

**SUPERSTRUKTUR WACANA IKLAN KESEHATAN PADA MEDIA
ELEKTRONIK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PENGAJARAN
BAHASA INDONESIA**

Skripsi Oleh

Siti Rodiah

Nomor Pokok Mahasiswa 1542110504

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2020**

**SUPERSTRUKTUR WACANA IKLAN KESEHATAN PADA MEDIA
ELEKTRONIK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PENGAJARAN
BAHASA INDONESIA**

Skripsi Oleh:

Siti Rodiah

Nomor Pokok Mahasiswa 1542110504

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Disetujui,

Pembimbing 1



Edi Suryadi, M.Pd

Pembimbing 2



Falina Noor Amalia, M.Pd.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,



Prof. Dr. Rusman Roni, M.Pd.

**SUPERSTRUKTUR WACANA IKLAN KESEHATAN PADA MEDIA ELEKTRONIK DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP PENGAJARAN BAHASA INDONESIA**

Nama : SITI RODIAH

NPM : 1542110504

Telah diuji dan lulus pada

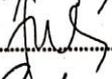
Hari : Sabtu

Tanggal : 21 Maret 2020

TIM PENGUJI

1. Edi Suryadi, M.Pd.
2. Falina Noor Amalia, M.Pd
3. Doni Samaya, M.Pd.

Tanda Tangan/Tanggal


.....

.....

.....

Palembang,

Dekan Fakultas Keguruan

Ilmu Pendidikan,

Prof. Dr. Rusman Roni, M.Pd

Persembahan

Kepersembahkan skripsiku ini kepada :

- 1. Orang tuaku tercinta Ayahanda Sunardi dan Ibunda Sri Lestari yang tersayang**
- 2. Suamiku Mino Prasetyo dan Anakku Sifa Alzahra yang tercinta**
- 3. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia**

Motto

“Rahasia kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain tidak tahu.”

(Aristotle Onassis)

“Selalu ada kemudahan sekalipun dikelilingi kesulitan !” (Siti)

SURAT PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang telah ditetapkan.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, Saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah Saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No.20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Palembang,



Siti Rodiah

NPM 1542110504

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan superstruktur wacana iklan kesehatan dan layanan masyarakat pada media elektronik di stasiun televisi RCTI, Mnc TV dan Trans TV periode Januari 2020. Penelitian ini fokus dalam menganalisis iklan berdasarkan elemen-elemen yang dikemukakan oleh teori Van Dijk. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dokumentasi. Untuk analisis data menggunakan tehnik *content analysis*. Hasil penelitian ini berupa superstruktur wacana iklan kesehatan dan layanan masyarakat pada media elektronik periode Januari 2020. Berdasarkan teori Van Dijk superstruktur dibagi menjadi tiga elemen yaitu butir utama (*headline*) ialah untuk menarik perhatian, badan (*body*) ialah untuk menarik minat dan penutup (*close*) ialah untuk tindakan. Dari teori yang dikemukakan Van Dijk dan hasil analisis ditemukan data sebanyak 23 iklan, yang terdiri dari 22 iklan kesehatan dan 1 iklan layanan masyarakat. data yang menggunakan elemen butir utama (*headline*) sebanyak 15 data, penggunaan elemen badan (*body*) sebanyak 23 data dan penggunaan elemen penutup (*close*) sebanyak 13 data pada stasiun televisi RCTI, Mnc Tv dan Trans Tv periode Januari 2020.

Kata kunci : *superstruktur, iklan, media elektronik.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Superstruktur wacana iklan kesehatan pada media elektronik dan implikasinya terhadap pengajaran Bahasa Indonesia”. Dalam penelitian ini, penulis mengalami sedikitkesulitan ketika menentukan rumusan masalah, metodologi penelitian, teknik analisis data dan teknik pengumpulan data dalam penulisan skripsi ini. Atas arahan bapak dan ibu doen pembimbing, penulis menemukan solusi untuk mengatasi kesulitan tersebut salah satu caranya yaitu dengan mencari berbagai sumber-sumber melalui internet, jurnal dan buku.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Strata 1, sarjana pendidikan (S.Pd.) pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tridinanti Palembang. Jika mata kuliah skripsi tidak terpenuhi atau tidak terselesaikan, maka perolehan gelar Strata 1 (S-1) tertunda dan harus menunggu gelombang selanjutnya. Pelaksanaan masa kuliah untuk mendapatkan gelar Strata 1 (S-1) lama waktu yang harus ditempuh minimal 3,5 tahun (7 semester) dan maksimal 7 tahun (14 semester)

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Prof. Dr. Rusman Roni, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

3. Edi Suryadi, M.Pd. selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan sekaligus sebagai pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Nyayu Lulu Nadya, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
5. Falina Noor Amalia, M.Pd. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan, khususnya bagi para calon penulis skripsi.

