

BAB 3

ANALISIS STRUKTUR SERTA FUNGSI GAMBAR DAN HUBUNGAN GAMBAR DENGAN BAHASA DALAM IKLAN PARTAI POLITIK

Dalam bab sebelumnya, telah diuraikan teori mengenai struktur iklan serta fungsi gambar dan hubungan gambar dengan bahasa. Berdasarkan teori tersebut, data-data yang terpilih akan dianalisis dalam bab ini. Data yang dipilih untuk dianalisis berjumlah sembilan data, yaitu tiga iklan Partai Demokrat (IPD), tiga iklan Partai Golkar (IPG), dan tiga iklan PDI Perjuangan (IPDI). Setiap partai memiliki lebih dari satu iklan. Oleh karena itu, setiap iklan dari tiap partai diberi nomor setelah kode iklan. Penomoran dilakukan sesuai dengan tanggal kemunculan iklan dalam *Kompas*. Iklan dengan nomor urut pertama merupakan iklan yang muncul lebih awal dibandingkan dengan iklan lainnya.

Bagian-bagian dalam struktur iklan partai politik dapat ditunjang oleh elemen visual (dalam skripsi ini disebut gambar). Hal ini bertujuan menarik perhatian pembaca. Dalam bab ini, akan diuraikan gambar apa saja yang mendukung teks dalam setiap iklan yang dipilih dalam skripsi ini. Gambar-gambar dalam iklan diberi kode "G" diikuti dengan nomor.

Dalam bab ini, iklan Partai Demokrat dianalisis terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan iklan Partai Golkar dan iklan PDI Perjuangan. Penyajian yang seperti ini dilakukan sesuai dengan tingkat perolehan suara setiap partai dalam Pemilu Legislatif 2009. Partai Demokrat menduduki peringkat pertama, Partai Golkar menduduki peringkat kedua, dan PDI Perjuangan menduduki peringkat ketiga.

3.1 Analisis Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan Partai Demokrat

Data iklan Partai Demokrat yang diteliti berjumlah tiga iklan. Iklan Partai Demokrat yang dipilih merupakan iklan yang memiliki topik atau isu menarik bagi penulis dan berisi visi Partai Demokrat. Isu-isu tersebut adalah korupsi, kinerja pemerintahan SBY, dan pendidikan. Iklan-iklan dengan topik tersebut juga dipilih karena proporsi tulisan dan visual seimbang. Contohnya pada iklan Partai Demokrat dengan topik korupsi. Iklan Partai Demokrat dengan topik korupsi memiliki tiga versi, tetapi dua versi di antaranya memiliki porsi visual yang lebih

besar dibanding teks. Begitu juga dengan iklan Partai Demokrat dengan topik kinerja pemerintahan SBY yang memiliki 2 versi. Salah satunya, memiliki porsi teks yang besar dan minim visual. Iklan yang memiliki porsi visual dan teks yang tidak seimbang tidak digunakan.

3.1.1 Iklan Partai Demokrat *Korupsi* (IPD 1)

Iklan ini muncul pada tanggal 13 Desember 2008. Iklan ini berukuran satu halaman penuh dan terdiri dari delapan kalimat. Iklan ini berlatar warna biru.



Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPD 1.1 Katakan Tidak! Pada KORUPSI	Kepala judul (terletak di bagian atas iklan)
IPD 1.2 Hari Anti Korupsi Sedunia, 9 Desember 2008	Subkepala judul

<p><i>Caption</i> IPD 1.3 Susilo Bambang Yudhoyono IPD 1.4 Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat IPD 1.5 Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu! IPD 1.6 KORUPSI bukan jalan menjadi kaya, tapi jalan menuju penjara! IPD 1.7 KORUPSI menghancurkan supremasi hukum, melemahkan tatanan pemerintahan, menggerogoti sendi-sendi demokrasi dan merusak moral bangsa.</p>	<p>Badan Iklan IPD 1 G1 Susilo Bambang Yudhoyono IPD 1 G2 Bendera merah-putih IPD 1 G3 Orang yang diborgol</p>
<p>IPD 1.8 Berjuang untuk Rakyat</p>	<p><i>Signature</i> (terletak di bagian samping kanan iklan) IPD 1 G4 Nomor urut partai (31) IPD 1 G5 Lambang partai</p>

Struktur iklan ini tergolong lengkap karena memiliki kepala judul, subkepala judul, badan iklan, dan *signature*. Akan tetapi, tata letak iklan ini tidak mengikuti tata letak iklan yang umum. Hal ini terlihat pada letak salah satu bagiannya, yaitu *signature*, yang tidak berada pada sudut kanan bawah iklan seperti letak *signature* dalam tata letak iklan yang umum. *Signature* dalam iklan ini berada di samping kanan tengah iklan. Dalam menguraikan bagian-bagian iklan, iklan ini relatif lebih mudah diuraikan strukturnya dibanding iklan Partai Demokrat lain. Iklan ini memiliki perbedaan ukuran huruf dan letak yang jelas menunjukkan mana kepala judul, subkepala judul, badan iklan, dan *signature*.

Teks dalam iklan ini ditunjang oleh lima elemen visual. Gambar IPD 1 G1 mendukung frase *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 1.3) dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (IPD 1.4). IPD 1 G1 bersama IPD 1 G4 dan IPD 1 G5 juga mendukung kata *Partai Demokrat* (IPD 1.5). IPD 1 G1, yaitu Susilo Bambang Yudhoyono, diinterpretasikan sebagai gambar yang mendukung *Partai Demokrat* karena ia menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat. IPD 1 G4 dan IPD 1 G5 juga mendukung *Partai Demokrat* karena kedua gambar ini merupakan identitas Partai Demokrat dalam Pemilu 2009. Identitas partai demokrat diperkuat dengan adanya warna latar yang digunakan iklan ini, yaitu biru.

Dalam iklan ini, juga terdapat IPD 1 G2 yang tidak mendukung bahasa dalam teks, melainkan mengacu pada hal di luar teks, yaitu negara Indonesia. Dikatakan demikian, karena tidak ada kata *Indonesia* secara eksplisit dalam teks. Selain itu, bendera merah-putih merupakan bendera negara Indonesia. IPD 1 G3 mengacu pada kata *penjara* (IPD 1.6). Hal ini disebabkan oleh gambar orang yang diborgol menandakan bahwa seseorang yang ditahan akan dibawa ke penjara. Dalam konteks iklan ini, korupsi tidak membuat seseorang menjadi kaya, tetapi akan membuat orang dipenjara.

3.1.2 Iklan Partai Demokrat *Kinerja Pemerintahan SBY* (IPD 2)

Iklan ini muncul pada tanggal 9 Februari 2009. Iklan ini berukuran satu halaman penuh dan terdiri dari 59 kalimat. Iklan ini berlatar warna biru.

31 PARTAI DEMOKRAT

Berjuang untuk Rakyat

Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus berprestasi, menegakkan demokrasi, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Mari Kita Dukung Terus!

LANJUTKAN!

69% Rakyat PUAS atas Kinerja Pemerintahan Presiden SBY

Apa yang turun?

Apa yang naik?

... DAN MASIH BANYAK LAGI!

Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus berprestasi, menegakkan demokrasi, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus berprestasi, menegakkan demokrasi, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus berprestasi, menegakkan demokrasi, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPD 2.1 Berjuang untuk Rakyat	<i>Signature</i> (terletak di bagian kiri atas) IPD 2 G1 Nomor urut partai (31) IPD 2 G2 Lambang partai
IPD 2.2 Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat. IPD 2.3 Mari Kita Dukung Terus! IPD 2.4 LANJUTKAN! <i>Caption</i> IPD 2.5 Susilo Bambang Yudhoyono IPD 2.6 Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat	Badan iklan IPD 2 G3 Susilo Bambang Yudhoyono IPD 2 G4 Bendera merah-putih
IPD 2.7 69% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY IPD 2.8 (sumber: Lembaga Survei Indonesia 2009)	Subkepala judul/Kepala Judul
IPD 2.9 Apa yang turun?	Kepala judul/Subkepala judul IPD 2 G5 Tanda panah ke bawah
IPD 2.10 (Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY) IPD 2.11 BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan. IPD 2.12 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH IPD 2.13 Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008. IPD 2.14 (Sumber:Badan Pusat Statistik) IPD 2.15 TERENDAH SETELAH TAHUN 2000 IPD 2.16 Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008. IPD 2.17 (Sumber: Badan Pusat Statistik) IPD 2.18 TERENDAH SEJAK ORDE BARU IPD 2.19 Rasio hutang negara dengan PDB terus menurun, 56% pada tahun 2004 menjadi 34% pada tahun 2008, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.	Badan iklan IPD 2 G6 lambang partai demokrat (sebagai penanda setiap poin capaian Pemerintahan Presiden SBY) IPD 2 G7 tabel daftar penurunan harga sembako

<p>IPD 2.20 (Sumber: Dept. Keuangan) IPD 2.21 TERENDAH SEJAK ORDE BARU IPD 2.22 Tarif angkutan umum diturunkan 10%. IPD 2.23 Tarif listrik untuk industri diturunkan 8%. IPD 2.24 Harga sembako makin terjangkau. IPD 2.25 (Sumber: Dept. Keuangan)</p>	
<p>IPD 2.26 Apa yang naik?</p>	<p>Kepala judul/Subkepala judul IPD 2 G8 Tanda panah ke atas</p>
<p>IPD 2.27 (Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY) IPD 2.28 Perekonomian terus tumbuh di atas 6% pertahun. IPD 2.29 (Sumber: Badan Pusat Statistik, 2008) IPD 2.30 TERTINGGI SETELAH ORDE BARU IPD 2.31 Cadangan devisa naik hingga US\$ 51 miliar. IPD 2.32 (Sumber: Bank Indonesia) IPD 2.33 TERTINGGI SEPANJANG SEJARAH IPD 2.34 Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008. IPD 2.35 (Sumber: Badan Pusat Statistik) IPD 2.36 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH IPD 2.37 Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN. IPD 2.38 Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta. IPD 2.39 (Sumber: APBN) IPD 2.40 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH IPD 2.41 Anggaran kesehatan naik 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.</p>	<p>Badan iklan IPD 2 G9 Nelayan IPD 2 G10 Petani IPD 2 G11 Pedagang</p>

<p>IPD 2.42 (Sumber: APBN) IPD 2.43 TERTINGGI SEJAK ORDE BARU IPD 2.44 Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras. IPD 2.45 (Sumber: Dept. Pertanian) IPD 2.46 PERTAMAKALI SETELAH ORDE BARU IPD 2.47 Pemberantasan korupsi terus ditingkatkan. IPD 2.48 Lebih dari 500 pejabat publik diproses secara hukum, tanpa pandang bulu! IPD 2.49 (Sumber: KPK dan Tipikor) IPD 2.50 TERTINGGI SEJAK MERDEKA IPD 2.51 Penghasilan rakyat meningkat hampir 2x lipat pada tahun 2008 dibandingkan tahun 2004. IPD 2.52 (Sumber: Badan Pusat Statistik PDB per kapita dalam dolar) IPD 2.53 ...DAN MASIH BANYAK LAGI <i>Testimonials</i> IPD 2.54 “Alhamdulillah BBM diturunkan tiga kali, minyak goreng turun, harga sembako makin terjangkau” IPD 2.55 Sajak-Nelayan IPD 2.56 “Dulu penghasilan kami cuma Rp.10.700/hari, sekarang sudah Rp.27.300/hari” IPD 2.57 Namin-Buruh Tani IPD 2.58 “Dulu pendapatan kami hanya bisa beli 3kg beras, sekarang dapat 4 kg beras dan masih bisa nabung” IPD 2.59 Ojah-Pedagang</p>	
--	--

Iklan ini memiliki struktur yang lengkap, tetapi bagian-bagiannya sulit ditentukan karena ukuran huruf beberapa kalimat sama. Hal tersebut terlihat pada IPD 2.7, IPDI 2.9, dan IPDI 2.26. Kesamaan ukuran huruf ini membuat sulit menentukan mana bagian yang merupakan kepala judul dan subkepala judul sehingga terjadi ketumpangtindihan antara kepala judul dan subkepala judul pada

kalimat-kalimat tersebut. Dari segi tata letak, bagian *signature* tidak mengikuti tata letak iklan yang umum karena letaknya di kiri atas iklan.

Dalam iklan ini, IPD 2 G1 dan IPD 2 G2 mendukung frase *Partai Demokrat* (IPD 2.2) karena kedua gambar ini merupakan identitas Partai Demokrat dalam Pemilu 2009. Frase tersebut juga diperkuat dengan warna identitas partai, yaitu biru, sebagai warna latar iklan. Selain itu, terdapat gambar IPD 2 G3 yang mendukung *Partai Demokrat* (IPD 2.2), *Pemerintahan Presiden SBY* (IPD 2.2), *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 2.5), dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (IPD 2.6). IPD 2 G3 dapat ditafsirkan seperti itu karena dalam kenyataan Susilo Bambang Yudhoyono merupakan Ketua DPP Partai Demokrat dan Presiden Indonesia periode 2004-2009. Kemudian, terdapat gambar IPD 2 G4 yang mengacu pada hal di luar teks, *Indonesia*. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya *Indonesia* dalam teks.

IPD 2 G5 (panah ke bawah) digunakan untuk mendukung kata *turun* (IPD 1.9). IPD 2 G6, yaitu lambang Partai Demokrat, yang menandai setiap poin, mendukung *Partai Demokrat* (IPD 2.2). IPD 2 G7 (panah ke atas) *naik* (IPD 1.26). Gambar berikutnya adalah IPD 2 G8 yang merujuk kepada *Harga sembako makin terjangkau* (IPD 2.24). IPD 2 G8, yang merupakan tabel penurunan harga minyak, daging, terigu, kedelai, dan telur, ditafsirkan sebagai gambar yang mendukung harga sembako.

Dalam iklan ini, terdapat juga gambar IPD 2 G9, IPD 2 G10, dan IPD 2 G11 yang mendukung kata *Rakyat PUAS* (IPD 2.7). Ketiga gambar ini ditafsirkan demikian karena gambar ini merupakan tiga orang rakyat kecil yang mengungkapkan kesenangan terhadap pemerintahan Presiden SBY melalui *testimonials*. Dengan demikian, ketiga gambar ini juga mendukung *testimonials* yang diungkapkan. IPD 1 G9 mendukung kalimat "*Alhamdulillah BBM diturunkan tiga kali, minyak goreng turun, harga sembako makin terjangkau*" (IPD 2.54) dan kalimat *Sajak-Nelayan* (IPD 2.55). IPD 2 G10 mendukung Kalimat "*Dulu penghasilan kami cuma Rp.10.700/hari, sekarang sudah Rp.27.300/hari*" (IPD 2.56) dan kalimat *Namin-Buruh Tani* (IPD 2.57). IPD 2.11 mendukung kalimat "*Dulu pendapatan kami hanya bisa beli 3kg beras, sekarang*

dapat 4 kg beras dan masih bisa nabung” (IPD 2.58) dan kalimat *Ojah-Pedagang* (IPD 2.59).

