



**IKLAN CALON LEGISLATIF DPRD PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2019 DI WILAYAH JEMBER DAN LUMAJANG:
ANALISIS WACANA KRITIS**

SKRIPSI

Oleh:

Khusnul Khotimah

NIM 120210402073

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

2019



**IKLAN CALON LEGISLATIF DPRD PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2019 DI WILAYAH JEMBER DAN LUMAJANG:
ANALISIS WACANA KRITIS**

SKRIPSI

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

Oleh:

Khusnul Khotimah

NIM 120210402073

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

2019

PERSEMBAHAN

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

1. Ayahanda Masruki dan Ibunda Tumini tercinta, yang telah menyayangi dengan tulus, memberikan motivasi, semangat, dorongan, dan dukungan, serta selalu mendoakan yang terbaik demi kesuksesan.
2. Bapak dan Ibu guru dari Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sekolah Menengah Atas (SMA), yang telah memberikan wawasan dan pengetahuan serta nasihat dengan penuh kasih sayang dan ketulusan.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Jember, yang telah memberikan pengetahuan dan membimbing menuju suatu hal yang lebih baik dengan penuh kasih sayang.
4. Almamater tercinta Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTO

Doa memberikan kekuatan kepada yang lemah, membuat orang yang tidak percaya menjadi percaya dan memberikan keberanian kepada orang yang ketakutan.¹

-Aristoteles-

Pendidikan adalah bekal terbaik untuk hari tua.

-Aristoteles-

¹Aristoteles, “Kumpulan Kata Kata Bijak Terbaik Aristoteles”, diakses dari <https://info-sipaijo.blogspot.com/2015/08/kutipan-kata-kata-mutiara-bijak-terbaik.html?m=1>, pada tanggal 28 Nopember 2019 pukul 20.44.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Khusnul Khotimah

NIM : 120210402073

program studi : S1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang: Analisis Wacana Kritis” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya 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, 03 Desember 2019

Yang menyatakan,

Khusnul Khotimah

NIM 120210402073

HALAMAN PENGAJUAN

**IKLAN CALON LEGISLATIF DPRD PROVINSI JAWA TIMUR
TAHUN 2019 DI WILAYAH JEMBER DAN LUMAJANG:
ANALISIS WACANA KRITIS**

SKRIPSI

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

Oleh:

Nama Mahasiswa : Khusnul Khotimah
NIM : 120210402073
Angkatan : 2012
Daerah Asal : Banyuwangi
Tempat/ Tanggal Lahir : Banyuwangi, 08 September 1993
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Arju Muti'ah, M.Pd.

NIP. 196003121986012001

Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd.

NIP. 19790207200812200

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang: Analisis Wacana Kritis**” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 03 Desember 2019

Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua

Sekretaris

Dr. Arju Muti'ah, M.Pd.

Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd.

NIP. 196003121986012001

NIP. 19790207200812200

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Muji, M.Pd.

Anita Widjajanti, S.S., M.Hum.

NIP. 19590716 198702 1 002

NIP. 197104022005012002

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D.

NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang: Analisis Wacana Kritis; Khusnul Khotimah, 120210402073: 2019: 77 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

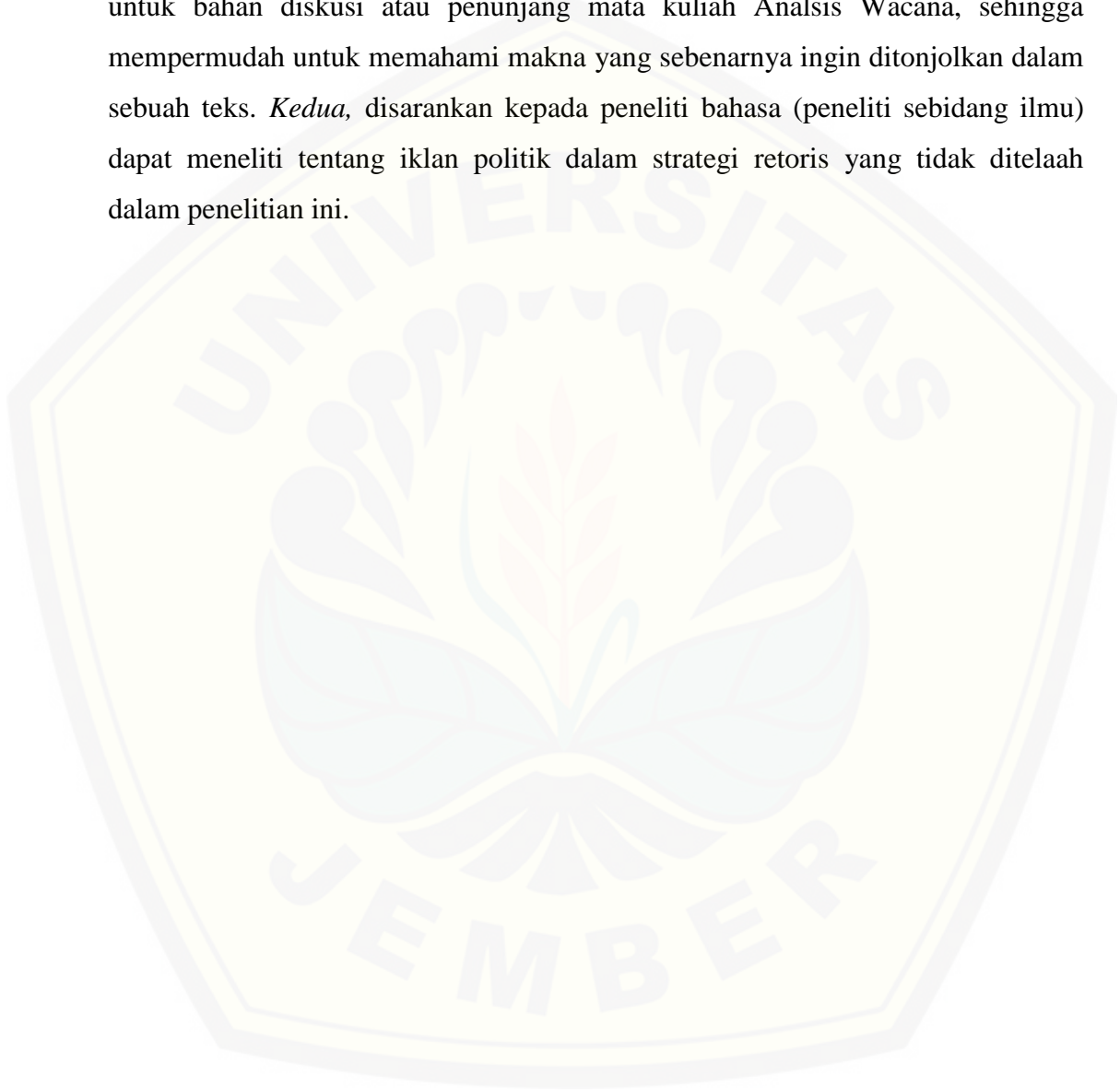
Iklan Calon Legislatif merupakan salah satu wujud strategi berpolitik CALEG untuk mendapatkan suara di daerah pemilihannya. Fenomena tersebut tercermin pada pemanfaatan iklan oleh CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang dalam menarik perhatian khalayak khususnya warga sekitar daerah pemilihan. Daya tarik iklan yang dibuat oleh CALEG DPRD tampak pada tampilan iklan yang memuat gambar anggota CALEG dan wacana dengan karakteristik tertentu. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk telaah secara mendalam tentang cara calon perwakilan rakyat dalam menjalin komunikasi dengan khalayak melalui iklan untuk mendapatkan suara. Selain itu, penelitian ini berfungsi untuk memperjelas adanya peran wacana dalam kegiatan politik. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini meliputi: (1) Bagaimanakah strategi semantik iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang?; (2) Bagaimanakah ideologi sosial iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang?.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mendeskripsikan data berdasarkan pendekatan analisis wacana kritis model Van Dijk. Data penelitian ini berupa kata, kalimat, dan paragraf beserta konteksnya dalam iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang yang dapat ditelaah dari makna dan ideologi Pancasila. Selain itu, data pendukung penelitian ini berupa informasi dari laman internet. Sumber data penelitian ini adalah iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang dari laman *Politika Research Center*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Prosedur penerapan teknik dokumentasi terdiri atas lima tahap, yaitu melacak iklan pada laman, mengunduh

iklan, menganalisis iklan, membaca ungkapan pada iklan CALEG, dan menampung data. Teknik analisis data merupakan telaah data yang bersumber dari hasil kegiatan pengumpulan data secara mendalam. Terdapat empat tahap analisis data dalam penelitian ini, yaitu pengklasifikasian data, pengkodean data, penyajian data, dan penyimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kajian strategi semantik iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang meliputi tiga unsur, yaitu unsur latar, detil, dan maksud (eksplisit dan implisit). Penggunaan unsur latar dalam iklan CALEG dimaknai sebagai strategi CALEG dalam memperoleh suara melalui pandangannya tentang masa lalu yang melatarbelakangi CALEG untuk membuat komitmen dan janji kepada rakyat. Penggunaan unsur detil dalam iklan CALEG dimaknai sebagai strategi CALEG dalam memperoleh suara melalui informasi yang rinci tentang pengalaman kerja, visi, dan karakteristik dari CALEG. Penggunaan unsur maksud dalam iklan CALEG dimaksudkan untuk memperoleh suara melalui permintaan, peringatan, dan perintah baik secara implisit maupun eksplisit. Sementara itu, kajian ideologi pancasila iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang meliputi empat sila, yaitu sila Ketuhanan Yang Maha Esa, sila persatuan Indonesia, sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan/perwakilan, dan sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sila Ketuhanan Yang Maha Esa tercermin dalam ungkapan CALEG yang memunculkan identitas agama sebagai pedoman dalam mempengaruhi kinerja seorang pemimpin khususnya di negara yang mayoritas muslim. Sila persatuan Indonesia tercermin dalam ungkapan CALEG yang menginginkan persatuan dalam menjalin kehidupan bersama di Indonesia yang masyarakatnya multikultur. Sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan/perwakilan tercermin dalam ungkapan CALEG ketika berkomitmen untuk mengabdikan kepada rakyat secara ikhlas. Sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia tercermin dalam ungkapan CALEG ketika berkomitmen untuk menjadi pemimpin yang adil, tegas, dan jujur kepada rakyatnya.

Berdasarkan hasil penelitian, ada dua saran sebagai bahan pertimbangan pengajar atau mahasiswa dan peneliti bahasa (peneliti sebidang ilmu) yang diuraikan sebagai berikut. *Pertama*, disarankan kepada pengajar atau mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia agar menggunakan hasil penelitian ini untuk bahan diskusi atau penunjang mata kuliah Analisis Wacana, sehingga mempermudah untuk memahami makna yang sebenarnya ingin ditonjolkan dalam sebuah teks. *Kedua*, disarankan kepada peneliti bahasa (peneliti sebidang ilmu) dapat meneliti tentang iklan politik dalam strategi retorik yang tidak ditelaah dalam penelitian ini.



PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa terpanjatkan kepada Allah SWT yang memberikan kesempatan, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul **Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 Di Wilayah Jember Dan Lumajang: Analisis Wacana Kritis** terselesaikan dengan baik. Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Drs. Dafik., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- 2) Drs. Annur Rofik, M.A., M.Sc selaku ketua jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni;
- 3) Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd. selaku ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia;
- 4) Dosen pembimbing I Dr.Arju Muti'ah, M.Pd dan Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan pengarahan dan saran dengan penuh kesabaran dalam proses penyusunan skripsi ini;
- 5) Dr. Muji,M.Pd. selaku dosen pembahas I dan Anita Widjajanti, S.S.,M.Hum selaku dosen pembahas II yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi serta memberikan kritik dan saran agar penyusunan skripsi ini menjadi lebih baik;
- 6) Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP Universitas Jember, yang memberikan ilmu, pengalaman dan motivasi selama masa studi;
- 7) Sahabat-sahabatku, Edelweiss tersayang, Ratna Murti, Firstin Nafaro, Amartha dian, yang bersedia menjadi teman diskusi, bercerita, selalu memberikan motivasi, dukungan dan juga doa;
- 8) Teman seperjuangan PBSI 2012 yang telah berjuang bersama selama masa studi;

- 9) Almamater Universitas Jember, khususnya Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia; dan
- 10) Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga segala bantuan, bimbingan, pengetahuan, pengalaman, harapan, dan doa yang telah diberikan, insyaAllah mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Jember, 03 Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGAJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Definisi Operasional	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Sebelumnya Yang Relevan	7
2.2 Analisis Wacana Kritis	10
2.3 Iklan Politik	11
2.4 Model Analisis Wacana Kritis Van Dijk	13
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Dan Rancangan Penelitian	20
3.2 Data Dan Sumber Data	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Teknik Analisis Data	22
3.5 Instrumen Penelitian	27
3.6 Prosedur Penelitian	28

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Strategi Semantik Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang	29
4.1.1 Strategi Semantik Iklan Calon Legislatif Yang Menggunakan Unsur Latar.....	29
4.1.2 Strategi Semantik Iklan Calon Legislatif Yang Menggunakan Unsur Detil	34
4.1.3 Strategi Semantik Iklan Calon Legislatif Yang Menggunakan Unsur Maksud	39
4.2 Ideologi Pancasila Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang	49
4.2.1 Sila Ketuhanan Yang Maha Esa.....	49
4.2.2 Sila Persatuan Indonesia	50
4.2.3 Sila Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmah Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan /Perwakilan.....	53
4.2.4 Sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia	57
BAB 5. PENUTUP	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67
AUTOBIOGRAFI	77

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Matrik Penelitian.....	67
LAMPIRAN 2 Instrumen Penampung Data.....	69
LAMPIRAN 3 Instrumen Klasifikasi Data Untuk Strategi Semantik	71
LAMPIRAN 4 Instrumen Klasifikasi Data Untuk Kognisi Sosial.....	73
LAMPIRAN 5 Kodifikasi Data Untuk Strategi Semantik dan Kognisi Sosial	75

BAB 1. PENDAHULUAN

Ada enam uraian dalam bab, yaitu (1) latar belakang, (2) ruang lingkup dan batasan masalah, (3) rumusan masalah, (4) tujuan penelitian, (5) manfaat penelitian, dan (6) definisi operasional. Enam uraian tersebut sebagai berikut.

1.1 Latar Belakang

Iklan merupakan wahana komunikasi yang memiliki daya tarik bagi komunikan. Daya tarik tersebut terlihat dari perwujudan bahasa maupun tampilan yang memuat pesan tertentu. Selain itu, daya tarik iklan dimanfaatkan oleh politisi dalam berpolitik. Sejak era reformasi, iklan dijadikan promosi politik oleh calon perwakilan rakyat yang bersumber dari adanya sistem politik demokrasi (Retnowati, 2013:202-203). Fenomena tersebut berdampak pada pemanfaatan iklan sebagai strategi berpolitik Calon Legislatif (CALEG).

Calon Legislatif (CALEG) merupakan orang yang memenuhi syarat menjadi anggota legislatif (DPR) untuk dipilih langsung oleh rakyat melalui pemilihan umum. Selain itu, CALEG sebagai calon perwakilan rakyat yang daftar pencalonannya cenderung banyak. Artinya, persaingan diantara anggota CALEG lebih ketat yang ditandai dengan adanya pencalonan diri dari masing-masing daerah pemilihan minimal dua puluh anggota. Fenomena tersebut terlihat pada anggota CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang.

Calon Legislatif (CALEG) DPRD Provinsi Jawa Timur 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang beranggotakan dua puluh enam orang. Anggota tersebut berasal dari dua belas partai politik dan ada partai politik yang mengusulkan anggota lebih dari satu orang. Artinya, persaingan diantara anggota CALEG untuk merebutkan kemenangan sangat ketat, sehingga iklan dimanfaatkan sebagai alternatif dalam strategi berpolitik. Pemanfaatan iklan sebagai upaya CALEG dalam menarik perhatian khalayak khususnya warga sekitar daerah pemilihan.

Upaya tersebut tampak melalui tampilan iklan yang memuat gambar anggota CALEG dan wacana dengan karakteristik tertentu. Dengan demikian, kemenarikan dalam pembuatan iklan CALEG tidak lepas dari peran wacana sebagai unsur pembangun komunikasi secara tidak langsung antara CALEG dan khalayak di daerah pemilihan.

Unsur wacana dalam iklan CALEG dapat ditelaah melalui Analisis Wacana Kritis (AWK). AWK merupakan telaah teks sebagai realitas sosial untuk mengungkapkan makna atau maksud dari adanya teks tersebut (Darma, 2009:49). Artinya, telaah tersebut dapat digunakan untuk menganalisis realitas sosial pada teks iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Salah satu teori AWK yang relevan digunakan untuk mengungkapkan realitas sosial pada iklan tersebut adalah model teori Van Dijk. Hal tersebut didasarkan atas teori Van Dijk yang menggabungkan teks dengan dunia sosial, seperti adanya ungkapan yang bermakna dan kognisi sosial (ideologi sosial) dari pembuat isi iklan (Eriyanto, 2001:229-259). Berikut merupakan contoh analisis wacana kritis isi iklan salah satu CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang.

Contoh Data 1. Calon DPRD Provinsi Jawa Timur

Restoran Indonesia

Partai NasDem **5**

DENY PRASETYA

Caleg Partai NasDem DPRD Provinsi Jatim Dapil V
"Saduluran Salawase Paseduluran Kanthi Rumaket"

- 1 Wakil Ketua PC GP ANSOR KENCONG (2015-2019)
- 2 Anggota DPRD Kabupaten FPKB (2014-2019)
- 3 Pembina IPNU - IPPNU (2016-2018)
- 4 Ketua Yayasan Ponpes Nurul Ishlah Umbulsari Jember
- 5 Wakil Ketua APTRI (Asosiasi Petani Tebu Rakyat Indonesia)

1 **Deny Prasetya**
Caleg Partai NasDem DPRD Provinsi Jatim Dapil V
Meliputi: Kabupaten Jember & Lumajang

MEDIA ONLINE
BAPPILU Wilayah Partai NasDem Jawa Timur

bappilunasdemjatim.com

@bappilunasdem_jatim Bappilu NasDem Jatim @bappilujatim Bappilu NasDem Jatim

Pada iklan di atas terdapat ungkapan CALEG nomor 1 bernama Deny Prasetya. Ungkapan tersebut diuraian melalui penggunaan bahasa Jawa yang

berupa “Seduluran Selawase Paseduluran Kanthi Rumaket” berarti “Bersaudara selamanya persaudaraan sampai erat”. Selain itu, ungkapan lain terlihat melalui “(1) wakil ketua PC GP Ansor Kencong (2015-2019), (2) anggota DPRD Kabupaten FPKB (2014-2019), (3) pembina IPNU-IPPNU (2016-2018), (4) ketua yayasan Ponpes Nurul Ishlah Umbulsari Jember, dan (5) wakil ketua APTRI (Asosiasi Petani Tebu rakyat Indonesia)” yang berisi tentang pengalaman CALEG Deny Prasetya.

Ada dua makna yang ingin ditekankan oleh CALEG melalui iklan di atas. *Pertama*, CALEG tersebut ingin rakyat tahu jika ia terpilih akan menjalin persaudaraan dan dekat dengan rakyat atau khalayak di daerah pemilihan. Telaah tersebut berasal dari pemaknaan terhadap ungkapan CALEG yang memanfaatkan unsur latar. Unsur latar dalam ungkapan tersebut berhubungan dengan latar belakang CALEG dalam mengungkapkan “Seduluran Selawase Paseduluran Kanthi Rumaket” yang berarti “Bersaudara selamanya persaudaraan sampai erat”. Munculnya ungkapan tersebut dilatarbelakangi oleh sosok CALEG dalam iklan di atas yang sebelumnya menjadi anggota DPRD dari fraksi PKB. Artinya, CALEG di atas pernah bergabung dengan partai lain, sehingga munculnya ungkapan *seduluran selawase paseduluran kanthi rumaket* sebagai tujuan CALEG untuk meyakinkan masyarakat bahwa ia tetap menjalin persatuan dan dekat dengan rakyat meskipun ada di partai politik yang berbeda dari sebelumnya. *Kedua*, CALEG tersebut ingin rakyat tahu tentang pengalaman oraganinsasinya yang dituliskan pada nomor satu sampai lima sebagai bekal untuk menjadi anggota legislatif. Artinya, ungkapan yang disampaikan CALEG tersebut dapat dimaknai melalui penggunaan unsur detail. Unsur tersebut tampak pada kerincian informasi dalam iklan bagian nomor satu sampai lima tentang jabatan yang pernah dan sedang ditempati CALEG Deny Prasetya.

Ideologi pancasila yang tampak pada ungkapan CALEG melalui iklan di atas berupa ideologi pancasila khususnya sila ketiga. Sila ketiga ialah persatuan Indonesia. Hal tersebut tampak pada ungkapan CALEG “Seduluran Selawase Paseduluran Kanthi Rumaket” yang intinya menjunjung persatuan melalui persaudaraan. Artinya, CALEG memandang bahwa persatuan sebagai komponen

penting dalam menjadikan Indonesia maju. Persatuan tersebut utamanya terjalin antara rakyat dan dewan rakyat.

Berdasarkan uraian di atas, dua pertimbangan dasar sebagai pentingnya penelitian ini. *Pertama*, penelitian ini penting dilakukan untuk menelaah makna yang ingin disampaikan CALEG melalui iklan. *Kedua* penelitian ini penting dilakukan untuk menelaah cara pandang CALEG terhadap realitas sosial yang dihubungkan dengan ideologi Pancasila sebagai ciri khas pandangan hidup masyarakat Indonesia.

