk jalanan juga termasuk media iklan yang paling dominan dan bebas bagi siapa saja yang ingin mempromosikan produknya termasuk rumah.

Alasan dipilihnya wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember karena wacana iklan ini menggunakan bahasa yang menarik. Misalnya pada salah satu iklan menggunakan kalimat “*Angsuran Cuma 1.000,-/jam*”. Bahasa yang digunakan tersebut seolah-olah rumah yang akan dijual itu sangat murah. Kata-kata atau kalimat pada iklan jual-beli rumah di Kabupaten Jember terdapat maksud yang ingin disampaikan oleh produsen, karena pada dasarnya iklan yang dibuat tidak selalu disampaikan secara jelas. Bahasa yang digunakan pasti ada pesan tersembunyi berupa kebenaran atau kebohongan untuk menarik perhatian konsumen. Tujuannya jelas untuk mendapatkan keuntungan komersial.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*) yang disingkat AWK. Teori Analisis Wacana Kritis (AWK) merupakan alat bedah yang digunakan untuk mengungkapkan makna tersembunyi dari balik wacana baik dari aspek kebahasaan maupun aspek di luar kebahasaan. Teori AWK sangat beragam yang dikembangkan oleh para ahli. Sobur (2004:73) mengatakan bahwa 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 tersembunyi di balik wacana.

Berikut ini adalah salah satu contoh teori Analisis Wacana Kritis (AWK) Van Dijk yang diterapkan pada wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember.



Gambar 1

Struktur mikro merupakan bagian dari struktur wacana. Analisis struktur mikro pada wacana ini diperlukan untuk mengamati bagaimana suatu wacana terbangun dari elemen-elemen yang lebih kecil, karena pemahaman terhadap sebuah wacana tidak hanya dilihat dari segi isinya saja, namun juga elemen-elemen yang menyusun wacana tersebut. Analisis struktur mikro pada iklan meliputi struktur teks, strategi semantik, sintaksis, dan retorik. Van Dijk (dalam Sobur, 2006:78) menyatakan, “semantik dalam skema analisis wacana kritis Van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal, yakni makna yang muncul dari hubungan antar kalimat dan antar proposisi”. Strategi semantik yang berupa latar, detail dan maksud pada wacana iklan jual rumah ini memiliki kata dan kalimat yang menarik sebagai strategi untuk menarik pembaca atau konsumen. *Pertama*, Latar merupakan elemen wacana yang digunakan untuk menjelaskan latar belakang atau konteks sosial terciptanya suatu teks dibuat. Keadaan sosial yang ada di Kabupaten Jember seperti ditetapkannya program 1001 rumah oleh Pemkab Jember. Banyak rumah yang dipromosikan kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai strategi bahasa, seperti istilah dalam bahasa pernikahan “*Mas Kawin*”. Latar yang ditemukan pada iklan ini ialah latar peristiwa yang ditunjukkan oleh proposisi “*Spesial Bulan Ini*”. Proposisi tersebut menunjukkan sebab iklan tersebut dibuat, walaupun tidak jelas tanggal berlaku atau bulan yang dimaksud pada iklan. *Kedua*, Detail merupakan kelengkapan informasi dalam wacana yang meliputi penjelasan, fungsi atau manfaat dari wacana itu sendiri. Detail yang terdapat dalam wacana tersebut berupa detail kondisional dan detail identitas perumahan. Detail kondisional: “CUKUP MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH SAH MILIK ANDA”. Detail kondisional pada proposisi tersebut maksudnya menunjukkan syarat sebelum rumah dimiliki secara sah. Detail identitas perumahan: “*Istana Tegal Besar*” sebagai detail untuk memberikan keyakinan kepada pembaca bahwa rumah yang dijual merupakan kompleks perumahan yang cukup terkenal. *Ketiga*, Maksud merupakan tujuan yang ingin disampaikan dari suatu informasi, seperti mendeskripsikan sesuatu. Maksud yang terdapat pada wacana jual rumah tersebut dikategorikan menjadi maksud eksplisit dan implisit. Proposisi “*Istana Tegal Besar*” maksudnya Rumah yang dijual

berada di perumahan Istana Tegal Besar. Proposisi “*Big Promo // Spesial Bulan ini*” maksudnya memberi tahu kepada pembaca bahwa pada bulan tersebut penjualan rumah dengan harga promo. Proposisi “*Spesial Bulan Ini*” maksudnya rumah tersebut dijual dengan harga murah hanya pada bulan saat iklan tersebut dipasang, bukan untuk bulan berikutnya. Proposisi “*Cukup dengan mas kawin 500 rb // 1 unit rumah sah milik anda*” maksudnya rumahnya sah menjadi milik pembeli dengan membayar uang muka 500 rb. Uang angsuran tidak dicantumkan pada iklan untuk mengelabui pembaca agar hanya melihat uang muka saja yang nominalnya rendah atau murah.

Strategi retorik adalah gaya bahasa yang digunakan untuk lebih meyakinkan lagi konsumen dengan menggunakan bahasa secara unik. Gaya bahasa mempersoalkan kesanggupan sebuah bahasa untuk menimbulkan gagasan-gagasan yang tepat pada imajinasi pembaca dan pendengar seperti apa yang dipikirkan atau dirasakan oleh penulis atau pembicara. Keraf (1991: 112-113) mengatakan gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Gaya bahasa yang dipakai pada iklan ini ditunjukkan oleh proposisi “*Mas Kawin*”. Pilihan kata pada proposisi “*Mas Kawin*” tersebut merupakan bentuk sinonim (persamaan kata) yakni “*Uang Muka*”. Bahasa lain yang ada pada data 1 yakni “*Spesial bulan ini*”. Pilihan kata yang dipakai menggunakan bahasa umum yang kemungkinan membohongi pembaca. Hal tersebut dapat dilihat dari pilihan kata “*ini*”. Kata “*ini*” merupakan kata ganti suatu bulan yang dalam konteks ini bulan tersebut menyebutkan waktu, sehingga pembaca akan tertipu karena tidak jelas waktu berlakunya iklan tersebut.

Ideologi adalah suatu kepercayaan yang dibangun oleh kelompok dominan dengan tujuan tertentu. Analisis ideologi pada wacana ini diperlukan untuk mengetahui tujuan dan pemikiran penulis. Ideologi yang terdapat pada wacana iklan jual rumah di atas adalah ideologi kapitalisme. Kapitalisme menganggap bahwa segala sesuatu harus menghasilkan uang, tidak perlu memandang apapun yang lebih dipentingkan dalam ideologi ini bagaimana cara memperoleh uang sebanyak mungkin. Ideologi tersebut tergambar dari proposisi yang menawarkan

rumah resmi dimiliki pembeli jika membayar uang muka sebesar Rp. 500.000. Secara logika harga rumah tidak mungkin semurah itu. Harga yang begitu murah tersebut termasuk salah satu ciri dari ideologi kapitalisme. Senada dengan Adam Smith dalam bukunya yang berjudul *The Wealth of Nations* (1776) bahwa salah satu ciri ideologi kapitalisme adalah bertujuan untuk mendapat pengakuan oleh konsumen, sehingga mampu terus bersaing dengan produsen rumah yang lain.

Hasil penelitian tentang wacana iklan jual-beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember dapat dimanfaatkan sebagai materi pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah. Pemanfaatan penelitian ini dapat diterapkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas VIII kurikulum 2013. Kompetensi Dasar (KD) yang harus dicapai terdapat pada 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, poster, (yang membuat bangga dan motivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.4 Menyajikan gagasan, pesan, ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Selain itu juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk penelitian yang sebidang terkait wacana iklan. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan, maka dipilih judul **Wacana Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk di Kabupaten Jember : Analisis Wacana Kritis.**

## 1.2 Rumusan Masalah

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

- 1) Bagaimanakah strategi semantik dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember?
- 2) Bagaimanakah strategi retorik dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember?
- 3) Bagaimanakah ideologi dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan hal-hal berikut.

- 1) Mendeskripsikan strategi semantik dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember
- 2) Mendeskripsikan strategi retorik dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember
- 3) Mendeskripsikan ideologi dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut.

- 1) Bagi peneliti selanjutnya yang sebidang, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk dikembangkan lebih lanjut berkaitan dengan kajian analisis wacana kritis dengan topik yang lebih luas.
- 2) Bagi guru mata pelajaran Bahasa Indonesia SMP dan SMA, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam pembelajaran menulis iklan yaitu pada kompetensi dasar memahami dan menulis iklan.
- 3) Bagi masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan bila tertarik pada suatu produk dalam iklan karena iklan hanya memaparkan kelebihanannya.

### 1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional ini untuk mendefinisikan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini guna menghindari perbedaan penafsiran.

- 1) Iklan adalah salah satu media promosi yang terdapat dalam kehidupan masyarakat.

- 2) Spanduk jalanan adalah kain panjang yang dipajang di tepi jalan atau melintang di tengah jalan sehingga banyak terbaca oleh pengguna jalan yang melewatinya.
- 3) Iklan spanduk adalah media cetak berisi iklan tentang informasi singkat suatu produk.
- 4) Wacana iklan jual beli adalah wacana yang bertujuan mempengaruhi pikiran calon konsumen agar tertarik membeli produk yang dipromosikan.
- 5) Analisis wacana kritis adalah kajian bahasa yang menganalisis wacana dari bentuk atau wujudnya, nilai, fungsi dan ideologi yang terdapat dalam wacana tersebut.
- 6) Konteks sosial adalah keadaan sosial yang mendasari munculnya wacana iklan jual beli rumah.
- 7) Strategi semantik adalah bahasa pada iklan yang memiliki makna secara khusus, umum dan tersembunyi.
- 8) Strategi retorik adalah gaya bahasa yang digunakan penulis untuk menimbulkan gagasan-gagasan yang tepat pada imajinasi pembaca atau konsumen.
- 9) Ideologi adalah sebuah pemikiran yang ada dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk di Kabupaten Jember.

## BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini dipaparkan kajian pustaka sebagai dasar teoritis penelitian. Teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini akan dipaparkan yang meliputi (1) wacana, (2) Iklan, (3) analisis wacana kritis, (4) teori AWK Teun A. Van Dijk, (5) ideologi, (6) penelitian yang relevan.

### 2.1 Wacana

Wacana (*discourse*) merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar dan merupakan satuan bahasa terlengkap. Chaer (2012: 267) mengatakan bahwa wacana mengandung konsep, gagasan, pikiran, atau ide utuh yang dapat dipahami oleh pembaca (dalam wacana tulis) maupun pendengar (dalam Bahasa lisan). Secara penyampaian bisa melalui berbagai media komunikasi, seperti ungkapan-ungkapan sindiran, tulisan, pertunjukan sosial, iklan, dan sebagainya. Wacana yang disampaikan dalam bentuk apapun pasti memiliki unsur struktur, fungsi, dan konteks. Dalam situasi komunikasi, apapun bentuk wacananya, diasumsikan adanya penyapa (*addressor*) dan pesapa (*addressee*). Dalam wacana lisan, penyapa adalah pembicara sedangkan pesapa adalah pendengar. Dalam wacana tulis, penyapa adalah penulis sedangkan pembaca adalah pesapa. Tanpa adanya kedua unsur itu, tidak akan terbentuk suatu wacana. Dalam komunikasi tulis, proses komunikasi penyapa atau pesapa tidak berhadapan langsung. Penyapa menuangkan ide tau gagasannya dalam kode-kode kebahasaan yang biasanya berupa rangkaian kalimat. Rangkaian kalimat tersebut yang nantinya ditafsirkan maknanya oleh pembaca (pesapa). Di sini pembaca mencari makna berdasarkan untaian kata yang tercetak dalam teks. Dalam kondisi seperti itu, wujud wacana adalah teks yang berupa rangkaian proposisi sebagai hasil pengungkapan ide atau gagasan. Senada dengan (Rani, dkk, 2000: 3-4) bahwa, wacana dalam komunikasi tulis berupa teks yang dihasilkan oleh seorang penulis.

Adapun menurut Budiman (1999: 121), istilah wacana ini dipergunakan dengan sejumlah pengertian yang jauh dari identik, meskipun mungkin masih berhubungan. Wacana dapat mengacu kepada perkataan atau teksnaratif, yang



dipertentangkan dengan cerita atau diegesis. Selain itu, wacana dapat pula mengacu kepada aspek-aspek evaluatif, persuasif, atau retorik dari suatu teks yang dipertentangkan dengan aspek-aspek yang sekadar menamakan, melokasikan, atau mengisahkan. Halliday dan Hassan (1979: 1-2) menyatakan bahwa wacana merupakan satu kesatuan semantik, dan bukan kesatuan gramatikal. Kesatuan yang bukan lantaran bentuknya (morfem, kata, klausa, atau kalimat), tetapi kesatuan arti.

Wacana tulis adalah adalah teks yang berupa rangkaian kalimat yang menggunakan ragam bahasa tulis. Wacana tulis dapat kita temukan dalam bentuk buku, berita koran, artikel, majalah, dan sebagainya (Rani, dkk, 2000: 26). Wacana tulis banyak menggunakan bentuk-bentuk baku, kecuali wacana yang memang disengaja oleh penulisnya untuk menonjolkan makna wacana yang ingin disampaikan kepada para pembacanya.

Stubbs (Rani, dkk, 2000: 9-10), analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk tulis maupun lisan. Penggunaan bahasa secara alamiah tersebut berarti penggunaan bahasa seperti dalam komunikasi sehari-hari. Stubbs menjelaskan bahwa analisis wacana menekankan kajian penggunaan bahasa dalam konteks sosial, khususnya dalam interaksi antarpener.

Data dalam analisis wacana selalu berupa teks, baik teks lisan maupun tulis. Teks disini mengacu pada bentuk transkripsi rangkaian kalimat atau ujaran. Analisis wacana pada umumnya bertujuan untuk mencari *keteraturan*, bukan *kaidah*. Keteraturan itu berkaitan dengan keberterimaan di masyarakat. Analisis wacana cenderung tidak merumuskan kaidah secara ketat seperti dalam tata bahasa. Stubbs (1983: 1) mengatakan bahwa, analisis wacana merujuk pada upaya mengkaji pengaturan bahasa di atas klausa dan kalimat, dan karenanya juga mengkaji satuan-satuan kebahasaan yang lebih luas. Seperti pertukaran percakapan atau bahasa tulis. Konsekuensinya analisis wacana juga memperhatikan bahasa pada waktu digunakan dalam konteks sosial, khususnya interaksi antarpener. Selain itu, analisis wacana juga bertujuan untuk

menemukan unit-unit hierarkis yang membentuk suatu struktur diskursif (Milis dalam Sobur, 2004).

Wacana merupakan satuan bahasa yang lengkap sehingga dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Sebagai satuan bahasa yang lengkap, berarti di dalam wacana itu terdapat konsep, gagasan, pikiran, atau ide yang utuh, yang dapat dipahami tanpa keraguan oleh pembaca (dalam wacana tulis) atau pendengar (dalam wacana lisan) (Suladi, dkk, 2000:2). Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa wacana adalah kesatuan bahasa yang lengkap yang membentuk kesatuan bahasa yang dapat berupa komunikasi dalam bentuk lisan ataupun tertulis. Berdasarkan uraian tersebut penelitian menggunakan teori Analisis Wacana Kritis (AWK), hal tersebut didasarkan pada pernyataan Eriyanto (2006: 4) menegaskan bahwa ada tiga pandangan mengenai bahasa dalam analisis wacana, yaitu a) postivisme-empiris, b) konstruktivisme, dan c) pandangan kritis.