3.1.3 Iklan Partai Demokrat Pendidikan (IPD 3)

Iklan ini muncul pada tanggal 18 Februari 2009. Iklan ini berukuran satu halaman penuh dan terdiri dari empat belas kalimat. Latar iklan ini berwarna biru.



Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPD 3.1 Berjuang untuk Rakyat	Signature (terletak di bagian kanan atas) IPD 3 G1 Nomor urut partai (31) IPD 3 G2 Lambang partai

<p>IPD 3.2 Partai Demokrat terus mendukung kebijakan Pemerintahan Presiden SBY yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.</p> <p>IPD 3.3 Bersama kita tingkatkan kualitas pendidikan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.</p> <p>IPD 3.4 Mari Kita Dukung Terus!</p> <p>IPD 3.5 LANJUTKAN!</p> <p><i>Caption</i></p> <p>IPD 3.6 Susilo Bambang Yudhoyono</p> <p>IPD 3.7 Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat</p> <p>IPD 3.8 79% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY dibidang pendidikan</p> <p>IPD 3.9 Sumber: Lembaga Survei Indonesia 2008</p>	<p>Badan iklan</p> <p>IPD 3 G3 Susilo Bambang Yudhoyono</p> <p>IPD 3 G4 Bendera merah-putih</p>
<p>IPD 3.10 Anggaran Pendidikan naik menjadi 20% dari APBN</p> <p>IPD 3.11 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH</p>	<p>Kepala judul/subkepala judul</p>
<p><i>Testimonials</i></p> <p>IPD 3.12 Terimakasih Presiden SBY!</p>	<p>Subkepala judul/kepala judul</p> <p>IPD 3 G5 Guru dan pelajar SMA di depan gedung sekolah</p>
<p><i>Caption</i></p> <p>IPD 3.13 Trijaningsih</p> <p>IPD 3.14 Guru SMA</p>	<p>Badan iklan</p>

Iklan ini memiliki struktur lengkap, tetapi bagian-bagiannya sulit ditentukan. Seperti halnya, IPD 3.10 dan IPD 3.12. Kedua kalimat ini masih diragukan menduduki kepala judul atau subkepala judul karena memiliki ukuran huruf dan tingkat perhatian yang hampir sama. Di samping itu, letak *signature* juga tidak sesuai dengan tata letak iklan umum. *Signature* terletak di bagian kanan atas iklan.

IPD 3 G1 dan IPD 3 G2 mendukung frase *Partai Demokrat* (IPD 3.2). IPD 3 G1 dan IPD 3 G2 merupakan lambang dan nomor urut partai. Lambang dan nomor yang disertakan dalam iklan ini merupakan identitas Partai Demokrat sehingga dapat diasumsikan bahwa IPD 3 G1 dan IPD 3 G2 mendukung *Partai Demokrat*. Identitas partai diperkuat dengan penggunaan warna biru sebagai latar. Iklan ini menyertakan gambar Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, IPD 3 G3,

sebagai pendukung kata *Partai Demokrat* (IPD 3.2), *Pemerintahan Presiden SBY* (3.2), *Susilo Bambang Yudhoyono* (3.6), dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (IPD 3.7). Dapat ditafsirkan demikian karena dalam kenyataan, ia adalah Ketua DPP Demokrat seperti yang diungkapkan dalam *caption* dan masih menjabat sebagai Presiden RI hingga 2009.

Partai Demokrat edisi *Pendidikan* ini menyertakan IPD 3 G4 yang tidak mendukung secara langsung bahasa di dalam teks. Akan tetapi, gambar ini mengacu pada hal di luar teks, yaitu Indonesia. Iklan ini juga menyertakan IPD 3 G5 untuk menunjang kata *pendidikan* (IPD 3.2, IPD 3.3, IPD 3.8, dan IPD 3.10). IPD 3 G5 ini juga menunjang *Terimakasih Presiden SBY!* (IPD 3.11) karena kalimat tersebut merupakan *testimonials* yang diungkapkan oleh siswa-siswi SMU dan seorang guru. IPD 3 G5 ini menunjang klausa *Rakyat* (IPD 3.8) karena mereka merupakan rakyat Indonesia.

3.1.4 Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan Partai Demokrat

Struktur iklan Partai Demokrat cenderung lengkap. Semua iklan memiliki kepala judul, subkepala judul, badan iklan, dan *signature*. Akan tetapi, bagian-bagian dalam struktur mengalami tumpang tindih. Satu bagian dapat menjadi kepala judul sekaligus subkepala judul. Ketumpangtindihan antara kepala judul dan subkepala judul terlihat dalam IPD 2 dan IPD 3. Ketumpangtindihan terjadi karena ukuran huruf yang hampir sama serta tata letak iklan Partai Demokrat yang tidak mengikuti tata letak iklan yang umum. Bagian yang paling terlihat tidak mengikuti tata letak iklan yang umum adalah *signature*. Dalam iklan Partai Demokrat, *signature* dapat terletak di atas dan di bagian tengah iklan.

Setiap iklan Partai Demokrat dapat menyertakan 5–10 gambar. Empat gambar yang mendominasi adalah gambar Susilo Bambang Yudhoyono, nomor urut partai, lambang partai, dan bendera merah-putih. Secara umum, gambar Susilo Bambang Yudhoyono, nomor urut partai, dan lambang partai, mengacu pada kata *Partai Demokrat* dan gambar Susilo Bambang Yudhoyono sendiri mendukung kata *Susilo Bambang Yudhoyono* dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*. Gambar bendera Indonesia selalu mengacu pada hal di luar teks.

Selain empat gambar tersebut, gambar lain yang mendominasi iklan Partai Demokrat adalah gambar orang. Gambar orang terasa lebih dominan karena berfungsi untuk menandai target iklan ini, yaitu rakyat. Gambar orang, terutama orang kecil dalam iklan Partai Demokrat, akan terasa lebih dekat dengan target. Gambar benda hanya ada sedikit, yaitu gambar tanda panah ke atas, tanda panah ke bawah, bendera merah-putih, dan gambar tabel harga sembako. Selain itu, iklan Partai Demokrat juga selalu memiliki latar berwarna biru karena biru merupakan identitas Partai Demokrat.

3.2 Analisis Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan Partai Golkar

Iklan Partai Golkar yang dianalisis berjumlah tiga iklan. Iklan-iklan tersebut adalah iklan dengan topik Golkar memberi bukti, Golkar pelopor perubahan, dan memilih partai Golkar. Iklan Partai Golkar yang dipilih untuk dianalisis di sini adalah iklan yang tidak memanfaatkan momen, seperti hari besar keagamaan dan nasional. Hal ini dihindari agar sebuah iklan tidak mengalami tumpang tindih antara iklan politik dan iklan ucapan selamat.

3.2.1 Iklan Partai Golkar *Membangun Negeri* (IPG 1)

Iklan ini muncul tanggal 5 Januari 2009. Iklan ini berukuran satu halaman penuh dan terdiri dari lima belas kalimat. Warna latar iklan ini adalah warna kuning.



Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPG 1.1 Membangun Negeri	Subkepala judul
IPG 1.2 BERI BUKTI, BUKAN JANJI	Kepala judul
IPG 1.3 Selama 44 tahun, Golkar telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.	Badan iklan
IPG 1.4 Karena itu, bangsa ini menempatkan Golkar sebagai Partai	IPG 1 G1 Jusuf Kalla dan anggota partai Golkar memakai baju berwarna kuning IPG 1 G2 Bendera merah-putih

<p>Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).</p> <p>IPG 1.5 Terimakasih atas dukungan Anda!</p> <p>IPG 1.6 Tahun telah berganti, hari ini kita kembali berkarya.</p> <p>IPG 1. 7 Walau dampak krisis keuangan global menghadang di depan mata, yakin kita dapat mengatasinya.</p> <p>IPG 1.8 Ayo bekerja keras untuk maju bersana!</p> <p>IPG 1.9 Terus dukung kami demi terwujudnya Indonesia sejahtera!</p> <p><i>Caption</i></p> <p>IPG 1.10 Mewujudkan perdamaian sebagai komitmen menjaga keutuhan NKRI.</p> <p>IPG 1.11 Peningkatan mutu pertanian menuju ketahanan pangan & ekonomi.</p> <p>IPG 1.12 Peningkatan mutu pendidikan untuk investasi masa depan bangsa.</p> <p>IPG 1.13 Perbaikan & pembangunan infrastruktur untuk kelancaran aktivitas masyarakat.</p>	<p>IPG 1 G3 Bendera Indonesia dan Masjid Baiturrahman Aceh</p> <p>IPG 1 G4 Jusuf Kalla bersama petani di lahan pertanian</p> <p>IPG 1 G5 Jusuf Kalla bercengkrama bersama dengan anak-anak yang sedang belajar</p> <p>IPG 1 G6 Mesin penghalus aspal di jalan raya</p>
<p>IPG 1.14 44 tahun Berkarya untuk Bangsa</p> <p>IPG 1.15 Maju Bersama Golkar</p>	<p><i>Signature</i> (terletak di bagian kanan bawah iklan)</p> <p>IPG 1 G7 Nomor urut partai</p> <p>IPG 1 G8 Lambang partai (23)</p>

Dari uraian di atas, iklan ini memiliki struktur yang lengkap dan mengikuti tata letak iklan yang umum. Struktur yang lengkap itu terdiri dari kepala judul, subkepala judul, badan iklan, dan *signature*. Dalam menguraikan struktur, tidak ditemukan kesulitan karena ukuran huruf setiap bagian-bagian iklan ini berbeda-beda. Selain itu, tata letaknya yang berurutan membuat perbedaan bagian satu dengan bagian lain tampak jelas.

Iklan ini menggunakan delapan gambar. Gambar IPG 1 G1, Jusuf Kalla dengan anggota partai mengenakan baju berwarna kuning, mengacu pada kata *Golkar* (IPG 1.3, IPG 1.4, dan IPG 1.15) dan kata *kami* (IPG 1.9). Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa Jusuf Kalla merupakan Ketua DPP Partai

Golkar dan warna kuning yang merupakan warna identitas partai Golkar. Selain itu, terdapat gambar IPG 1 G2 yang mendukung kata *negeri* (IPG 1.1) dan kata *Indonesia* (IPG 1.3). IPG 1 G2, yaitu gambar bendera merah-putih, mewakili bendera Indonesia sehingga dalam iklan ini gambar tersebut mendukung kata *Indonesia* dan *negeri*.

Iklan ini menjabarkan program-program yang akan dilakukan Golkar yang didukung oleh gambar-gambar. Gambar Masjid Baiturrahman Aceh dengan bendera merah-putih, IPG 1 G3, mendukung kalimat *mewujudkan perdamaian sebagai komitmen menjaga keutuhan NKRI*. Gambar ini digunakan karena dalam kenyataan daerah Aceh merupakan daerah yang ingin memisahkan diri dari Indonesia beberapa waktu yang lalu. Masjid Baiturrahman disertai dengan bendera merah-putih merupakan tanda agar terciptanya keutuhan NKRI.

Gambar kedua adalah IPG 1 G4 yang mendukung kalimat *peningkatan mutu pertanian menuju ketahanan pangan & ekonomi*. Gambar ini dapat ditafsirkan bahwa Golkar melakukan peningkatan mutu pertanian sebagai salah satu bukti bahwa Golkar tidak hanya memberikan janji. Jusuf Kalla dalam gambar ini mewakili Golkar dan gambar lahan pertanian beserta petaninya mewakili bidang pertanian.

Gambar yang ketiga adalah IPG 1 G5 dapat diartikan bahwa Golkar mendukung peningkatan mutu pendidikan. Gambar ini mendukung kalimat *peningkatan mutu pendidikan untuk investasi masa depan bangsa*. Siswa sekolah dalam gambar ini berhubungan dengan dunia pendidikan. Kemunculan gambar ini sangat relevan dengan bukti Golkar yang berpartisipasi meningkatkan mutu pendidikan.

Gambar keempat adalah IPG 1 G6 yang dapat ditafsirkan mendukung kalimat *pembangunan dan perbaikan infrastruktur*. Gambar ini merepresentasikan pelaksanaan perbaikan infrastruktur. Adanya gambar ini sangat relevan dengan bukti Golkar yang membangun serta memperbaiki infrastruktur. Gambar berikutnya adalah IPG 1 G7 dan G8 yang mendukung *Golkar* karena merupakan identitas partai Golkar. Identitas partai juga diperkuat dengan penggunaan warna kuning sebagai warna latar.

3.2.2 Iklan Partai Golkar *Golkar Pelopor Perubahan* (IPG 2)

Iklan ini muncul pada tanggal 14 Maret 2009. Iklan ini berukuran satu halaman penuh dan terdiri dari 31 kalimat. Warna latar iklan ini adalah kuning dan putih.

The poster is titled "Golkar Pelopor Perubahan" in bold black letters at the top. Below the title is a large, golden 3D-style Golkar emblem. A golden banner draped across the emblem contains the text "GOLONGAN KARYA". The lower half of the poster is divided into several sections containing text and small images. On the right side, there is a photograph of a person working in a field. At the bottom right, there is a logo for "PARTAI GOLKAR" with the number "23" and the slogan "BERSAMA SAMA MELAKSANAKAN TRANSFORMASI". The bottom of the poster features the slogan "BERSAMA SAMA MELAKSANAKAN TRANSFORMASI" in a stylized font.

Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPG 2.1 Golkar Pelopor Perubahan	Kepala judul IPG 2 G1 Lambang golkar berwarna emas dengan nomor urut partai
IPG 2.2 "Para Pendiri partai Golkar sadar betul bahwa yang abadi di dunia ini adalah perubahan. IPG 2.3 Golkar pun dilahirkan untuk menjadi pelopor perubahan."	Subkepala judul (terletak di dalam teks) IPG 2 G2 Jusuf Kalla

<p>IPG 2.4 Golkar telah membuktikannya selama lebih dari 4 dekade.</p> <p>IPG 2.5 Dari presiden ke presiden, dari DPR ke DPR, siapapun presidennya Golkar pelopor perubahannya.</p>	Badan iklan
IPG 2.6 Golkar dan Kemerdekaan	Subkepala judul
<p>IPG 2.7 Merdeka pada tahun 1945 bermakna melepaskan diri dari penjajahan bangsa asing.</p> <p>IPG 2.8 Perjuangan kemerdekaan hari ini bermakna memerdekakan bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.</p> <p>IPG 2.9 Golkar telah membuktikan, antara lain dengan memeperjuangkan kebebasan pers yang profesional dan beretika, meningkatkan mutu pendidikan bagi seluruh anak bangsa, demi kejayaan Indonesia di masa depan.</p>	Badan iklan
IPG 2.10 Golkar dan Persatuan	Subkepala judul
<p>IPG 2.11 Sebagai dasar dan falsafah negara Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, persatuan dan kesatuan Republik Indonesia.</p> <p>IPG 2.12 Persatuan bukan pilihan, melainkan komitmen sebagai bangsa besar.</p> <p>IPG 2.13 Golkar telah membuktikan diri dengan menyelesaikan berbagai konflik yang mengancam keutuhan NKRI.</p> <p>IPG 2.14 Para pemimpin Partai Golkar menjadi juru damai yang piawai mengembalikan keharmonisan kehidupan masyarakat di Poso, Ambon, dan Nangroe Aceh Darrussalam.</p>	Badan iklan
IPG 2.15 Golkar dan Kedaulatan	Subkepala judul
<p>IPG 2.16 Kedaulatan yang diamanatkan oleh UUD '45 bukan semata-mata kedaulatan pemerintahan nasional, melainkan juga kedaulatan rakyatnya.</p> <p>IPG 2.17 Berdaulat artinya masa depan bangsa berada di tangan kita, bukan ditentukan oleh pihak asing manapun, berdaya menentukan nasib sendiri dan memiliki kemampuan meningkatkan kesejahteraan secara mandiri.</p> <p>IPG 2.18 Kerja nyata Golkar dibuktikan lewat berbagai program, seperti</p>	Badan iklan

Program Pemberdayaan Masyarakat Nasional (PNPM) Mandiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Operasional Sekolah (BOS), dan Bantuan Langsung Tunai (BLT).	
IPG 2.19 Golkar dan Kemakmuran	Subkepala judul
IPG 2.20 Indonesia adalah negeri yang makmur, negeri dengan anugerah kekayaan serba berlimpah. IPG 2.21 Namun kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik. IPG 2.22 Salah satu kerja nyata Golkar dalam memperjuangkan kemakmuran bagi bangsa Indonesia adalah melalui swa sembada beras, langkah awal untuk membuktikan diri sebagai negara produsen beras dunia dengan kemampuan mengekspornya.	Badan iklan
IPG 2.23 Golkar dan Keadilan	Subkepala judul
IPG 2.24 Bagi Golkar, keadilan sama pentingnya dengan kemerdekaan dan kedaulatan. IPG 2.25 Karena itu Golkar senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi. IPG 2.26 Keadilan diwujudkan dengan memberi kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan, pekerjaan, serta kesetaraan setiap warga negara di depan hukum. IPG 2.27 Hak-hak asasi manusia adalah prinsip dasar yang menjamin harkat dan martabat manusia Indonesia yang ikut diperjuangkan oleh Golkar di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif.	Badan iklan
IPG 2.28 "Bersama Golkar, kita bisa berbuat lebih banyak lagi bagi Indonesia."	Subkepala judul

<p><i>Caption</i> IPG 2.29 Perubahan menuju Indonesia lebih baik, lebih cepat tercapai jika seluruh komponen bangsa bahu-membahu mewujudkannya. IPG 2.30 Swa sembada beras di Indonesia saat ini adalah hasil kerja kolektif seluruh komponen bangsa.</p>	<p>Badan iklan IPG 2 G3 Jusuf Kalla disambut oleh tarian Kalimantan IPG 2 G4 Jusuf Kalla memberikan sepetak tanaman padi</p>
<p>IPG 2.31 Maju Bersama Golkar</p>	<p><i>Signature</i> (terletak di bagian kanan bawah iklan tidak menyatu dengan slogan) IPG 2 G5 Nomor urut partai (23) IPG 2 G6 Lambang partai</p>

Iklan ini memiliki struktur lengkap yang terdiri dari kepala judul, subkepala judul, badan iklan, dan *signature*. Semua bagian mengikuti tata letak iklan yang umum. Pada bagian *signature*, terdapat sedikit perbedaan dengan *signature* IPG 1 karena slogan *Maju Bersama Golkar* (IPG 2.31) tidak menempel pada nomor urut dan lambang partai. Sama seperti iklan Partai Golkar yang sebelumnya, iklan ini memiliki perbedaan ukuran huruf yang jelas antara satu bagian dengan bagian lain dan memiliki tata letak yang berurutan. Hal ini membuat bagian-bagian iklan terlihat jelas.

Dalam iklan ini, terdapat enam gambar yang mendukung teks. Iklan ini menyertakan gambar nomor urut partai dan lambang partai yang muncul dua kali. IPG 2 G1 sebagai gambar utama dengan ukuran yang besar, IPG 2 G5 dan IPG 2 G6 sebagai *signature*. IPG 2 G1 mendukung kata *Golkar* (IPG 2.1) karena nomor urut partai (28) dan lambang partai yang digunakan merupakan identitas partai Golkar. IPG 2 G2 juga mengacu pada kata *Golkar* (IPG 2.2 dan IPG 2.3) karena Jusuf Kalla merupakan figur partai Golkar yang menjabat sebagai Ketua Umum Partai Golkar.

Dalam iklan ini, terdapat gambar IPG 2 G3 dan IPG 2 G4. Setiap gambar tersebut mendukung unsur pada *caption* yang menjelaskan gambar tersebut. IPG 2 G3 mendukung frase *seluruh komponen bangsa* (IPG 2.29). Gambar tersebut dapat ditafsirkan demikian karena Kalimantan merupakan salah satu daerah yang ada di Indonesia. IPG 2 G3 mendukung frase *swasembada beras* (IPG 2.30).

Ditafsirkan demikian karena gambar tanaman padi merupakan tanaman yang menghasilkan beras.

Iklan ini memiliki IPG 2 G5 dan IPG 2 G6 yang mendukung *Golkar*. Gambar ini merupakan identitas Golkar sehingga dapat ditafsirkan mendukung kata *Golkar*. Gambar ini berfungsi sama dengan IPG G1. Kata *Golkar* juga diperkuat oleh warna latar yang digunakan. Adanya unsur warna kuning menandakan bahwa iklan ini merupakan iklan Partai Golkar.

3.2.3 Iklan Partai Golkar “*Golkar Lebih Cepat Lebih Baik*” (IPG 3)

Iklan ini muncul 4 April 2009. Iklan ini berukuran satu halaman penuh dan terdiri dari delapan kalimat. Warna latar iklan ini adalah kuning dan putih.



Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPG 3.1 “Golkar Lebih Cepat Lebih Baik”	Kepala judul IPG 3 G1 Jusuf Kalla
IPG 3.2 Buka kertas suara. IPG 3.3 Cari warna kuning satu-satunya. IPG 3.4 Cari partai nomor 23. IPG 3.5 Contreng salah satu caleg Golkar. IPG 3.6 Atau, contreng lambang partai Golkar. IPG 3.7 www.golkar.or.id	Badan iklan IPG 3 G2 Contoh kertas suara
IPG 3.8 MAJU BERSAMA GOLKAR	<i>Signature</i> (terletak di bagian kanan bawah iklan tidak menyatu dengan slogan) IPG 3 G3 Nomor partai (23) IPG 3 G4 Lambang Partai

Struktur iklan ini tidak lengkap karena tidak ada subkepala judul. Akan tetapi, bagian-bagiannya mengikuti tata letak iklan yang umum. Iklan ini juga memiliki perbedaan dalam hal *signature*. *Signature* menyertakan situs partai Golkar, sedangkan slogannya terpisah dengan nomor urut dan lambang partai. Berbeda dengan dua iklan Partai Golkar lainnya, iklan ini memiliki teks yang berupa langkah-langkah dengan jumlah kalimat yang sedikit. Walaupun demikian, ukuran huruf antara bagian satu dengan yang lain berbeda dan tata letaknya tidak membingungkan.

Dalam iklan ini, terdapat empat gambar. IPG 3 G1 mendukung kata *Golkar* (IPG 3.1). Dapat ditafsirkan demikian karena Jusuf Kalla merupakan Ketua Umum Partai Golkar. Selain itu, terdapat gambar IPG 3 G2 yang merujuk kepada kalimat yang menjelaskan langkah-langkah memilih partai Golkar, yaitu:

Buka kertas suara. (IPG 3.2)

Cari warna kuning satu-satunya. (IPG 3.3)

Cari partai nomor 23. (IPG 3.4)

Contreng salah satu caleg Golkar. (IPG 3.5)

Atau, contreng lambang partai Golkar. (IPG 3.6)

Gambar tersebut mendukung kalimat-kalimat di atas karena terdapat contrengan pada kolom partai Golkar yang menunjukkan contoh cara memilih partai dalam

Pemilu. Lalu, IPG 3 G3 dan IPG 3 G4 juga mendukung *partai nomor 23* (IPG 3.4) dan *partai Golkar* (IPG 3.6). Gambar tersebut dapat ditafsirkan demikian karena nomor urut dan lambang partai merupakan identitas partai. Warna latar dengan unsur warna kuning juga merupakan identitas partai sehingga warna juga mendukung frase tersebut.

3.2.4. Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan Partai Golkar

Hampir semua iklan Partai Golkar memiliki struktur yang lengkap. Hanya IPG 3 yang tidak lengkap karena tidak memiliki subkepala judul. Semua bagian dalam struktur iklan Partai Golkar mengikuti tata letak iklan yang umum. Hal ini disebabkan oleh perbedaan huruf dan letak yang jelas.

Iklan Golkar dapat menyertakan 4-8 gambar. Gambar yang mendominasi dalam setiap iklan Partai Golkar adalah gambar Jusuf Kalla, nomor urut partai, dan lambang partai. Gambar-gambar tersebut mendukung kata *Golkar* dan *Partai Golkar* karena merupakan identitas Partai Golkar. Salah satu iklan partai Golkar (IPG 1) juga menyertakan gambar bendera merah-putih yang mengacu pada kata *Indonesia* dalam teks. Selain gambar-gambar tersebut, Iklan partai Golkar (IPG 1 dan IPG 2) juga menyertakan gambar Jusuf Kalla sedang melakukan sebuah kegiatan. Gambar-gambar ini mendukung capaian-capaian atau bukti yang dimiliki Golkar.

Iklan Golkar hampir selalu memiliki tata letak yang sama. Ini terlihat pada IPG 1 dan IPG 2 yang bertata letak naskah panjang. Berbeda dengan kedua iklan sebelumnya, IPG 3 memiliki tata letak naskah pendek yang berupa langkah-langkah cara memilih Partai Golkar. Dengan tata letak yang demikian, gambar yang disertakan juga sedikit berbeda dengan yang lainnya. Gambar yang disertakan adalah contoh kertas suara yang sudah dicontreng pada bagian Partai Golkar. Selain itu, semua latar iklan Partai Golkar memiliki unsur warna kuning karena warna ini merupakan warna identitas Partai Golkar.

3.3 Analisis Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan PDI-P

Iklan PDI Perjuangan yang dianalisis di sini berjumlah tiga iklan, yaitu versi perjuangkan sembako murah, rakyat berhak BBM lebih murah lagi, dan Kontrak politik untuk perubahan. Iklan yang dipilih di sini bukan iklan yang memanfaatkan momen agar tidak ada tumpang tindih antara iklan politik dengan iklan ucapan selamat atau trimakasih. Sebenarnya ada satu iklan lagi yang tidak memanfaatkan momen, tetapi iklan ini memiliki topik yang sama dengan versi kontrak politik.

3.3.1 Iklan PDI-P *Perjuangkan Sembako Murah** (IPDI 1)

Iklan ini muncul 20 November 2009. Iklan ini berukuran sekitar dua pertiga halaman dan terdiri dari tujuh belas kalimat. Warna latar iklan ini putih dan sedikit unsur merah.

28

Program 100 Hari
PDI Perjuangan dan Megawati

Perjuangkan Sembako Murah*

MELALUI 6 KEBIJAKAN :

1. Menata kembali ketimpangan struktur penguasaan dan penggunaan tanah ke arah yang lebih adil.
2. Mempercepat perbaikan dan pembangunan jaringan Irigasi.
3. Menyediakan pupuk dan bibit murah yang berkualitas.
4. Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga sembako.
5. Memperkuat koperasi petani, lembaga pangan dan membangun Bank Pertanian.
6. Mengendalikan impor sembako yang merugikan petani dan nelayan.

FAKTA :

- Perbaikan harga sembako melampaui kenaikan harga BBM minyak. (Data BPS 2004 - 2009)
- 80% Rakyat menilai pemerintahan saat ini gagal menurunkan harga sembako karena masalah tak terjangkau. (Survei Nasional Jaringan Komunitas UI, 2008)

Challenging Anda terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi aparat Barisannya
Program Harga Sembako yang Terjangkau

Megawati Soekarnoputri

Kalimat	Bgian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
-	<i>Signature</i> (terletak di bagian tengah atas iklan) IPDI 1 G1 Nomor urut partai (28) IPDI 1 G2 Lambang partai
IPDI 1.1 Program 100 hari PDI Perjuangan dan Megawati	Subkepala judul IPDI 1 G3 Bendera merah-putih
IPDI 1.2 Perjuangkan Sembako Murah*	Kepala judul
IPDI 1.3 MELALUI 6 KEBIJAKAN :	Subkepala judul
IPDI 1.4 1. Menata kembali ketimpangan struktur penguasaan dan penggunaan tanah ke arah yang lebih adil. IPDI 1.5 2. Mempercepat perbaikan dan pembangunan jaringan irigasi. IPDI 1.6 3. Menyediakan pupuk dan bibit murah yang berkualitas. IPDI 1.7 4. Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga sembako. IPDI 1.8 5. Memperkuat koperasi petani, lumbung pangan dan membangun Bank Pertanian. IPDI 1.9 6. Mengendalikan impor sembako yang merugikan petani dan nelayan. IPDI 1.10 *Sembako Murah = Kenaikan harga sembako tidak melampaui kenaikan pendapatan masyarakat.	Badan iklan
IPDI 1.11 FAKTA:	Subkepala judul
IPDI 1.12 –Kenaikan harga sembako melampaui kenaikan daya beli rakyat. IPDI 1.13 (Data BPS 2004 – 2008) IPDI 1.14 – 80% Rakyat menilai pemerintahan saat ini gagal mengendalikan harga sembako karena semakin tak terjangkau. IPDI 1.15 (Riset nasional Lingkaran Survei Indonesia/LSI, 2008) IPDI 1.16 Dukungan Anda terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga Sembako yang Terjangkau <i>Caption</i> IPDI 1.17 Megawati Soekarnoputri	Badan iklan IPDI 1 G4 Megawati Soekarnoputri

Iklan ini memiliki struktur iklan lengkap, yaitu kepala judul, subkepala judul, badan iklan, dan *signature*. Akan tetapi, tidak semua bagian mengikuti tata letak iklan yang umum. Bagian yang tidak mengikuti tata letak iklan yang umum adalah *signature* yang terletak di bagian atas iklan. Walaupun demikian, iklan ini memiliki ukuran huruf yang cukup berbeda antara satu bagian dengan bagian lainnya.