1.2 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini ialah analisis wacana kritis iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang berdasarkan teori Van Dijk. Analisis wacana kritis model Van Dijk terdiri atas tiga dimensi, yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Ada tiga batasan dalam penelitian ini. *Pertama*, penelitian ini hanya menggunakan dua dimensi yaitu, dimensi teks dan kognisi sosial (ideologi). Hal tersebut didasarkan atas keterbatasan penelitian yang hanya terfokus pada analisis wacana iklan dan bukan pada bagaimana pengaruh kekuasaan CALEG dan penyebaran atau akses iklan tersebut dalam masyarakat. Kekuasaan dan penyebaran merupakan aspek yang ada pada konteks sosial, sehingga konteks sosial tidak dianalisis dalam penelitian ini. *Kedua*, pada dimensi teks penelitian ini hanya mengambil analisis semantik yang dibatasi pada unsur latar, detil, dan maksud. Penggunaan unsur semantik dapat mewakili dalam menilik makna yang ingin disampaikan CALEG melalui iklan. Makna tersebut sesuai dengan salah satu pertimbangan penting penelitian yang mengarah pada peran wacana untuk mengungkapkan maksud CALEG dalam berpolitik melalui iklan. *Ketiga*, dimensi kognisi sosial (ideologi) dalam penelitian ini mengarah pada ideologi pancasila sebagai ciri khas ideologi masyarakat Indonesia. Selain itu, iklan CALEG pada penelitian ini berhubungan dengan bidang politik yang seharusnya mencerminkan ideologi Pancasila sebagai dasar negara Indonesia. Hal tersebut sebagai wujud pemertahanan identitas bangsa melalui pemaparan visi dan misi CALEG.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimanakah strategi semantik (unsur latar, detil, dan maksud) iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang?
2. Bagaimanakah ideologi pancasila (sila kesatu, sila ketiga, sila keempat, dan sila kelima) iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan strategi semantik (unsur latar, detil, dan maksud) iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang.
2. Mendeskripsikan ideologi pancasila (sila kesatu, sila ketiga, sila keempat, dan sila kelima) iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagi pengajar dan mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan diskusi mata kuliah analisis wacana yang merupakan mata kuliah wajib di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya (peneliti sebidang ilmu), penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai literatur pendukung untuk pengkajian iklan politik menggunakan AWK.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk memberikan batasan pengertian terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Ungkapan CALEG dalam iklan adalah pernyataan yang mengandung makna dan gagasan tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan suara rakyat di daerah pemilihan.
2. Iklan CALEG adalah salah satu media politik yang berisi gambar dan wacana.
3. Analisa Wacana Kritis adalah telaah tentang ungkapan CALEG dalam iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang yang mengandung makna dan gagasan tertentu .
4. Strategi semantik merupakan cara CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang untuk mengungkapkan makna melalui iklan.
5. Ideologi pancasila merupakan pandangan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang dalam iklan yang mencerminkan butir-butir pancasila.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Ada empat pembahasan dalam bab ini, yaitu (1) penelitian sebelumnya yang relevan, (2) analisis wacana kritis, (3) iklan politik, dan (4) model analisis wacana kritis Van Dijk. Empat pembahasan tersebut diuraikan sebagai berikut.

2.1 Penelitian Sebelumnya yang Relevan

Penelitian terinspirasi pada penelitian sebelumnya yang relevan, namun ada perbedaan dari segi objek telaah. Ada lima hasil penelitian terdahulu sebagai penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Berikut lima uraian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Pertama, artikel dengan judul *Bahasa Pencitraan dalam Wacana Iklan Kampanye Calon Anggota Legislatif 2009* (Sultan, 2009). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kualitatif. Ada dua pembahasan yang diuraikan dalam artikel tersebut, yaitu pencitraan pada level kosakata dan gramatika. Pencitraan dalam level kosakata tampak pada kosakata yang diperjuangkan, kosakata marginal, kosakata bernuansa kedaerahan, kosakata melalui metafora, dan kosakata melalui relasi makna. Pencitraan dalam level gramatika berupa pencitraan melalui modalitas, pencitraan melalui pronomina, pencitraan melalui kalimat positif-negatif, dan pencitraan melalui kata penghubung. Persamaan penelitian ini dengan artikel yang ditulis oleh Sultan adalah jenis objek penelitian yang berupa wacana iklan CALEG. Perbedaan penelitian ini dengan artikel tersebut terletak pada pembahasan dan teori yang digunakan untuk menganalisis iklan kampanye. Artikel karya Sulthan membahas tentang pencitraan dalam iklan CALEG. Teori yang digunakan dalam menelaah iklan CALEG ialah teori pencitraan berdasarkan konsep Jufri.

Kedua, artikel yang berjudul *Bahasa Pencitraan dalam Iklan Kampanye Pilkada Kabupaten Bojonegoro* (Asror, 2015). Metode yang digunakan dalam penelitian artikel tersebut adalah deskriptif analisis untuk menelaah data secara

apa adanya atau objektif. Ada dua hasil penelitian dalam artikel tersebut, yaitu pencitraan pada level kosakata dan pencitraan pada level gramatika. Pencitraan dalam level kosakata berupa klasifikasi kosakata, kosakata yang diperjuangkan, kosakata yang memarginalkan orang lain, dan kosakata bernuansa kedaerahan. Pencitraan dalam level gramatika berupa pencitraan melalui modalitas, pencitraan melalui pronomina, pencitraan melalui kalimat positif-negatif, dan pencitraan melalui kata penghubung. Persamaan penelitian ini dengan artikel yang ditulis oleh Asror adalah jenis objek penelitian yang berupa wacana iklan kampanye. Perbedaan penelitian ini dengan artikel tersebut terletak pada pembahasan dan teori yang digunakan untuk menganalisis iklan kampanye. Pembahasan yang dipaparkan dalam artikel karya asror tentang pencitraan. Teori yang digunakan untuk iklan CALEG ialah teori pencitraan berdasarkan konsep Jufri.

Ketiga, penelitian yang berjudul *Analisis Wacana Kritis pada Slogan CALEG Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang* (Fitriana, 2015). Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode kualitatif yang berfungsi untuk menghasilkan data dalam bentuk deskripsi. Ada empat pembahasan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fitriani, yaitu struktur makro wacana, superstruktur wacana, struktur mikro wacana, dan konteks wacana. Struktur makro slogan CALEG tersebut memanfaatkan strategi himbaun (panggilan, permintaan, dan ajakan), strategi informasi, dan strategi persuasif. Struktur mikro wacana slogan CALEG tersebut umumnya terdiri atas skema alur pendahuluan sampai akhir. Struktur mikro wacana slogan CALEG memanfaatkan strategi semantik (latar, detil, maksud, dan praanggapan), sintaksis (bentuk kalimat, koherensi sebab akibat. Koherensi generalisasi-spesifikasi, pengingkaran, dan kata ganti), leksikon, retorik (grafis). Konteks wacana slogan CALEG terdiri atas unsur latar, partisipan, hasil, pesan, kunci, sarana, norma, dan jenis. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada model teori yang digunakan untuk menganalisis objek penelitian ialah teori Van Dijk. Selain itu, penelitian tersebut memaparkan strategi semantik pada slogan CALEG dan strategi tersebut digunakan pula dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek dan salah satu pembahasan berupa kognisi sosial. Objek yang digunakan dalam

penelitian tersebut berupa iklan CALEG DPRD Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang. Penelitian di atas tidak membahas tentang kognisi sosial dari iklan yang diteliti.

Keempat, penelitian yang berjudul *Wacana Iklan Jual Beli Rumah Pada Spanduk Jalanan Dikabupaten Jember : Analisis Wacana Kritis* (Assidiqi, 2018). Metode yang digunakan adalah kualitatif yang berfungsi untuk menghasilkan data deskripsi. Ada dua hasil pembahasan dalam penelitian tersebut, yaitu strategi semantik dan strategi historis. Strategi semantik pada penelitian tersebut memanfaatkan latar, detil, dan maksud. Strategi retorik pada penelitian tersebut berupa leksikon perintah, leksikon penekanan, ideologi sosialisme, kapitalisme, dan Pancasila. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Assidiqi terletak pada jenis wacana berupa iklan, penggunaan model analisis Van Dijk, dan telaah tentang aspek semantik pada iklan tersebut. Perbedaannya terletak pada cakupan pembahasan dan objek penelitian. Cakupan pembahasan pada penelitian oleh Assidiqi hanya mengarah pada struktur mikro wacana dan tidak membahas tentang ideologi dalam iklan. Objek penelitian yang dibahas dalam penelitian tersebut berupa Iklan Jual Beli Rumah Pada Spanduk Jalanan Dikabupaten Jember.

Kelima, artikel yang berjudul *Pertarungan Wacana Representasi pada Spanduk Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018* (Gama, 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut berupa wacana dengan model Norman Fairclough untuk menelaah karakteristik atau perbedaan dari kedua calon gubernur melalui data deskripsi. Ada dua pembahasan yang diuraikan dalam artikel tersebut, yaitu representasi iklan politik spanduk pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin dan representasi iklan politik spanduk pasangan Sudirman Said-Ida Fauziyah. Representasi iklan politik spanduk pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin tampak menggunakan identitas bahasa Jawa. Representasi iklan politik spanduk pasangan Sudirman Said-Ida Fauziyah menonjolkan sapaan *mbak/mas* pada komunikasi. Persamaan penelitian ini dengan artikel yang ditulis oleh Gama terletak pada jenis objek kampanye. Perbedaan penelitian ini dengan artikel tersebut terletak pada spesifikasi objek penelitian dan

model teori analisis wacana yang digunakan. Objek penelitian yang digunakan oleh GAMA berupa Spanduk Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018. Model teori yang digunakan untuk menganalisis objek penelitian ialah model teori dari Norman Fairclough, sehingga pembahasan yang dipaparkan berbeda dengan penelitian ini.

Berdasarkan paparan di atas, ada perbedaan yang ditonjolkan dalam penelitian ini agar terhindar dari plagiasi. Perbedaan tersebut mengarah pada objek penelitian yang berupa iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Artinya, analisis wacana iklan penelitian CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang ini belum pernah diteliti.

2.2 Analisis Wacana Kritis

Pada dasarnya wacana dipandang sebagai kumpulan bahasa yang terikat oleh kaidah kebahasaan. Kaidah tersebut untuk mengatur penggunaan bahasa agar dapat dipahami, sehingga berfungsi sebagai alat komunikasi bagi masyarakat. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Schiffirin (2007:25) yang menyatakan wacana sebagai sebuah struktur dan sebagai fungsi dari sebuah bahasa. Dengan demikian, secara umum wacana memiliki dua wujud, yaitu wacana tulis dan wacana lisan. Menurut Fairclough dan Wodak (dalam Eriyanto, 2001:7), wacana tulis dan lisan dalam analisis wacana dipandang sebagai hasil dari praktik sosial. Pengaruh sosial sebagai dasar terbentuknya sebuah wacana dipandang detail dalam analisis wacana kritis. Pengaruh sosial ini merupakan bagian konteks wacana yang tidak hadir secara langsung dalam sebuah wacana.

