



**STRATEGI PERSUASIF PADA WACANA IKLAN POLITIK
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh
Arif Bahtiar
NIM 060210402091

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



**STRATEGI PERSUASIF PADA WACANA IKLAN POLITIK
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh
Arif Bahtiar
NIM 060210402091

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

PERSEMBAHAN

Skripsi ini di persembahkan untuk:

- 1) ayah dan ibu tercinta yang telah memberikan dorongan, nasehat, doa dan bimbingan dengan ikhlas melalui belaian lembut kasih sayang pada Ananda sehingga menjadi orang yang berguna;
- 2) guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah membimbing dan membekali ilmu pengetahuan;
- 3) almamater Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTO

*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada
yang berhak menerimanya
(terjemahan Surat An-Nisa' ayat 58)**

*) Departemen Agama Republik Indonesia. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Arif Bahtiar

NIM : 060210402091

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Persuasif Pada Wacana Iklan Politik Di Kabupaten Jember” 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 dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 13 Januari 2014

Yang menyatakan

Arif Bahtiar

NIM 060210402091

SKRIPSI

**STRATEGI PERSUASIF PADA WACANA IKLAN POLITIK
DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh

Arif Bahtiar

NIM 060210402091

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Parto, M.Pd.

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Teknik Persuasif pada Wacana Iklan Politik di Kabupaten Jember” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 10 Desember 2013

tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Tim Penguji,

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Sukatman, M.Pd.
NIP 196401231995121001

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

Anggota I,

Anggota II,

Rusdhianti Wuryaningrum, S.Pd., M.Pd.
NIP 197805062003122001

Drs. Parto, M.Pd.
NIP 196311161989031001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Jember

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

RINGKASAN

Strategi Persuasif pada Wacana Iklan Politik di Kabupaten Jember; Arif Bahtiar; 2014:129 halaman; Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Iklan merupakan salah satu media komunikasi massa yang banyak digunakan oleh politisi maupun partai politik untuk berkomunikasi dengan masyarakat umum di Kabupaten Jember. Penggunaan media iklan oleh politisi maupun partai politik dalam berkomunikasi dengan masyarakat umum sering bertujuan untuk menarik perhatian, simpati, dukungan, dan menyampaikan ideologi tertentu kepada masyarakat.

Politisi maupun partai politik menggunakan strategi tertentu ketika menarik perhatian, simpati, dukungan, dan menyampaikan ideologi tertentu kepada masyarakat melalui media iklan. Untuk dapat mengetahui strategi yang digunakan oleh politisi maupun partai politik di Kabupaten Jember dalam berkomunikasi dengan masyarakat umum melalui media iklan, perlu dikaji mengenai strategi yang digunakan dalam iklan politik di kabupaten Jember yang meliputi teknik persuasif, alih kode, bentuk modus, dan prinsip lokalitas.

Kajian pada penelitian ini terdiri atas empat rumusan masalah, yaitu mengenai (1) teknik persuasif yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember; (2) alih kode yang digunakan dalam wacana iklan politik di kabupaten Jember; (3) bentuk modus yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember; dan (4) lokalitas yang terdapat pada wacana iklan politik di Kabupaten Jember. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan (1) teknik persuasif yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember; (2) alih kode yang digunakan dalam wacana iklan politik di kabupaten Jember; (3) bentuk modus yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember; dan (4) lokalitas yang terdapat pada wacana iklan politik di Kabupaten Jember.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Data dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik

dokumentasi dan teknik pencatatan. Data berasal dari baliho, selebaran, spanduk, dan stiker yang berukuran kecil hingga yang berukuran paling besar yang terpampang di pinggir jalan dan tempat umum dalam 25 kecamatan di Kabupaten Jember yang memuat iklan politik pada masa kampanye pemilu 2008 hingga masa kampanye pemilihan umum 2010. Prosedur dalam penelitian ini terdiri dari tiga yaitu tahap persiapan, tahap penelitian atau pelaksanaan, dan tahap penyelesaian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi persuasif yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember berupa penggunaan teknik persuasif, alih kode, modus penyampaian, dan prinsip lokalitas. Teknik persuasif yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember berupa teknik propaganda, teknik pencitraan, penggunaan data atau fakta-fakta, teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, dan teknik campuran. Teknik persuasif dengan menggunakan teknik campuran yang terdapat pada wacana iklan politik di Kabupaten Jember berupa campuran antara teknik propaganda dan teknik pencitraan; teknik propaganda dan teknik asosiasi; gabungan antar teknik pencitraan, penggunaan data atau fakta-fakta dan teknik propaganda; teknik pencitraan dan teknik integrasi; teknik pencitraan dan teknik ganjaran; gabungan antara teknik propaganda, teknik pencitraan, penggunaan data atau fakta-fakta, dan teknik asosiasi.