Dalam iklan ini, terdapat empat gambar. IPDI 1 G1 dan IPDI 1 G2 mendukung frase *PDI Perjuangan* (IPDI 1.1). Hal tersebut dapat ditafsirkan demikian karena nomor urut (28) dan lambang partai merupakan identitas PDI Perjuangan dalam Pemilu 2009. Identitas partai juga diperkuat dengan adanya unsur merah pada warna latar sehingga unsur merah ini juga mendukung frase PDI-Perjuangan. IPDI 1 G3 justru tidak mendukung IPDI 1.1 karena gambar ini mengacu pada hal di luar teks, yaitu Indonesia. Kalaupun ada acuannya, kata *Indonesia*, terdapat dalam IPDI 1.15. Akan tetapi, *Indonesia* dalam IPDI 1.15 adalah frase *Lingkaran Survei Indonesia*.


IPDI 1 G4 mendukung frase *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 1.17) dan kata *Megawati* (IPDI 1.16). Dapat ditafsirkan demikian karena Gambar tersebut merupakan Megawati Soekarnoputri yang menjabat sebagai Ketua Umum PDI-P. Dengan demikian, IPDI 1 G4 tidak hanya mendukung *Megawati Soekarnoputri* dan *Megawati*, tetapi juga mendukung kata *PDI Perjuangan* (IPDI 1.1 dan IPDI 1.17).

3.3.2 Iklan PDIP Rakyat Berhak Harga BBM Lebih Murah Lagi (IPDI 2)

Iklan ini muncul 29 Januari 2009. Iklan ini berukuran sekitar dua pertiga halaman dan terdiri dari empat belas kalimat. Warna latar iklan ini adalah warna merah.



Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
-	Signature IPDI 2 G1 Nomor urut partai (28) IPDI 2 G2 Lambang partai
IPDI 2.1 Rakyat Berhak harga BBM Lebih Murah Lagi	Kepala judul IPDI 2 G3 Pom bensin
IPDI 2.2 Megawati Soekarnoputri IPDI 2.3 Turunnya BBM 3X bukan prestasi pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia. IPDI 2.4 Dari pada mengklaim yang	Badan iklan IPDI 2 G4 Megawati Soekarnoputri IPDI 2 G5 tabel perbedaan harga minyak dunia dan premium dari tahun ke tahun.

<p>bukan prestasinya, jauh lebih sehat pemerintah mengakui kegagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :</p> <p>IPDI 2.5 1. BBM masih mahal, padahal minyak dunia sudah turun 70%*</p> <p>IPDI 2.6 2. Sembako semakin tak terjangkau</p> <p>IPDI 2.7 3. Kesenjangan ekonomi semakin lebar**</p> <p>IPDI 2.8 4. Pemerintah gagal penuhi target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***</p> <p>IPDI 2.9 *Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$ 40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009)</p> <p>IPDI 2.10 FAKTA</p> <p>IPDI 2.11 **Kesenjangan kaya dan miskin bertambah lebar diukur dari Gini Ratio dari 0.32 (2004) menjadi 0.36 (2007) dan diprediksi bertambah buruk lagi di tahun 2008</p> <p>IPDI 2.12 *** Janji pemerintah di Peraturan Presiden RI No.07 /2005 tak tercapai, diuji dengan data BPS 2004-2008:</p> <p>IPDI 2.13 Jumlah kemiskinan saat ini 15,4% (34,96 juta jiwa), padahal pemerintah BERJANJI menurunkan hingga 8,2% (18,19 juta jiwa) di tahun 2009.</p> <p>IPDI 2.14 Jumlah pengangguran saat ini 8,5% (9,43 juta jiwa), meleset jauh dari JANJI pemerintah untuk menurunkan hingga 5,1% (5,65 juta jiwa) di tahun 2009.</p>	
---	---

Struktur iklan ini termasuk yang tidak lengkap karena terdiri dari kepala judul, badan iklan, dan *signature*. Iklan ini tidak mempunyai subkepala judul. Dalam hal tata letak iklan, bagian *signature* tidak mengikuti tata letak iklan yang umum karena letaknya di bagian atas iklan. Iklan ini memiliki ukuran huruf yang cukup berbeda antara satu bagian dengan bagian lainnya. Dengan demikian, bagian-bagian iklan tampak jelas.

Dalam iklan ini, terdapat lima gambar. IPDI 2 G1 dan IPDI 2 G2 tidak mendukung teks karena merujuk pada hal di luar teks, yaitu PDI-Perjuangan yang tidak secara eksplisit ditulis dalam teks. Dapat ditafsirkan demikian karena nomor urut dan lambang partai merupakan identitas PDI Perjuangan. Warna latar yang digunakan juga mendukung PDI Perjuangan karena merah adalah warna identitas PDI Perjuangan. IPDI 2 G3 merujuk pada *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 2.2). Dapat ditafsirkan demikian karena IPDI 2 G2 memang merupakan gambar Megawati Soekarnoputri yang menjabat sebagai Ketua Umum PDI Perjuangan. Selain itu, terdapat juga gambar IPDI 2 G4 yang merujuk pada kata *BBM* (IPDI 2.1) dan *minyak dunia* (IPDI 2.5). Gambar pom bensin mendukung kata tersebut karena merupakan tempat penjualan bahan bakar kendaraan.

3.3.3 Iklan PDI Perjuangan *Kontrak Politik Untuk Perubahan* (IPDI 3)

Iklan ini muncul tanggal 2 Februari 2009. Iklan ini berukuran dua pertiga halaman dan terdiri dari tujuh belas kalimat. Warna latar iklan ini adalah warna merah.

Kontrak Politik Untuk Perubahan

28

Megawati Soekarnoputri

1. Perjuangkan Sembako Murah*
2. Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja**
3. Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat***

Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.****

Megawati Soekarnoputri
Ketua Umum PDI Perjuangan

**** Sosial dan Politik (di PDI Perjuangan) mengungkap janji-janji kampanye partai pada 2009-2014. Lihat PDI Perjuangan 2009-2014. PDI Perjuangan.

Kalimat	Bagian-bagian iklan (didukung oleh gambar)
IPDI 3.1 Kontrak Politik Untuk Perubahan	Kepala judul
IPDI 3.2 Megawati Soekarnoputri	Badan Iklan IPDI 3 G1 Megawati Soekarnoputri
-	<i>Signature</i> (terletak di bagian atas iklan) IPDI 3 G2 Nomor urut partai (28) IPDI 3 G3 Lambang partai
IPDI 3.3 Perjuangkan Sembako Murah * IPDI 3.4 Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja ** IPDI 3.5 Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat ***	Subkepala judul / Kepala judul IPDI 3 G4 Karung beras dan dirigen minyak
IPDI 3.6 Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.**** IPDI 3.7 Megawati Soekarnoputri IPDI 3.8 Ketua Umum PDI Perjuangan IPDI 3.9 * Kenaikan harga sembako tak melampau kenaikan daya beli masyarakat, berbeda dengan saat ini dimana harga sembako semakin tak terjangkau. IPDI 3.10 ** Prosentase pengangguran berkurang, berbeda dengan saat ini dimana pengangguran cukup tinggi. IPDI 3.11 *** Kebutuhan sandang, pangan dan papan lebih tercukupi, ekonomi pedesaan lebih diberdayakan, prosentase kemiskinan dan ketimpangan pendapatan berkurang, berbeda dengan saat ini di mana ketimpangan semakin lebar diukur dari Gini Ratio. IPDI 3.12 **** Syarat ini berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai PDI Perjuangan. <i>Testimonials</i> IPDI 3.13 Eri Kusri, Karyawati IPDI 3.14 Wahhhh..... IPDI 3.15 ada yang benar benar berani berjuang.	Badan iklan IPDI 3 G5 Tanda tangan Megawati Soekarnoputri IPDI 3 G6 Seorang warga perempuan berkacamata dan berbaju merah (Eri Kusri, Karyawati)

IPDI 3.16 Hidup saya bisa berubah. IPDI 3.17 Terima Kasih PDI Perjuangan.	
---	--

Iklan ini memiliki struktur yang lengkap, yaitu kepala judul, subkepala judul, badan iklan dan *signature*. Akan tetapi, dalam menentukan bagian-bagian iklan terdapat sedikit kesulitan karena ukuran huruf IPDI 3.1 dan IPDI 3.2, IPDI 3.3, IPDI 3.4 hampir sama. Hal ini membuat adanya ketumpangtindihan antara kepala judul dan subkepala judul. Dalam hal tata letak iklan, bagian *signature* tidak mengikuti tata letak iklan yang umum karena terletak di bagian atas iklan.

Iklan ini memiliki enam gambar untuk mendukung teks. IPDI 3 G1 mendukung *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 3.2) karena Megawati Soekarnoputri adalah Ketua Umum PDI-P sehingga menimbulkan anggapan bahwa penyertaan gambarnya merupakan identitas PDI-P. Melalui anggapan tersebut, penyertaan gambar Megawati Soekarnoputri juga mendukung kata *Ketua Umum PDI Perjuangan* (IPDI 3.8). IPDI 3 G2 dan IPDI 3 G3 mendukung kata *PDI Perjuangan* (IPDI 3.6, IPDI 3.12, dan IPDI 3.17). Kedua gambar tersebut ditafsirkan demikian karena merupakan identitas PDI-P pada pemilu 2009. Identitas partai diperkuat dengan warna latar iklan ini, yaitu warna merah.

Dalam iklan ini, terdapat gambar IPDI 3 G4 yang mendukung kata *sembako* (IPDI 3.3 dan IPDI 3.9). Dapat ditafsirkan demikian karena beras dan minyak merupakan sembilan bahan pokok masyarakat Indonesia. Selain gambar-gambar tersebut, terdapat juga gambar seorang warga perempuan berkacamata dan berbaju merah (IPDI 3 G5). Penyertaan gambar ini mendukung *Eri Kusriani, Karyawati* (IPDI 3.13) yang merupakan *caption* dari gambar tersebut. Selain itu, IPG 3 G6 mendukung *testimonials* yang diungkapkan warga tersebut untuk mendukung PDI-P. *Testimonials* tersebut adalah sebagai berikut:

Wahhhh..... IPDI 3.14

ada yang benar benar berani berjuang. IPDI 3.15

Hidup saya bisa berubah. IPDI 3.16

Terima Kasih PDI Perjuangan. IPDI 3.17

3.3.4 Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan PDI-P

Struktur iklan PDI Perjuangan dapat dikatakan lengkap walaupun ada satu iklan, yaitu IPD 2, yang tidak memiliki subkepala judul. Salah satu iklan PDI Perjuangan, terdapat ketumpangtindihan antara kepala judul dan subkepala judul. Ketumpangtindihan tersebut terjadi dalam IPDI 3. Ketumpangtindihan ini disebabkan oleh ukuran huruf yang hampir sama. Bagian-bagian dalam iklan ini ada yang mengikuti tata letak iklan yang umum dan ada yang tidak mengikuti. Bagian yang tidak mengikuti tata letak iklan umum adalah *signature* yang selalu terletak di bagian atas iklan.

Dalam iklan PDI Perjuangan, gambar yang mendukung teks rata-rata berjumlah 4—6 gambar. Gambar yang mendominasi adalah Megawati Soekarnoputri, nomor urut partai, dan lambang partai. Ketiga gambar ini selalu ada dalam setiap iklan PDI Perjuangan. Ketiga gambar ini mendukung kata *PDI Perjuangan* dalam teks. Ketiga gambar yang mengacu pada *PDI Perjuangan* dalam teks terlihat pada IPDI 1 dan IPDI 3. Dalam IPDI 2, ketiga gambar yang mendominasi iklan PDI Perjuangan ini mengacu pada hal di luar teks karena dalam iklan ini tidak ada unsur *PDI Perjuangan* yang dituliskan secara eksplisit.

Selain ketiga gambar yang mendominasi tersebut, iklan PDI Perjuangan lebih sering menyertakan gambar benda, yaitu bendera merah-putih, pom bensin, karung beras dan dirigen minyak tanah. Gambar bendera merah putih yang terdapat dalam IPDI 1 merujuk pada hal di luar teks, yaitu Indonesia. Gambar pom bensin terdapat dalam IPDI 2 yang merujuk pada *BBM* dan *minyak dunia*. Gambar beras dan dirigen minyak tanah dalam IPDI 3 merujuk pada *sembako*. Dalam IPDI 3, terdapat juga gambar orang, yaitu warga perempuan berkacamata dan berbaju merah. Gambar orang ini mendukung *Eri Kusriani*, *Karyawati* dan *testimonials*-nya. Iklan-iklan PDI Perjuangan juga selalu disertai dengan warna latar, yaitu warna merah, sebagai identitas partai ini.

3.4 Struktur serta Fungsi Gambar dan Hubungan Gambar dengan Bahasa dalam Iklan Partai Politik

Dalam menganalisis struktur iklan, terdapat ketumpangtindihan antara bagian-bagiannya. Ketumpangtindihan biasanya terjadi antara kepala judul dan subkepala judul. Ketumpangtindihan ini terutama ditemukan pada iklan Partai Demokrat. Dalam iklan PDI-P juga terjadi ketumpangtindihan, tetapi hanya pada satu iklan, yaitu IPD 3. Ketumpangtindihan ini disebabkan oleh ukuran huruf dan tingkat perhatian beberapa bagian hampir sama.

Dari segi tata letak, iklan Partai Demokrat dan PDI Perjuangan tidak mengikuti tata letak iklan yang umum. Terlihat dari letak *signature* Partai Demokrat yang bisa berada di atas dan di samping. Demikian pula dengan iklan PDI-P yang *signature*-nya yang selalu terletak di atas. Berbeda dengan kedua iklan partai tersebut, tata letak iklan partai Golkar mengikuti tata letak iklan umum sehingga lebih mudah ditentukan bagian-bagiannya.