Unsur konteks menjadi fokus utama dalam analisis wacana kritis (Eriyanto, 2001:8). Konteks dalam analisis wacana kritis dijadikan sebagai dasar dari terbentuknya sebuah wacana. Artinya, analisis wacana kritis secara tidak langsung diartikan sebagai proses telaah tentang unsur di luar wacana yang mempengaruhi terbentuknya sebuah wacana. Telah tersebut sebagai wujud kritis dalam menghubungkan teks dengan realitas sosial.

Menurut Darma (2009:49), analisis wacana kritis merupakan telaah teks sebagai realitas sosial untuk mengungkapkan makna atau maksud dari adanya teks tersebut. Telaah realitas sosial sebagai wujud adanya tindakan kritis dalam mencermati teks yang tidak hanya terdiri atas kumpulan bahasa saja, namun ada maksud lain yang ingin disampaikan melalui bahasa tersebut. Oleh karena itu, dalam analisis wacana kritis terdapat teori sebagai telaah yang menghubungkan teks dengan kondisi sosial atau kultur masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang merupakan salah satu wujud wacana tulis yang diproduksi dengan adanya pengaruh dari realitas sosial. Pengaruh tersebut tentunya dapat ditelaah melalui penerapan analisis wacana kritis.

2.3 Iklan Politik

Iklan sebagai sarana pemasaran mengenai produk atau jasa kepada khalayak ramai menjadi sorotan penting dalam dunia politik. Sejak era reformasi terdapat fenomena iklan sebagai pemasaran politik dalam mendukung pemilihan umum calon dewan rakyat yang bersumber dari adanya sistem politik demokrasi (Retnowati, 2013:202-203). Artinya, sistem politik demokrasi memberikan ruang tersendiri bagi politikus untuk memperkenalkan atau mempromosikan dirinya melalui iklan.

Iklan politik dipandang sebagai pemasaran politik yang dilakukan untuk menyebarkan maksud politik kepada pemilih (Nursal, 2004:67). Maksud dalam iklan politik pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan simpatik dari pemilih, sehingga secara otomatis pemilih akan memberikan suara kepada politikus tersebut. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Dudek (2007:2) bahwa iklan politik dibuat untuk mengumpulkan suara pemilih yang disebarkan melalui media yang dibuat oleh aktor politik. Dengan demikian, iklan politik bersifat persuasif untuk pemilih. Selain itu, iklan politik dijadikan ruang bagi politikus untuk menaikkan kualitas dan citra baik dirinya di lingkungan masyarakat.

Citra baik yang dibangun oleh politikus sebagai wujud konkret kebebasan berpolitik di media masa khususnya iklan. Oleh karena itu, iklan politik dijadikan sebagai potret dari ralitas kekuasaan politik persuasif di era modern (Scammell dan Langer, 2006:5). Simbol persuasif pada iklan politik mengarah pada rayuan dan janji politikus kepada pemilih.

Berdasarkan uraian di atas, iklan politik dipandang sebagai pemasaran di dunia politik oleh politikus untuk mendapatkan suara pemilih melalui persuasif. Persuasif yang dilakukan oleh politikus dapat ditinjau dari kategori jenis iklan politik. Menurut Robert (dalam Cengara, 2009:345), iklan politik terbagi menjadi empat kategori, yaitu iklan serangan, iklan argumen, iklan ID, dan iklan resolusi. Iklan serangan dibuat untuk mendiskreditkan lamawan politik. Iklan argumen dibuat untuk menyampaikan tanggapan, pendapat, gagasan, atau ideologi politikus terhadap realitas sosial. Iklan ID dibuat untuk menjelaskan tentang citra diri politikus kepada pemilih. Iklan resolusi dibuat untuk menyimpulkan pemikiran kandidat kepada para pemilih. Berikut salah satu contoh iklan yang menggambarkan iklan politik.

Contoh Data 2. Calon DPRD Provinsi Jawa Timur



Berdasarkan gambar di atas, dapat ditafsirkan bahwa gambar di atas termasuk dalam jenis iklan politik. Hal tersebut didasarkan atas isi dari iklan di atas menggambarkan tentang seorang politikus yang memasarkan dirinya di daerah pilihan melalui iklan.

Iklan politik di atas jika dilihat dari isinya dapat dikategorikan sebagai iklan politik ID. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya ungkapan “Tegas berintegritas” di dalam iklan di atas. Ungkapan tersebut secara otomatis ingin menggambarkan politikus tersebut sebagai seorang yang tegas dan berintegritas ketika nanti ia terpilih menjadi DPRD. Artinya, ungkapan yang ada dalam iklan di atas sebagai bukti dari adanya penyampaian citra diri politikus kepada pemilih yang termasuk tujuan dari pembuatan iklan ID.

2.4 Analisis Wacana Kritis oleh Van Dijk

Wacana dalam model Van Dijk diposisikan sebagai teks yang tidak hanya sebagai kumpulan bahasa, namun ada alasan dari adanya pembuatan teks tersebut. Dengan demikian, telaah tentang wacana tidak hanya memandang bahwa teks hanya bidang yang kosong. Selain itu, menurut Van Dijk (dalam Haryatmoko, 2016:79) studi wacana kritis merupakan pemahaman wacana sebagai representasi mental, proses terjadinya penggunaan bahasa, dan keterlibatan interaksi pengetahuan, ideologi atau kepercayaan sosial.

Menurut Van Dijk analisis wacana kritis terdiri atas tiga dimensi, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial (dalam Eriyanto, 2001:224). Dari tiga dimensi tersebut, dalam penelitian ini hanya menggunakan dua dimensi saja, yaitu teks dan kognisi sosial (ideologi). Berikut uraian dari dua dimensi tersebut menurut model analisis Van Dijk.

(1) Teks

Menurut Halliday dan Ruqaiya (1992:13), teks merupakan wujud bahasa yang diciptakan dari adanya pengaruh konteks seperti hasil dari pemilihan makna yang membentuk suatu sistem kebahasaan. Selain itu, teks hasil dari pemaknaan realitas sosial dalam konteks tertentu. Teks sebagai kumpulan bahasa yang bermakna juga disampaikan Cook (dalam Eriyanto, 2001:9) yang menyatakan bahwa teks adalah wujud bahasa yang tidak hanya terdiri atas kumpulan kata, namun mengandung makna di dalamnya.

Dimensi teks dalam model teori Van Dijk tersusun atas tiga tingkatan, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro (Eriyanto, 2001:226).

Struktur mikro diartikan sebagai makna menyeluruh pada teks yang dijadikan sebagai tema atau topik teks. Superstruktur berhubungan dengan rangkaian dalam penyusunan teks, seperti bagian awal sampai akhir. Struktur mikro diartikan sebagai makna wacana yang dapat diamati melalui bagian kecil dari suatu teks, seperti kata, kalimat, dan preposisi. Berikut kerangka dari dimensi teks menurut model analisis Van Dijk.

Tabel 1. Kerangka Analisis Dimensi Teks Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK (Apa yang dikatakan?)	Topik
Superstruktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan diangka?)	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK. (Makna yang ingin ditekankan dalam teks)	Latar, Detil, Maksud, Praanggapan, Nominalisasi.
Struktur Mikro	SINTAKSIS. (Bagaimana pendapat disampaikan?)	Bentuk kalimat, Koherensi, Kata ganti
Struktur Mikro	STILISTIK (pilihan kata apa yang dipakai?)	Leksikon
Struktur Mikro	RETORIS (Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan)	Grafis, Metafora, dan Ekspresi.

(Sumber: Eriyanto, 2001:228)

Berdasarkan tabel di atas, batasan tunsur teks yang diamati dalam penelitian ini adalah bagian struktur mikro yang berhubungan dengan strategi semantik. Hal tersebut didasarkan atas struktur mikro bagian semantik relevan dalam mendeskripsikan cara CALEG menjalin komunikasi dengan khalayak yang ada di daerah pilihan melalui makna yang disampaikan dalam iklan. Berikut uraian dari strategi semantik sebagai salah satu fokus dalam penelitian ini.

Strategi semantik merupakan cara yang dilakukan oleh pembuat iklan dalam mengungkapkan maksud kepada komunikan. Menurut Van Dijk (dalam Eriyanto, 2001:228), semantik diartikan sebagai makna yang ingin diungkapkan dalam sebuah teks. Dalam pengungkapan makna biasanya pembuat iklan menggunakan unsur latar, detil, dan maksud, dan praanggapan (Eriyanto, 2001:228). Latar berkaitan dengan pengungkapan latar belakang atau alasan yang mendasari dari pembuatan wacana. Detil berhubungan dengan cara mengemas rincian informasi dalam pembuatan sebuah wacana. Maksud berhubungan dengan

pengungkapan informasi secara langsung yang dapat menguntungkan pembuat wacana. Praanggapan merupakan pernyataan yang berfungsi sebagai pendukung dari adanya ungkapan dalam sebuah wacana. Berikut contoh sebuah wacana berbentuk teks yang cara mengungkapkan makna memanfaatkan unsur latar, detil, maksud, dan praanggapan.

Tabel 2 Contoh Teks

Nama Teks	Isi Teks	Cara Pengungkapan Makna
Teks 1	Toko-toko milik pengusaha Cina rusak dibakar dan dijarah massa. Ini bentuk protes dari orang-orang miskin. Selama bertahun-tahun pengusaha Cina menguasai dan memonopoli usaha dari hulu sampe hilir.	Memanfaatkan unsur latar
Teks 2	Dalam demonstrasi menentang RUU PKB kemarin, terjadi bentrok antara mahasiswa dengan aparat keamanan. Mahasiswa yang berdemonstrasi tampaknya sadar bakal terjadi bentrokan. Mereka memperengkapi dengan pentungan, rotan, ketapel, bahkan bom Molotov.	Memanfaatkan unsur detil
Teks 3	Begitu mendarat di timor-timur, interval langsung melakukan operasi militer, di antaranya dengan melakukan pengeledahan, penahanan, penodongan, dan membekuk milisi yang di curigai membuat kekacauan. Tindakan intervet ini sesuai dengan mandat yang diberikan oleh PBB untuk melakukan segala cara demi terciptanya perdamaian di timor-timur.	Memanfaatkan unsur maksud
Teks 4	Preside Gus Dur mengusulkan pencabutan Tap MPRS No.XXV/1966. Kalau usul ini diterima, PKI bisa bangkit kembali	Memanfaatkan unsur praanggapan

(Sumber: Eriyanto, 2001:237-256)

Menurut Eriyanto, (2001:237), teks 1 merupakan contoh teks yang cara mengungkapkan maknanya menggunakan unsur latar. Hal tersebut didasarkan atas penjelasan tentang latar belakang terjadinya kerusuhan yang tergambar pada kalimat “Cina menguasai dan memonopoli usaha dari hulu sampe hilir”. Penjelasan latar tersebut sebenarnya bermakna tentang pembelaan pembuat teks untuk kaum pribumi. Selain itu, penjelasan latar tersebut untuk membentuk kesadaran khalayak bahwa kasus penjaran sebagai bentuk kemarahan rakyat.