Palembang, April 2020

Penulis



Siti Rodiah

NPM 1542110504

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN DAN MOTO	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoretis	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Wacana	7
B. Jenis-jenis Wacana	8
C. Struktur Wacana Van Dijk	12
D. Elemen Superstruktur dalam Wacana	13
E. Iklan	16

F. Jenis-jenis Iklan	18
G. Jenis-jenis Media Elektronik	20
H. Kajian Terdahulu yang Relevan	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Sumber Data	26
C. Tehnik Pengumpulan Data	26
D. Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Deskripsi Data	28
B. Hasil Penelitian	28
C. Pembahasan	63
D. Implikasi Terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra	65
BAB V SIMPULAN DAN SASARAN	66
A. Simpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	67

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

2.1 Skematis struktur wacana	15
2.2 Kelemahan dan keterbatasan televisi	21
4.1 Data iklan yang diperoleh periode Januari 2020	28
4.2 Data iklan yang dianalisis.....	6

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Pembimbing
2. Data mentah penelitian
3. Kartu Bimbingan
4. Kartu Revisi
5. Usul Judul
6. Biodata

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wacana merupakan proses pengembangan komunikasi yang menggunakan simbol-simbol dan peristiwa-peristiwa di dalam system kemasyarakatan yang luas. Melalui pendekatan wacana pesan-pesan komunikasi seperti, kata-kata, tulisan, gambar-gambar dapat ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya. Dalam suatu teks terdiri atas beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Pertama struktur makro, yaitu makna umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema. Kedua, superstruktur, merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun kedalam berita secara utuh. Ketiga struktur mikro, merupakan makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni, kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraprase dan gambar.

Bahasa iklan yang menarik dapat memberikan efek bagi masyarakat untuk menggunakan produk atau jasa yang diiklankan. Untuk itu hampir dalam setiap bahasa iklan selalu ditonjolkan kelebihan dari produk yang diiklankan baik khasiatnya, bahannya maupun penggunaannya. Salah satu cara untuk memperlihatkan kehebatan dari produk yang diiklankan adalah melalui penggunaan tuturan dari artis model iklan yang telah dipilih untuk menuturkan bahasa iklan yang menarik. Khususnya untuk media televisi akan terlihat cukup jelas bahwa artis model iklan akan membawa pengaruh besar agar penonton berminat pada produk yang ditawarkan.

Tanpa iklan para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual barangnya, sedangkan di sisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk-produk barang dan jasa yang tersedia di pasar. Jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan tingkat keuntungannya, maka ia harus melangsungkan kegiatan-kegiatan periklanan secara memadai dan terus-menerus. Produksi massal menuntut adanya suatu tingkat konsumsi yang juga bersifat massal dan prosesnya mau tidak mau harus melibatkan berbagai kegiatan periklanan melalui media massa yang diarahkan ke pasar-pasar yang juga bersifat massal. Agar mendapatkan informasi yang akan disebar, diperlukan kegiatan jurnalistik. Jurnalistik merupakan kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah informasi yang mengandung nilai berita. Serta menyajikan kepada khalayak atau masyarakat secara luas, melalui media massa baik cetak, elektronik maupun internet. Perkembangan media massa saat ini sudah sangat pesat. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya media yang bermunculan baik itu media cetak dan media elektronik.

Media elektronik dapat diartikan sebagai perangkat teknologi yang dapat menggantikan media kertas yang biasa digunakan, perangkat teknologi juga memiliki kelebihan daripada media kertas, misalnya media teknologi mudah dipergunakan dan dapat membantu pekerjaan menjadi lebih cepat, dan tidak memakan banyak tempat seperti media cetak. Media elektronik juga lebih mudah didapat karena tersedia di mana-mana. Saat ini media elektronik dapat dikatakan telah menjadi sumber informasi yang utama, karena dengan media elektronik masyarakat dapat mengetahui informasi disekeliling dengan mudah dan cepat. Dengan menggunakan iklan masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi.

Berdasarkan teori Vand Dijk wacana iklan memiliki tiga unsur pembentuk struktur wacana yaitu, pendahuluan, isi dan penutup. Sebagian besar masyarakat tidak mengetahui unsur pembentuk dalam iklan, jika melihat iklan mereka tidak memperdulikan apakah iklan tersebut memiliki struktur yang lengkap atau tidak. Harapan peneliti terhadap penelitian ini masyarakat umum dan pelajar tidak hanya mengerti apa isi teks dalam iklan tetapi juga mengerti dengan elemen pembentuknya.

Iklan di televisi memiliki kekuatan yang berbeda dan begitu ampuh untuk mempengaruhi dan membujuk khalayak sehingga bertindak dan berpikir sesuai dengan iklan. Berbagai jenis iklan yang tayang di televisi, selain iklan komersial terdapat pula iklan layanan masyarakat. Melalui iklan layanan masyarakat, khalayak diajak untuk memikirkan serta memperhatikan masalah sehingga memunculkan kesadaran baru yang termotivasi dari hati nurani individu masing-masing atau para penikmat iklan. Pada dasarnya iklan merupakan sebuah wacana yang dapat mempengaruhi khalayak yang melihat dan mendengarnya. Bentuk wacana iklan yaitu wacana persuasi, dalam tampilan sebuah iklan telah mengalami perilaku kebahasaan yang luar biasa, sehingga berdaya persuasi bagi khalayak ramai.