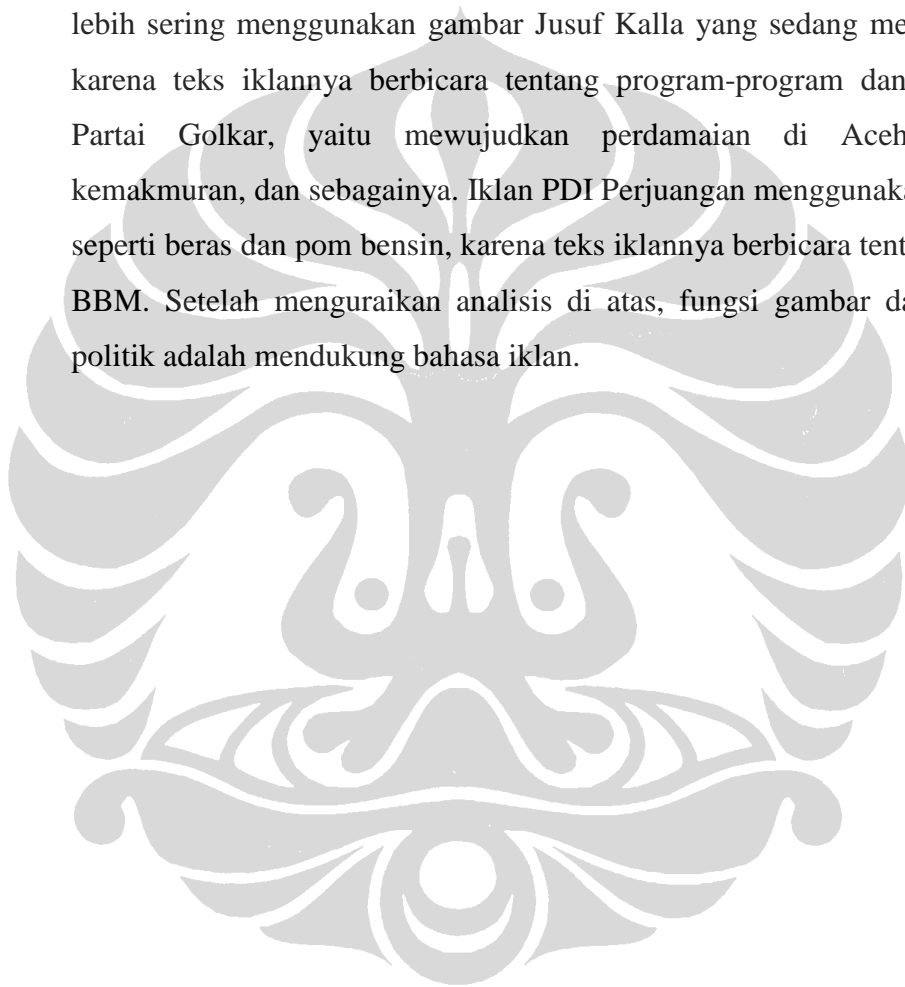
Secara umum, terlihat bahwa iklan Partai Politik memiliki struktur kepala judul, subkepala judul, badan iklan (dapat berupa *testimonials*, *caption*, dan *flash*), dan *signature*. Hanya IPG 3 dan IPG 2 yang tidak memiliki subkepala judul. *Signature* dalam iklan partai politik dapat berisi nomor urut partai, lambang partai, dan slogan. Akan tetapi, dalam iklan PDI-P, *signature* hanya berisi nomor partai dan lambang partai tanpa disertai slogan.

Setelah menganalisis fungsi gambar dan hubungan gambar dengan bahasa iklan dari ketiga partai, terlihat bahwa (1) gambar tokoh partai, (2) nomor urut partai, dan (3) lambang partai selalu ada dalam setiap iklan partai politik. Gambar-gambar tersebut mengacu pada partai masing-masing, yaitu *Partai Demokrat*, *Partai Golkar*, dan *PDI Perjuangan*. Gambar tersebut juga selalu mengacu pada nama tokohnya sebagai *caption* (*Susilo Bambang Yudhoyono* dan *Megawati*), kecuali dalam iklan Partai Golkar. Iklan-iklan partai politik ini juga selalu disertai warna latar yang merupakan identitas setiap partai.

Selain ketiga gambar tersebut, gambar bendera merah-putih juga sering disertakan. Akan tetapi, yang selalu menyertakannya adalah iklan Partai Demokrat yang lebih sering mengacu pada hal di luar teks. Iklan Partai Golkar dan PDI Perjuangan hanya menyertakannya dalam satu iklan. Dalam iklan Partai Golkar,

bendera merah-putih mengacu pada *Indonesia* dalam teks, sedangkan dalam iklan PDI Perjuangan mengacu pada Indonesia di luar teks.

Dari segi jenis gambar yang disertakan, terlihat jelas bahwa ada perbedaan yang dipengaruhi oleh bahasa yang ditampilkan dalam iklan. Iklan Partai Demokrat lebih sering menggunakan gambar orang karena teks iklannya berbicara tentang capaian-capaian Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, yaitu melawan korupsi, menaikkan anggaran pendidikan, dan sebagainya. Iklan Partai Golkar lebih sering menggunakan gambar Jusuf Kalla yang sedang melakukan kegiatan karena teks iklannya berbicara tentang program-program dan capaian-capaian Partai Golkar, yaitu mewujudkan perdamaian di Aceh, meningkatkan kemakmuran, dan sebagainya. Iklan PDI Perjuangan menggunakan gambar benda, seperti beras dan pom bensin, karena teks iklannya berbicara tentang sembako dan BBM. Setelah menguraikan analisis di atas, fungsi gambar dalam iklan partai politik adalah mendukung bahasa iklan.



BAB 4

ANALISIS ASPEK GRAMATIKAL DAN ASPEK SEMANTIS IKLAN PARTAI POLITIK

Seperti yang telah disebutkan dalam Bab 2, sebuah iklan memiliki komponen bahasa yang disebut teks atau *copy*. Melalui teks atau *copy*, keutuhan wacana iklan dapat terlihat dari aspek gramatikal dan aspek semantis. Data yang dipilih dalam bab ini akan dianalisis berdasarkan teori aspek gramatikal dan aspek semantis yang diungkapkan dalam Bab 2. Urutan penyajian analisis sama seperti analisis yang disajikan dalam Bab 3, yaitu analisis iklan Partai Demokrat terlebih dahulu dilanjutkan dengan analisis iklan Partai Golkar dan iklan PDI Perjuangan.

4.1 Analisis Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis Iklan Partai Demokrat

4.1.1 IPD 1

Iklan ini terdiri dari delapan kalimat. Pertalian antara kalimat-kalimat tersebut terlihat dari aspek gramatikal dan aspek semantis yang membangunnya.

IPD 1.1 Katakan Tidak! Pada KORUPSI

IPD 1.2 Hari Anti Korupsi Sedunia, 9 Desember 2008

Caption

IPD 1.3 Susilo Bambang Yudhoyono

IPD 1.4 Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat

IPD 1.5 Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!

IPD 1.6 KORUPSI bukan jalan menjadi kaya, tapi jalan menuju penjara!

IPD 1.7 KORUPSI menghancurkan supremasi hukum, melemahkan tatanan pemerintahan, menggerogoti sendi-sendi demokrasi dan merusak moral bangsa.

IPD 1.8 Berjuang untuk Rakyat

4.1.1.1 Aspek gramatikal

Salah satu aspek gramatikal yang membangun teks adalah substitusi. Substitusi dalam iklan ini tidak hanya terjadi pada bahasa tulis saja, tetapi juga gambar menjadi bahasa tulis. Seperti substitusi gambar Susilo Bambang Yudhoyono (IPD 1 G1) menjadi *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 1.3). Ini menandakan bahwa gambar Susilo Bambang Yudhoyono menjadi salah satu penanda keutuhan wacana iklan ini.

(IPD 1 G1)

IPD 1.3 *Susilo Bambang Yudhoyono*

Substitusi dalam iklan ini adalah substitusi *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 1.3) menjadi *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (IPD 1.4) dan *SBY*

(IPD 1.5). Substitusi ini merupakan substitusi nomina karena frase *Susilo Bambang Yudhoyono* merupakan frase nomina. Substitusi *Susilo Bambang Yudhoyono* mengindikasikan penyampai pesan iklan ini, yaitu Susilo Bambang Yudhoyono yang dapat disebut sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat dan SBY.

IPD 1.3 *Susilo Bambang Yudhoyono*

IPD 1.4 *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*

IPD 1.5 *Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!*

Penyampai pesan dalam iklan ini tidak hanya mengalami substitusi, tetapi juga mengalami elipsis. Elipsis terjadi pada frase *Partai Demokrat* dalam IPD 1.8 yang mengacu pada gambar nomor urut partai dan lambang Partai Demokrat (IPD 1 G4 dan IPD 1 G5). Oleh karena acuannya adalah gambar, gambar IPD 1 G4 dan IPD 1 G5 ikut menandai keutuhan wacana iklan ini. Elipsis atas *Partai Demokrat* juga dapat mengacu pada frase *Partai Demokrat* dalam IPD 1.4 dan IPD 1.5. Elipsis *Partai Demokrat* merupakan elipsis nominal karena *Partai Demokrat* merupakan frase nomina. Melalui elipsis *Partai Demokrat*, penyampai pesan iklan ini tidak hanya Susilo Bambang Yudhoyono tetapi juga Partai Demokrat.

IPD 1.4 *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*

IPD 1.5 *Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!*

(IPD 1 G4 dan IPD 1 G5)

IPD 1.8 (Partai Demokrat) *Berjuang untuk Rakyat*

4.1.1.2 Aspek semantis

Aspek semantis yang ada dalam iklan ini salah satunya adalah hubungan pengulangan leksem. Pengulangan leksem terjadi pada kata *korupsi* (IPD 1.1, IPD 1.2, IPD 1.5, IPD 1.6, dan IPD 1.7) dan *Partai Demokrat* (IPD 1.4 dan IPD 1.5). *Korupsi* diulang karena merupakan fokus pembicaraan atau pesan dalam iklan ini. Pengulangan leksem *Partai Demokrat* mempertegas bahwa penyampai pesan dalam iklan ini adalah Partai Demokrat.

IPD 1.1 *Katakan Tidak! pada KORUPSI*

IPD 1.2 *Hari Anti Korupsi Sedunia, 9 Desember 2008*

IPD 1.5 *Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!*

IPD 1.6 **KORUPSI** bukan jalan menjadi kaya, tapi jalan menuju penjara!
 IPD 1.7 **KORUPSI** menghancurkan supremasi hukum, melemahkan tatanan pemerintahan, menggerogoti sendi-sendi demokrasi dan merusak moral bangsa.

IPD 1.5 **Partai Demokrat** bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!

IPD 1.4 Ketua Dewan Pembina **Partai Demokrat**

Penyampai pesan yang dipertegas oleh hubungan pengulangan leksem dipertegas kembali oleh hubungan identifikasi. Hubungan identifikasi ini sebelumnya ditandai dengan substitusi. Hubungan ini mengidentifikasi Susilo Bambang Yudhoyono sebagai Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat dan SBY (lihat contoh substitusi hal. 64).

Untuk mengetahui pesan atau apa yang dilakukan penyampai pesan, terdapat hubungan medan makna antara *Tidak* (IPD 1.1), *Anti* (IPD 1.2), dan *melawan* (IPD 1.5). *Tidak* berarti 'partikel untuk menyatakan pengingkaran, penolakan, penyangkalan, dsb' (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2005: 1189). *Anti* berarti 'tidak setuju; tidak suka; tidak senang' (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2005: 57). *Melawan* berarti 'mencegah; menghilangkan; menjauhkan' (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2005: 645). Dilihat dari maknanya, kata-kata tersebut memiliki kemiripan arti yaitu 'menolak atau menghindari'. Dengan demikian kata-kata ini merupakan sinonimi. Kata-kata ini menunjukkan bahwa penyampai pesan menolak atau menghindari korupsi.

IPD 1.1 **Katakan Tidak!** pada KORUPSI

IPD 1.2 **Hari Anti** Korupsi Sedunia, 9 Desember 2008

IPD 1.5 **Partai Demokrat** bersama SBY terus **melawan** KORUPSI tanpa pandang bulu!

Pesan atau apa yang dilakukan penyampai pesan adalah melawan korupsi. Melalui hubungan sebab/alasan yang mengaitkan IPD 1.1 dan IPD 1.7, dapat diketahui mengapa penyampai pesan melawan korupsi. Sifat negatif korupsi dalam IPD 1.7 merupakan alasan dari perlawanan terhadap korupsi dalam IPD 1.1.

IPD 1.1 **Katakan Tidak!** pada KORUPSI

IPD 1.7 **KORUPSI** menghancurkan supremasi hukum, melemahkan tatanan pemerintahan, menggerogoti sendi-sendi demokrasi dan merusak moral bangsa

Hubungan sebab/alasan juga terlihat pada IPD 1.5 dan IPD 1.7. Di sini, IPD 1.7 juga menjadi alasan IPD 1.5. Hubungan sebab/alasan ini memperlihatkan sifat-sifat dari korupsi. Melalui hubungan sebab/alasan ini dapat diketahui bahwa pesan yang ingin disampaikan adalah melawan korupsi karena korupsi memiliki sifat yang negatif.

IPD 1.5 Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!

IPD 1.7 KORUPSI menghancurkan supremasi hukum, melemahkan tatanan pemerintahan, menggerogoti sendi-sendi demokrasi dan merusak moral bangsa.

Di samping sebab/alasan, hubungan amplifikatif dan parafrastis juga memperlihatkan sifat negatif korupsi. Hubungan amplifikatif terlihat pada IPD 1.5 dan IPD 1.6. Kata *korupsi* diperkuat dengan pertentangan sifat korupsi, yaitu bukan jalan menjadi kaya, tetapi menuju penjara.

IPD 1.5 Partai Demokrat bersama SBY terus melawan KORUPSI tanpa pandang bulu!

IPD 1.6 KORUPSI bukan jalan menjadi kaya, tapi jalan menuju penjara!

Hubungan parafrastis terjadi pada IPD 1.6 dan IPD 1.7. Jika dalam IPD 1.6 korupsi merupakan jalan menuju penjara, IPD 1.7 mengungkapkan dengan cara lain bagaimana korupsi merupakan suatu tindakan yang tidak pantas dilakukan.

IPD 1.6 KORUPSI bukan jalan menjadi kaya, tapi jalan menuju penjara!