Menurut Eriyanto (2001:240), teks 2 merupakan contoh teks yang cara pengungkapan maknanya menggunakan unsur detil. Hal tersebut ditandai dengan adanya kerincian dalam menggambarkan bentrok antara mahasiswa dan aparat keamanan. Bentrokan tersebut digambarkan secara detil mulai dari penyebab bentrok sampai dengan terjadinya bentrokan. Makna yang dapat diambil dari teks 2 ialah ingin menjatuhkan mahasiswa melalui informasi yang rinci tentang bentrokan yang dipersiapkan mahasiswa.

Menurut Eriyanto (2001:241), teks 3 merupakan contoh teks yang cara pengungkapan maknanya menggunakan ungkapan secara eksplisit. Hal tersebut didasarkan atas uraian pada teks 3 menjelaskan secara eksplisit atau langsung tentang yang dilakukan interfeet atas wewenang yang dipunyai.

Teks 4 merupakan contoh teks yang cara pengungkapan maknanya menggunakan praanggapan (Eriyanto, 2001:256-257). Hal tersebut didasarkan atas adanya anggapan yang ditulis pembuat teks pada ungkapan “Kalau usul ini diterima, PKI bisa bangkit kembali”. Ungkapan tersebut menyiratkan adanya anggapan awal dari pembuat teks padahal ungkapan sebelumnya belum terjadi yang tergambar pada ungkapan “Preside Gus Dur mengusulkan pencabutan Tap MPRS No.XXV/1966.”. Artinya, praanggapan pada teks 4 terletak pada anggapan awal atau prediksi awal yang disampaikan pembuat teks terhadap suatu persoalan yang belum terjadi. Praanggapan muncul biasanya disertai oleh alasan logis.

(2) Kognisi Sosial (Ideologi)

Menurut Van Dijk(dalam Eriyanto, 2001:259-260), kognisi sosial berkaitan dengan pemikiran, pandangan, dan ideologi yang melatarbelakangi pembuatan suatu teks. Artinya, analisis wacana tidak hanya sampai pada struktur kebahasaan teks melainkan ideologi penulis sangat berpengaruh pada pembuatan suatu teks wacana. Dengan demikian, unsur ideolgi menjadi fokus yang dianalisis dalam penelitian ini sebagai suatu unsur yang menunjukkan kognisis sosial dari pembuat teks khususnya pembuat isi dalam iklan CALEG.

Ideologi merupakan pandangan hidup individu tentang suatu realitas sosial (Sitepu, 2012:157). Pandangan tersebut berpengaruh pada pemikiran individu dalam mencapai kehidupan yang ideal melalui rancangan dasar tertentu. Oleh

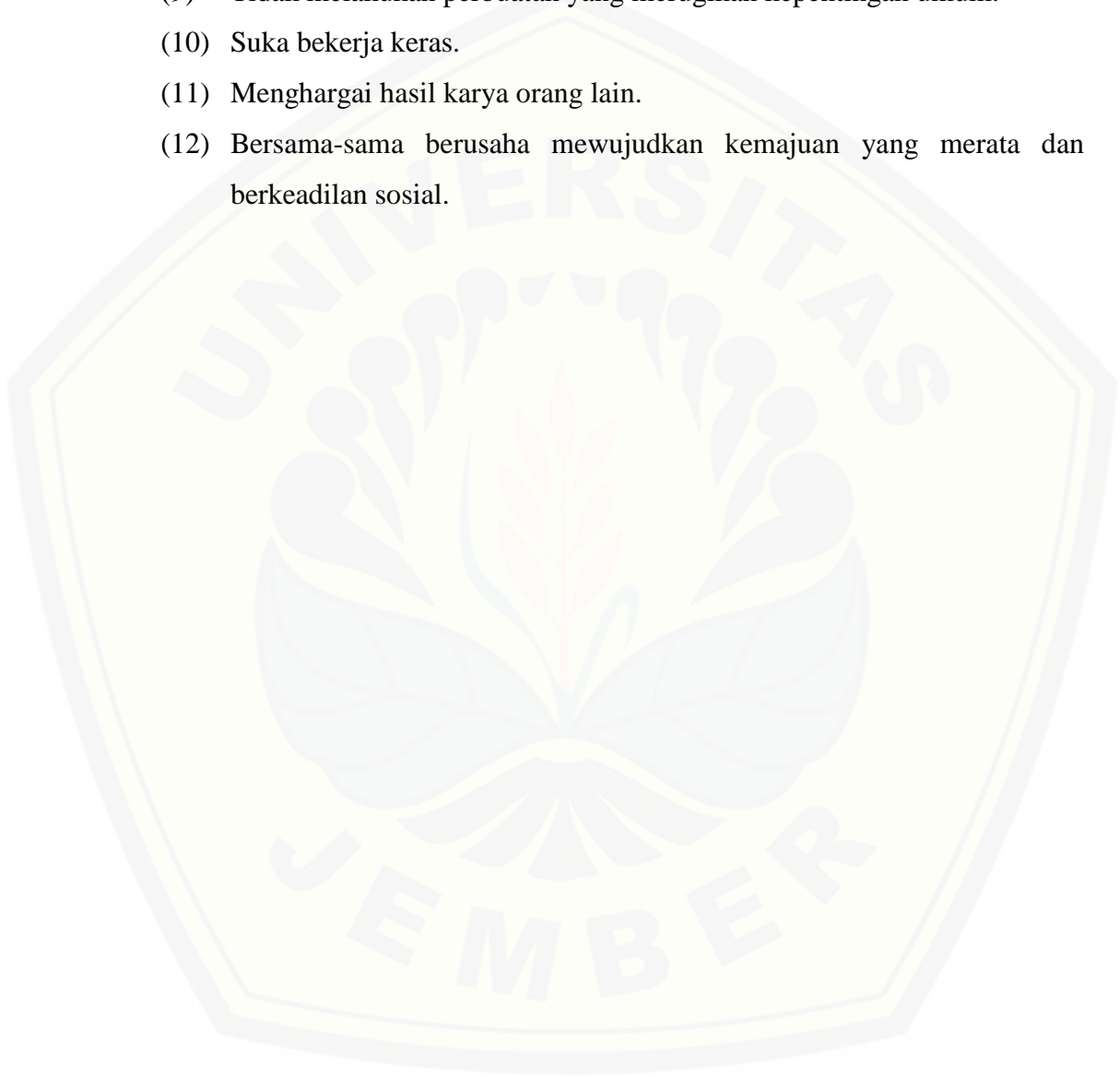
karena itu, ideologi sebagai motivasi individu dalam bertindak sesuai sistem nilai yang berkembang dalam negaranya, Artinya, sistem nilai dijadikan pengontrol individu dalam bertindak. Ideologi Pancasila sebagai sistem nilai yang relevan dikaitkan dengan ideologi atau kognisi sosial pembuat teks iklan dalam penelitian ini. Hal ini didasarkan atas posisi Pancasila sebagai dasar negara dalam mengatur tujuan hidup bangsa Indonesia yang dalam konteks ini berkaitan dengan CALEG sebagai individu pembuat teks iklan.

Pancasila sebagai ideologi bangsa Indonesia yang bersumber dari nilai adat, kebudayaan, dan religius yang ada dalam masyarakat Indonesia. Menurut Samsuri (2004:226) ada tiga puluh enam butir nilai yang terkandung dalam nilai-nilai Pancasila. Berikut uraian dari butir nilai tersebut.

1. Sila Ketuhanan yang Maha Esa
 - (1) Percaya dan Takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing menurut dasar kemanusiaan yang adil dan beradab.
 - (2) Hormat menghormati dan bekerjasama antar pemeluk agama dan penganut-penganut kepercayaan yang berbeda-beda sehingga terbina kerukunan hidup.
 - (3) Saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya.
 - (4) Tidak memaksakan suatu agama dan kepercayaan kepada orang lain.
2. Sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab
 - (1) Mengakui persamaan derajat persamaan hak dan persamaan kewajiban antara sesama manusia.
 - (2) Saling mencintai sesama manusia.
 - (3) Mengembangkan sikap tenggang rasa.
 - (4) Tidak semena-mena terhadap orang lain.
 - (5) Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.
 - (6) Gemar melakukan kegiatan kemanusiaan.
 - (7) Berani membela kebenaran dan keadilan.

- (8) Bangsa Indonesia merasa dirinya sebagai bagian dari seluruh umat manusia, karena itu dikembangkan sikap hormat-menghormati dan bekerjasama dengan bangsa lain.
3. Sila Persatuan Indonesia
 - (1) Menempatkan kesatuan, persatuan, kepentingan, dan keselamatan bangsa dan negara di atas kepentingan pribadi atau golongan.
 - (2) Rela berkorban untuk kepentingan bangsa dan negara.
 - (3) Cinta Tanah Air dan Bangsa.
 - (4) Bangga sebagai Bangsa Indonesia dan bertanah air Indonesia.
 - (5) Memajukan pergaulan demi persatuan dan kesatuan bangsa yang ber-Bhinneka Tunggal Ika.
 4. Sila Kerakyatan yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan / Perwakilan
 - (1) Mengutamakan kepentingan negara dan masyarakat.
 - (2) Tidak memaksakan kehendak kepada orang lain.
 - (3) Mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan untuk kepentingan bersama.
 - (4) Musyawarah untuk mencapai mufakat diliputi semangat kekeluargaan.
 - (5) Dengan itikad baik dan rasa tanggung jawab menerima dan melaksanakan hasil musyawarah.
 - (6) Musyawarah dilakukan dengan akal sehat dan sesuai dengan hati nurani yang luhur.
 - (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.
 5. Sila Keadilan Sosial Bagi Seluruh Indonesia
 - (1) Mengembangkan perbuatan-perbuatan yang luhur yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan gotong-royong.
 - (2) Bersikap adil.
 - (3) Menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban.
 - (4) Menghormati hak-hak orang lain.

- (5) Suka memberi pertolongan kepada orang lain.
- (6) Menjauhi sikap pemerasan terhadap orang lain.
- (7) Tidak bersifat boros.
- (8) Tidak bergaya hidup mewah.
- (9) Tidak melakukan perbuatan yang merugikan kepentingan umum.
- (10) Suka bekerja keras.
- (11) Menghargai hasil karya orang lain.
- (12) Bersama-sama berusaha mewujudkan kemajuan yang merata dan berkeadilan sosial.



BAB 3. METODE PENELITIAN

Terdapat enam pembahasan dalam bab ini, yaitu (1) jenis dan rancangan penelitian, (2) data dan sumber data, (3) teknik pengumpulan data, (4) teknik analisis data, (5) instrumen penelitian, dan (6) prosedur penelitian. Berikut uraian dari enam pembahasan tersebut.

3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif. Hal tersebut didasarkan atas tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan data alamiah atau objektif berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang terfokus pada pengamatan data dalam latar alamiah (Moleong, 2001:4). Dengan demikian, jenis penelitian kualitatif ini digunakan untuk telaah strategi semantik dan ideologi Pancasila iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang.

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian berupa analisis wacana kritis model Van Dijk. Penggunaan analisis wacana kritis model Van Dijk tersebut berfungsi untuk telaah makna dan keterkaitan teks dengan unsur sosial (ideologi) dalam iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang.