Salah satu contoh iklan produk kesehatan obat Viks Vormula 44 TT yang tayang di televisi memiliki superstruktur wacana yaitu;

Pria 1 (wacana 1) : uhuuuk-uhuuukkkk (seorang pria dengan tubuh
besar sedang batuk)

Pria 2 (wacana 2) : woiii (seorang pria dengan tubuh kecil berkata
sambil memberikan obat viks 44 sachet)

Pria 1 (wacana 3) : (menggambil dan meminum obat viks 44 sachet)
Narator : Baru viks vormula 44 tt kini dalam kemasan saset,
Pria 1 (wacana 4) : legaaaaaaa...
Narator : Viks Vormula 44 TT sachet baru kecil-kecil batuk
keok.. (Transtv pada hari Rabu 12 Juni 2019
pukul 10.34 Wib)

Wacana 1 dan 2 adalah bagian dari butir utama (*headline*) sebuah iklan, saat wacana 3 berlangsung itu termasuk badan (*body*) iklan karena di bagian ini ada pesan yang disampaikan iklan kepada khalayak bahwa batuk bisa sembuh hanya dengan minum obat batuk Viks 44 TT sachet saja, kemudian bagian penutup (*close*) iklan mempertegas lagi dengan memberikan wacana “Viks Vormula 44 TT sachet baru kecil-kecil batuk keok..” Alasan subjektif yang terkandung dalam penggalan wacana tersebut adalah hanya dengan minum obat batuk viks formula 44 TT sachet batuk bisa sembuh.

Sebagian besar masyarakat tidak mengetahui struktur pada iklan jika melihat iklan mereka tidak memperdulikan apakah struktur iklan tersebut lengkap atau tidak. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini memfokuskan pada analisis wacana dalam layanan masyarakat dan kesehatan di media televisi. Penelitian ini melakukan pengamatannya pada iklan layanan masyarakat dan kesehatan karena sejauh pengamatan peneliti obat termasuk salah satu produk yang paling sering diiklankan di televisi. Hal ini tentu tidak terlepas demi target pasar produk ini yang terutama ditujukan untuk seluruh kalangan masyarakat dari orang tua sampai

anak-anak. Dengan begitu peneliti termotivasi untuk meneliti superstruktur wacana iklan layanan masyarakat dan kesehatan pada media elektronik.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Pada penelitian ini peneliti memberi batasan masalah untuk memudahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian. Penelitian dilakukan hanya di stasiun televisi swasta MNC Tv, Trans Tv dan RCTI kemudian yang akan dianalisis adalah superstruktur iklan kesehatan dan layanan masyarakat berdasarkan teori Van Dijk.

2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah superstruktur wacana iklan produk kesehatan dan layanan masyarakat pada media elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan superstruktur wacana iklan produk kesehatan dan layanan masyarakat pada media elektronik.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara teoretis dan praktis.

1. Manfaat Teoretis

- a. Dapat mengembangkan pengetahuan dan dapat mengukur keefektifan iklan kesehatan dan layanan masyarakat yang ditayangkan melalui media televisi MncTV, RCTI dan TransTV dalam mempengaruhi khalayak.
- b. Dapat menambah pengetahuan superstruktur wacana iklan kesehatan dan layanan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia adalah dapat dijadikan sebagai sumber penelitian lebih lanjut khususnya mata kuliah wacana.
- b. Bagi pembaca dapat memberikan rekomendasi dan menambah pengetahuan dalam penyusunan iklan kesehatan dan layanan masyarakat berikutnya agar lebih efektif dalam memengaruhi sasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2015). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.web.id/iklan>. Balai Pustaka.
- Burgin, B. (2011). *Metode penelitian kualitatif*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Briyndewo, J. (2017). *Jenis-jenis iklan dan teknik persuasi dalam tiga puluh iklan surat kabar kompas periode 2015-2017*. (unpublished thesis). Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma.
- Djadjasudarma, T. Fatimah . (2012). *Wacana & pragmatik*. Refika Aditama
- Eriyanto. (2017). *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. Yogyakarta :LkiS
- Kanaidi. (2011). *Dasar-dasar periklanan, daya pikat pesan iklan dan manfaat ambient media sebagai terobosan dalam periklanan*. Bandung: Politeknik Pos Indonesia.
- Mulyawan, I.W. (2015). *Struktur wacana iklan media cetak kajian struktur Van Dijk*. (unpublished thesis). Universitas Udayana.
- Payuyasa I.N. (2017). *Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk Dalam Program Acara Mata Najwa Di Metro Tv*. <https://jurnal.isi.dps.ac.id/index.php/segarawidya/article/view/188>. Segara widya.
- Prawesti, D. A. (2012). *Analisis struktur mikro wacana iklan biro jodoh pada Koran Kompas Minggu*. (unpublished thesis). Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purnama, S. M. (2012). *Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik program studi ilmu komunikasi*. (unpublished thesis). Jakarta. Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Setiawan. (2011). *Wacana bahasa Indonesia*. Jakarta: Universitas Terbuka.