IPD 1.7 KORUPSI menghancurkan supremasi hukum, melemahkan tatanan pemerintahan, menggerogoti sendi-sendi demokrasi dan merusak moral bangsa.

Melalui aspek-aspek yang membangun keutuhan wacana iklan ini, terlihat bahwa topik iklan ini adalah Susilo Bambang Yudhoyono dan Partai Demokrat melawan korupsi. Penyampai pesan, yaitu Susilo Bambang Yudhoyono dan Partai Demokrat, mengalami substitusi, elipsis, pengulangan leksem, dan identifikasi. Aspek-aspek tersebut terjadi pada frase *Susilo Bambang Yudhoyono dan Partai Demokrat*. Dalam iklan ini, terlihat bahwa gambar juga memegang peranan dalam menandai keutuhan wacana karena mengalami substitusi dan elipsis.

Apa yang dilakukan penyampai pesan, yaitu melawan korupsi, diketahui melalui hubungan pengulangan leksem, sebab/alasan, medan makna, pertentangan, amplifikatif dan parafrastis. *Melawan* diketahui melalui hubungan

medan makna sinonimi *tidak*, *anti*, dan *melawan*. *Korupsi* diketahui melalui pengulangan leksem *korupsi*. *Korupsi* juga diketahui dari adanya sifat-sifat negatif korupsi yang diungkapkan dalam iklan ini melalui hubungan sebab/alasan, pertentangan, amplifikatif, dan parafrastis.

4.1.2 IPD 2

Iklan ini terdiri dari 59 kalimat.

IPD 2.1 Berjuang untuk Rakyat

IPD 2.2 Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat.

IPD 2.3 Mari Kita Dukung Terus!

IPD 2.4 LANJUTKAN!

Caption

IPD 2.5 Susilo Bambang Yudhoyono

IPD 2.6 Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat

IPD 2.7 69% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY

IPD 2.8 (sumber: Lembaga Survei Indonesia 2009)

IPD 2.9 Apa yang turun?

IPD 2.10 (Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY)

IPD 2.11 BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan.

IPD 2.12 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.13 Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008.

IPD 2.14 (Sumber:Badan Pusat Statistik)

IPD 2.15 TERENDAH SETELAH TAHUN 2000

IPD 2.16 Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008.

IPD 2.17 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

IPD 2.18 TERENDAH SEJAK ORDE BARU

IPD 2.19 Rasio hutang negara dengan PDB terus menurun, 56% pada tahun 2004 menjadi 34% pada tahun 2008, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.

IPD 2.20 (Sumber: Dept. Keuangan)

IPD 2.21 TERENDAH SEJAK ORDE BARU

IPD 2.22 Tarif angkutan umum diturunkan 10%.

IPD 2.23 Tarif listrik untuk industri diturunkan 8%.

IPD 2.24 Harga sembako makin terjangkau.

IPD 2.25 (Sumber: Dept. Keuangan)

IPD 2.26 Apa yang naik?

IPD 2.27 (Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY)

IPD 2.28 Perekonomian terus tumbuh di atas 6% pertahun.

IPD 2.29 (Sumber: Badan Pusat Statistik, 2008)

IPD 2.30 TERTINGGI SETELAH ORDE BARU

IPD 2.31 Cadangan devisa naik hingga US\$ 51 miliar.

IPD 2.32 (Sumber: Bank Indonesia)

IPD 2.33 TERTINGGI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.34 Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPB Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008.

IPD 2.35 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

IPD 2.36 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.37 Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN.

IPD 2.38 Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta.

- IPD 2.39 (Sumber: APBN)
 IPD 2.40 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH
 IPD 2.41 Anggaran kesehatan naik 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.
 IPD 2.42 (Sumber: APBN)
 IPD 2.43 TERTINGGI SEJAK ORDE BARU
 IPD 2.44 Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras.
 IPD 2.45 (Sumber: Dept. Pertanian)
 IPD 2.46 PERTAMAKALI SETELAH ORDE BARU
 IPD 2.47 Pemberantasan korupsi terus ditingkatkan.
 IPD 2.48 Lebih dari 500 pejabat publik diproses secara hukum, tanpa pandang bulu!
 IPD 2.49 (Sumber: KPK dan Tipikor)
 IPD 2.50 TERTINGGI SEJAK MERDEKA
 IPD 2.51 Penghasilan rakyat meningkat hampir 2x lipat pada tahun 2008 dibandingkan tahun 2004.
 IPD 2.52 (Sumber: Badan Pusat Statistik PDB per kapita dalam dolar)
 IPD 2.53 ...DAN MASIH BANYAK LAGI
Testimonials
 IPD 2.54 “Alhamdulillah BBM diturunkan tiga kali, minyak goreng turun, harga sembako makin terjangkau”
 IPD 2.55 Sajak-Nelayan
 IPD 2.56 “Dulu penghasilan kami cuma Rp.10.700/hari, sekarang sudah Rp.27.300/hari”
 IPD 2.57 Namin-Buruh Tani
 IPD 2.58 “Dulu pendapatan kami hanya bisa beli 3kg beras, sekarang dapat 4 kg beras dan masih bisa nabung”
 IPD 2.59 Ojah-Pedagang

4.1.2.1 Aspek gramatikal

Pertalian kalimat-kalimat di atas dapat ditandai oleh elipsis. Iklan ini menggunakan aspek gramatikal elipsis untuk membicarakan penyampai pesan. Elipsis yang menandai penyampai pesan dalam iklan ini adalah elipsis atas *Partai Demokrat* dan *Pemerintahan Presiden SBY*. Elipsis atas *Partai Demokrat* dalam kalimat IPD 2.1 mengacu pada gambar IPD 2 G1 dan IPD 2 G2. Elipsis *Pemerintahan Presiden SBY* dalam kalimat IPD 2.3 dan IPD 2.4 mengacu pada *Pemerintahan Presiden SBY* dalam kalimat IPD 2.2.

(IPD 2 G1 dan IPD 2 G2)

IPD 2.1 (Partai Demokrat) *Berjuang untuk Rakyat*

IPD 2.2 *Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat.*

IPD 2.3 *Mari Kita Dukung Terus (Pemerintahan Presiden SBY)!*

IPD 2.4 *Lanjutkan (Pemerintahan Presiden SBY)!*

Kedua frase yang dielipsis merupakan frase nomina. Dengan demikian, elipsis *Partai Demokrat* dan *Pemerintahan Presiden SBY* merupakan elipsis nomina. Elipsis *Partai Demokrat* mengacu pada IPD 2 G1 dan IPD 2 G2,

sehingga gambar yang diacu *Partai Demokrat* juga merupakan penanda keutuhan wacana dalam iklan ini. Elipsis atas *Partai Demokrat* dan *Pemerintahan Presiden SBY* tersebut menunjukkan penyampai pesan dalam iklan ini, yaitu Partai Demokrat dan Presiden SBY.

Elipsis juga terjadi pada *Apa yang turun?* (IPD 2.9) dalam kalimat IPD 2.10 dan *Apa yang naik?* (IPD 2.26) dalam kalimat IPD 2.27. Elipsis kedua unsur ini merupakan elipsis klausa karena unsur yang dielipsiskan merupakan klausa. Elipsis klausa ini memperlihatkan bahwa pesan dalam iklan ini berkaitan dengan apa yang turun dan naik dalam pemerintahan SBY.

IPD 2.9 *Apa yang turun?*

IPD 2.10 (*Apa yang turun?*) *Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY*)

IPD 2.26 *Apa yang naik?*

IPD 2.27 (*Apa yang naik?*) *Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY*)

Sebenarnya, IPD 2.9 dan IPD 2.10 merupakan satu kalimat. Namun, tanda-tanda fisiknya, yaitu jarak baris, perbedaan ukuran huruf, dan tanda kurung, mengindikasikan bahwa dalam iklan ini keduanya merupakan dua kalimat yang berbeda. Hal ini terjadi juga pada IPD 2.26 dan IPD 2.27.

Hal-hal yang naik dan turun dalam Pemerintahan Presiden SBY ditandai oleh elipsis klausa-klausa yang menyatakan capaian-capaian Pemerintahan Presiden SBY. Elipsis klausa *BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan* (IPD 2.11) dalam IPD 2.12 menandakan bahwa capaian Pemerintahan presiden SBY adalah BBM sudah diturunkan sebanyak 3 kali.

IPD 2.11 *BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan.*

IPD 2.12 (BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan terjadi) *PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH*

Elipsis frase nomina *Angka pengangguran* (IPD 2.13) dalam IPD 2.15 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menurunkan jumlah pengangguran.

IPD 2.13 *Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008.*

IPD 2.15 (Angka pengangguran) *TERENDAH SETELAH TAHUN 2000*

Elipsis frase nomina *Angka kemiskinan* (IPD 2.16) dalam IPD 2.18 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menurunkan jumlah kemiskinan.

IPD 2.16 *Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008.*

IPD 2.18 (Angka kemiskinan) *TERENDAH SEJAK ORDE BARU*

Elipsis frase nomina *Rasio hutang negara dan hutang IMF* (IPD 2.19) dalam IPD 2.21 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menurunkan rasio hutang negara dan hutang IMF.

IPD 2.19 *Rasio hutang negara dengan PDB terus menurun, 56% pada tahun 2004 menjadi 34% pada tahun 2008, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.*

IPD 2.21 (Rasio hutang negara dan hutang IMF) *TERENDAH SEJAK ORDE BARU*

Elipsis nomina *Perekonomian* (IPD 2.28) dalam IPD 2.15 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah meningkatkan Perekonomian.

IPD 2.28 *Perekonomian terus tumbuh di atas 6% pertahun.*

IPD 2.30 (Perekonomian) *TERTINGGI SETELAH ORDE BARU*

Elipsis frase nomina *Cadangan devisa* (IPD 2.31) dalam IPD 2.33 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menaikkan cadangan devisa.

IPD 2.31 *Cadangan devisa naik hingga US\$ 51 miliar.*

IPD 2.33 (Cadangan devisa) *TERTINGGI SEPANJANG SEJARAH*

Elipsis klausa *Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008* (IPD 2.34) dalam IPD 2.36 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY menaikkan anggaran program-program pro-rakyat.

IPD 2.34 *Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008.*

IPD 2.36 (Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008 terjadi) *PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH*

Elipsis klausa *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN* (IPD 2.37) dan klausa *Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta* (IPD 2.38) dalam IPD 2.40 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menaikkan anggaran pendidikan dan gaji minimum guru.

IPD 2.37 *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN.*

IPD 2.38 *Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta.*

IPD 2.40 (*Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN dan Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta terjadi*) **PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH**

Elipsis nomina *Anggaran kesehatan* (IPD 2.41) dalam IPD 2.43 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menaikkan anggaran kesehatan.

IPD 2.41 *Anggaran kesehatan naik 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.*

IPD 2.43 (*Anggaran kesehatan*) **TERTINGGI SEJAK ORDE BARU**

Elipsis klausa *Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras* (IPD 2.44) dalam IPD 2.46 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah menaikkan produksi beras.

IPD 2.44 *Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras.*

IPD 2.46 (*Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras terjadi*) **PERTAMAKALI SETELAH ORDE BARU**

Elipsis nomina *Pemberantasan korupsi terus ditingkatkan* (IPD 2.47) dalam IPD 2.50 menandakan bahwa capaian Pemerintahan Presiden SBY adalah meningkatkan pemberantasan korupsi.

IPD 2.47 *Pemberantasan korupsi terus ditingkatkan.*

IPD 2.50 (*Pemberantasan korupsi*) **TERTINGGI SEJAK MERDEKA**

Selain elipsis, pertalian antarkalimat juga ditandai oleh substitusi. Substitusi terjadi pada *Presiden SBY* menjadi *Susilo Bambang Yudhoyono* dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*. Substitusi ini merupakan substitusi nominal karena *Presiden SBY* merupakan frase nominal. Substitusi terjadi pula pada gambar *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 2 G3) menjadi *Susilo Bambang Yudhoyono* dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*. Substitusi ini menegaskan bahwa penyampai pesan adalah *Susilo Bambang Yudhoyono* atau *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*.

IPD 2.2 *Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat.*

(IPD 2 G3)

IPD 2.5 *Susilo Bambang Yudhoyono*

IPD 2.6 *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*

IPD 2.7 *69% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY*

Substitusi tidak hanya menandakan penyampai pesan iklan, tetapi juga sesuatu yang berkaitan dengan pesan iklan ini. Substitusi terjadi pada unsur *Apa yang turun?* (IPD 2.9) dan *Apa yang naik?* (IPD 2.26). Substitusi kedua unsur tersebut merupakan substitusi klausa karena unsur yang dihilangkan merupakan klausa. Kedua unsur tersebut disubstitusi oleh poin-poin yang menjelaskan apa yang turun dan naik dalam Pemerintahan Presiden SBY. Substitusi *Apa yang turun?* menandakan bahwa yang turun dalam Pemerintahan Presiden SBY adalah BBM, jumlah pengangguran, jumlah kemiskinan, hutang negara, hutang IMF, tarif angkutan umum, tarif listrik, dan harga sembako.

IPD 2.9 *Apa yang turun?*

IPD 2.11 *BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan.*

IPD 2.13 *Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008.*

IPD 2.16 *Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008.*

IPD 2.19 *Rasio hutang negara dengan PDB terus menurun, 56% pada tahun 2004 menjadi 34% pada tahun 2008, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.*

IPD 2.22 *Tarif angkutan umum diturunkan 10%.*

IPD 2.23 *Tarif listrik untuk industri diturunkan 8%.*

IPD 2.24 *Harga sembako makin terjangkau.*

Substitusi *Apa yang naik?* menandakan bahwa yang naik dalam pemerintahan presiden SBY meliputi perekonomian, cadangan devisa, anggaran program-program pro-rakyat, anggaran pendidikan, anggaran kesehatan, produksi beras, pemberantasan korupsi, dan penghasilan rakyat.