Paham kritis menekankan pada kontelasi produksi dan reproduksi wacana. Tujuan dari paham ini ialah melihat secara kritis tentang peran subjek tertentu, tema, perspektif yang dipakai, dan tindakan tertentu yang sedang dilakukan terhadap masyarakat. Paham kritis biasa dikenal dengan Analisis Wacana Kritis (AWK) karena selalu menggunakan perspektif kritis.

## **2.2 Iklan**

Iklan merupakan salah satu media komunikasi yang sangat efektif untuk digunakan sebagai alat penghubung antara produsen dan konsumen. Produsen sering menggunakan iklan sebagai alat untuk menawarkan atau mempromosikan produknya. Oleh karena itu, semua perusahaan yang menghasilkan produk baru, berlomba-lomba dalam memasang iklan untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produknya. Menurut Wrigh (dalam Mulyana, 2005:63) iklan merupakan proses komunikasi sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan atau ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif.

Zainas (dalam Khikmawati, 2012:19) mengelompokkan iklan atas dasar penggunaannya oleh pimpinan, karena perbedaan tersebut bergantung pada tujuan

perusahaan dalam program periklanannya. Iklan dapat dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain sebagai berikut.

- 1) Iklan Kelembagaan yaitu iklan yang dilakukan untuk menimbulkan rasa simpati kepada penjual dan ditujukan untuk menciptakan *good will* kepada perusahaan.
- 2) Iklan Pasar adalah penggolongan iklan yang didasarkan pada jenis atau sifat pasarnya. Jenis iklan tersebut antara lain:
  - a) Iklan konsumen (*consumer advertising*), ditujukan kepada konsumen. Barang yang dijual bisa berulang-ulang (merupakan kebutuhan sehari-hari) seperti, makanan, minuman, bahan-bahan konfeksi, obat-obatan, alat-alat pembersih, dsb. Media cocok bagi iklan barang konsumen biasanya adalah yang diminati secara luas seperti majalah, radio, televisi dan koran. Salah satu iklan yang ditujukan kepada konsumen ialah iklan jual rumah di Kabupaten Jember.
  - b) Iklan perdagangan (*trade advertising*), ditujukan kepada perantara pedagang terutama pengecer. Barang-barang yang diiklanan adalah barang untuk dijual kembali.
  - c) Iklan industri (*industrial advertising*), ditujukan kepada pemakai industri.
- 3) Iklan Politik, Iklan politik sering kali digunakan oleh para politisi untuk membujuk orang agar memilih mereka. Oleh karena itu, iklan jenis ini merupakan sebuah bagian penting dari proses politik.
- 4) Iklan Pelayanan Masyarakat, yaitu iklan yang dirancang untuk beroperasi pada kepentingan masyarakat dan mempromosikan kesejahteraan masyarakat. Iklan ini diciptakan bebas biaya oleh para profesional periklanan, dengan ruang dan waktu iklan merupakan hibah dari mereka.

Berdasarkan jenis-jenis iklan yang dipaparkan, penelitian ini difokuskan pada iklan konsumen berupa iklan jual rumah yang terdapat pada baliho, spanduk, poster di pinggiran jalan daerah Kabupaten Jember. Iklan jual rumah yang dipromosikan kepada konsumen menggunakan bahasa yang menarik yang disertai

gambar rumah yang akan dijual. Iklan memiliki daya tarik karakteristik tersendiri antara lain :

- a) Suatu bentuk komunikasi yang berbayar
- b) Nonpersonal komunikasi
- c) Menggunakan media massa sebagai media penyampaian pesan
- d) Menggunakan sponsor yang teridentifikasi
- e) Bersifat mempersuasi khalayak
- f) Bertujuan untuk meraih audiens sebanyak-banyaknya

Iklan dalam praktiknya memiliki strategi tertentu agar pembaca tertarik terhadap produk yang dipromosikan. Strategi sendiri memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan iklan. Strategi merupakan dasar membangun merek, strategi menjaga agar periklanan dan elemen pemasaran berada dalam jalur yang tepat serta membangun kepribadian merek dengan jelas dan konsisten. Strategi mewakili jiwa sebuah merek dan menjadi elemen penting untuk keberhasilan (Roman, Maas dan Nisenholtz: 2005). Pentingnya strategi tersebut membuat iklan jual rumah memiliki daya saing yang tinggi dan pada praktiknya banyak ditemukan iklan jual rumah memperkenalkan produsen mereka guna memperkenalkan kepada pembaca.

Strategi iklan harus mampu menjawab pertanyaan dasar dari rancangan sebuah periklanan yang dirumuskan dalam 5W+1H (Suhandang: 2005) yaitu:

- a) What: Apa tujuan iklan?
- b) Who: Siapa khalayak yang akan dijangkau?
- c) When: Kapan iklan dipasang?
- d) Where: Dimana iklan dipasang?
- e) Why: Mengapa harus demikian?
- f) How: Bagaimana bentuknya?

Tujuan dari strategi adalah usaha untuk menciptakan iklan yang efektif. Oleh karena itu, selain rumusan pertanyaan 5W+1H maka pengetahuan yang cukup tentang produk, persaingan pasar atau lompotitor dan analisis mendalam

tentang konsumen merupakan kunci pokok yang harus diketahui oleh pemasar sebelum merumuskan sebuah strategi iklan (Batey: 2003).

### **2.3 Analisis Wacana Kritis (AWK)**

Analisis Wacana Kritis (AWK) merupakan penerapan analisis wacana dengan perspektif interdisipliner. Apabila analisis wacana hanya difokuskan pada penggunaan bahasa alamiah dengan analisis semata-mata bersifat linguistik, AWK berusaha menjelaskan penggunaan bahasa dikaitkan dengan perspektif disiplin lain, seperti politik, gender, dan faktor sosiologis lain. Dalam praktik analisisnya AWK memanfaatkan sarana analisis wacana (biasa), tetap dengan perspektif dan interpretasi yang lebih “dalam”. Beberapa sarana analisis wacana yang dimanfaatkan dalam AWK adalah struktur makro, yang meliputi antara lain tematik: tema/topik; dan struktur mikro yang meliputi semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik. Beberapa topik AWK yang penting adalah ideologi, pengetahuan, struktur, intraksi dan makna.

Teori Analisis Wacana Kritis (AWK) dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk yang merupakan pelopor analisis wacana. Analisis wacana kritis merupakan perspektif baru dalam analisis wacana (biasa). Penerapan yang dilakukan AWK menggunakan pendekatan interdisipliner dengan proses penafsiran yang lebih sensitif dan kritis. Eriyanto dalam Purnomo (2006:18) juga menyatakan, analisis wacana kritis berusaha untuk memahami wacana bukan hanya dari aspek kebahasaannya saja, tetapi juga menghubungkan dengan konteks. Konteks di sini berarti bahasa itu dipakai untuk tujuan dan praktek tertentu, termasuk didalamnya praktek kekuasaan. Ada lima karakteristik penting dari analisis wacana kritis, yaitu tindakan, konteks, historis, kekuasaan, dan ideologi (van Dijk, Fairclough, Wodak, dan Eriyanto, 2006:8).

Analisis Wacana Kritis (AWK) dalam praktik analisisnya memanfaatkan sarana analisis wacana (biasa) tetapi dengan perspektif dan interpretasi yang lebih “dalam”. AWK mendefinisikan teks dan percakapan pada situasi tertentu: wacana berada dalam situasi sosial tertentu. Meskipun demikian, tidak semua konteks

dimasukkan dalam analisis, hanya yang relevan dan dalam banyak hal berpengaruh atas produksi dan penafsiran teks yang dimasukkan dalam analisis.

#### 2.4 Teori AWK Teun A. Van Dijk

Model analisis van Dijk tidak berfokus analisis teks semata, akan tetapi juga melihat struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/ pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu. Berdasarkan hal tersebut van Dijk (Eriyanto, 2011: 227) melihat suatu wacana terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Struktur wacana kompleks yang terdiri dari beberapa kategori beserta elemen-elemennya.

Selanjutnya, van Dijk (lewat Eriyanto, 2011: 226) membagi struktur wacana menjadi tiga bagian. Bagian pertama dari struktur wacana adalah struktur makro. Ini merupakan makna global atau umum dari suatu wacana yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu wacana. Kedua, superstruktur. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu wacana, bagaimana bagian-bagian wacana tersusun ke dalam wacana secara utuh. Bagian ketiga, adalah struktur mikro. Bagian ini merupakan makna wacana, yakni kata, frase, anak kalimat, kalimat, proposisi, dan gambar.

Berikut di bawah ini ditampilkan Tabel 1. Struktur wacana oleh van Dijk (via Eriyanto, 2011: 227).

**Tabel 1 Struktur Wacana**

<p style="text-align: center;"><b>Struktur Makro</b></p> <p>Makna global dari suatu wacana yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu wacana. Tema/topik ini tidak hanya isi dari wacana, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa..</p>
<p style="text-align: center;"><b>Superstruktur</b></p> <p>Kerangka suatu wacana: bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam wacana secara utuh. Kerangka suatu wacana berisi seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.</p>

### **Struktur Mikro**

Makna lokal dari suatu wacana yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat, dan gaya yang dipakai oleh suatu wacana. Makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu wacana yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar.

Setiap wacana, baik lisan maupun tulis, mempunyai struktur wacana yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Sebuah wacana pasti mempunyai struktur wacana tersebut agar bisa menjadi wacana yang utuh. masyarakat. Van Dijk (dalam Eriyanto 2001:217) melihat suatu teks memiliki beberapa tingkatan di mana masing-masing tingkatan tersebut saling berhubungan. Ia membaginya menjadi tiga tingkatan, yang pertama struktur makro, yang kedua superstruktur, dan yang ketiga adalah struktur mikro.

**Tabel 2 Kerangka Struktur Mikro**

<b>Struktur Wacana</b>	<b>Hal yang Diamati</b>	<b>Elemen</b>
Struktur Makro	TEMATIK (Apa yang dikatakan?)	Topik
Super Struktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks)	Latar, detail, maksud, peranggapan dan nominalisasi
Struktur Mikro	SINTAKSIS (Bagaimana pendapat disampaikan?)	Bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti
Struktur Mikro	RETORIS (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan?)	Pilihan Kata. Grafis, metafora, dan ekspresi

### 2.4.1 Struktur Mikro

Struktur mikro adalah urutan paling rendah setelah struktur makro dan superstruktur. Menurut van Dijk (via Eriyanto, 2011: 226), struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar. Struktur mikro merupakan suatu bagian dari struktur wacana yang mengamati bagaimana suatu wacana terbangun melalui elemen-elemen yang lebih kecil. Pemahaman terhadap sebuah wacana tidak hanya dilihat dari segi isinya saja, tetapi juga elemen-elemen yang menyusun wacana tersebut.

Elemen-elemen struktur mikro menurut van Dijk (Eriyanto, 2011: 235-259) terdiri atas (1) struktur semantik yang berisi elemen latar, detil, maksud, praanggapan, dan pengingkaran; (2) struktur mikro sintaksis yang berisi elemen koherensi, bentuk kalimat, dan kata ganti; (3) struktur mikro leksikal yang berisi elemen pilihan leksikal atau diksi; (4) struktur mikro retorika yang berisi elemen gaya bahasa yang digunakan oleh pembuat iklan seperti hiperbola, repetisi, aliterasi, ironi, dan metonimia; elemen interaksi, yakni bagaimana pembicara menempatkan/memposisikan dirinya di antara khlayak seperti gaya formal, informal, atau santai; elemen ekspresi yang dimaksudkan untuk membantu menonjolkan atau menghilangkan bagian tertentu dari teks yang disampaikan, seperti bentuk grafis, gambar, foto, raster, atau tabel; dan elemen metafora. Pemakaian metafora ini dimaksudkan sebagai ornamen atau bumbu dari suatu teks serta boleh jadi menjadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. Metafora tertentu dipakai oleh komunikator secara strategis sebagai landasan berpikir, alasan pembenar atau pendapat atau gagasan tertentu kepada publik. Namun, pada penelitian ini hanya akan memakai struktur mikro semantik guna menemukan makna dalam iklan dan struktur mikro retorika guna mendeskripsikan gaya bahasa yang dipakai dalam iklan jual beli rumah ini.

Setiap wacana yang baik pasti mempunyai struktur mikro didalamnya. Struktur mikro ada empat macam, yaitu struktur mikro semantik yang terdiri atas latar, detil, maksud, praanggapan, dan pengingkaran. Struktur mikro sintaksis terdiri atas koherensi, bentuk kalimat, dan kata ganti. Struktur mikro leksikon



yang hanya meliputi pilihan kata, dan struktur mikro retorika yang terdiri atas gaya bahasa, interaksi, ekspresi, dan metafora. Selain mempunyai struktur mikro, sebuah wacana juga pasti mempunyai peran dan fungsi. Dalam hal ini, wacananya berbentuk sebuah iklan jasa yang terdapat di dalam surat kabar, lebih tepatnya iklan jasa biro jodoh. Peran dan fungsi iklan ini yang nantinya akan menyampaikan pesan kepada para pembacanya tentang iklan-iklan tersebut.

### 1) Elemen Semantik

Menurut Sobur (2006: 78) semantik dalam skema van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal (*local meaning*), yakni makna yang muncul dari hubungan antarkalimat, hubungan antarproposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks. Analisis wacana banyak memusatkan perhatian pada dimensi teks seperti makna yang eksplisit ataupun implisit, makna yang sengaja disembunyikan dan bagaimana orang menulis atau berbicara mengenai hal itu. Dengan kata lain, semantik tidak hanya mendefinisikan bagian mana yang penting dari struktur wacana, tetapi juga menggiring ke arah sisi tertentu dari suatu peristiwa.

Semua strategi semantik selalu dimaksudkan untuk menggambarkan diri sendiri atau kelompok sendiri secara positif. Sebaliknya, menggambarkan kelompok lain secara buruk, sehingga menghasilkan makna yang berlawanan. Kebaikan atau hal-hal lain yang positif yang mengenai diri sendiri digambarkan dengan detail yang besar, eksplisit, langsung dan jelas. Sebaliknya, ketika menggambarkan kebaikan kelompok lain disajikan dengan detail pendek, implisit, dan samar-samar. Struktur mikro semantik mempunyai beberapa elemen, yaitu elemen latar, detil, maksud, praanggapan, dan pengingkaran (Eriyanto, 2001: 235).

Struktur semantik yang ada di dalam wacana iklan jual rumah ini hanya ada tiga jenis saja, yaitu elemen latar, elemen detil, dan elemen maksud. Penjelarasannya akan dipaparkan sebagai berikut.

### a. Latar

Latar merupakan bagian wacana yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Oleh karena itu, latar membantu menyelidiki bagaimana seseorang memberi pemaknaan atas suatu peristiwa. Latar dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu wacana. Latar wacana merupakan elemen yang berguna karena dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan oleh si pembuat iklan tentang wacananya tersebut. Ini merupakan cerminan ideologis, dimana pembuat iklan dapat menyajikan latar belakang dapat juga tidak, tergantung pada kepentingan wacana itu dibuat (Eriyanto, 2011: 235-236). Elemen latar pada penelitian ini yaitu elemen latar peristiwa, kelebihan, dan perbedaan. Berikut contoh elemen latar peristiwa pada sebuah iklan jual beli rumah.