3.2 Data dan Sumber Data

Data penelitian ini berupa kutipan (kata, kalimat, paragraf) dalam iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang yang dapat ditelaah dari makna dan ideologi Pancasila. Selain itu, data pendukung penelitian ini berupa Wikipedia. Sumber data penelitian ini adalah iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Selain itu, iklan CALEG yang dianalisis bersumber pada Politika Research Center yang memuat dua puluh lima identitas anggota CALEG. Jumlah iklan yang ditelaah dalam penelitian ini hanya tiga belas iklan CALEG. Hal

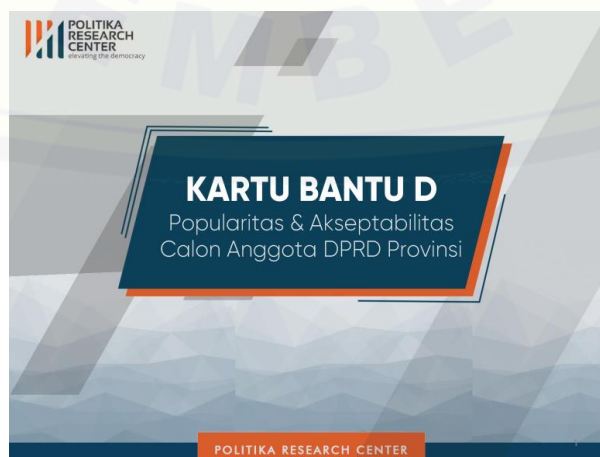
tersebut didasarkan atas isi iklan yang dapat ditelaah atau dikaji hanya berjumlah empat belas, sedangkan tujuh CALEG tidak membuat iklan, dan lima CALEG membuat iklan hanya berupa gambar tanpa ada ungkapan yang dapat ditelaah dari segi semantik maupun ideologi Pancasila.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa teknik dokumentasi. Menurut Arikunto (2002:206), teknik dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dari dokumen yang bersumber pada catatan, transkrip, buku, surat kabar dan sebagainya. Artinya, teknik dokumentasi tersebut tampak pada data penelitian ini yang bersumber dari laman *Politika Research Center* berupa dokumen iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini diterapkan melalui lima tahap, yaitu melacak iklan pada laman, mengunduh iklan, menganalisis iklan, membaca ungkapan pada iklan CALEG, dan penampungan data. Berikut lima uraian dari tahap pengumpulan data dalam penelitian ini.

Pertama, melacak iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang dalam jaringan. Tahap tersebut bertujuan untuk mencari iklan CALEG dari situs web yang terpercaya salah satunya *Politika Research Center*. Situs tersebut merupakan situs web resmi dari salah satu lembaga yang berkonsentrasi pada bidang riset dan konsultan politik. Berikut ilustrasi laman *Politika Research Center*.

Gambar 1 Laman Politika Research Center



Kedua, mengunduh iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Tahap tersebut bertujuan untuk memperoleh salinan iklan CALEG yang akan dijadikan objek penelitian ini.

Ketiga, menganalisis iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Tahap tersebut bertujuan untuk menelaah setiap iklan CALEG yang telah diunduh. Telaah terhadap iklan CALEG berfungsi untuk memilih iklan yang memuat ungkapan CALEG, sehingga dapat dijadikan data dalam penelitian ini.

Keempat, membaca secara teliti iklan CALEG DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Tahap tersebut bertujuan untuk memperoleh ungkapan-ungkapan dari CALEG yang dipaparkan dalam iklan. Selain itu, pada tahap tersebut dilakukan kegiatan mencatat ungkapan CALEG yang ada dalam iklan.

Kelima, penampungan data yang diperoleh dari kegiatan pencatatan seluruh ungkapan yang ada dalam iklan. Penampungan data pada tahap ini dilakukan berdasarkan instrumen penampung data. Berikut tabel instrumen penampung data yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. Instrumen Penampung Data

Indikator Ungkapan CALEG dalam Iklan	Partai	Iklan CALEG	Wujud Ungkapan CALEG
1. Ungkapan yang berisi tentang informasi diri CALEG dalam iklan 2. Ungkapan yang berisi ajakan, Visi, dan Misi CALEG dalam iklan 3. Ungkapan yang berisi pendapat atau komentar CALEG dalam iklan			(1)
			(2)
			(1)
			(2)
			(1)
			(2)

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan telaah data yang bersumber dari hasil kegiatan pengumpulan data secara mendalam. Terdapat empat tahap analisis data dalam penelitian ini, yaitu klasifikasi data, pengkodean data, penyajian data, dan simpulan. Berikut empat penjelasan empat tahap analisis data penelitian ini.

Pertama, tahap kalsifikasi data yang dilakukan dengan menggolongkan data sesuai dua rumusan masalah dalam penelitian ini. Penggolongan tersebut didasarkan atas instrumen klasifikasi data yang dirancang dalam penelitian ini. Berikut tabel dari instrumen klasifikasi data.

Tabel 3. Instrumen Klasifikasi Data untuk Strategi Semantik

Strategi Semantik	Partai	Iklan CALEG	Wujud Ungkapan
Indikator: (1) Ungkapan yang memanfaatkan unsur latar (alasan) (2) Ungkapan yang memanfaatkan unsur detil (kerincian informasi) (3) Ungkapan yang memanfaatkan unsur maksud (implisit dan eksplisit) (4) Ungakapn yang memanfaatkan unsur praanggapan (anggapan CALEG sebelum suatu persolan terjadi)	NasDem		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	PPP		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	GOLKAR		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	GERINDRA		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	PKB		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	PDIP		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	PKS		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...
	PAN		1) ... 2) ...
			1) ... 2) ...

Tabel 3. Instrumen Klasifikasi Data untuk Ideologi Pancasila

Ideologi Pancasila	Partai	Iklan	Wujud Ungkapan
Sila Ketuhanan yang Maha Esa: (1) Percaya dan Takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing menurut	NasDem		1) 2)
			1) 2)

<p>dasar kemanusiaan yang adil dan beradab.</p> <p>(2) Hormat menghormati dan bekerjasama antar pemeluk agama dan penganut-penganut kepercayaan yang berbeda-beda sehingga terbina kerukunan hidup.</p> <p>(3) Saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya.</p> <p>(4) Tidak memaksakan suatu agama dan kepercayaan kepada orang lain</p>	PPP	1)
		2)
	GOLKAR	1)
		2)
	GERINDRA	1)
		2)
	PKB	1)
		2)
	PDIP	1)
		2)
	PKS	1)
		2)
	PAN	1)
		2)
<p>Sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab:</p> <p>(1) Mengakui persamaan derajat persamaan hak dan persamaan kewajiban antara sesama manusia.</p> <p>(2) Saling mencintai sesama manusia.</p> <p>(3) Mengembangkan sikap tenggang rasa.</p> <p>(4) Tidak semena-mena terhadap orang lain.</p> <p>(5) Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan.</p> <p>(6) Gemar melakukan kegiatan kemanusiaan.</p> <p>(7) Berani membela kebenaran dan keadilan.</p> <p>Bangsa Indonesia merasa dirinya sebagai bagian dari seluruh umat manusia, karena itu dikembangkan sikap hormat-menghormati dan bekerjasama dengan bangsa lain.</p>	NasDem	1)
		2)
	PPP	1)
		2)
	GOLKAR	1)
		2)
	GERINDRA	1)
		2)
	PKB	1)
		2)
	PDIP	1)
		2)

		2)
	PKS	1)
		2)
	PAN	1)
		2)
	NasDem	1)
		2)
Sila Persatuan Indonesia: (1) Menempatkan kesatuan, persatuan, kepentingan, dan keselamatan bangsa dan negara di atas kepentingan pribadi atau golongan. (2) Rela berkorban untuk kepentingan bangsa dan negara. (3) Cinta Tanah Air dan Bangsa. (4) Bangga sebagai Bangsa Indonesia dan bertanah air Indonesia. (5) Memajukan pergaulan demi persatuan dan kesatuan bangsa yang ber-Bhinneka Tunggal Ika.	PPP	1)
		2)
	GOLKAR	1)
		2)
	GERINDRA	1)
		2)
	PKB	1)
		2)
	PDIP	1)
		2)
	PKS	1)
		2)
	PAN	1)
		2)
Sila Kerakyatan yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan / Perwakilan: (1) Sila Mengutamakan kepentingan negara dan masyarakat. (2) Tidak memaksakan kehendak kepada orang lain.	NasDem	1)
		2)
	PPP	1)
		2)

<p>(3) Mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan untuk kepentingan bersama.</p> <p>(4) Musyawarah untuk mencapai mufakat diliputi semangat kekeluargaan.</p> <p>(5) Dengan itikad baik dan rasa tanggung jawab menerima dan melaksanakan hasil musyawarah.</p> <p>(6) Musyawarah dilakukan dengan akal sehat dan sesuai dengan hati nurani yang luhur.</p> <p>(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.</p>	GOLKAR	1)	
		2)	
	GERINDRA	1)	
		2)	
	PKB	1)	
		2)	
	PDIP	1)	
		2)	
	PKS	1)	
		2)	
	PAN	1)	
		2)	
	<p>Sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia:</p> <p>(1) Mengembangkan perbuatan-perbuatan yang luhur yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan gotong-royong.</p> <p>(2) Bersikap adil.</p> <p>(3) Menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban.</p> <p>(4) Menghormati hak-hak orang lain.</p> <p>(5) Suka memberi pertolongan kepada orang lain.</p> <p>(6) Menjauhi sikap pemerasan terhadap orang lain.</p> <p>(7) Tidak bersifat boros.</p> <p>(8) Tidak bergaya hidup mewah.</p> <p>(9) Tidak melakukan perbuatan yang merugikan kepentingan umum.</p> <p>(10) Suka bekerja keras.</p> <p>(11) Menghargai hasil karya orang lain.</p> <p>(12) Bersama-sama berusaha mewujudkan kemajuan yang merata dan berkeadilan sosial.</p>	NasDem	1)
			2)
PPP		1)	
		2)	
GOLKAR		1)	
		2)	
GERINDRA		1)	
		2)	
PKB		1)	
		2)	
PDIP		1)	
		2)	
PKS	1)		

		2)
		1)
	PAN	2)
		1)
	2)	
		1)

Kedua, tahap pengkodean data yang dilakukan dengan pemberian kode pada data. Berikut instrumen kodifikasi data yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Kodifikasi Data untuk Strategi Semantik dan Ideologi Pancasila

No.	Fokus Penelitian	Indikator Fokus	Wujud data	Kode Data
1.	Strategi Semantik	(1) Memanfaatkan unsur latar		SSL
		(2) Memanfaatkan unsur detail		SSD
		(3) Memanfaatkan unsur maksud		SSM
		(4) Memanfaatkan unsur praanggapan		SSP
2.	Ideologi Pancasila	(1) Sila Ketuhanan Yang Maha Esa		IPT
		(2) Sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab		IPA
		(3) Sila Persatuan Indonesia		IPP
		(4) Sila Kerakyataan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan		IPK
		(5) Sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia		IPS

Ketiga, tahap penyajian data hasil penelitian. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk narasi yang terdiri atas tiga bagian. Bagian pertama berisi tentang kutipan data yang bersumber dari iklan CALEG. Bagian kedua berisi deskripsi sebagai gambaran terhadap ungkapan yang ada dalam iklan CALEG. Bagian ketiga berisi tentang analisis terhadap kutipan iklan CALEG.