Tujuan alih kode pada wacana iklan politik di Kabupaten Jember adalah untuk penghubung antara pengiklan dengan masyarakat yang berlainan bahasa. Di samping itu, penggunaan alih kode pada wacana iklan politik di Kabupaten Jember juga bertujuan untuk mendekatkan diri kepada masyarakat. Bentuk alih kode yang digunakan dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember di antaranya berupa alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Madura; alih kode dari bahasa Madura ke bahasa Indonesia; alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Madura dan kembali ke bahasa Indonesia; alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa; alih kode dari bahasa Jawa ke bahasa Indonesia; dan alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa dan kembali ke bahasa Indonesia.

Di samping itu, juga terdapat alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Jawa, kembali ke bahasa Indonesia dan diakhiri dengan menggunakan bahasa

Jawa; alih kode dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Arab; alih kode dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris; dan alih kode dengan penggunaan lebih dari dua bahasa. Bentuk alih kode dengan penggunaan lebih dari dua bahasa merupakan bentuk alih kode dari bahasa Indonesia ke bahasa Arab dan diakhiri dengan menggunakan bahasa Madura.

Modus yang digunakan dalam iklan politik di Kabupaten Jember di antaranya berupa kalimat informatif; kalimat permohonan; kalimat perintah; kalimat ajakan; kalimat larangan; kalimat pertanyaan; teknik mengingatkan; serta menginformasikan dan mengajak.

Lokalitas yang terdapat pada iklan politik di Kabupaten Jember di antaranya berupa penggunaan kata “NU”; unsur bahasa daerah; istilah di bidang agama; kata “lokal”; kata “putra daerah”; kata “desa”; nama daerah atau nama tempat; dan penggunaan bahasa asing. Selain itu, dalam wacana iklan politik di Kabupaten Jember juga terdapat penggunaan prinsip lokalitas dengan gabungan dari batasan-batasan konteks yang telah disebutkan.

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian adalah bagi guru mata pelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia sekolah menengah, hasil penelitian ini digunakan untuk memperkaya materi ajar khususnya materi tentang iklan agar memperluas wawasan peserta didik.

Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, saran yang dapat disampaikan adalah hasil penelitian ini digunakan sebagai contoh dan bahan diskusi dalam mata kuliah analisis wacana untuk memperluas pengetahuan dan memperdalam pemahaman terhadap materi ajar analisis wacana.

Bagi peneneliti selanjutnya, saran yang dapat diberikan adalah hasil penelitian ini dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan berkesinambungan dibidang analisis wacana iklan politik, sehingga dapat mengetahui perkembangan penggunaan bahasa pada masyarakat khususnya mengenai komunikasi tidak langsung dengan menggunakan media iklan.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Persuasif Pada Iklan Politik Di Kabupaten Jember*”. Skripsi ini disusun guna 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 diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi semua pihak yang membaca. Selama penelitian sampai dengan penulisan skripsi, penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Rektor Universitas Jember;
- 2) Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan;
- 3) Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni;
- 4) Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia;
- 5) Drs. Parto, M.Pd. selaku dosen pembimbing I dan Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini;
- 6) Rusdhianti Wuryaningrum, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
- 7) bapak dan ibu dosen beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- 8) Kepala Perpustakaan Pusat Universitas Jember beserta staf dan karyawan;
- 9) adikku Kokoh Priyanto yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini;
- 10) Badi'atul Munawaroh, A.Md. terkasih yang telah membantu dengan motivasi, doa, dan segenap kemampuan dalam menyelesaikan studiku;
- 11) rekan-rekan di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan dorongan motivasi dan semangat;

12) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu selama penelitian sampai dengan penulisan skripsi ini.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun skripsi ini. Namun, penulis tetap mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan wawasan bagi kita semua. Amin.