Gambar 2

(Latar Peristiwa)

Data yang menunjukkan elemen latar pada gambar 2 ditunjukkan oleh proposisi (a) *Khusus Bulan April* dan proposisi (b) *HUT Ke-9 Puri Bunga Nirwana Group*. Kedua proposisi tersebut sebagai data dalam mengungkapkan elemen latar pada iklan. Kedua data tersebut adalah latar peristiwa karena menjadi *sebab* dibuatnya iklan gambar 1. *Sebab* tersebut menciptakan *akibat* yang dalam konteks ini adalah tawaran harga murah kepada pembaca atau konsumen tentang

produk rumah yang diiklankan. Peristiwa ulang tahun produsen menjadi latar dibuatnya iklan sehingga memberikan penawaran harga murah kepada konsumen.

Terkadang maksud atau isi utama tidak dibebaskan dalam wacana, tetapi dengan melihat latar apa yang ditampilkan dan bagaimana latar tersebut disajikan, kita dapat menganalisis apa maksud yang tersembunyi dalam wacana. Selain itu, latar ditampilkan dengan maksud untuk mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat yang terdapat wacana sangat beralasan.

### b. Detil

Menurut Eriyanto (2011: 238), elemen wacana detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang. Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya, ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) kalau hal itu merugikan kedudukannya. Informasi yang menguntungkan komunikator, bukan hanya ditampilkan secara berlebih tetapi juga dengan detil yang lengkap kalau perlu dengan data-data. Detil yang lengkap dan panjang lebar merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu terhadap khalayak. Elemen detail pada penelitian ini yaitu elemen detail identitas, kondisional, dan imperatif. Berikut contoh elemen detail identitas pada sebuah iklan jual beli rumah.



**Gambar 6**

(Detail Identitas)

Data yang menunjukkan elemen detail identitas pada gambar 6 ditunjukkan oleh proposisi (a) *Cendrawasih Green Residence*; (b) *Jl. Cendrawasih No. 175 Patrang, Jember* dan (c) *0331-413277*. Proposisi-proposisi tersebut sebagai data dalam mengungkapkan elemen detail identitas pada iklan. Data tersebut adalah detail identitas yang memiliki maksud tertentu. Data (a) adalah detail identitas pertama pada iklan yang maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Cendrawasih Green Garden. Detail identitas (a) penting diungkapkan secara jelas pada iklan karena juga memiliki pengaruh terhadap pembaca agar tertarik. Data (b) adalah detail identitas kedua pada iklan yang maksudnya memberi kemudahan kepada pembaca yang tertarik terhadap produk yang dipromosikan. Detail identitas (b) penting diungkapkan secara jelas karena memiliki pengaruh terhadap daya tarik produk. Data (c) detail identitas ketiga pada iklan yang maksudnya memberi kemudahan kepada pembaca yang tertarik terhadap produk yang dipromosikan. Detail identitas (b) penting diungkapkan secara jelas karena pembaca yang tertarik membutuhkan informasi lebih jelas lagi tentang produk yang diiklankan.

Elemen detail merupakan strategi bagaimana pembuat iklan mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit. Menurut Sobur (2006: 79), elemen wacana detail berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang (komunikator). Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik, sebaliknya ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) kalau hal itu merugikan kedudukannya.

### c. Maksud

Elemen wacana maksud ini melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas dengan kata-kata yang tegas dan menunjuk langsung pada fakta. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, eufemistik, berbelit-belit, dan tersembunyi (Eriyanto, 2011: 240).

Penggunaan elemen maksud memperlihatkan pernyataan yang menguntungkan penutur diuraikan secara eksplisit dan jelas, sedangkan pernyataan yang merugikan penutur diuraikan secara tersamar dan implisit (Eriyanto, 2000:12). Jadi maksud yang mempunyai dampak positif akan disampaikan secara gamblang, sedangkan maksud yang memiliki dampak negatif akan disampaikan secara implisit oleh pembuat wacana. Elemen maksud salah satunya seperti contoh detail di atas yang memiliki maksud tertentu seperti yang telah dideskripsikan tersebut.

## 2) Elemen Retoris

Setiap wacana, baik wacana lisan maupun wacana tulis, mempunyai retorika bahasa tersendiri yang mampu memikat dan menarik para pembacanya. Para penulisnya berusaha sekreatif dan secermat mungkin dalam merangkai setiap kata-katanya. Retorika sendiri mempunyai fungsi yang penting dalam sebuah wacana yaitu fungsi persuasif. Tanpa retorika yang persuasif, seperti halnya sebuah wacana tidak akan pernah menarik untuk didengar atau dibaca.

Menurut Nurgiyantoro (2009: 295), retorika merupakan suatu cara penggunaan bahasa untuk memperoleh efek estetis. Retorika mempunyai fungsi persuasif, dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Terciptanya komunikasi secara persuasif dalam iklan dapat dilakukan dengan menggunakan sarana retorika. Menurut Abrams (1981: 193) lewat Nurgiyantoro (2009: 296) unsur stila yang berwujud retorika meliputi penggunaan bahasa figuratif (*figurative language*) dan wujud citraan (*imagery*). Bahasa figuratif sendiri menurut Abrams (1981: 63) lewat Nurgiyantoro (2009: 296), dibedakan kedalam (1) *figurative of thought* atau *tropes* dan (2) *figures of speech, rhetorical figures* atau *schemes*. Yang pertama menyoal pada penggunaan unsur kebahasaan yang menyimpang dari makna harfiah dan lebih menyoal pada makna literal (*literal meaning*), sedangkan yang kedua lebih menunjuk pada masalah pengurutan kata, masalah permainan struktur. Jadi, yang pertama mempersoalkan pengungkapan dengan cara khas atau pemajasan,

sedangkan yang kedua mempersoalkan cara penstrukturan atau penyiasatan struktur.

Menurut Hendrikus (1991: 46), fungsi retorika dalam proses komunikasi adalah untuk menarik perhatian khalayak, kemudian perhatian tersebut disimpan dalam benak khalayak, dan pada akhirnya adalah dapat mengarahkan perilaku khalayak untuk bertindak. Fungsi tersebut berkaitan dengan tujuan dari iklan. Jadi, penggunaan retorika sangat diperlukan dalam iklan, agar tujuan dari iklan itu dapat tercapai. Salah satu bidang yang memerlukan retorika ini adalah iklan, baik iklan yang berwujud tulis maupun yang berwujud lisan. Untuk mencapai tujuan dari komunikasi iklan, salah satu usaha yang dilakukan oleh penulis iklan adalah memanfaatkan potensi bahasa untuk membujuk konsumennya. Dalam menyusun naskah iklan, para penulis iklan banyak menerapkan aspek-aspek retorika (Oka, 1986: 15). Tanpa sebuah retorika yang baik dan menarik, sebuah iklan tidak akan pernah bisa mendapatkan konsumen yang banyak dan tujuan iklan pun tidak akan bisa tersampaikan dengan baik kepada para konsumennya. Struktur mikro retorika memiliki beberapa elemen yang dapat menimbulkan nilai estetis pada sebuah wacana agar terlihat menarik serta membuat para pembacanya tersugesti ketika membaca atau mendengarnya.

Menurut Tarigan (1990: 5) gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara atau menulis untuk meyakinkan pendengar. Keraf (1991: 112-113) mengatakan bahwa gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Keraf (1991: 113-115), sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur, yaitu kejujuran, sopan-santun, dan menarik.

Pilihan kata yang dipakai di dalam sebuah wacana menjadi perhatian yang penting. Menurut Eriyanto (2011: 255), pada dasarnya elemen struktur mikro leksikon menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Suatu fakta umumnya terdiri atas beberapa kata yang merujuk pada fakta, dengan demikian pilihan kata yang

dipakai tidak semata hanya karena kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas.

Pilihan kata-kata yang dipakai menunjukkan sikap dan ideologi tertentu. Peristiwa sama dapat digambarkan dengan pilihan kata yang berbeda-beda. Menurut Suwandi (2008: 116), ketepatan pilihan kata terletak pada kata itu sendiri. Pembaca menemukan kata dalam konteks. Konteks itu mempengaruhi tanggapan pembaca atas sejumlah kata yang digunakan penulisnya. Pemakaian kata yang tepat ditentukan oleh pengaruh yang dimiliki kata itu dalam kalimat dan paragraf atau wacana. Kualitas diksi atau pilihan kata yang baik dicirikan oleh beberapa faktor. Ketepatan kata menurut Keraf (1991: 87) berkaitan dengan masalah makna kata dan kosakata seseorang. Penggunaan kosakata yang banyak akan memungkinkan penulis untuk dapat bebas memilih kata yang dianggap paling tepat mewakili pikirannya. Ketepatan makna menuntut pula kesadaran penulis untuk mengetahui bagaimana hubungan antara bentuk bahasa (kata) dengan referensinya. Penelitian wacana iklan jual beli rumah ini menggunakan gaya bahasa yaitu leksikon perintah dan penekanan. Berikut penjelasan leksikon perintah dan leksikon penekanan yang disertai dengan contohnya.

#### **a. Leksikon Perintah**

Leksikon perintah pada penelitian ini adalah pilihan kata dan bentuk tuturan yang menyatakan perintah kepada pembaca yang dalam konteks ini adalah calon konsumen. Kalimat perintah dalam ilmu bahasa Indonesia dikenal dengan istilah imperatif. Menurut Rahardi, 2005:80, kalimat imperatif merupakan kalimat yang mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur atau orang lain menuruti sesuatu yang diminta oleh si penutur. Kalimat ini terkadang disebut juga sebagai jenis-jenis kalimat perintah. Isi kalimat imperatif bisa berupa perintah yang sangat keras atau kasar, hingga permohonan yang sangat halus dan santun. Selain itu, kalimat tersebut bisa juga berisi pembiaran terhadap suatu perbuatan atau pelarangan suatu tindakan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian kalimat imperatif adalah kalimat yang bersifat memerintah atau memberi komando,

mempunyai hak memberi komando, dan bersifat mengharuskan. Dengan kata lain, kalimat imperatif adalah kalimat yang di dalamnya mengandung perintah. Kalimat ini berfungsi untuk meminta / melarang seseorang untuk melakukan sesuatu. Berikut contoh leksikon perintah pada sebuah iklan jual beli rumah pada gambar 9.

Data: *“SEGERA MILIKI!”*

Data di atas merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon perintah. Leksikon perintah yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “segera”. Kata “segera” dalam KBBI berarti cepat atau lekas-lekas yang maksudnya perintah untuk cepat membeli agar memiliki rumah yang ditawarkan oleh pembuat iklan. Leksikon perintah pada data ini juga ditandai dengan tanda seru (!). Contoh lain leksikon perintah dalam kalimat imperatif berikut ini.

Contoh 1: *“Buanglah sampah itu pada tempatnya!”*

Kalimat imperatif tersebut terdapat leksikon perintah sehingga kalimat atau tuturan yang disampaikan bertujuan untuk memerintah. Kata “buanglah” adalah bentuk kata dasar “buang” yang mendapat imbuhan “lah”.

#### **b. Leksikon Penekanan**

Penekanan dalam kalimat adalah upaya pemberian aksentuasi, pementingan, atau pemusatan perhatian pada salah satu bagian kalimat, agar bagian yang diberi penekanan itu lebih mendapat perhatian dari pendengar atau pembaca. Bagian kalimat yang penting perlu diberi penekanan atau penegasan agar maksud kalimat secara keseluruhan dapat dipahami.

Berikut contoh penekanan kata pada kalimat yang ada dalam iklan jual beli rumah di Kabupaten Jember.





**Gambar 2**

(Leksikon Penekanan)

Data yang menunjukkan adanya penekanan kata dalam kalimat ditunjukkan oleh proposisi “*Khusus Bulan April*”. Kata yang dimaksud ialah kata “*khusus*”. Kata “*khusus*” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti memeruntukkan bagi sesuatu yang tertentu atau istimewa. Kata “*khusus*” dalam konteks iklan ini ialah harga murah produk rumah yang dipromosikan hanya pada bulan April. Bentuk penekanan tersebut sebagai strategi retorik yang dipakai oleh pembuat iklan agar pembaca tertarik dan melakukan langkah cepat untuk membeli rumah dalam waktu yang telah ditentukan.

## 2.5 Ideologi

Ideologi adalah sistem kepercayaan yang dimiliki bersama oleh kelompok sosial (Purnomo, 2003:47). Teori tentang ideologi yang baru dan bersifat multidisiplin, yang didefinisikan sebagai fondasi perwujudan sosial bersama dari suatu kelompok sosial. Hal ini karena teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu. Teori-teori klasik tentang ideologi diantaranya mengatakan bahwa ideologi dibangun oleh kelompok yang dominan dengan tujuan untuk mereproduksi dan meligitimasi dominasi mereka.

Wacana dalam pendekatan semacam ini dipandang sebagai medium melalui mana kelompok yang dominan memersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak produksi kekuasaan dan dominasi yang mereka miliki sehingga tampak absah dan benar.

Ideologi secara fungsional diartikan seperangkat gagasan tentang kebaikan bersama atau tentang masyarakat dan negara yang dianggap paling baik, sedangkan struktural diartikan sebagai sistem pembenaran, seperti gagasan dan formula politik atas setiap kebijakan dan tindakan yang diambil pengusaha.

Dalam suatu artikelnya, van Dijk mengemukakan bahwa ada beberapa pendekatan tentang ideologi. Pendekatan yang lebih tradisional menyatakan bahwa ideologi didefinisikan secara negatif sebagai kepercayaan yang menyesatkan (*misguised belief*) atau kesadaran yang salah (*false consciousness*). Lebih lanjut dikatakan, dalam karya yang lebih mutakhir, seperti dalam ilmu politik dan psikologi sosial, ideologi didefinisikan hanya sebagai sistem kepercayaan (van Dijk dalam Purnomo, 2006:12).

Seperti yang dikemukakan oleh van Dijk, ideologi terutama dimaksudkan untuk mengatur masalah tindakan dan praktik individu atau anggota suatu kelompok. Ideologi membuat anggota dari suatu kelompok akan bertindak dalam situasi yang sama, dapat menghubungkan masalah mereka, dan memberikan kontribusi dalam membentuk solidaritas dan kohesi di dalam kelompok. Pengetahuan awal dari penulis sangat berkaitan dengan ideologi yang akan timbul dan memunculkan wacana yang juga akan memengaruhi pengetahuan dari konsumen atau pembaca. Penelitian ini terbagi menjadi ideologi sosialisme, pancasila, dan kapitalisme. Berikut penjelasan mengenai ideologi-ideologi tersebut.

### 2.5.1 Sosialisme

Sosialisme berasal dari Bahasa latin "*socius*" yang berarti teman, sahabat, atau saudara, dan "*isme*" yang berarti faham atau ajaran. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ideologi Sosialisme adalah paham yang mementingkan masyarakat

daripada individu. Ciri-ciri ideologi Sosialisme menurut Sudawa (2008:18) adalah sebagai berikut.

- a) Mementingkan kekuasaan dan kepentingan negara.
- b) Kepentingan negara diutamakan daripada kepentingan warga negara. Kebebasan atau kepentingan warga negara dikalahkan untuk kepentingan negara.
- c) Kehidupan agama juga terpisah dengan negara. Warga negara bebas beragama, bebas tidak beragama, dan bebas untuk propaganda nilai agama.

### 2.5.2 Ideologi Kapitalisme

Fatwa (2012) kapitalisme berasal dari kata *kapital*, yang artinya modal. Kapitalisme merupakan suatu paham yang meyakini bahwa pemilik modal dapat melaksanakan usahanya yang meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Kapitalisme memiliki anggapan bahwa modal merupakan satu-satunya unsur untuk perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Pengikut kapitalisme menganggap bahwa modal dapat menghasilkan lebih banyak kekayaan.