Keempat, tahap simpulan terhadap analisis data penelitian. Penarikan simpulan ada di akhir uraian dari setiap subbab analisis. Penarikan simpulan bertujuan untuk menelaah kecenderungan terhadap hasil penelitian.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebagai alat untuk membantu proses penelitian yang berupa proses pengumpulan data dan analisis data. Dengan demikian, peneliti sebagai instrumen kunci dalam penelitian ini. Peran peneliti dalam hal ini berupa pengumpulan dan analisis data secara objektif berdasarkan teori yang digunakan

dalam penelitian. Instrumen pendukung dalam penelitian ini berupa, instrumen pengumpul data, instrumen penampung data, instrumen klasifikasi data, instrumen kodifikasi data, gambar iklan CALEG, laptop, pena, dan pensil.

3.6 Prosedur Penelitian

Terdapat tiga tahap yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu prapenelitian, penelitian, dan pasca penelitian. Berikut tiga uraian dari prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini.

Pertama, prapenelitian berhubungan dengan kegiatan sebelum tahap analisis data penelitian (1) penetapan objek penelitian, (2) telaah studi pustaka, (2) penetapan teori yang digunakan dalam penelitian, (3) penyusunan judul dan rumusan masalah, (4) penyusunan proposal tesis.

Kedua, penelitian yang berhubungan dengan kegiatan inti dari penelitian yaitu analisis objek penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Terdapat empat tahap yang dilakukan dalam hal ini, yaitu (1) membaca iklan CALEG, (2) mencatat ungkapan yang ada pada iklan CALEG (3) menyalin hasil catatan dalam instrumen penampung data, (4) mengklasifikasikan data dalam instrumen klasifikasi data, (5) pengkodean data dalam instrumen kodifikasi data.

Ketiga, pasca penelitian berhubungan dengan kegiatan setelah selesai menganalisis objek penelitian. Ada dua tahap yang dilakukan dalam pasca penelitian, yaitu (1) penyusunan laporan skripsi, dan (2) pembuatan jurnal hasil penelitian.

BAB 5. PENUTUP

Pada bab ini dipaparkan dua pembahasan, yaitu (1) simpulan dan (2) saran. Berikut dua pembahasan yang dipaparkan dalam bab ini.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ada dua aspek penting yang digunakan untuk meninjau karakteristik iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di wilayah Jember dan Lumajang. Dua aspek tersebut ialah strategi semantik dan ideologi pancasila.

Diketahui bahwa kajian strategi semantik iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang meliputi tiga unsur, yaitu unsur latar, detil, dan maksud (eksplisit dan implisit). Penggunaan unsur latar dalam iklan CALEG dimaknai sebagai strategi CALEG dalam memperoleh suara melalui pandangannya tentang masa lalu yang melatarbelakangi CALEG untuk membuat komitmen dan janji kepada rakyat. Penggunaan unsur detil dalam iklan CALEG dimaknai sebagai strategi CALEG dalam memperoleh suara melalui informasi yang rinci tentang pengalaman kerja, visi, dan karakteristik dari CALEG. Penggunaan unsur maksud dalam iklan CALEG dimaksudkan untuk memperoleh suara melalui permintaan, peringatan, dan perintah baik secara implisit maupun eksplisit.

Sementara itu, ideologi pancasila iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang meliputi empat sila, yaitu sila Ketuhanan Yang Maha Esa, sila persatuan Indonesia, sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan/perwakilan, dan sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sila Ketuhanan Yang Maha Esa tercermin dalam ungkapan CALEG yang memunculkan identitas agama sebagai pedoman dalam mempengaruhi kinerja seorang pemimpin khususnya di negara yang mayoritas muslim. Sila persatuan Indonesia tercermin dalam ungkapan CALEG yang

menginginkan persatuan dalam menjalin kehidupan bersama di Indonesia yang masyarakatnya multikultur. Sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan/ perwakilan. tercermin dalam ungkapan CALEG ketika berkomitmen untuk mengabdikan kepada rakyat secara ikhlas. Sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia tercermin dalam ungkapan CALEG ketika berkomitmen untuk menjadi pemimpin yang adil, tegas, dan jujur kepada rakyatnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada dua saran sebagai bahan pertimbangan pengajar atau mahasiswa dan peneliti bahasa (peneliti sebidang ilmu) yang diuraikan sebagai berikut. *Pertama*, disarankan kepada pengajar atau mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia agar menggunakan hasil penelitian ini untuk bahan diskusi atau penunjang mata kuliah Analisis Wacana, sehingga mempermudah untuk memahami makna yang sebenarnya ingin ditonjolkan dalam sebuah teks. *Kedua*, disarankan kepada peneliti bahasa (peneliti sebidang ilmu) dapat meneliti tentang iklan politik dalam strategi retorik yang tidak ditelaah dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan proposal*. Jakarta: PT.RinekaCipta.
- Asror, A.G. 2015. Bahasa Pencitraan dalam Iklan Kampanye Pilkada Kabupaten Bojonegoro, *Magistra*, 27 (92) 24-34. Dari <https://journal.unwidha.ac.id/index.php/MAGISTRA/article>.
- Assidqi. 2018. Wacana Iklan Jual Beli Rumah Pada Spanduk Jalanan. Skripsi. Jember: Universitas Jember.
- Badan Pusat Statistik. 2015. Presentase Penduduk Miskin Maret 2015 Mencapai 11,22 Persen. (Online), (<http://www.bps.go.id>) diakses 29 Oktober 2019.
- Cengara, H. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Darma, Y. A. 2009. *Analisiswacanakritis*. Bandung:YramaWidya.
- Dudek, P. 2007. *Negative Political Advertising: Parliamentary Election 2007 Campaign TV Sports*.
- Eriyanto. 2001. *Analisiswacana: pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKISPelangiAksara.
- Fitriana, N. 2015. Analisis Wacana Kritis pada Slogan CALEG Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang. Skripsi. Jember: Fakultas Sastra Universitas Jember.
- Gama, B. 2019. Pertarungan Wacana Representasi pada Spanduk Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018, *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1) 129-139. Dari <http://doi.org/10.14421/pjk.v12il.1540>.
- Halliday&Ruqaiya, H. 1992. *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Yogyakarta: Gadjra Mada University Press.
- Haryatmoko. 2016. *Critical Discourse Analysis: Analisis Wacana Kritis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Meleong, L.J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Edisi Revisi. Bandung: RemajaRosdakarya.

- Nursal, A. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Retnowati, Y. 2013. Efektivitas Iklan dalam Meraih Partisipasi Politik, *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12 (3) 202-203. Dari <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article>.
- Samsuri. 2004. Civic Virtues dalam Pendidikan Moral dan Kewarganegaraan di Indonesia Era Orde Baru, *Jurnal Civic: Media Kajian Kewarganegaraan*, 1(2) 224-239. Dari <http://journal.uny.ac.id/index.php/civic/article>.
- Scammell, M. & Langer, A. 2006. Political Advertising: Why is it so Boring, *Sage Journals*, 28(5) 5. Dari <https://journals.sagepub.com>.
- Searle, J. 1979. *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sitepu, P. A. 2012. *Teori-teoripolitik*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Sudjana. 2018. Hakikat Adil dan Makmur sebagai Landasan Hidup dalam Mewujudkan Ketahanan untuk Mencapai Masyarakat Sejahtera melalui Pembangunan Nasional Berdasarkan Pancasila, *Jurnal Ketahanan Nasional*, 24(2) 135-151. DOI: <http://dx.doi.org/10.22146/jkn.33573>.
- Sultan. 2009. Bahasa Pencitraan dalam Wacana Iklan Kampanye Calon Anggota Legislatif 2009, *Jurnal Wacana Kritis*, 14 (1) 143-154. Dari <http://epints.unm.ac.id/13025>.
- Suparlan. 2014. Menuju Masyarakat Indonesia yang Multikultural, *Jurnal Antropologi Indonesia*, 98-105. Dari <http://journal.ui.ac.id>.
- Wikipedia. 2019. Nahdlatul ‘Ulama, (Online), (<http://wikipedia.org>) diakses 28 Oktober 2019.

LAMPIRAN 1 MATRIK PENELITIAN

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Metode Penelitian				
		Jenis dan Rancangan Penelitian	Data dan Sumber Data	Pengumpulan Data	Analisis Data	Prosedur Penelitian
<p>Iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur Tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang: Analisis Wacana Kritis</p>	<p>(1) Bagaimanakah strategi semantik iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang?</p> <p>(2) Bagaimanakah kognisi sosial iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang?</p>	<p>(1) Penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian kualitatif.</p> <p>(2) Rancangan penelitian ini berupa analisis wacana akritis model Van Dijk</p>	<p>(1) Data penelitian ini berpakutipan (kata, kalimat, paragraf) dalam iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang yang dapat ditelaah dari makna dan kognisi sosial.</p> <p>(2) Sumber data penelitian ini adalah iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur</p>	<p>Langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:</p> <p>(1) Membaca iklan Calon Legislatif DPRD Provinsi Jawa Timur tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang yang ada pada Politika Research Center.</p> <p>(2) Penampungan data yang diperoleh dari kegiatan pencatatan seluruh ungkapan yang</p>	<p>Langkah-langkah analisis data terdiri atas:</p> <p>(1) tahap kalsifikasi data</p> <p>(2) tahap pengkodean data</p> <p>(3) tahap penyajian data dari hasil penelitian</p> <p>(4) tahap simpulan dari data yang telah dianalisis</p>	<p>Prosedur penelitian yang dilakukan dalam kegiatan ini melalui tiga tahap:</p> <p>(1) prapenelitian</p> <p>(2) penelitian</p> <p>(3) pasca-penelitian</p>

			<p>tahun 2019 di Wilayah Jember dan Lumajang. Selain itu, iklan CALEG yang dianalisis bersumber pada Politika Research Center yang memuat dua puluh lima identitas anggota CALEG.</p>	<p>ada dalam iklan.</p>		
--	--	--	---	-------------------------	--	--