IPD 2.26 *Apa yang naik?*

IPD 2.28 *Perekonomian terus tumbuh di atas 6% pertahun.*

IPD 2.31 *Cadangan devisa naik hingga US\$ 51 miliar.*

IPD 2.34 *Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPB Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008.*

- IPD 2.37 *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN.*
 IPD 2.38 *Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta.*
 IPD 2.41 *Anggaran kesehatan naik 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.*
 IPD 2.44 *Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras.*
 IPD 2.47 *Pemberantasan korupsi terus ditingkatkan.*
 IPD 2.48 *Lebih dari 500 pejabat publik diproses secara hukum, tanpa pandang bulu!*
 IPD 2.51 *Penghasilan rakyat meningkat hampir 2x lipat pada tahun 2008 dibandingkan tahun 2004.*

Substitusi juga terjadi pada kata *rakyat* (IPD 2.7) menjadi *Sajak-Nelayan* (IPD 2.55), *Namin-Buruh Tani* (IPD 2.57), dan *Ojah-Pedagang* (IPD 2.59). Melalui substitusi ini terlihat bahwa rakyat merupakan target iklan ini. Substitusi juga terjadi pada gambar menjadi teks. Dalam kaitannya dengan rakyat, substitusi gambar terjadi pada IPD 2 G9 (seorang nelayan) menjadi *Sajak-Nelayan* (IPD 2.55), IPD 2 G10 (seorang petani) menjadi *Namin-Buruh Tani* (IPD 2.57), dan IPD 2 G11 (seorang pedagang) menjadi *Ojah-Pedagang* (IPD 2.59).

- IPD 2.7 *69% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY*
 (IPD 2 G9)
 IPD 2.55 *Sajak-Nelayan*
 (IPD 2 G10)
 IPD 2.57 *Namin-Buruh Tani*
 (IPD 2 G11)
 IPD 2.59 *Ojah-Pedagang*

Keutuhan wacana iklan ini juga ditandai dengan adanya konjungsi. Konjungsi yang digunakan dalam iklan ini adalah *Dan*. Konjungsi ini bersifat aditif atau menambahkan informasi untuk kalimat-kalimat sebelumnya (IPD 2.11-IPD 2.25 dan IPD 2.28-IPD 2.52). Dengan adanya konjungsi *Dan*, capaian-capaian dalam IPD 2.11-IPD 2.25 dan IPD 2.28-IPD 2.52 terhubung dengan IPD 2.53.

IPD 2.53 ...*DAN MASIH BANYAK LAGI*

Selain konjungsi, paralelisme juga menandai pesan yang ingin disampaikan oleh iklan ini. Paralelisme yang terdapat dalam iklan ini adalah IPD 2.9-IPD 2.26, IPD 2.13-IPD 2.16, IPD 2.22-IPD 2.23, dan IPD 2.37-IPD 2.38. Paralelisme IPD 2.9-IPD 2.26 terjadi karena IPD 2.9-IPD 2.26 memiliki struktur kalimat yang sama. Begitu juga dengan paralelisme pada kalimat-kalimat

berikutnya. Dalam paralelisme ini, terdapat hal-hal yang dihubungkan menyangkut apa yang naik dan turun dalam Pemerintahan Presiden SBY. Hal-hal tersebut meliputi angka pengangguran dan kemiskinan, tarif angkutan umum dan listrik industri, serta anggaran pendidikan dan gaji minimum guru.

IPD 2.9 *Apa yang turun?*

IPD 2.26 *Apa yang naik?*

IPD 2.13 *Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008.*

IPD 2.16 *Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008.*

IPD 2.22 *Tarif angkutan umum diturunkan 10%.*

IPD 2.23 *Tarif listrik untuk industri diturunkan 8%.*

IPD 2.37 *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN.*

IPD 2.38 *Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta.*

Dalam iklan ini, juga terdapat bentuk penyilih *kita* (IPD 2.3). Bentuk penyilih *kita* ini dapat disebut merupakan penyilih persona atau referensi pronomina. *Kita* menandai target iklan ini, yaitu masyarakat. Walaupun *kita* memerikatkan Partai Demokrat dan masyarakat, Partai Demokrat bukan merupakan target iklan. Partai Demokrat merupakan penyampai pesan dalam iklan ini.

IPD 2.3 *Mari Kita Dukung Terus!*

4.1.2.2 Aspek semantis

Aspek semantis hubungan pengulangan leksem terjadi pada kata *rakyat* (IPD 2.1, IPD 2.2, dan IPD 2.51) dan frase *Pemerintahan Presiden SBY* (IPD 2.2, IPD 2.7, IPD 2.10, dan IPD 2.27). Pengulangan kata *rakyat* menunjukkan bahwa rakyat adalah target iklan ini. Pengulangan *Pemerintahan Presiden SBY* menunjukkan penyampai pesan iklan ini, yaitu Presiden SBY.

IPD 2.1 *Berjuang untuk Rakyat*

IPD 2.2 *Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat.*

IPD 2.7 *69% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY*

IPD 2.2 *Partai Demokrat terus mendukung **Pemerintahan Presiden SBY** yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat.*

IPD 2.7 *69% Rakyat PUAS atas kinerja **Pemerintahan Presiden SBY***

IPD 2.10 *(Dalam masa **Pemerintahan Presiden SBY**)*

IPD 2.27 *(Dalam masa **Pemerintahan Presiden SBY**)*

Hubungan pengulangan leksem juga terjadi pada kata *BBM* (IPD 2.11 dan IPD 2.54) dan *sembako* (IPD 2.24 dan IPD 2.54). Pengulangan leksem tersebut memperlihatkan bahwa *BBM* dan *sembako* merupakan bagian dari pesan iklan ini.

IPD 2.11 ***BBM** diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan.*

IPD 2.24 *Harga **sembako** makin terjangkau.*

IPD 2.54 *“Alhamdulillah **BBM** diturunkan tiga kali, minyak goreng turun, harga **sembako** makin terjangkau”*

Selain itu, pengulangan leksem juga meliputi *2004*, *2008*, *angka*, *tarif*, dan *anggaran*. Pengulangan tersebut menandakan bahwa pesan iklan ini berkaitan dengan *2004*, *2008*, *angka*, *tarif*, dan *anggaran*. Pengulangan *2004* dan *2008* menunjukkan bahwa pesan iklan berkaitan dengan tahun *2004* dan *2008* yang merupakan tahun ketika Susilo Bambang Yudhoyono memerintah. Pengulangan *angka*, *tarif*, dan *anggaran* menunjukkan bahwa pesan iklan ini membicarakan *angka*, *tarif*, dan *anggaran* dari suatu hal dalam masa Pemerintahan SBY.

IPD 2.13 *Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun **2004** menjadi 8.5% pada tahun **2008**.*

IPD 2.16 *Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun **2004** menjadi 15.4% pada tahun **2008**.*

IPD 2.19 *Rasio hutang negara dengan PDB terus menurun, 56% pada tahun **2004** menjadi 34% pada tahun **2008**, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.*

IPD 2.34 *Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun **2004** naik menjadi Rp 58 triliun tahun **2008**.*

IPD 2.51 *Penghasilan rakyat meningkat hampir 2x lipat pada tahun **2008** dibandingkan tahun **2004**.*

IPD 2.13 ***Angka** pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun **2004** menjadi 8.5% pada tahun **2008**.*

IPD 2.16 ***Angka** kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun **2004** menjadi 15.4% pada tahun **2008**.*

IPD 2.34 **Anggaran** program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008.

IPD 2.37 **Anggaran** pendidikan naik menjadi 20% dari APBN.

IPD 2.41 **Anggaran** kesehatan naik 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.

IPD 2.22 **Tarif** angkutan umum diturunkan 10%.

IPD 2.23 **Tarif** listrik untuk industri diturunkan 8%.

Pengulangan leksem juga terjadi pada kata *turun*. Pengulangan ini menandakan bahwa pesan yang ingin disampaikan pesan ini adalah turunnya sesuatu dalam Pemerintahan Presiden SBY. *Turun* juga mempunyai hubungan medan makna dengan *berkurang*. *Turun* berarti ‘menjadi kurang’ (KBBI, 2005: 1228). *Berkurang* berarti ‘menjadi kurang (sedikit); susut semakin kurang’ (KBBI, 2005: 1228). Dilihat dari maknanya, kata-kata ini memiliki arti yang sama, yaitu ‘menjadi kurang’. Apa yang kurang dalam hal ini adalah jumlah dari sesuatu. Dengan demikian, hubungan medan makna ini menunjukkan bahwa penyampai pesan berbicara tentang sesuatu yang jumlahnya berkurang.

IPD 2.9 Apa yang **turun**?

IPD 2.11 **BBM diturunkan** hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan.

IPD 2.13 Angka pengangguran terus **berkurang**, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008.

IPD 2.16 Angka kemiskinan semakin **menurun**, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008.

IPD 2.19 Rasio hutang negara dengan PDB terus **menurun**, 56% pada tahun 2004 menjadi 34% pada tahun 2008, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.

IPD 2.22 **Tarif** angkutan umum **diturunkan** 10%.

IPD 2.23 **Tarif** listrik untuk industri **diturunkan** 8%.

IPD 2.54 “Alhamdulillah **BBM diturunkan** tiga kali, minyak goreng turun, harga sembako makin terjangkau”

Hubungan medan makna juga terjadi pada kata *naik*, *tumbuh*, *ditingkatkan*, dan *meningkat*. *Naik* berarti ‘bertambah tinggi atau meningkat’ (KBBI, 2005: 771). *Tumbuh* berarti ‘sedang berkembang (menjadi besar, sempurna)’ (KBBI, 2005: 1220). *Meningkat* berarti ‘menjadi bertambah banyak’ (KBBI, 2005: 1198). Dilihat dari maknanya, kata-kata ini memiliki makna yang mengacu pada jumlah dari sesuatu yang bertambah. Dengan demikian, apa yang disampaikan iklan ini

adalah sesuatu yang jumlahnya bertambah atau naik dalam Pemerintahan Presiden SBY. Sama seperti *turun*, dalam hubungan medan makna ini, *naik* juga sekaligus mengalami pengulangan.

IPD 2.26 Apa yang **naik**?

IPD 2.28 *Perekonomian terus **tumbuh** di atas 6% pertahun.*

IPD 2.31 *Cadangan devisa **naik** hingga US\$ 51 miliar.*

IPD 2.34 *Anggaran program-program pro-rakyat **naik** 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPB Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 **naik** menjadi Rp 58 triliun tahun 2008.*

IPD 2.37 *Anggaran pendidikan **naik** menjadi 20% dari APBN.*

IPD 2.38 *Gaji minimum guru **naik** menjadi Rp 2 juta.*

IPD 2.41 *Anggaran kesehatan **naik** 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.*

IPD 2.44 *Produksi beras **naik**, Indonesia kembali berswasembada beras.*

IPD 2.47 *Pemberantasan korupsi terus **ditingkatkan**.*

IPD 2.51 *Penghasilan rakyat **meningkat** hampir 2x lipat pada tahun 2008 dibandingkan tahun 2004.*

Hubungan medan makna juga terdapat dalam IPD 2.55, IPD 2.57, dan IPD 2.59. Hubungan medan makna yang ketiga ini meliputi *nelayan* (IPD 2.55), *buruh tani* (IPD 2.57), dan *pedagang* (IPD 2.59). Kata-kata tersebut mengacu pada profesi rakyat kecil. Hubungan medan makna ini memperlihatkan bahwa adanya kaitan antara rakyat kecil dengan pesan yang ingin disampaikan iklan ini.

IPD 2.55 *Sajak-Nelayan*

IPD 2.57 *Namin-Buruh Tani*

IPD 2.59 *Ojah-Pedagang*

Hubungan medan makna juga terlihat pada *BBM*, *angkutan umum*, *sembako*, dan *beras*. Kata-kata tersebut berada dalam lingkungan kebutuhan rakyat. Hubungan medan makna *pengangguran*, *kemiskinan*, *program-program pro-rakyat*, *pendidikan*, *kesehatan*, *penghasilan rakyat* berada pada lingkungan kesejahteraan rakyat. Hubungan medan makna *perekonomian*, *hutang negara*, *PDB*, *IMF*, *CGI*, dan *cadangan devisa* berada pada lingkungan ekonomi. Hubungan medan makna kata-kata di atas dapat disebut rangkaian kata berurutan. Hubungan medan makna atas kata-kata tersebut memperlihatkan bahwa pesan iklan ini membicarakan kebutuhan rakyat, kesejahteraan rakyat, dan ekonomi.

Penyampai pesan juga mengalami hubungan identifikasi. Hubungan identifikasi meliputi *Presiden SBY, Susilo Bambang Yudhoyono, dan Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat*. Hubungan ini sebelumnya sudah ditandai dengan substitusi. Dengan demikian, hubungan identifikasi ini menegaskan kembali penyampai pesan iklan ini (lihat contoh substitusi hal. 71-72).

Apa yang dibicarakan iklan ini juga dapat terlihat dari hubungan pertentangan. Hubungan pertentangan ini diwujudkan dengan antonimi antara kata *turun* dan *naik*. Hubungan pertentangan ini sudah disebutkan sebelumnya melalui paralelisme. Dengan adanya hubungan ini, apa yang dibicarakan mengenai sesuatu yang turun dan naik dalam Pemerintahan Presiden SBY ditegaskan kembali (lihat contoh paralelisme hal. 74).

Selain itu, untuk mengetahui pesan apa yang ingin dibicarakan dapat dilihat pula dalam hubungan amplifikatif. Iklan ini memiliki banyak hubungan amplifikatif. Semua sumber dan penjelasan lain (seperti *flash*) memperkuat kalimat sebelumnya. Ini memperlihatkan bahwa semua sumber dan *flash* memiliki hubungan amplifikatif dengan kalimat yang dijelaskannya. Amplifikatif memberikan efek bahwa capaian-capaian yang disampaikan iklan ini adalah fakta.

IPD 2.7 69% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY
IPD 2.8 (sumber: Lembaga Survei Indonesia 2009)

IPD 2.9 Apa yang turun?

IPD 2.10 (Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY)

IPD 2.11 BBM diturunkan hingga 3x, beban hidup rakyat jadi lebih ringan.

IPD 2.12 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.13 Angka pengangguran terus berkurang, 9.9% pada tahun 2004 menjadi 8.5% pada tahun 2008.

IPD 2.14 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

IPD 2.15 TERENDAH SETELAH TAHUN 2000

IPD 2.16 Angka kemiskinan semakin menurun, 16.7% pada tahun 2004 menjadi 15.4% pada tahun 2008.

IPD 2.17 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

IPD 2.18 TERENDAH SEJAK ORDE BARU

IPD 2.19 Rasio hutang negara dengan PDB terus menurun, 56% pada tahun 2004 menjadi 34% pada tahun 2008, hutang IMF menjadi nol (lunas), CGI dibubarkan.

IPD 2.20 (Sumber: Dept. Keuangan)

IPD 2.21 TERENDAH SEJAK ORDE BARU

IPD 2.24 Harga sembako makin terjangkau.

IPD 2.25 (Sumber: Dept. Keuangan)

IPD 2.26 Apa yang naik?

IPD 2.27 (Dalam masa Pemerintahan Presiden SBY)

IPD 2.28 Perekonomian terus tumbuh di atas 6% pertahun.