Kapitalisme sebagai ideologi dapat diartikan sebagai sistem pemikiran dan juga keyakinan yang dipakai oleh kelas dominan untuk dapat menjelaskan pada diri mereka sendiri bahwa bagaimana sistem sosial mereka beroperasi dan juga apa prinsip-prinsip yang akan diajukannya, ideologi ini melihat pada pencarian laba (kapital) sebagai fokus utama kegiatannya. Ideologi kapitalisme merupakan salah satu cara pandang manusia dalam menjalani kegiatan ekonominya. Keberadaan kapitalis dianggap sebagai wujud penindasan terhadap masyarakat dengan kondisi ekonomi lemah.

Menurut Smith (1776) di dalam bukunya *The Wealth of Nations* menguraikan konsep kapitalisme bahwa perekonomian akan paling baik diatur oleh tangan persaingan (*competition*) yang tak terlihat, yaitu pertempuran di antara dunia usaha untuk mendapatkan pengakuan konsumen. Smith berpendapat bahwa persaingan di antara perusahaan akan mengarah pada pengakuan konsumen

terhadap produk dan harga yang terbaik, karena produsen yang kurang efisien secara bertahap terlempar keluar dari pusat.

### 2.6.3 Ideologi Pancasila

Pancasila sebagai ideologi bangsa Indonesia diangkat dari nilai adat istiadat, nilai kebudayaan, dan nilai religius yang terdapat dalam pandangan hidup masyarakat. Pancasila sebagai ideologi bangsa dalam sila-silanya terdapat nilai-nilai tertentu sesuai dengan isi dari kelima pancasila. Menurut Samsuri (2004:226) nilai-nilai yang terkandung dalam sila pancasila terdiri dari 36 butir. Hal tersebut terdapat pada tabel berikut.

**Tabel 1 Tiga Puluh Enam Butir Pancasila**

Sila Ketuhanan Yang Maha Esa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Percaya dan Takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing menurut dasar kemanusiaan yang adil dan beradab.</li> <li>2. Hormat menghormati dan bekerjasama antar pemeluk agama dan penganut-penganut kepercayaan yang berbeda-beda sehingga terbina kerukunan hidup.</li> <li>3. Saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya.</li> <li>4. Tidak memaksakan suatu agama dan kepercayaan kepada orang lain.</li> </ol>
Sila Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengakui persamaan derajat persamaan hak dan persamaan kewajiban antara sesama manusia.</li> <li>2. Saling mencintai sesama manusia.</li> <li>3. Mengembangkan sikap tenggang rasa.</li> <li>4. Tidak semena-mena terhadap</li> </ol>

	<p>orang lain.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.</li> <li>6. Gemar melakukan kegiatan kemanusiaan.</li> <li>7. Berani membela kebenaran dan keadilan.</li> <li>8. Bangsa Indonesia merasa dirinya sebagai bagian dari seluruh umat manusia, karena itu dikembangkan sikap hormat-menghormati dan bekerjasama dengan bangsa lain.</li> </ol>
Sila Persatuan Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menempatkan kesatuan, persatuan, kepentingan, dan keselamatan bangsa dan negara di atas kepentingan pribadi atau golongan.</li> <li>2. Rela berkorban untuk kepentingan bangsa dan negara.</li> <li>3. Cinta Tanah Air dan Bangsa.</li> <li>4. Bangsa sebagai Bangsa Indonesia dan ber-Tanah Air Indonesia.</li> <li>5. Memajukan pergaulan demi persatuan dan kesatuan bangsa yang ber-Bhinneka Tunggal Ika.</li> </ol>
Sila Kerakyatan Yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan Dalam Permusyawaratan / Perwakilan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengutamakan kepentingan negara dan masyarakat.</li> <li>2. Tidak memaksakan kehendak kepada orang lain.</li> <li>3. Mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan untuk kepentingan bersama.</li> <li>4. Musyawarah untuk mencapai mufakat diliputi semangat kekeluargaan.</li> <li>5. Dengan itikad baik dan rasa tanggung jawab menerima dan melaksanakan hasil musyawarah.</li> <li>6. Musyawarah dilakukan dengan akal sehat dan sesuai dengan hati nurani yang luhur.</li> </ol>

	7. Keputusan yang diambil harus dapat dipertanggung jawabkan secara moral kepada Tuhan Yang Maha Esa, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia serta nilai-nilai kebenaran dan keadilan.
Sila Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan perbuatan-perbuatan yang luhur yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan gotong-royong.</li> <li>2. Bersikap adil.</li> <li>3. Menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban.</li> <li>4. Menghormati hak-hak orang lain.</li> <li>5. Suka memberi pertolongan kepada orang lain.</li> <li>6. Menjauhi sikap pemerasan terhadap orang lain.</li> <li>7. Tidak bersifat boros.</li> <li>8. Tidak bergaya hidup mewah.</li> <li>9. Tidak melakukan perbuatan yang merugikan kepentingan umum.</li> <li>10. Suka bekerja keras.</li> <li>11. Menghargai hasil karya orang lain.</li> <li>12. Bersama-sama berusaha mewujudkan kemajuan yang merata dan berkeadilan sosial.</li> </ol>

## 2.6 Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang struktur mikro wacana pernah juga dilakukan oleh sebelumnya. Beberapa penelitian yang relevan dengan skripsi ini adalah skripsi dari Yuni Kartika (2017) dan Reza Dianita Wulandari (2017).

Skripsi Yuni Kartika yang ditulis pada tahun 2017 dengan judul *Slogan Berbahasa Indonesia dalam Kegiatan Lalu Lintas di Wilayah Propolinggo-Lumajang (Analisis Wacana Kritis)*. Skripsi ini mendeskripsikan tentang elemen-

elemen semantik, retorik, konteks, dan ideologi yang terdapat dalam slogan lalu lintas di Wilayah Propolinggo-Lumajang. Adapun hasil penelitiannya sebagai berikut.

- 1) mengenai strategi semantik yang dianalisis berupa latar, detil, dan maksud dipilih untuk menemukan makna yang disampaikan oleh penulis. Latar yang terdapat pada slogan berbahasa Indonesia dalam kegiatan lalu lintas di wilayah Probolinggo-Lumajang berupa latar peristiwa, tingkah laku, dan kebiasaan. Latar peristiwa, tingkah laku, dan kebiasaan dalam slogan didukung dengan adanya pernyataan-pernyataan tertentu yang disebut sebagai detil. Detil yang terdapat pada slogan berbahasa Indonesia dalam kegiatan lalu lintas di wilayah Probolinggo-Lumajang berupa detil ajakan, dorongan, dan manfaat. Latar dan detil pada slogan mengandung maksud-maksud tertentu, jadi pada slogan berbahasa Indonesia dalam kegiatan lalu lintas di wilayah Probolinggo-Lumajang terdapat maksud implisit dan maksud eksplisit.
- 2) mengenai strategi retorik yang dianalisis pada slogan berbahasa Indonesia dalam kegiatan lalu lintas di wilayah Probolinggo-Lumajang berupa pemilihan kata disampaikan menggunakan kata tertentu. Pemilihan kata pada slogan berupa leksikon penekanan, perintah, upaya, dan harapan.
- 3) mengenai ideologi yang terdapat pada slogan berbahasa Indonesia dalam kegiatan lalu lintas di wilayah Probolinggo-Lumajang berupa ideologi Pancasila pada butir ke-13, ke-18, dan ke-28.

Skripsi Reza Dianita Wulandari yang ditulis pada tahun 2017 dengan judul *Wacana Iklan Produk Kosmetik Berbahasa Indonesia di Media Sosial Instagram*. Skripsi ini mendeskripsikan tentang elemen-elemen semantik, retorik, konteks, dan ideologi yang terdapat dalam iklan kosmetik di Instagram. Hasil penelitian ini yaitu pada elemen latar dalam wacana IPK di *Instagram* terdapat latar kecantikan dan latar persaingan bisnis. Elemen latar yang terdapat dalam wacana IPK tersebut disampaikan dengan cara pemberian detil lengkap maupun tidak lengkap

mengenai produk yang diiklankan. Pemberian detil lengkap tersebut memiliki maksud yang diuraikan secara eksplisit sedangkan pada pemberian detil yang tidak lengkap memiliki maksud yang diuraikan secara implisit. Pada strategi retorik terdapat retorika berbentuk tulisan maupun gambar yang memiliki nilai estetika dan gaya persuasif tersendiri dalam menonjolkan suatu IPK untuk menarik pembaca. Pada konteks sosial dalam wacana IPK di *Instagram* terdapat konteks sosial budaya dan konteks sosial ekonomi. Pada konteks sosial ekonomi berupa pemberian hadiah dan potongan harga. Konteks sosial budaya berupa adat istiadat, pola kebiasaan hidup praktis masyarakat Indonesia, dan kebudayaan spiritual. Selain konteks sosial, dalam wacana IPK di *Instagram* juga tercermin ideologi nasionalisme, ideologi kapitalisme, dan ideologi gender. Pada ideologi nasionalisme berupa perasaan bangga dan cinta pada negeri Indonesia dengan mengangkat tema tradisional dalam mengiklankan produknya. Ideologi kapitalisme berupa cerminan gaya hidup materialisme konsumerisme dan hidup instan. Ideologi gender berupa seksisme dengan mengeksplor sensualitas tubuh wanita sebagai objek iklan.

Berdasarkan penelitian yang relevan tersebut akan dijadikan salah satu kajian pustaka yang digunakan sebagai referensi dalam melakukan analisis data yang telah dikumpulkan. Selain itu, berdasarkan dua penelitian yang telah diuraikan bahwa penelitian mengenai iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember belum pernah ada. Oleh karena itu, diangkatlah penelitian berjudul “Wacana Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember”.



## BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini dipaparkan metode penelitian yang meliputi: (1) rancangan dan jenis penelitian, (2) data dan sumber data, (3) teknik pengumpulan data, (4) metode analisis data, (5) instrumen penelitian, dan (6) prosedur penelitian.

### 3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moelong, 1993:3) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu, terutama mendapatkan wawasan yang baru. Pendapat lain oleh Sudaryanto (1992:23) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan semata-mata hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empirik hidup pada penutur-penuturnya, sehingga yang dihasilkan catatan berupa pemerian bahasa yang biasa dikatakan sifatnya potret paparan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis wacana kritis (AWK). Model analisis wacana kritis (AWK) ini menggunakan model yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Model ini adalah model yang paling banyak digunakan untuk menganalisis, karena teori ini mengelaborasi beberapa elemen yang menjadi satu kesatuan untuk mengungkap makna dalam suatu wacana. Teori digunakan bertujuan untuk mendeskripsikan strategi semantik, strategi retorik, dan ideologi yang ada pada wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.

### 3.2 Data dan Sumber Data

Arikunto (2002:107) mengatakan bahwa data adalah catatan peneliti, baik yang berupa fakta maupun angka, sedangkan sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Data dalam penelitian ini berupa tulisan dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember. Tulisan tersebut digunakan

sebagai strategi untuk menarik perhatian pembaca atau konsumen. Data dikumpulkan menggunakan tabel pengumpul data. *Pertama*, iklan disusun berdasarkan urutan waktu dokumentasi. *Kedua*, iklan ditandai berdasarkan masalah yang ada pada iklan sesuai rumusan masalah. Data yang dikumpulkan tersebut kemudian dianalisis untuk menunjukkan bagaimana strategi semantik (latar, detail, dan maksud), strategi retorik berupa pemilihan kata dan gaya bahasa, dan ideologi yang terdapat pada iklan jual beli rumah di Kabupaten Jember.

Sumber data adalah asal diperolehnya data secara asli yang kemudian dijadikan data untuk sebuah penelitian. Sumber data pada penelitian ini berupa spanduk di pinggir jalanan. Spanduk-spanduk tersebut berisi iklan jual beli rumah di Kabupaten Jember.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian harus dilakukan secara maksimal untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan. Apabila informasi yang dibutuhkan terpenuhi maka akan terpenuhi pula tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Oleh sebab itu untuk memenuhi tujuan penelitian membutuhkan teknik pengumpulan data yang tepat. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi dan teknik dokumentasi.

#### 1) Teknik Observasi

Observasi dalam kegiatan ini dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat secara langsung data yang akan diambil tanpa merekayasa atau mengubah bentuk aslinya. Observasi ini dilakukan di sepanjang jalan yang terdapat spanduk berisi iklan jual beli rumah di Kabupaten Jember. Observasi ini dilakukan peneliti untuk melihat secara langsung data berupa teks yang akan digunakan tanpa melalui perantara yang dapat menambah atau mengurangi data.

#### 2) Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember. Teknik dokumentasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan

memanfaatkan dokumen yang sudah ada dengan cara memotret. Data yang diambil merupakan teks yang terdapat pada gambar iklan dari wacana iklan jual beli rumah yang dimuat pada sebuah spanduk. Dokumentasi dilakukan selama satu minggu dengan memotret setiap iklan jual rumah yang ditemukan. Hasil dokumentasi iklan jual rumah yang terkumpul sejumlah 24, namun kemudian diseleksi menjadi 19. Seleksi dilakukan berdasarkan rumah yang dijual berada di Kabupaten Jember atau kota lain. Hasil dokumentasi kemudian dikumpulkan dalam tabel pengumpul data sesuai urutan waktu pengambilan dokumentasi iklan jual rumah kemudian diambil datanya sesuai rumusan masalah yang ditemukan.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah data yang dianalisis berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan. Menurut Miles dan Hiberman (1992:17) terdapat tahapan-tahapan dalam analisis data, yaitu “Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, dan verifikasi data”. Tujuan analisis data dalam penelitian ini yakni mengelola data berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan. Berikut paparan mengenai langkah-langkah analisis data tersebut.

#### 1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan untuk menggolongkan data yang sudah diperoleh. Data yang diperoleh digolongkan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Masing-masing data digolongkan sesuai dengan kriteria dari setiap rumusan masalah yang meliputi: a) strategi semantik (latar, detail, dan maksud), b) strategi retorik yang berupa pemilihan kata dan gaya bahasa, dan c) ideologi yang terdapat pada wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan.

#### 2) Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menyajikan data yang telah disusun dan memberikan kemungkinan untuk ditarik suatu kesimpulan. Dalam tahapan ini, data disajikan berdasarkan kategori latar, detail, maksud, pemilihan kata, gaya bahasa dan ideologi. Kategori yang diinginkan akan dipaparkan sebagai berikut.

- a. Latar disajikan berdasarkan dari tulisan dan gambar yang ada pada spanduk iklan jual beli rumah di Kabupaten Jember.

- b. Detil disajikan berdasarkan kategori detail yang berupa detail identitas, kondisional, imperatif, dan deklaratif.
- c. Maksud disajikan berdasarkan adanya maksud eksplisit dan implisit dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.
- d. Pemilihan kata disajikan berdasarkan kata atau leksikon yang digunakan oleh para penulis dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.
- e. Ideologi disajikan berdasarkan ideologi yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.
- f. Penarikan kesimpulan dan Verifikasi Data

Tahapan terakhir yang dilaksanakan oleh peneliti adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi temuan. Pada tahapan ini penelitian menyampaikan kesimpulan yang berkaitan dengan latar, detail, maksud, pilihan kata, dan ideologi yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.