LAMPIRAN 2 INSTRUMEN PENAMPUNG DATA

Indikator Ungkapan CALEG dalam Iklan	Partai	Iklan CALEG	Wujud Ungkapan CALEG
1. Ungkapan yang berisi tentang informasi diri CALEG dalam iklan 2. Ungkapan yang berisi ajakan, Visi, dan Misi CALEG dalam iklan 3. Ungkapan yang berisi pendapat atau komentarya CALEG dalam iklan	NasDem	CALEG Nomor urut 1 Deny Prasetya	(1) “Seduluranselawasepasedulurankanthirumaket” (2) “(1) wakil ketua PC GP Ansor Kencong (2015-2019), (2) anggota DPRD Kabupaten FPKB (2014-2019), (3) pembina IPNU-IPPNU (2016-2018), (4) ketua yayasan Ponpes Nurul Ishlah Umbulsari Jember, dan (5) wakil ketua APTRI (Asosiasi Petani Tebu rakyat Indonesia)”
		CALEG Nomor urut 3 Siti Aminah	(1) “Bersatu, berjuang, menang”
		CALEG Nomor urut 5 Luluk Mashluchah	(1) “Cara memilih yang benar: ambil surat suara warna biru (DPRD Provinsi Jawa Timur), cari partai NasDem no 5, coblos CALEG no.5” (2) “Bismillah saya pilih no.5”
	PPP	CALEG Nomor urut 3 H.Suhermin	(1) “Siap mengabdikan diri lagi pemilu 17 April 2019” (2) “Terus berbuat yang manfaat untuk rakyat”
			GOLKAR
	CALEG Nomor urut 2 H. Karimullah Dahrujiadi	(1) “Kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhlas” (2) “Sambung saktuluran”	

		CALEG Nomor urut 5 H. RachmadFachkurniawan	(1) “Bismillah coblos Haji Rachmad”
GERINDRA		CALEG Nomor urut 2 H. Satib	(1) “Jangan lupa coblos nomor 2” (2) “Adil dan makmur bersama”
		CALEG Nomor urut 3 ZainurRohmah	(1) “Mohon do’a restu dan dukunganya” (2) “Ojo lali pilih no.3”.
PKB		CALEG Nomor urut 11 Mohammad Rosul	(1) “Mohon do’a dan dukungannya” (2) “Ingat coblos no.11” (3) “Manut NU ngireng KYAE”
		CALEG Nomor urut 1 Hari Putri Lestari Nomor urut 1	(1) “Saya peduli”
PKS		CALEG Nomor urut 2 H. Nanang M. Nasir	(1) “Harapan baru kita”
PAN		CALEG Nomor urut 2 LilikNi’amah	(1) “Tegas Berintegritas”

LAMPIRAN 3 INSTRUMEN KLASIFIKASI DATA UNTUK STRATEGI SEMANTIK

Strategi Semantik	Partai	Iklan CALEG	Wujud Ungkapan CALEG
Indikator: 1. Ungkapan yang memanfaatkan unsur latar (alasan) 2. Ungkapan yang memanfaatkan unsur detail (kerincian informasi) 3. Ungkapan yang memanfaatkan unsur maksud (implisit dan eksplisit) 4. Ungkapan yang memanfaatkan unsur praanggapan (anggapan CALEG sebelum suatu persolan terjadi)	NasDem	CALEG Nomor urut 1 Deny Prasetya	(1) “Seduluranselawasepasedulurankanthirumaket” (2) “(1) wakil ketua PC GP Ansor Kencong (2015-2019), (2) anggota DPRD Kabupaten FPKB (2014-2019), (3) pembina IPNU-IPPNU (2016-2018), (4) ketua yayasan Ponpes Nurul Ishlah Umbulsari Jember, dan (5) wakil ketua APTRI (Asosiasi Petani Tebu rakyat Indonesia)”
		CALEG Nomor urut 3 Siti Aminah	(1) “Bersatu, berjuang, menang”
		CALEG Nomor urut 5 Luluk Mashluchah	(1) “Cara memilih yang benar: ambil surat suara warna biru (DPRD Provinsi Jawa Timur), cari partai NasDem no 5, coblos CALEG no.5” (2) “Bismillah saya pilih no.5”
	PPP	CALEG Nomor urut 3 H.Suhermin	(1) “Siap mengabdikan lagi pemilu 17 April 2019” (2) “Terus berbuat yang manfaat untuk rakyat”
			GOLKAR
	CALEG Nomor urut 2 H. Karimullah Dahrujiadi	(1) “Kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhlas”	
	CALEG		

		Nomor urut 5 H. RachmadFachkurniawan	(1) “Bismillah coblos Haji Rachmad”
GERINDRA		CALEG Nomor urut 2 H. Satib	(1) “Jangan lupa coblos nomor 2” (2) “Adil dan makmur bersama”
		CALEG Nomor urut 3 ZainurRohmah	(1) “Mohon do’a restu dan dukunganya” (2) “Ojo lali pilih no.3”.
PKB		CALEG Nomor urut 11 Mohammad Rosul	(1) “Mohon do’a dan dukungannya” (2) “Ingat coblos no.11”
		CALEG Nomor urut 1 Hari Putri Lestari Nomor urut 1	(1) “Saya peduli”
PKS		CALEG Nomor urut 2 H. Nanang M. Nasir	(1) “Harapan baru kita”
PAN		CALEG Nomor urut 2 LilikNi’amah	(1) “Tegas Berintegritas”

LAMPIRAN 4 INSTRUMEN KLASIFIKASI DATA UNTUK IDEOLOGI PANCASILA

Ideologi Pancasila	Partai	Iklan CALEG	Wujud Ungkapan CALEG
<p>Sila Ketuhanan yang Maha Esa:</p> <p>(1) Percaya dan Takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing menurut dasar kemanusiaan yang adil dan beradab.</p> <p>(2) Hormat menghormati dan bekerjasama antar pemeluk agama dan penganut-penganut kepercayaan yang berbeda-beda sehingga terbina kerukunan hidup.</p> <p>(3) Saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya.</p> <p>(4) Tidak memaksakan suatu agama dan kepercayaan kepada orang lain</p>	NasDem	CALEG Nomor urut 1 Deny Prasetya	(1) “Seduluranselawasepasedulurankanthirumaket”
		CALEG Nomor urut 3 Siti Aminah	(1) “Bersatu”
		CALEG Nomor urut 5 Luluk Mashluchah	(1) “Cara memilih yang benar: ambil surat suara warna biru (DPRD Provinsi Jawa Timur), cari partai NasDem no 5, coblos CALEG no.5” (2) “Bismillah saya pilih no.5”
	PPP	CALEG Nomor urut 3 H.Suhermin	(1) “Siap mengabdikan diri lagi pemilu 17 April 2019”
			(2) “Terus berbuat yang manfaat untuk rakyat”
	GOLKAR	CALEG Nomor urut 1 H. Ali Saiboo	(1) “Jadikan bermanfaat hidupmu ke depan”
			(1) “Kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhlas”
			(2) “Sambung saktuluran” (3) “Sambung sataretan”
	GERINDRA	CALEG Nomor urut 2 H. Satib	(1) “Adil dan makmur bersama”

		CALEG Nomor urut 3 ZainurRohmah	(1) “Mohon do’a restu dan dukunganya”
	PKB	CALEG Nomor urut 11 Mohammad Rosul	(1) “Manut NU ngireng KYAE”
	PDIP	CALEG Nomor urut 1 Hari Putri Lestari Nomor urut 1	(1) “Saya peduli”
	PKS	CALEG Nomor urut 2 H. Nanang M. Nasir	(1) “Harapan baru kita”
	PAN	CALEG Nomor urut 2 LilikNi’amah	(1) “Tegas Berintegritas”

LAMPIRAN 5 KODIFIKASI DATA UNTUK STRATEGI SEMANTIK DAN IDEOLOGI PANCASILA

No.	Fokus Penelitian	Indikator Fokus	Wujud data	Kode Data
1.	Strategi Semantik	(1) Memanfaatkan unsur latar	(1) “Seduluranselawasepasedulurankanthirumaket”	SSL1
			(2) “Tengok masa lalu jadikan hidupmu lebih berkualitas dari kemarin”	SSL2
			(3) “Harapan baru kita”	SSL3
			(4) “Terus berbuat yang manfaat untuk rakyat”	SSL4
		(2) Memanfaatkan unsur detail	(1) “(1) wakil ketua PC GP Ansor Kencong (2015-2019), (2) anggota DPRD Kabupaten FPKB (2014-2019), (3) pembina IPNU-IPPNU (2016-2018), (4) ketua yayasan Ponpes Nurul IshlahUmbulsari Jember, dan (5) wakil ketua APTRI (Asosiasi Petani Tebu rakyat Indonesia)”	SSD1
			(2) “Cara memilih yang benar: ambil surat suara warna biru (DPRD Provinsi Jawa Timur), cari partai NasDem no 5, coblos CALEG no.5”	SSD2
			(3) “Kerja keras, kerja cerdas, kerja ikhlas”	SSD3
			(4) “Saya peduli”	SSD4
			(5) “Tegas Berintegritas”	SSD5
		(3) Memanfaatkan unsur maksud	(1) “Bersatu, berjuang, menang”	SSM1
			(2) “Cara memilih yang benar: ambil surat suara warna biru (DPRD Provinsi Jawa Timur), cari partai NasDem no 5, coblos CALEG no.5” “Bismillah saya pilih no.5”	SSM2
			(3) “Siap mengabdikan diri lagi pemilu 17 April 2019”	SSM3
			(4) “Jadikan bermanfaat hidupmu ke depan”	SSM4
			(5) “Bismillah coblos Haji Rachmad”	SSM5
			(6) “Jangan lupa coblos nomor 2” “Adil dan makmur bersama”	SSM6

			(7) “Mohon do’a restu dan dukunganya” dan “Ojo lali pilih no.3”.	SSM7
			(8) “Mohon do’a dan dukungannya” “Ingat coblos no.11”	SSM8
		(4) Memanfaatkan unsur praangapan		SSP
2.	Ideologi Pancasila	(1) Sila Ketuhanan Yang Maha Esa	(1) “Manut NU ngireng KYAE”	IPT
		(2) Sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab		IPA
		(3) Sila Persatuan Indonesia	(1) “Seduluranselawasepedulurankanthirumaket”	IPP1
			(2) “Bersatu, berjuang, menang”	IPP2
			(3) “Sambung sakeduluran” “Sambung sataretan”	IPP3
		(4) Sila Kerakyataan yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan	(1) “Siap mengabdikan diri bagi bangsa dan tanah air” “Terus berbuat yang manfaat untuk rakyat”	IPK1
			(2) “Kerja ikhlas	IPK2
			(3) “Mohon do’a restu dan dukunganya”	IPK3
			(4) “Saya peduli”	IPK4
		(5) Sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia	“Jadikan bermanfaat hidupmu ke depan”	IPS1
			“Adil dan makmur bersama”	IPS2
			“Harapan baru kita”	IPS3
“Tegas berintegritas”	IPS4			

AUTOBIOGRAFI



Khusnul Khotimah lahir di Banyuwangi pada tanggal 08 September 1993. Penulis merupakan anak keenam dari Bapak Masruki dan Ibu Tumini. Sejak lahir sampai saat ini bertempat tinggal di Desa Sambirejo RT 02 RW 01, Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi. Penulis memulai pendidikan di MI Sunan Ampel, lulus pada tahun 2006. Kemudian penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 2 Gambiran, lulus pada tahun 2009. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di MAN Genteng, lulus pada tahun 2012. Melalui SNMPTN tulis berhasil lolos dan diterima menjadi mahasiswa di Universitas Jember, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada tahun 2012.