Jember, 13 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Definisi Operasional	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Wacana Iklan Politik.....	11
2.2.1 Pengertian Wacana	11
2.2.2 Analisis Wacana	12
2.2.3 Klasifikasi Wacana	13
2.3 Pengertian Iklan	16
2.3.1 Struktur Wacana Iklan	16
2.3.2 Jenis-jenis Iklan	17
2.4 Pengertian Politik	20
2.5 Pengertian Partai Politik.....	20
2.6 Pengertian Iklan Politik	21

2.7 Teknik Persuasif	21
2.7.1 Teknik Propaganda	23
2.7.2 Teknik Pencitraan	24
2.7.3 Penggunaan Bukti-bukti atau Fakta.....	25
2.8 Penggunaan Alih Kode.....	25
2.8.1 Pengertian Alih Kode	25
2.8.2 Sebab-sebab Terjadinya Alih Kode.....	26
2.8.3 Tujuan Penggunaan Alih Kode.....	26
2.9 Lokalitas dan Modus	26
2.9.1 Lokalitas	27
2.9.2 Modus	27
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Lokasi Penelitian.....	31
3.4 Data dan Sumber Data.....	31
3.5 Metode Pengumpul Data.....	31
3.5.1 Metode Dokumentasi.....	32
3.5.2 Metode Catatan Lapangan	32
3.6 Metode Analisi Data	32
3.7 Instrumen Penelitian	35
3.8 Prosedur Penelitian	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Menggunakan Teknik Persuasif.....	37
4.1.1 Menggunakan Teknik Propaganda	37
4.1.2 Menggunakan Teknik Pencitraan	47
4.1.3 Menggunakan Data atau Fakta-fakta.....	51
4.1.4 Menggunakan Teknik Asosiasi	52
4.1.5 Menggunakan Teknik Integrasi	57
4.1.6 Menggunakan Teknik Ganjaran	59
4.1.7 Menggunakan Teknik Campuran	60

4.2 Menggunakan Alih Kode	77
4.2.1 Alih Kode dengan Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Madura	77
4.2.2 Alih Kode dengan Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa	84
4.2.3 Alih Kode dengan Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Arab	90
4.2.4 Alih Kode dengan Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris	91
4.2.5 Alih Kode dengan Penggunaan Lebih dari Dua Bahasa.....	92
4.3 Menggunakan Modus Persuasif	93
4.3.1 Menggunakan Kalimat Informatif atau Pemberitahuan	94
4.3.2 Menggunakan Kalimat Permohonan	97
4.3.3 Menggunakan Kalimat Perintah	98
4.3.4 Menggunakan Kalimat Ajakan.....	102
4.3.5 Menggunakan Kalimat Larangan	104
4.3.6 Menggunakan Kalimat Pertanyaan.....	104
4.3.7 Dengan Modus Mengingat.....	105
4.3.8 Menggunakan Kalimat Informatif dan Ajakan.....	107
4.4 Menggunakan Prinsip Lokalitas	107
4.4.1 Menggunakan Lokalitas NU.....	108
4.4.2 Menggunakan Bahasa Daerah	111
4.4.3 Menggunakan Istilah Bidang Agama	114
4.4.4 Menggunakan Kata “Lokal”	116
4.4.5 Menggunakan Kata “Putra Daerah”	116
4.4.6 Menggunakan Kata “Desa”	118
4.4.7 Menggunakan Nama Daerah	119
4.4.8 Menggunakan Bahasa Asing	121
4.4.9 Menggunakan Interpretasi Lokal Campuran	121
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1 Kesimpulan.....	127

5.2 Saran	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN	133

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian.....	133
B. Instrument Penelitian Tabel Pengumpul Data	134
C. Tabel Pemandu Analisis Data Teknik Persuasif.....	158
D. Tabel Pemandu Analisis Data Bentuk Alih Kode.....	194
E. Tabel Pemandu Analisis Data Bentuk Modus	202
F. Tabel Pemandu Analisis Data Bentuk Lokalitas	235
G. Gambar Data Iklan Politik di Kabupaten Jember Masa Kampanye Tahun 2008 Hingga Tahun 2010	250