Berdasarkan data yang telah dianalisis dalam tabel tersebut, kegiatan selanjutnya yang dapat dilakukan adalah penarikan kesimpulan awal berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Setelah dilakukan penarikan kesimpulan kegiatan selanjutnya merupakan pemeriksaan ulang (verifikasi temuan) pada keseluruhan proses analisis data tersebut. Verifikasi data dilakukan oleh ahli dalam bidang kewacanaan dan kebahasaan, yaitu dosen pembimbing satu dan dosen pembimbing dua dengan cara menguji semua hasil temuan yang telah dilakukan oleh peneliti. Hal tersebut untuk menentukan data tersebut sudah lengkap dan valid atau masih perlu melakukan analisis kembali guna melengkapi data yang masih kurang. Apabila data tersebut sudah lengkap dan valid, maka tahap selanjutnya yang dapat dilakukan adalah penarikan kesimpulan akhir.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian menjadi bagian penting dalam sebuah penelitian. Menurut Arikunto (2006:191) “Instrumen penelitian adalah alat bantu untuk

memperoleh data-data yang diperlukan”. Alat atau fasilitas ini digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data agar penelitiannya menjadi mudah dan hasilnya lebih baik. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti. Sebagai instrumen utama, peneliti masih membutuhkan instrumen lain untuk membantu kinerja peneliti, yaitu instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dan analisis data. Berikut pemaparan tentang instrumen pemandu pengumpul data dan analisis data.

#### 1) Instrumen Pemandu Pengumpul Data

Instrumen pemandu pengumpul data dibuat untuk mempermudah mengumpulkan. Instrumen pengumpul data berupa tabel pemandu digunakan untuk mengelompokkan data yang telah diperoleh dari lapangan. Tabel pemandu ini terdiri dari tabel pengumpul data latar, detail, maksud, pemilihan kata dan ideologi dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.

#### 2) Instrumen Pemandu Analisis Data

Instrumen pemandu analisis data digunakan untuk membantu proses analisis data. Instrumen pemandu analisis data ini berupa tabel pemandu analisis data. Tabel analisis data ini terdiri dari tabel analisis data latar, detail, maksud, pemilihan kata dan ideologi dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.

### 3.6 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan panduan yang berisi tahapan-tahapan penelitian. Prosedur ini disusun guna mempermudah peneliti untuk melakukan kegiatan penelitian. Prosedur penelitian yang digunakan peneliti memiliki tiga bagian, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penyelesaian. Berikut akan paparan ketiga tahapan tersebut.

#### 1) Tahap Persiapan

Terdapat beberapa kegiatan dalam tahap persiapan. Pertama, pemilihan dan penetapan judul penelitian. Judul penelitian dipilih dan ditetapkan berdasarkan minat dan kemampuan peneliti dan mendapat persetujuan komisi bimbingan serta dikonsultasikan kepada dosen pembimbing. Kedua,

penelusuran pustaka berkaitan dengan penentuan teori yang digunakan dalam penelitian. Ketiga, penyusunan metode penelitian berkaitan dengan penentuan jenis, rancangan penelitian, data dan sumber data, pengumpulan data, analisis data, dan instrumen penelitian. Keempat, pembuatan instrumen pengumpul dan analisis data. Kelima, penyusunan proposal penelitian.

## 2) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini kegiatan yang dilakukan antara lain, pengumpulan data, analisis data, dan penyimpulan hasil penelitian. Pada tahap ini, kegiatan pengumpulan data dan analisis data dapat dilakukan dengan bantuan instrumen pemandu pengumpul data dan instrumen pemandu analisis data. Terakhir kesimpulan, hasil penelitian dirumuskan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Hasil analisis data disimpulkan untuk kemudian dijabarkan pada bab 4 dan 5.

## 3) Tahap Penyelesaian

Tahap ini terdiri atas kegiatan penyusunan laporan penelitian, revisi laporan penelitian, dan pengandaan laporan penelitian. Laporan penelitian disusun berdasarkan buku *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* yang diterbitkan Jember University Press. Laporan tersebut dikonsultasikan kepada dosen pembimbing untuk mendapat saran dan arahan guna menyempurnakan laporan penelitian tersebut. Setelah laporan direvisi, laporan tersebut digandakan sesuai dengan kebutuhan.

## BAB 5 PENUTUP

Bab ini merupakan penutup yang berdiri atas kesimpulan dan saran penelitian wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember. Kesimpulan dan saran dalam penelitian ini secara berurutan dijelaskan pada bagian berikut.

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember yang terdapat pada bab empat, ditemukan adanya strategi semantik dan retorik sebagai alat untuk menarik perhatian pembaca tentang produk yang dipromisikan. Selain itu juga ditemukan adanya ideologi yang terkandung dalam beberapa iklan jual beli rumah. Berikut penjelasan tentang temuan pada penelitian ini.

#### 1. Strategi Semantik

Strategi semantik yang ditemukan dalam penelitian wacana iklan jual beli rumah ini berupa elemen latar, detail dan maksud. Berdasarkan data yang telah dianalisis dalam penelitian ini ditemukan latar berupa latar peristiwa, perbedaan, kesehatan, dan kelebihan. Elemen latar yang ditemukan dalam wacana iklan jual beli rumah tersebut disampaikan dengan cara pemberian detail lengkap maupun tidak lengkap mengenai produk rumah yang diiklankan. Pemberian detail lengkap tersebut memiliki maksud yang diuraikan secara eksplisit sedangkan pada pemberian detail yang tidak lengkap memiliki maksud yang diuraikan secara implisit. Detail lengkap yang ditemukan berupa detail identitas. Sedangkan detail tidak lengkap yang ditemukan berupa detail kondisional dan imperatif.

#### 2. Strategi Retorik

Strategi retorik yang ditemukan dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember berupa leksikon perintah dan leksikon penekanan. Berdasarkan data yang telah dianalisis dalam penelitian ini ditemukan leksikon penekanan dan perintah yang

mencerminkan ideologi dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember.

### 3. Ideologi

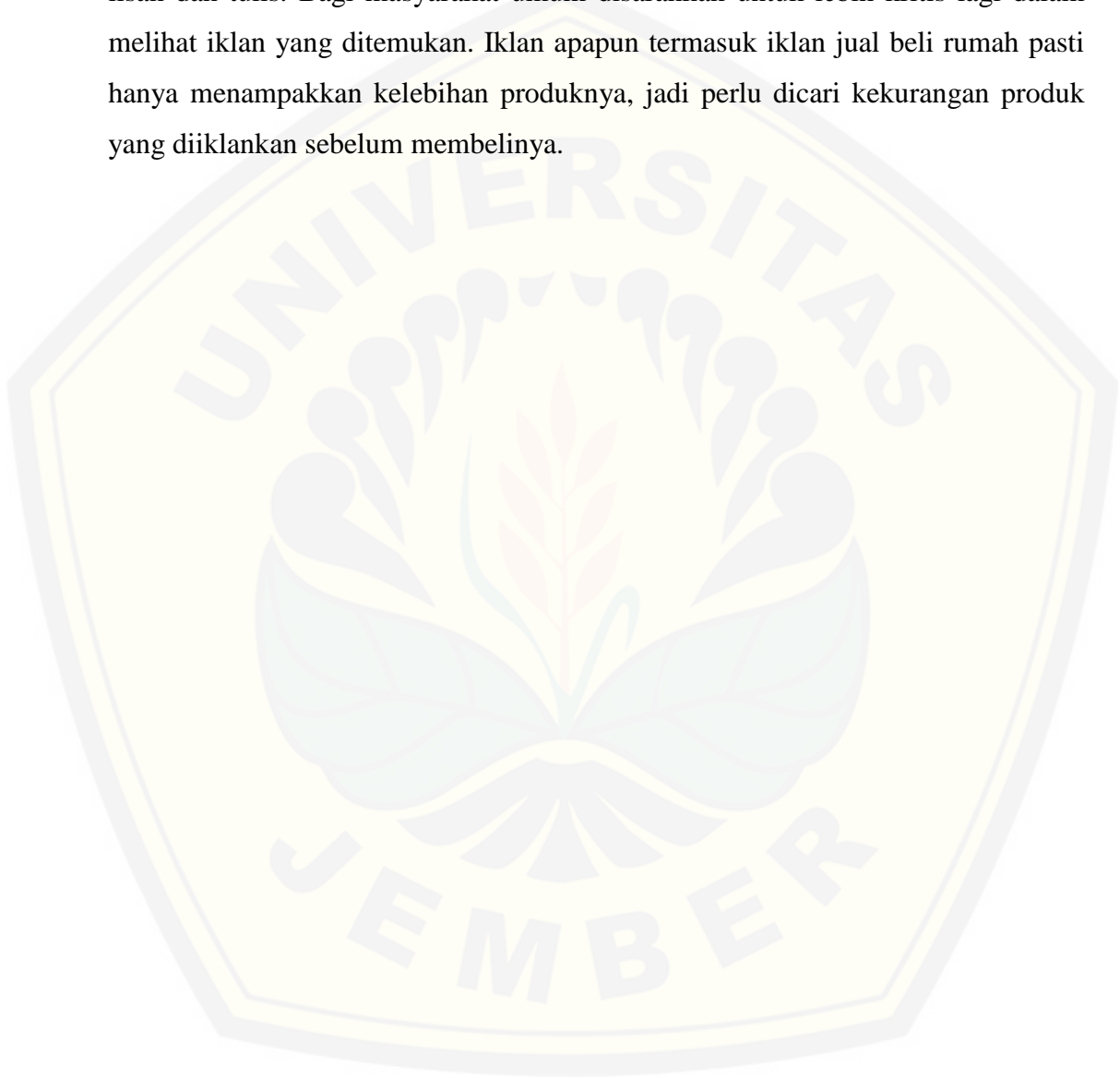
Ideologi yang tercermin dalam wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember berupa ideologi sosialisme, kapitalisme, dan pancasila. Ideologi kapitalisme berupa cerminan produsen yang menggunakan dan membenarkan segala cara untuk mendapatkan konsumen demi kepentingannya sendiri. Ideologi sosialisme berupa sebab akibat yaitu keuntungan timbal balik bagi penjual dan pembeli. Keuntungan tersebut terjadi karena latar peristiwa yang telah ditemukan sebelumnya. Sedangkan ideologi pancasila berupa sarana kesehatan dan pendidikan di lingkungan perumahan guna meningkatkan kesejahteraan dan kecerdasan bagi masyarakat setempat.

## 5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini diberikan kepada mahasiswa program studi pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, peneliti lain yang hendak melakukan penelitian sejenis, guru mata pelajaran bahasa dan sastra Indonesia, dan masyarakat umum. Bagi mahasiswa jurusan bahasa dan sastra Indonesia disarankan untuk menjadikan hasil penelitian ini sebagai diskusi dalam menyelesaikan tugas-tugas mata kuliah Analisis Wacana Bahasa Indonesia sebagai mata kuliah wajib di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian sejenis, disarankan untuk mengembangkan kajian wacana iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember menggunakan elemen-elemen wacana lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Elemen wacana tersebut terdiri dari elemen semantik pada aspek praanggapan dan nominalisasi, elemen sintaksis, elemen stilistik, elemen retorik pada aspek grafis, metafora, dan ekspresi. Bagi guru Bahasa dan Sastra Indonesia, disarankan untuk mengembangkan dan menggunakan hasil penelitian ini sebagai materi pada pembelajaran yang diterapkan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP) kelas VIII kurikulum



2013. Kompetensi Dasar (KD) yang harus dicapai terdapat pada 3.4 Menelaah pola penyajian dan kebahasaan teks iklan, slogan, poster, (yang membuat bangga dan motivasi) dari berbagai sumber yang dibaca dan didengar dan KD 4.4 Menyajikan gagasan, pesan, ajakan dalam bentuk iklan, slogan, atau poster secara lisan dan tulis. Bagi masyarakat umum disarankan untuk lebih kritis lagi dalam melihat iklan yang ditemukan. Iklan apapun termasuk iklan jual beli rumah pasti hanya menampilkan kelebihan produknya, jadi perlu dicari kekurangan produk yang diiklankan sebelum membelinya.



## DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Hassan, dkk. 2003. *Tata Bahasa Buku Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Balai Pustaka.

\_\_\_\_\_. 2007. Cetakan ketiga. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta Balai Pustaka.

Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arifin, B. & Rani, A. 2000. *Prinsip Prinsip Analisis Wacana*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi

Budiman, Kris. 1999. *Kosa Semiotika*. Yogyakarta: LkiS.

Brown, Gillian and George Yule. 1996. *Analisis Wacana (Terjemahan Sutikno)*. Jakarta: Gramedia.

Chaer, Abdul. 2012. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Darma, Y.A. 2014. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung : PT Refika Aditama

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.

\_\_\_\_\_. 2006. *Analisis Wacanan Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT Lkis Pelangi Aksara Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. 2011. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.

Halliday, M. A. K. dan Hassan, Ruqaiyya . 1994. *Bahasa, Konteks, dan Teks (penerjemah: Asruddin Barori)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.

Hendrikus, Dori Wuwur. 1991. *Retorika*. Yogyakarta: Kanisius.

- Keraf, Groys. 1991. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Oka, I Gusti Ngurah. 1986. *Retorik Sebuah Tinjauan Pengantar*. Bandung: Tarate.
- Ramlan, M. 2009. *Morfologi*. Yogyakarta: CV Karyono.
- Rani, A., Arifin, B., dan Martutik. 2006. *Analisis Wacana (Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian)*. Malang: Bayumedia.
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudaryanto. 1992. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Tarigan, Guntur Harry. 1990. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- \_\_\_\_\_. 1995. *Pengajaran Morfologi*. Bandung: Offset Angkasa.
- Widyatama, Rendra. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

**MATRIK PENELITIAN**



Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Metodelogi Penelitian					
		Jenis dan Rancangan Penelitian	Data dan Sumber Data	Pengumpulan Data	Instrumen Penelitian	Analisis Data	Prosedur Penelitian
Wacana Iklan Jual Rumah di Kabupaten Jember	1) Bagaimanakah strategi semantik wacana Iklan Jual Rumah yang ada di Kabupaten Jember? 2) Bagaimanakah strategi retorik wacana Iklan Jual Rumah yang ada di Kabupaten Jember? 3) Bagaimanakah ideologi wacana Iklan Jual Rumah yang ada di Kabupaten Jember?	Jenis penelitian: Analisis Wacana Kritis Rancangan penelitian: kualitatif	Data dalam penelitian ini berupa tulisan, gambar dan konteks iklan jual rumah di Kabupaten Jember.  Sumber data dalam penelitian ini adalah iklan jual rumah berupa baliho, selebaran, spanduk,	Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumentasi.	1. Tabel pemandu pengumpulan data 2. Tabel pemandu analisis data	1. Seleksi data 2. Pengolahan data a. Pengkodean data b. Interpretasi data	1. Tahap persiapan 2. Tahapan pelaksanaan 3. Tahap penyelesaian

			poster berukuran kecil sampai berukuran paling besar yang terpampang di pinggir jalan dan tempat umum.				
--	--	--	--	--	--	--	--

**LAMPIRAN A INSTRUMEN PEMANDU PENGUMPUL DATA**



Tabel A.1 Pengumpul Data Strategi Semantik (latar, detail dan maksud) Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember.

No.	Data Strategi Semantik (latar)	Data Strategi Semantik (detail)	Data Strategi Semantik (maksud)	Keterangan	Sumber Data
1.	a) SPESIAL BULAN INI	a) ISTANA TEGAL BESAR b) SPESIAL BULAN INI c) CUKUP DENGAN MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH SAH MILIK ANDA d) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND e) 081 333 371 538	a) ISTANA TEGAL BESAR b) SPESIAL BULAN INI c) CUKUP DENGAN MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH SAH MILIK ANDA d) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND e) 081 333 371 538	Gambar 1	

<p>2.</p>	<p>a) KHUSUS BULAN APRIL b) HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP</p>	<p>a) GRAND PURI NIRWANA b) KHUSUS BULAN APRIL c) TERLARIS..!! di KAMPUS d) HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP e) DOUBLE DISCOUNT 50% f) SYARAT DAN KETENTUAN BERLAKU g) 081 333 999 456</p>	<p>a) GRAND PURI NIRWANA b) KHUSUS BULAN APRIL c) TERLARIS..!! di KAMPUS d) HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP e) DOUBLE DISCOUNT 50% f) SYARAT DAN KETENTUAN BERLAKU g) 081 333 999 456</p>	<p>Gambar 2</p>	
<p>3.</p>	<p>a) HANYA DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50%</p>	<p>a) HANYA DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50% b) Bisa menggunakan fasilitas ASABRI c) HUB: 0331-332957 d) Perumahan Taman Gading</p>	<p>a) HANYA DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50% b) Bisa menggunakan fasilitas ASABRI c) HUB: 0331-332957 d) Perumahan Taman Gading</p>	<p>Gambar 3</p>	

4.	a) PROMO RAMADHAN	a) ROYAL CITY Residence b) PROMO RAMADHAN c) Discount ++ d) KHUSUS PNS e) Pemesanan 081 234 142 43	a) ROYAL CITY Residence b) PROMO RAMADHAN c) Discount ++ d) KHUSUS PNS e) Pemesanan 081 234 142 43	Gambar 4	
5.	a) Terbukti, Termurah, Terlaris, Di Kampus	a) Kaliurang Green Garden b) UM Hanya 1,5 JT* c) Angsuran Cuma 1.000,-/jam d) Terbukti, Termurah, Terlaris, Di Kampus e) 081 347 780 862	a) Kaliurang Green Garden b) UM Hanya 1,5 JT* c) Angsuran Cuma 1.000,-/jam d) Terbukti, Termurah, Terlaris, Di Kampus e) 081 347 780 862	Gambar 5	




6.	<p>a) DESAIN MINIMALIS, LOKASI STRATEGIS</p>	<p>a) CENDRAWASIH GREEN RESIDENCE                  b) DESAIN MINIMALIS, LOKASI STRATEGIS                  c) UANG MUKA 17Jutaan                  d) DISKON PULUHAN JUTA                  e) 085655996653</p>	<p>a) CENDRAWASIH GREEN RESIDENCE                  b) DESAIN MINIMALIS, LOKASI STRATEGIS                  c) UANG MUKA 17Jutaan                  d) DISKON PULUHAN JUTA                  e) 085655996653</p>	Gambar 6	 <p>The advertisement for Cendrawasih Green Residence shows a modern house with a red car parked in front. Text on the ad includes: 'Desain Minimalis Lokasi Strategis', 'UANG MUKA 17Jutaan', 'DISKON PULUHAN JUTA', '1500 METER DARI PUSAT KOTA', 'JALAN UTAMA LEBAR 11,5 METER', 'RUMAH MEMILIKI AKSES 2 PINTU', 'FASILITAS DAPUR DAN DILENGKAPI TAMAN', 'ONE GATES SYSTEM DAN TERPANTAU CCTV', 'TYPE 50 MEMILIKI 3 KAMAR TIDUR', and the phone number '0856 5599 6653'. The marketing office is located at Jl. Cendrawasih No. 175 Patrang, Jember.</p>
7.	<p>a) Promo akhir tahun</p>	<p>a) d'KEBONSARI VILLAGE                  b) Promo akhir tahun                  c) KPR/TUNAI                  d) UM DAPAT DIANGSUR 2 TH TANPA BUNGA                  e) BEBAS BIAYA REALISASI                  f) BEBAS PAJAK                  g) TERSEDIA PILIHAN TYPE                  h) 082139162424/                  08155904150</p>	<p>a) d'KEBONSARI VILLAGE                  b) Promo akhir tahun                  c) KPR/TUNAI                  d) UM DAPAT DIANGSUR 2 TH TANPA BUNGA                  e) BEBAS BIAYA REALISASI                  f) BEBAS PAJAK                  g) TERSEDIA PILIHAN TYPE                  h) 082139162424/                  08155904150</p>	Gambar 7	 <p>The advertisement for d'Kebonsari Village features a large, modern house. Text on the ad includes: 'd'KEBONSARI VILLAGE', 'Promo Akhir Tahun', 'KPR/TUNAI', 'UM DAPAT DIANGSUR 2 TH TANPA BUNGA', 'BEBAS BIAYA REALISASI', 'BEBAS PAJAK', 'TERSEDIA PILIHAN TYPE', and the phone number '082139162424 / 08155904150'. It also lists specific types: 'Mulai dari 30, 39, 42, 47, 72', 'Karangrejo Auri type 2E, 30, 33', and 'Nirwana Kampus type 33'.</p>



<p>8.</p>	<p>a) LOKASI STRATEGIS, BANGUNAN BERKUALITAS, SERTIFIKAT SUDAH PECAH TIAP KAVLING</p>	<p>a) Perumahan Karangrejo                  b) SUMPAN!!! UM HANYA Rp.1.750.000/ 1x saja                  c) MILIKI SEGERA RUMAH MURAH BERKUALITAS                  d) LOKASI STRATEGIS, BANGUNAN BERKUALITAS, SERTIFIKAT SUDAH PECAH TIAP KAVLING                  e) DATANG &amp; BUKTIKAN                  f) Phone: 082331620003/ 085941090222</p>	<p>a) Perumahan Karangrejo                  b) SUMPAN!!! UM HANYA Rp.1.750.000/ 1x saja                  c) MILIKI SEGERA RUMAH MURAH BERKUALITAS                  d) LOKASI STRATEGIS, BANGUNAN BERKUALITAS, SERTIFIKAT SUDAH PECAH TIAP KAVLING                  e) DATANG &amp; BUKTIKAN                  f) Phone: 082331620003/ 085941090222</p>	<p>Gambar 8</p>	
-----------	---	---	---	-----------------	---

9.	a) Hunian Strategis & Terjangkau	a) Galeri “Griya Wirolegi Asri” b) Hunian Strategis & Terjangkau c) <b>SEGERA MILIKI!</b> d) Kantor Pemasaran: Jl. Kahuripan Blok A/ 4C Ruko Perumahan Bukit Permai Jember e) 0331-321407	a) Galeri “Griya Wirolegi Asri” b) Hunian Strategis & Terjangkau c) <b>SEGERA MILIKI!</b> d) Kantor Pemasaran: Jl. Kahuripan Blok A/ 4C Ruko Perumahan Bukit Permai Jember e) 0331-321407	Gambar 9	
10.	a) Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas	a) Griya Puncak Slawu b) Segera Miliki Hunian Eksklusif c) Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas d) Bernady Sukses Group e) Jl. Sumatra No. 135A Jember f) Hotline: 0331-333700	a) Griya Puncak Slawu b) Segera Miliki Hunian Eksklusif c) Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas d) Bernady Sukses Group e) Jl. Sumatra No. 135A Jember f) Hotline: 0331-333700	Gambar 10	

<p>11.</p>	<p>a) Depe 3,5 jt Gratis Biaya Realisasi</p>	<p>a) Queen Garden b) Happy Promo c) Hunian Nyaman Investasi Masa Depan d) Depe 3,5 jt Gratis Biaya Realisasi e) 411599/ 085101568899</p>	<p>a) Queen Garden b) Happy Promo c) Hunian Nyaman Investasi Masa Depan d) Depe 3,5 jt Gratis Biaya Realisasi e) 411599/ 085101568899</p>	<p>Gambar 11</p>	
<p>12.</p>	<p>a) Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading</p>	<p>a) Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading b) UM 1 Jt-an Angsuran 700 rb an/ Bln c) SUBSIDI PEMERINTAH BUNGA 5% SAMPAILUNAS d) Hubungi: Titik e) Telp. : 081232848795</p>	<p>a) Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading b) UM 1 Jt-an Angsuran 700 rb an/ Bln c) SUBSIDI PEMERINTAH BUNGA 5% SAMPAILUNAS d) Hubungi: Titik e) Telp. : 081232848795</p>	<p>Gambar 12</p>	

<p>13.</p>	<p>a) DISCOUNT BESAR-BESARAN!!!                  b) Sebuah Hunian Premium dan Modern                  c) Eksklusif dan Memiliki Nilai Investasi yang Sangat Tinggi                  d) Our Facilities: One Gate System, Security 24 Jam, Playground &amp; Taman, Masjid, Jogging Track, Hotel, Food Court, Kolam Renang.                  e) BERHADIAH MOBIL DAN MOTOR</p>	<p>a) Welcome To The Dream Land                  b) Jember New City                  c) DISCOUNT BESAR-BESARAN!!!                  d) The Beautiful Odf Living                  e) Sebuah Hunian Premium dan Modern                  f) Eksklusif dan Memiliki Nilai Investasi yang Sangat Tinggi                  g) Our Facilities: One Gate System, Security 24 Jam, Playground &amp; Taman, Masjid, Jogging Track, Hotel, Food Court, Kolam Renang.                  h) BERHADIAH MOBIL DAN MOTOR                  i) PT. CITRA PERSADA PERMAI                  j) JL. DR. SOEBANDI NO. 121 B PATRANG,</p>	<p>a) Welcome To The Dream Land                  b) Jember New City                  c) DISCOUNT BESAR-BESARAN!!!                  d) The Beautiful Odf Living                  e) Sebuah Hunian Premium dan Modern                  f) Eksklusif dan Memiliki Nilai Investasi yang Sangat Tinggi                  g) Our Facilities: One Gate System, Security 24 Jam, Playground &amp; Taman, Masjid, Jogging Track, Hotel, Food Court, Kolam Renang.                  h) BERHADIAH MOBIL DAN MOTOR                  i) PT. CITRA PERSADA PERMAI                  j) JL. DR. SOEBANDI NO. 121 B PATRANG,</p>	<p>Gambar 13</p>	
------------	--	--	--	------------------	--

		JEMBER- JAWA TIMUR	JEMBER- JAWA TIMUR		
14.	a) UM CUMA 1,5 jt* b) Angsuran Hanya Rp. 1.000,-/jam	a) ISTANA TEGAL BESAR b) UM CUMA 1,5 jt* c) Angsuran Hanya Rp. 1.000,-/jam d) RUMAH DENGAN: 2 KAMAR TIDUR, 1 RUANG KELUARGA, 1 KAMAR MANDI e) 091347780862	a) ISTANA TEGAL BESAR b) UM CUMA 1,5 jt* c) Angsuran Hanya Rp. 1.000,-/jam d) RUMAH DENGAN: 2 KAMAR TIDUR, 1 RUANG KELUARGA, 1 KAMAR MANDI e) 091347780862	Gambar 14	

15.	<p>a) FASUM HALL PARKIR LUAS b) HUNIAN CLUSTER DUA LANTAI</p>	<p>a) GRAND TEGAL BESAR SQUARE b) Business Center &amp; Living Better c) Contact Person: 081377142068/ 082132335989 d) ONE GATE SISTEM e) FASUM HALL PARKIR LUAS f) HUNIAN CLUSTER DUA LANTAI g) LIMITED EDITION!!</p>	<p>a) GRAND TEGAL BESAR SQUARE b) Business Center &amp; Living Better c) Contact Person: 081377142068/ 082132335989 d) ONE GATE SISTEM e) FASUM HALL PARKIR LUAS f) HUNIAN CLUSTER DUA LANTAI g) LIMITED EDITION!!</p>	Gambar 15	
16.	<p>a) UM CUMA 1 Jt*12 b) CICILAN HANYA 700 Rb/ BLN</p>	<p>a) Istana Tegal Besar b) RUMAH DENGAN: 2 KAMAR TIDUR, 1 RUANG KELUARGA, 1 KAMAR MANDI c) UM CUMA 1 Jt*12 d) CICILAN HANYA 700 Rb/ BLN e) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND f) l. Kaliurang No. 7, Jember (0331) 326136</p>	<p>a) Istana Tegal Besar b) RUMAH DENGAN: 2 KAMAR TIDUR, 1 RUANG KELUARGA, 1 KAMAR MANDI c) UM CUMA 1 Jt*12 d) CICILAN HANYA 700 Rb/ BLN e) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND f) Jl. Kaliurang No. 7, Jember (0331) 326136</p>	Gambar 16	

17.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Dijamin Murah Berkualitas</li> <li>b) Rumah Subsidi</li> <li>c) UM bisa diangsur</li> <li>d) Gratis Biaya BPHTB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Istana Tegal Besar</li> <li>b) Dijamin Murah Berkualitas</li> <li>c) Rumah Subsidi</li> <li>d) Angsuran Hanya 700 Rb</li> <li>e) UM bisa diangsur</li> <li>f) Gratis Biaya BPHTB</li> <li>g) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND</li> <li>h) 081333371538</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Istana Tegal Besar</li> <li>b) Dijamin Murah Berkualitas</li> <li>c) Rumah Subsidi</li> <li>d) Angsuran Hanya 700 Rb</li> <li>e) UM bisa diangsur</li> <li>f) Gratis Biaya BPHTB</li> <li>g) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND</li> <li>h) 081333371538</li> </ul>	Gambar 17	
18.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) RUMAH BERKUALITAS</li> <li>b) Proses Cepat</li> <li>c) Lokasi Strategis</li> <li>d) Bangunan Berkualitas</li> <li>e) Sertifikat Sudah Pecah Tiap Kavling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) d'KEBONSARI VILLAGE</li> <li>b) Type 30/72</li> <li>c) UM HANYA 700.000</li> <li>d) RUMAH BERKUALITAS</li> <li>e) Proses Cepat</li> <li>f) Lokasi Strategis</li> <li>g) Bangunan Berkualitas</li> <li>h) Sertifikat Sudah Pecah</li> <li>i) Tiap Kavling</li> <li>j) Phone: 0331-321533</li> <li>k) 082331620003/085941090222</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) d'KEBONSARI VILLAGE</li> <li>b) Type 30/72</li> <li>c) UM HANYA 700.000</li> <li>d) RUMAH BERKUALITAS</li> <li>e) Proses Cepat</li> <li>f) Lokasi Strategis</li> <li>g) Bangunan Berkualitas</li> <li>h) Sertifikat Sudah Pecah</li> <li>i) Tiap Kavling</li> <li>j) Phone: 0331-321533</li> <li>k) 082331620003/085941090222</li> </ul>	Gambar 18	



19.	a) PROMO Akhir Tahun	<p>a) KALIURANG GREEN GARDEN</p> <p>b) PROMO Akhir Tahun</p> <p>c) HANYA DENGAN KTP, ANDA BISA PILIH KAVLING TANPA BAYAR</p> <p>d) TANDA JADI</p> <p>e) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND</p> <p>f) 082245634344</p>	<p>a) KALIURANG GREEN GARDEN</p> <p>b) PROMO Akhir Tahun</p> <p>c) HANYA DENGAN KTP, ANDA BISA PILIH KAVLING TANPA BAYAR</p> <p>d) TANDA JADI</p> <p>e) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND</p> <p>f) 082245634344</p>	Gambar 19	
-----	----------------------	--	--	-----------	---

**LAMPIRAN B INSTRUMEN PEMANDU ANALISIS DATA**

Tabel B.1 Pemandu Analisis Data Strategi Semantik (Latar) Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember.

No.	Data	Ket.	Analisis	Hasil Analisis
1.	a) SPESIAL BULAN INI	Gambar 1	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar peristiwa).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar peristiwa. Elemen latar peristiwa yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “SPESIAL BULAN INI”. Proposisi tersebut menunjukkan sebab iklan tersebut dibuat, walaupun tidak jelas tanggal berlaku atau bulan yang dimaksud pada iklan.
2.	a) KHUSUS BULAN APRIL b) HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP	Gambar 2	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar peristiwa).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar peristiwa. Elemen latar peristiwa yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP” dan “KHUSUS BULAN APRIL”. Iklan ini dilatarbelakangi oleh perayaan ulang tahun produsen yang ditunjukkan oleh penggunaan proposisi “Hari Ulang Tahun (HUT)” yaitu pada “Bulan April”.
3.	a) HANYA DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50%	Gambar 3	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar perbedaan. Elemen latar perbedaan yang terdapat iklan jual

			perbedaan).	beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “HANYA DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50%”. Proposisi tersebut menggambarkan perbedaan harga dengan produsen yang lain. Hal tersebut ditandai dengan penekanan pada kata “HANYA DISINI” yang menandakan berbeda dengan harga rumah yang lain.
4.	a) PROMO RAMADHAN	Gambar 4	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar peristiwa).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar peristiwa. Elemen latar peristiwa yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “PROMO RAMADHAN”. Ramadhan adalah bulan yang penuh berkah bagi umat muslim, jadi digunakan sebagai latar terciptanya iklan ini.
5.	a) Terbukti, Termurah, Terlaris, Di Kampus	Gambar 5	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar peristiwa).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar peristiwa. Elemen latar peristiwa yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “ <b>Terbukti, Termurah, Terlaris Di Jember</b> ”. Proposisi tersebut menandakan produsen memiliki <b>bukti</b> pada penjualan sebelumnya bahwa uang muka benar-benar 1,5 juta dan angsuran benar-benar Rp. 1.000,- /

				jam. Selain itu juga merupakan produk <b>terlaris</b> di Kabupaten Jember.
6.	a) DESAIN MINIMALIS, LOKASI STRATEGIS	Gambar 6	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “DESAIN MINIMALIS, LOKASI STRATEGIS”. Proposisi tersebut menggambarkan kelebihan rumah yang ditawarkan.
7.	a) Promo akhir tahun	Gambar 7	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar peristiwa).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar peristiwa. Elemen latar peristiwa yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Promo Akhir Tahun”. Kelebihan-kelebihan yang ditawarkan karena bertepatan dengan akhir tahun.
8.	a) LOKASI STRATEGIS, BANGUNAN BERKUALITAS, SERTIFIKAT SUDAH PECAH TIAP KAVLING	Gambar 8	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “LOKASI STRATEGIS, BANGUNAN BERKUALITAS, SERTIFIKAT SUDAH PECAH TIAP KAVLING”. Proposisi tersebut menggambarkan kelebihan rumah yang

				ditawarkan.
9.	a) Hunian Strategis & Terjangkau	Gambar 9	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Hunian Strategis & Terjangkau”. Proposisi tersebut menggambarkan kelebihan rumah yang ditawarkan.
10.	a) Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas	Gambar 10	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas”. Proposisi tersebut menggambarkan kelebihan rumah yang ditawarkan.
11.	a) Depe 3,5 jt Gratis Biaya Realisasi	Gambar 11	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Depe 3,5 jt Gratis Biaya Realisasi”. Proposisi tersebut menggambarkan kelebihan rumah yang ditawarkan
12.	a) Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading	Gambar 12	Data tersebut menunjukkan elemen	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kesehatan.

			semantik (latar kesehatan).	Elemen latar kesehatan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading”. Proposisi tersebut menunjukkan kemungkinan bahwa rumah yang ditawarkan ada pada lingkungan yang bersih dan sehat.
13.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) DISCOUNT BESAR-BESARAN!!!</li> <li>b) Sebuah Hunian Premium dan Modern</li> <li>c) Eksklusif dan Memiliki Nilai Investasi yang Sangat Tinggi</li> <li>d) Our Facilities: One Gate System, Security 24 Jam, Playground &amp; Taman, Masjid, Jogging Track, Hotel, Food Court, Kolam Renang.</li> <li>e) BERHADIAH MOBIL DAN MOTOR</li> </ul>	Gambar 13	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan bahasa yang menunjukkan kelebihan rumah yang dijual. Kelebihan lain yang juga pada fasilitas lingkungan sekitar rumah tersebut.
14.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) UM CUMA 1,5 jt*</li> <li>b) Angsuran Hanya Rp. 1.000,-/jam</li> </ul>	Gambar 14	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “UM CUMA 1,5 jt*” dan “Angsuran

				Hanya Rp. 1.000,-/ jam”.
15.	a) FASUM HALL PARKIR LUAS b) HUNIAN CLUSTER DUA LANTAI	Gambar 15	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Fasum Hall Parkir Luas” dan “ Hunian Cluster Dua Lantai”.
16.	a) UM CUMA 1 Jt*12 b) CICILAN HANYA 700 Rb/ BLN	Gambar 16	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “UM CUMA 1 Jt*12” dan “ CICILAN HANYA 700 Rb/ BLN”.
17.	a) Dijamin Murah Berkualitas b) Rumah Subsidi c) UM bisa diangsur d) Gratis Biaya BPHTB	Gambar 17	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Dijamin Murah Berkualitas”, “Rumah Bersubsidi”, “UM bisa diangsur”, dan “Gratis Biaya BPHTB”.
18.	a) RUMAH BERKUALITAS b) Proses Cepat c) Lokasi Strategis d) Bangunan Berkualitas e) Sertifikat Sudah Pecah Tiap	Gambar 18	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar kelebihan).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar kelebihan. Elemen latar kelebihan yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan

	Kavling			proposisi “RUMAH BERKUALITAS, Proses Cepat,, Lokasi Strategis, Bangunan Berkualitas, Sertifikat Pecah Tiap Kavling”.
19.	a) PROMO Akhir Tahun	Gambar 19	Data tersebut menunjukkan elemen semantik (latar peristiwa).	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya elemen latar peristiwa. Elemen latar peristiwa yang terdapat iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember tersebut dapat dilihat pada penggunaan proposisi “Promo Akhir Tahun”. Kelebihan-kelabihan yang ditawarkan karena bertepatan dengan akhir tahun.



Tabel B.2 Pemandu Analisis Data Strategi Semantik (Detail dan Maksud) Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember.

No.	Data	Ket.	Analisis	Hasil Analisis
1.	a) ISTANA TEGAL BESAR b) Big Promo c) SPESIAL BULAN INI d) CUKUP DENGAN MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH SAH MILIK ANDA e) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND f) 081 333 371 538	Gambar 1	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas dan detail kondisional yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Istana Tegal Besar”, “PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND”, dan “081333371538”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di komplek perumahan Istana Tegal Besar. Detail (e) maksudnya untuk memberikan informasi siapa produsen yang menjual rumah tersebut. Detail (f) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p> <p>Detail kondisional ditunjukkan dengan proposisi “CUKUP MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH SAH MILIK ANDA”. Detail (d) maksudnya menunjukkan syarat sebelum rumah dimiliki secara sah.</p>
2.	a) GRAND PURI NIRWANA b) TERLARIS..!! di KAMPUS c) HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP d) DOUBLE DISCOUNT	Gambar 2	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “GRAND PURI NIRWANA”, dan “081333999456”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di komplek perumahan Gran Puri Nirwana. Detail (e) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>

	50% e) 081 333 999 456		tertentu.	
3.	a) HANYA DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50% b) Bisa menggunakan fasilitas ASABRI c) HUB: 0331-332957 d) Perumahan Taman Gading	Gambar 3	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Perumahan Taman Gading”, dan “HUB: 0331-332957”. Detail (c) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen. Detail (d) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Taman Gading.
4.	a) ROYAL CITY Residence b) PROMO RAMADHAN c) Discount + + d) KHUSUS PNS e) Pemesanan 081 234 142 43	Gambar 4	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “ROYAL CITY Residence”, dan “Pemesanan 08123414243”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Royal City Residence. Detail (e) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.
5.	a) Kaliurang Green Garden b) UM Hanya 1,5 JT* c) Angsuran Cuma 1.000,- /jam d) Terbukti, Termurah, Terlaris, Di Kampus e) 081 347 780 862	Gambar 5	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Kaliurang Green Garden” dan “081347780862”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Kaliurang Green Garden. Detail (e) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.
6.	a) CENDRAWASIH GREEN RESIDENCE	Gambar 6	Data di samping menunjukkan adanya	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Cendrawasih Green Garden” dan “085655996653”.

	<p>b) DESAIN MINIMALIS, LOKASI STRATEGIS</p> <p>c) UANG MUKA 17Jutaan</p> <p>d) DISKON PULUHAN JUTA</p> <p>e) 085655996653</p>		<p>detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di komplek perumahan Cendrawasih Green Garden. Detail (e) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>
7.	<p>a) d'KEBONSARI VILLAGE</p> <p>b) Promo akhir tahun</p> <p>c) KPR/TUNAI</p> <p>d) UM DAPAT DIANGSUR 2 TH TANPA BUNGA</p> <p>e) BEBAS BIAYA REALISASI</p> <p>f) BEBAS PAJAK</p> <p>g) TERSEDIA PILIHAN TYPE</p> <p>h) 082139162424/08155904150</p>	Gambar 7	<p>Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “d'KEBONSARI VILLAGE”, dan “082139162242/08155904150”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di komplek perumahan d'Kebonsari Village. Detail (h) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>
8.	<p>a) Perumahan Karangrejo</p> <p>b) MILIKI SEGERA RUMAH MURAH BERKUALITAS</p> <p>c) LOKASI STRATEGIS, BANGUNAN BERKUALITAS, SERTIFIKAT SUDAH PECAH TIAP KAVLING</p>	Gambar 8	<p>Data di samping menunjukkan adanya detil identitas dan detail imperatif deklaratif yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Perumahan Karangrejo”, dan “Phone: 082331620003/ 085941090222”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di komplek perumahan Karangrejo. Detail (f) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>

	<p>d) DATANG &amp; BUKTIKAN e) Phone: 082331620003/ 085941090222</p>		<p>tertentu.</p>	<p>Detail imperatif ditunjukkan dengan proposisi “MILIKI SEGERA RUMAH MURAH BERKUALITAS” dan “DATANG &amp; BUKTIKAN”. Detail (b) dan (d) tersebut merupakan detail imperatif, karena detail tersebut menyatakan perintah kepada konsumen untuk segera membuktikan kebenaran harga dan fasilitas yang ditawarkan.</p>
9.	<p>a) Galeri “Griya Wirolegi Asri” b) Hunian Strategis &amp; Terjangkau c) SEGERA MILIKI! d) Kantor Pemasaran: Jl. Kahuripan Blok A/ 4C Ruko Perumahan Bukit Permai Jember e) 0331-321407</p>	<p>Gambar 9</p>	<p>Data di samping menunjukkan adanya detail identitas dan detail imperatif yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Galeri “<i>Griya Wirolegi Asri</i>””, “Kantor Pemasaran: Jl. Kahuripan Blok A/4C Ruko Perumahan Bukit Permai Jember”, dan “0331-321407”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Griya Wirolegi Asri. Detail (d) maksudnya sebagai informasi tempat jika ingin memesan rumah. Detail (e) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p> <p>Detail imperatif ditunjukkan dengan proposisi “SEGERA MILIKI!”. Detail (c) tersebut merupakan detail imperatif, karena detail tersebut menyatakan perintah kepada konsumen untuk segera membeli rumah yang ditawarkan.</p>
10.	<p>a) Griya Puncak Slawu b) Segera Miliki Hunian</p>	<p>Gambar 10</p>	<p>Data di samping menunjukkan adanya</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Griya</p>

	<p>Eksklusif</p> <p>c) Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas</p> <p>d) Bernady Sukses Group</p> <p>e) Jl. Sumatra No. 135A Jember</p> <p>f) Hotline: 0331-333700</p>		<p>detil identitas dan detail imperatif yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Puncak Slawu”, “Bernady Sukses Group”, “Jl. Sumatra No. 135A Jember” dan “Hotline: 0331-333700”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Griya Puncak Slawu. Detail (d) maksudnya sebagai produsen yang menjual rumah tersebut. Detail (e) maksudnya sebagai informasi tempat jika ingin memesan rumah. Detail (f) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p> <p>Detail imperatif ditunjukkan dengan proposisi “Segera Miliki Hunian Eksklusif”. Detail (b) tersebut merupakan detail imperatif, karena detail tersebut menyatakan perintah kepada konsumen untuk segera memiliki hunian di Griya Puncak Slawu.</p>
11.	<p>a) Queen Garden</p> <p>b) Happy Propmo</p> <p>c) Hunian Nyaman Investasi Masa Depan</p> <p>d) Depe 3,5 jt Gratis Biaya Realisasi</p> <p>e) 411599/ 085101568899</p>	Gambar 11	<p>Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Queen Garden”, dan “411599/ 085101568899”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Queen Garden. Detail (e) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>
12.	<p>a) Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading</p> <p>b) UM 1 Jt-an Angsuran 700</p>	Gambar 12	<p>Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Rumah Sehat Sederhana Di Perum T. Gading”, dan</p>

	<p>rb an/ Bln</p> <p>c) SUBSIDI PEMERINTAH BUNGA 5% SAMPAI LUNAS</p> <p>d) Hubungi: Titik Telp. : 081232848795</p>		<p>ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>“Hubungi: Titik / Telp. : 081232848795”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Taman Gading. Detail (d) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>
13.	<p>a) Jember New City</p> <p>b) DISCOUNT BESAR-BESARAN!!!</p> <p>c) Sebuah Hunian Premium dan Modern</p> <p>d) Eksklusif dan Memiliki Nilai Investasi yang Sangat Tinggi</p> <p>e) Our Facilities: One Gate System, Security 24 Jam, Playground &amp; Taman, Masjid, Jogging Track, Hotel, Food Court, Kolam Renang.</p> <p>f) BERHADIAH MOBIL DAN MOTOR</p> <p>g) PT. CITRA PERSADA PERMAI</p> <p>h) JL. DR. SOEBANDI NO. 121 B PATRANG, JEMBER- JAWA TIMUR</p>	Gambar 13	<p>Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Jember New City”, “PT. CITRA PERSADA PERMAI”, “JL. DR. SOEBANDI NO. 121 B PATRANG, JEMBER - JAWA TIMUR” dan “Telp. 0331-488892”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Jember New City. Detail (g) maksudnya sebagai produsen yang menjual rumah tersebut. Detail (h) sebagai informasi tempat jika ingin memesan rumah. Detail (i) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p>

	i) Telp. 0331-488892			
14.	<p>a) ISTANA TEGAL BESAR</p> <p>b) UM CUMA 1,5 jt*</p> <p>c) Angsuran Hanya Rp. 1.000,-/jam</p> <p>d) RUMAH DENGAN: 2 KAMAR TIDUR, 1 RUANG KELUARGA, 1 KAMAR MANDI</p> <p>e) 081347780862</p>	Gambar 14	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “ISTANA TEGAL BESAR” dan “081347780962”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Istana Tegal Besar. Detail (i) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.
15.	<p>a) GRAND TEGAL BESAR SQUARE</p> <p>b) Contact Person: 081377142068/ 082132335989</p> <p>c) FASUM HALL PARKIR LUAS</p> <p>d) HUNIAN CLUSTER DUA LANTAI</p>	Gambar 15	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “GRAND TEGAL BESAR SQUARE” dan “Contact Person: 081377142068/ 082132335989”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Grand Tegal Besar. Detail (c) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.
16.	<p>a) Istana Tegal Besar</p> <p>b) RUMAH DENGAN: 2 KAMAR TIDUR, 1 RUANG KELUARGA, 1 KAMAR MANDI</p> <p>c) UM CUMA 1 Jt*12</p> <p>d) CICILAN HANYA 700 Rb/ BLN</p> <p>e) PT. KINANSYAH ADI</p>	Gambar 16	Data di samping menunjukkan adanya detil identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Istana Tegal Besar”, “PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND”, dan “Jl. Kaliurang No. 7, Jember (0331) 326136”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Istana Tegal Besar. Detail (e) maksudnya sebagai produsen yang menjual rumah tersebut. Detail (f) maksudnya sebagai tempat dan

	JAYA LAND f) Jl. Kaliurang No. 7, Jember g) (0331) 326136			kontak informasi bagi konsumen.
17.	a) Istana Tegal Besar b) Dijamin Murah Berkualitas c) Rumah Subsidi d) Angsuran Hanya 700 Rb e) UM bisa diangsur f) Gratis Biaya BPHTB g) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND h) 081333371538	Gambar 17	Data di samping menunjukkan adanya detail identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “Istana Tegal Besar”, “PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND”, dan “081333371538”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan Istana Tegal Besar. Detail (g) maksudnya sebagai produsen yang menjual rumah tersebut. Detail (h) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.
18.	a) d’KEBONSARI VILLAGE b) Type 30/72 c) UM HANYA 700.000 d) RUMAH BERKUALITAS e) Proses Cepat f) Lokasi Strategis g) Bangunan Berkualitas h) Sertifikat Sudah Pecah Tiap Kavling i) Phone: 0331-321533/ 082331620003/ 085941090222	Gambar 18	Data di samping menunjukkan adanya detail identitas yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.	Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “d’Kebosari Village” dan “Phone: 0331-321533/082331620003/ 085941090222”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di kompleks perumahan d’Kebonsari Village. Detail (i) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.



<p>19.</p>	<p>a) KALIURANG GREEN GARDEN                  b) PROMO Akhir Tahun                  c) HANYA DENGAN KTP, ANDA BISA PILIH KAVLING TANPA BAYAR                  d) TANDA JADI                  e) PT. KINANSYAH ADI JAYA LAND                  f) 082245634344</p>	<p>Gambar 19</p>	<p>Data di samping menunjukkan adanya detail identitas dan detail kondisional yang ditujukan kepada semua pembaca atau calon konsumen dengan maksud tertentu.</p>	<p>Detail identitas ditunjukkan dengan proposisi “KALIURANG GREEN GARDEN”; “PT.KINANSYAH ADI JAYA LAND”; dan “082245634344”. Detail (a) maksudnya untuk memberikan informasi bahwa rumah yang dijual berada di komplek perumahan Kaliurang Green Garden. Detail (e) maksudnya memberi informasi kepada pembaca bahwa rumah yang dijual adalah produk PT. Kinansyah Adi Jaya Land. Detail (f) maksudnya sebagai kontak informasi bagi konsumen.</p> <p>Detail kondisional ditunjukkan dengan proposisi “HANYA DENGAN KTP, ANDA BISA PILIH KAVLING TANPA BAYAR”. Detail (C) maksudnya menunjukkan syarat sebelum rumah dimiliki pembeli.</p>
------------	--	------------------	---	--

Tabel B.3 Pemandu Analisis Data Strategi Retoris (leksikon perintah) Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember.

No	Data	Keterangan	Analisis	Hasil Analisis
1.	a) <b>MILIKI SEGERA RUMAH MURAH BERKUALITAS</b> b) <b>DATANG &amp; BUKTIKAN</b>	Gambar 8	Data di samping menunjukkan adanya leksikon perintah.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon perintah. Leksikon perintah yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “segera” dan “buktikan”. Kata “segera” dalam KBBI berarti cepat atau lekas-lekas yang maksudnya perintah untuk cepat membeli agar memiliki rumah dengan harga murah yang berkualitas. Kata “buktikan” berasal dari kata “bukti” yang dalam KBBI berarti sesuatu yang menyatakan kebenaran suatu peristiwa. Kata “buktikan” maksudnya perintah untuk melihat langsung kebenaran dari produk yang ditawarkan.
2.	a) <b>SEGERA MILIKI!</b>	Gambar 9	Data di samping menunjukkan adanya leksikon perintah.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon perintah. Leksikon perintah yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “segera”. Kata “segera” dalam KBBI berarti cepat atau lekas-lekas yang maksudnya perintah untuk cepat membeli agar memiliki rumah yang ditawarkan oleh pembuat iklan. Leksikon perintah pada data ini juga ditandai dengan tanda seru (!).

3.	a) <b>Segera</b> Miliki Hunian Eksklusif	Gambar 10	Data di samping menunjukkan adanya leksikon perintah.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon perintah. Leksikon perintah yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “segera”. Kata “segera” dalam KBBI berarti cepat atau lekas-lekas yang maksudnya perintah untuk cepat membeli agar memiliki rumah yang ditawarkan oleh pembuat iklan.
----	--	-----------	---	---

Tabel B.4 Pemandu Analisis Data Strategi Retoris (leksikon penekanan) Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember.

No	Data	Keterangan	Analisis	Hasil Analisis
1.	a) <b>CUKUP</b> DENGAN MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH <b>SAH</b> MILIK ANDA	Gambar 1	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “cukup” dan “sah”. Kata “cukup” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti tidak kurang dan tidak. Kata “sah” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti diakui kebenarannya atau resmi (meresmikan). Berdasarkan dua kata tersebut produsen memberi penekanan tawaran murah uang muka kepada konsumen.
2.	a) <b>KHUSUS</b> BULAN APRIL b) <b>TERLARIS...!!</b> di KAMPUS	Gambar 2	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “khusus” dan “terlaris”. Kata “khusus” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti memperuntukkan bagi sesuatu yang tertentu atau istimewa . Kata “terlaris” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cepat laku.
3.	a) <b>HANYA</b> DISINI BELI RUMAH DISCOUNT 50%	Gambar 3	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya

				kata “hanya”. Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak lebih. Kata “hanya” maksudnya memberi tahu bahwa produsen adalah satu-satunya penjual yang memberi potongan harga 50 %.
4.	a) UM <b>Hanya</b> 1,5 JT* b) Angsuran <b>Cuma</b> 1.000,-/jam	Gambar 5	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “hanya” dan “Cuma”. Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak lebih. Kata “cuma” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti tidak ada yang lain. Dua kata tersebut memiliki makna yang mirip. Keduanya menunjukkan leksikon penekanan pada harga uang muka dan angsuran yang murah.
5.	c) <b>SUMPAH!!!</b> UM <b>HANYA</b> Rp.1.750.000/ 1x saja	Gambar 8	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “sumpah” dan “hanya”. Kata “sumpah” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti pernyataan yang diucapkan secara resmi dengan bersaksi kepada Tuhan atau kepada sesuatu yang dianggap suci (untuk menguatkan kebenaran dan kesungguhan). Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak lebih.
6.	a) DISCOUNT	Gambar 13	Data di samping	Data di samping merupakan data yang menunjukkan

	<p><b>BESAR-BESARAN!!!</b>                  b) <b>BERHADIAH</b>                  MOBIL DAN                  MOTOR</p>		<p>menunjukkan adanya leksikon penekanan.</p>	<p>adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “besar-besaran” dan “berhadiah”. Kata “besar-besaran” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti lebih dari ukuran sedang. Kata “berhadiah” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti pemberian. Leksikon penekanan tersebut untuk memberi informasi kepada pembaca bahwa rumah yang dijual dengan potongan harga dan pembeli yang beruntung akan mendapat atau diberi hadiah.</p>
7.	<p>a) UM <b>CUMA</b> 1,5 jt*                  b) Angsuran <b>Hanya</b> Rp. 1.000,-/jam</p>	Gambar 14	<p>Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.</p>	<p>Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “hanya” dan “Cuma”. Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak lebih. Kata “cuma” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti tidak ada yang lain. Dua kata tersebut memiliki makna yang mirip. Keduanya menunjukkan leksikon penekanan pada harga uang muka dan angsuran yang murah.</p>
8.	<p>a) UM <b>CUMA</b> 1 Jt*12                  b) <b>CICILAN HANYA</b>                  700 Rb/ BLN</p>	Gambar 16	<p>Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.</p>	<p>Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “hanya” dan “Cuma”. Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak</p>

				lebih. Kata “cuma” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti tidak ada yang lain. Dua kata tersebut memiliki makna yang mirip. Keduanya menunjukkan leksikon penekanan pada harga uang muka dan angsuran yang murah.
9.	a) <b>Dijamin</b> Murah Berkualitas b) Angsuran <b>Hanya</b> 700 Rb	Gambar 17	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “dijamin” dan “hanya”. Kata “dijamin” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti berjanji akan memenuhi kewajiban. Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak lebih.
10.	a) UM <b>HANYA</b> 700.000	Gambar 18	Data di samping menunjukkan adanya leksikon penekanan.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya leksikon penekanan. Leksikon penekanan yang terdapat dalam iklan jual beli rumah pada spanduk jalanan di Kabupaten Jember ditunjukkan dengan adanya kata “hanya”. Kata “hanya” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti cuma atau tidak lebih.

**LAMPIRAN B INSTRUMEN PEMANDU ANALISIS DATA**

Tabel B.5 Pemandu Analisis Data Ideologi dalam Iklan Jual Beli Rumah pada Spanduk Jalanan di Kabupaten Jember.

No	Data	Keterangan	Analisis	Hasil Analisis
1.	a) CUKUP DENGAN MAS KAWIN 500 RB, 1 UNIT RUMAH SAH MILIK ANDA	Gambar 1	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi kapitalisme.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya ideologi kapitalisme. Ideologi tersebut tergambar dari proposisi uang muka yang murah yakni Rp. 500.000,-. Uang muka yang begitu murah tersebut adalah ciri dari ideologi kapitalisme yang bertujuan untuk mendapat pengakuan oleh konsumen, sehingga mampu terus bersaing dengan produsen rumah yang lain. (Adam Smith- The Wealth of Nations: 1776)
2.	a) HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP b) DOUBLE DISCOUNT 50%	Gambar 2	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi sosialisme.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya ideologi sosialisme. Ideologi tersebut ditunjukkan oleh dua proposisi “HUT KE-9 PURI BUNGA NIRWANA GROUP” dan “DOUBLE DISCOUNT 50%”. Kedua proposisi tersebut karena adanya sebab-akibat yang menguntungkan bagi produsen atau konsumen.
3.	a) PROMO RAMADHAN	Gambar 4	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi agama.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya ideologi agama. Penulis iklan memanfaatkan agama sebagai strategi untuk menarik minat pembaca yang dalam hal ini adalah konsumen. Ideologi tersebut ditunjukkan adanya salah satu bulan agama Islam yang dipakai yaitu “Ramadhan”. Konteks bulan Ramadhan menjadi latarbelakang terbentuknya iklan tersebut.
4.	a) Angsuran Cuma 1.000,-/jam	Gambar 5	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya ideologi kapitalisme. Penulis iklan mencoba mengelabui konsumen dengan memberikan tawaran yang terlihat murah



			kapitalisme.	yang ditunjukkan oleh proposisi “Angsuran Cuma Rp. 1.000,-/jam”. Padahal jelas jika ditulis angsuran per bulan terbilang Rp. 720.000,-. Ideologi kapitalisme jelas adanya pada proposisi tersebut untuk mendapatkan keuntungan dengan cara memakai bahasa yang menipu.
5.	a) Promo akhir tahun b) KPR/TUNAI c) UM DAPAT DIANGSUR 2 TH TANPA BUNGA d) BEBAS BIAYA REALISASI e) BEBAS PAJAK	Gambar 7	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi sosialisme.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya ideologi sosialisme. Adanya ideologi tersebut karena sebab-akibat yang menguntungkan bagi produsen atau konsumen. Selain itu masyarakat atau konsumen juga bebas memilih tawaran yang diberikan. Tawaran berupa bebas memilih sistem pembelian, angsuran tanpa bunga dan bebas pajak. Hal tersebut bertentangan dengan ideologi kapitalisme yang dalam praktik ekonomi biasanya terdapat bunga atau riba di dalamnya.
6.	a) Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas	Gambar 10	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi sosialisme dan ideologi pancasila yaitu sila kelima.	Sila kelima ialah Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Ideologi pancasila ditunjukkan oleh proposisi “Program Bersubsidi Untuk Umum dan ASABRI, hanya dengan Rp. 600ribuan *stok terbatas”. Tawaran program bersubsidi tersebut bisa dikatakan sebagai keadilan sosial karena diperuntukkan untuk seluruh rakyat Indonesia. Program ASABRI juga menjadi keadilan sosial karena memberi kesempatan bagi TNI dan POLRI merasakan tawaran yang diberikan oleh produsen. Proposisi tersebut juga termasuk ideologi sosialisme karena sesuai dengan pemikiran ideologi sosialisme yaitu pemerataan dan kesederajatan, bahwa ada pengaturan agar setiap orang diperlakukan sama dalam berbagai hal yang dalam hal ini ialah konsumen.
7.	a) Rumah Sehat Sederhana Di Perum	Gambar 12	Data tersebut menunjukkan	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi pancasila yakni sila kedua yang ditunjukkan proposisi “Rumah Sehat

	T. Gading b) SUBSIDI PEMERINTAH BUNGA 5% SAMPAI LUNAS		adanya ideologi pancasila.	Sederhana Di Perum T. Gading”. Produsen rumah tersebut berusaha memberi tawaran rumah sehat untuk masyarakat. Jadi bisa disimpulkan produsen juga mementingkan kesejahteraan bagi masyarakat. Ideologi tersebut juga didukung adanya subsidi dari pemerintah yang ditunjukkan oleh proposisi “SUBSIDI PEMERINTAH BUNGA 5% SAMPAI LUNAS”.
8.	a) Sebuah Hunian Premium dan Modern b) Our Facilities: One Gate System, Security 24 Jam, Playground & Taman, Masjid, Jogging Track, Hotel, Food Court, Kolam Renang.	Gambar 13	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi pancasila.	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi pancasila yakni sila kelima yang ditunjukkan proposisi poin (a) dan (c). Produsen berusaha mewujudkan kesejahteraan sosial bagi masyarakat. Hal tersebut tergambar dari fasilitas lingkungan sekitar rumah yang mapan dan mendukung kesejahteraan masyarakat. Namun, ideologi kapitalisme juga terlihat pada iklan ini.
9.	a) Angsuran Hanya Rp. 1.000,-/jam	Gambar 14	Data tersebut menunjukkan adanya ideologi kapitalisme.	Data di samping merupakan data yang menunjukkan adanya ideologi kapitalisme. Penulis iklan mencoba mengelabui konsumen dengan memberikan tawaran yang terlihat murah yang ditunjukkan oleh proposisi “Angsuran Cuma Rp. 1.000,-/jam”. Padahal jelas jika ditulis angsuran per bulan terbilang Rp. 720.000,-. Ideologi kapitalisme jelas adanya pada proposisi tersebut untuk mendapatkan keuntungan dengan cara memakai bahasa yang menipu.

## AUTOBIOGRAFI



Penulis bernama lengkap Hasbi Assidiqqi dan lahir di Jember pada tanggal 11 Agustus 1994. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dan terlahir dari pasangan Bapak Syamsul Arifin dan Ibu Khofifatus Sholehah. Saat ini, penulis tinggal di desa Sempolan, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember. Penulis memiliki hobi olahraga dan berorganisasi. Penulis memulai pendidikan sekolah dasar di SDN Sumberjati 4 selama enam tahun dan lulus pada tahun 2007, kemudian penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMP) 1 Silo selama tiga tahun dan lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Jember dan lulus pada tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Jember, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan sampai dengan penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.