IPD 2.29 (Sumber: Badan Pusat Statistik, 2008)

IPD 2.30 TERTINGGI SETELAH ORDE BARU

IPD 2.31 Cadangan devisa naik hingga US\$ 51 miliar.

IPD 2.32 (Sumber: Bank Indonesia)

IPD 2.33 TERTINGGI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.34 Anggaran program-program pro-rakyat naik 3x lipat seperti BLT, BOS, Beasiswa, Jamkesmas, PNPM Mandiri dan KUR tanpa agunan tambahan, Rp 19 triliun tahun 2004 naik menjadi Rp 58 triliun tahun 2008.

IPD 2.35 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

IPD 2.36 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.37 Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN.

IPD 2.38 Gaji minimum guru naik menjadi Rp 2 juta.

IPD 2.39 (Sumber: APBN)

IPD 2.40 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

IPD 2.41 Anggaran kesehatan naik 3x lipat menjadi Rp 16 triliun, Pemerintah menyediakan pelayanan kesehatan gratis bagi rakyat miskin hingga rumah sakit kelas 3.

IPD 2.42 (Sumber: APBN)

IPD 2.43 TERTINGGI SEJAK ORDE BARU

IPD 2.44 Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras.

IPD 2.45 (Sumber: Dept. Pertanian)

IPD 2.46 PERTAMAKALI SETELAH ORDE BARU

IPD 2.47 Pemberantasan korupsi terus ditingkatkan.

IPD 2.48 Lebih dari 500 pejabat publik diproses secara hukum, tanpa pandang bulu!

IPD 2.49 (Sumber: KPK dan Tipikor)

IPD 2.50 TERTINGGI SEJAK MERDEKA

IPD 2.51 Penghasilan rakyat meningkat hampir 2x lipat pada tahun 2008 dibandingkan tahun 2004.

IPD 2.52 (Sumber: Badan Pusat Statistik PDB per kapita dalam dolar)

Selain amplifikatif, terdapat pula hubungan aditif yang menandai pesan dalam iklan ini. Hubungan aditif terdapat pada IPD 2.2 dan IPD 2.3. IPD 2.2 yang ditambahkan informasinya oleh IPD 2.3. Hubungan aditif ini menandakan bahwa apa yang ingin dibicarakan dalam iklan ini adalah Pemerintahan Presiden SBY yang didukung oleh Partai Demokrat didukung pula oleh *kita*.

IPD 2.2 Partai Demokrat terus mendukung Pemerintahan Presiden SBY yang terus bertekad melindungi, melayani dan meningkatkan taraf hidup rakyat.

IPD 2.3 Mari Kita Dukung Terus!

Hubungan aditif juga terdapat dalam IPD 2.3 dan IPD 2.4. IPD 2.4 menjadi aditif untuk IPD 2.3. Hubungan ini menunjukkan bahwa apa yang disampaikan iklan ini adalah mendukung Pemerintahan Presiden SBY dan melanjutkannya.

IPD 2.3 Mari Kita Dukung Terus!

IPD 2.4 LANJUTKAN!

Hubungan aditif juga terjadi antara program-program yang telah dicapai (IPD 2.9 sampai IPD 2.52) dan IPD 2.53. IPD 2.53 menjadi tambahan atas kalimat-kalimat dari IPD 2.9-IPD 2.53). Hubungan ini menandakan bahwa kinerja Pemerintahan Presiden SBY tidak hanya yang diungkapkan dalam iklan ini, tetapi masih banyak yang belum diungkapkan.

IPD 2.53 ...DAN MASIH BANYAK LAGI

Dalam iklan ini, terdapat hubungan parafrastis yang juga menandai apa yang ingin dibicarakan iklan ini. Hubungan parafrastis terjadi dalam IPD 2.51 dan IPD 2.56. IPD 2.56 mengungkapkan *penghasilan rakyat meningkat* (IPD 2.51) dengan cara yang berbeda. Melalui hubungan ini, apa yang ingin disampaikan oleh iklan ini salah satunya adalah penghasilan rakyat.

IPD 2.51 Penghasilan rakyat meningkat hampir 2x lipat pada tahun 2008 dibandingkan tahun 2004.

IPD 2.56 “Dulu penghasilan kami cuma Rp.10.700/hari, sekarang sudah Rp.27.300/hari”

Hubungan parafrastis juga terdapat pada IPD 2.44 dan IPD 2.58. IPD 2.58 menjadi kalimat yang mengungkapkan *produksi beras naik* dengan cara lain. Sama dengan sebelumnya, hubungan ini memperlihatkan bahwa apa yang dibicarakan dalam iklan ini adalah produksi beras.

IPD 2.44 *Produksi beras naik, Indonesia kembali berswasembada beras.*
 IPD 2.58 *“Dulu pendapatan kami hanya bisa beli 3kg beras, sekarang dapat 4 kg beras dan masih bisa nabung”*

Setelah menguraikan aspek-aspek yang membangun keutuhan wacana iklan di atas, terlihat bahwa yang menjadi topik dalam iklan ini adalah Partai Demokrat mendukung kinerja Pemerintahan Presiden SBY. Partai Demokrat dan Pemerintahan Presiden SBY mengalami elipsis, substitusi, pengulangan leksem, dan identifikasi. Melalui aspek-aspek yang menunjukkan identifikasi Pemerintahan Presiden SBY dapat dikatakan bahwa penyampai pesan juga meliputi Susilo Bambang Yudhoyono atau Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat.

Kinerja Pemerintahan Presiden SBY sebagai pesan yang ingin disampaikan iklan terlihat dari substitusi, hubungan pengulangan leksem, medan makna, pertentangan, amplifikatif, aditif, dan parafrastis. Konjungsi dan paralelisme juga menandai pesan iklan ini dengan menghubungkan dua kalimat yang mengungkapkan pesan.

4.1.3 IPD 3

Iklan ini terdiri dari 14 kalimat. Kalimat-kalimat tersebut dipertalikan oleh aspek gramatikal dan aspek semantis.

IPD 3.1 Berjuang untuk Rakyat

IPD 3.2 Partai Demokrat terus mendukung kebijakan Pemerintahan Presiden SBY yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.

IPD 3.3 Bersama kita tingkatkan kualitas pendidikan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

IPD 3.4 Mari Kita Dukung Terus!

IPD 3.5 LANJUTKAN!

Caption

IPD 3.6 Susilo Bambang Yudhoyono

IPD 3.7 Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat

IPD 3.8 79% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY dibidang pendidikan

IPD 3.9 Sumber: Lembaga Survei Indonesia 2008

IPD 3.10 Anggaran Pendidikan naik menjadi 20% dari APBN

IPD 3.11 PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

Testimonials

IPD 3.12 Terimakasih Presiden SBY!

Caption

IPD 3.13 Trijaningsih

IPD 3.14 Guru SMA

4.1.3.1 Aspek gramatikal

Ada beberapa aspek gramatikal yang menandai keutuhan wacana iklan. Salah satunya adalah elipsis. Dalam iklan ini, elipsis terjadi pada frase *Partai Demokrat* (IPD 3.1), *Pemerintahan Presiden SBY* (IPD 3.4 dan IPD 3.5), dan *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN* (IPD 3.11).

(IPD 3 G1 dan IPD 3 G2)

IPD 3.1 (Partai Demokrat) *Berjuang untuk Rakyat*

IPD 3.2 *Partai Demokrat terus mendukung kebijakan Pemerintahan Presiden SBY yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.*

IPD 3.4 *Mari Kita Dukung Terus (Pemerintahan Presiden SBY)!*

IPD 3.5 *Lanjutkan (Pemerintahan Presiden SBY)!*

IPD 3.10 *Anggaran Pendidikan naik menjadi 20% dari APBN*

IPD 3.11 (Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN terjadi)
PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH

Elipsis *Partai Demokrat* merujuk pada IPD 3 G1 dan IPD 2 G2. Elipsis *Pemerintahan Presiden SBY* merujuk pada *Pemerintahan Presiden SBY* dalam IPD 3.2. Elipsis *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN* merujuk pada *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN* dalam IPD 3.10. Elipsis *Partai Demokrat* dan *Pemerintahan Presiden SBY* merupakan elipsis nominal karena ke dua frase ini adalah frase nomina. Elipsis *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN* merupakan elipsis klausal.

Elipsis atas frase dan klausa tersebut memperlihatkan penyampai pesan iklan dan pesan yang disampaikan. Penyampai pesan iklan, yaitu Partai Demokrat dan Presiden SBY, terlihat dari aspek gramatikal elipsis frase *Partai Demokrat* dan frase *Pemerintahan Presiden SBY*. Sementara, elipsis klausa *Anggaran pendidikan naik menjadi 20% dari APBN* menunjukkan apa yang dilakukan Pemerintahan Presiden SBY atau pesan iklan ini.

Penyampai pesan iklan ini, yaitu Presiden SBY, juga dapat terlihat pada penggunaan aspek gramatikal substitusi. Substitusi yang terjadi dalam iklan ini adalah substitusi *Presiden SBY* (IPD 3.2) menjadi *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 3.6) dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (IPD 3.7). Ini menunjukkan bahwa yang terjadi adalah substitusi nominal karena kata *Presiden SBY* merupakan frase nominal. Penggunaan substitusi ini memperlihatkan bahwa

penyampai pesan, yaitu Presiden SBY, dapat disebut juga Susilo Bambang Yudhoyono atau Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat.

IPD 3.2 *Partai Demokrat terus mendukung kebijakan Pemerintahan **Presiden SBY** yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.*

IPD 3.6 ***Susilo Bambang Yudhoyono***

IPD 3.7 ***Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat***

IPD 3.8 *79% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan **Presiden SBY** dibidang pendidikan*

Selain itu, substitusi juga terjadi pada kata *Trijaningsih* (IPD 3.13) menjadi *Guru SMA* (IPD 3.14). Substitusi ini adalah substitusi nomina karena *Trijaningsih* berkelas kata nomina. Substitusi atas *Trijaningsih* menjadi *Guru SMA* menandakan adanya kaitan antara pesan iklan, yaitu kenaikan anggaran pendidikan, dengan *Trijaningsih* sebagai Guru SMA.

IPD 3.13 *Trijaningsih*

IPD 3.14 ***Guru SMA***

Substitusi juga terjadi pada gambar menjadi teks. Gambar IPD 3 G3 disubstitusi menjadi *Susilo Bambang Yudhoyono* (IPD 3.6) dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (IPD 3.7). Salah satu komponen gambar dalam IPD 3 G5, yaitu guru, disubstitusi menjadi *Trijaningsih* (IPD 3.13) dan *Guru SMA* (IPD 3.14). Gambar IPD 3 G5 disubstitusi menjadi *rakyat* dalam IPD 3.8. Ini menunjukkan bahwa gambar-gambar tersebut menandai keutuhan wacana iklan ini.

Dalam iklan ini, terdapat juga bentuk penyilih yang menandai adanya target iklan. Bentuk penyilih yang digunakan untuk menandai target iklan adalah penyilih persona *kita* (IPD 3.3). *Kita* merujuk pada hal di luar teks, yaitu Partai Demokrat dan masyarakat. Dari penjelasan tersebut, masyarakat adalah objek atau target iklan ini walaupun *kita* memperikutkan Partai Demokrat. Partai Demokrat bukan berarti objek karena aspek gramatikal sebelumnya menunjukkan bahwa Partai Demokrat adalah penyampai pesan.

IPD 3.3 *Bersama **kita** tingkatkan kualitas pendidikan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.*

IPD 3.4 *Mari **Kita** Dukong Terus!*

4.1.3.2 Aspek semantis

Dalam mengungkapkan penyampai pesan dan pesan iklan, hubungan pengulangan leksem digunakan dalam iklan ini. Hubungan pengulangan leksem terjadi pada *Partai Demokrat*, *Anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN*, dan *Presiden SBY*. Pengulangan leksem *Partai Demokrat* terdapat dalam kalimat IPD 3.2 dan IPD 3.7. Pengulangan leksem *Anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN* terdapat dalam IPD 3.2 dan IPD 3.10. Pengulangan leksem *Presiden SBY* terdapat dalam IPD 3.2 dan IPD 3.12.

IPD 3.2 ***Partai Demokrat*** terus mendukung kebijakan Pemerintahan ***Presiden SBY*** yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.

IPD 3.7 Ketua Dewan Pembina ***Partai Demokrat***

IPD 3.2 ***Partai Demokrat*** terus mendukung kebijakan Pemerintahan ***Presiden SBY*** yang merealisasikan ***anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN***.

IPD 3.10 ***Anggaran pendidikan*** naik ***menjadi 20% dari APBN***

IPD 3.2 ***Partai Demokrat*** terus mendukung kebijakan Pemerintahan ***Presiden SBY*** yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.

IPD 3.12 ***Terimakasih Presiden SBY!***

Pengulangan leksem *Partai Demokrat* dan *Presiden SBY* menegaskan kembali bahwa penyampai pesan dalam iklan ini adalah Susilo Bambang Yudhoyono dan Partai Demokrat. Sementara, pengulangan *anggaran pendidikan menjadi 20 % dari APBN* ini menunjukkan bahwa terjadi kenaikan anggaran pendidikan. Peningkatan anggaran pendidikan tersebut adalah pesan iklan ini.

Selain pengulangan leksem, aspek semantis hubungan identifikasi dapat menunjukkan penyampai pesan iklan ini. Hubungan identifikasi terdapat dalam IPD 3.2, IPD 3.6, dan IPD 3.7. Identifikasi ditandai oleh substitusi yang telah diungkapkan sebelumnya. Frase yang diidentifikasi di sini adalah *Presiden SBY*, *Susilo Bambang Yudhoyono*, dan *Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat* (lihat contoh substitusi dalam IPD 3 hal. 82-83).

Hubungan identifikasi terdapat juga pada IPD 3.13 dan IPD 3.14. Kedua kalimat tersebut mengidentifikasi *Trijaningsih* dan *Guru SMA*. Identifikasi ini juga telah ditandai oleh substitusi. Hubungan identifikasi ini tidak menandai

Trijaningsih sebagai penyampai pesan, melainkan sebagai salah satu orang yang berkaitan dengan pesan yang ingin disampaikan, yaitu pendidikan (lihat contoh substitusi IPD 3 hal. 83).

Pesan yang disampaikan iklan ini berkaitan dengan pendidikan. Hal itu dapat dilihat melalui hubungan parafrastis. Dalam iklan ini, terdapat hubungan parafrastis antara IPD 3.2 dan IPD 3.3. IPD 3.3 memparafrasekan *kebijakan Pemerintahan Presiden SBY yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN* dalam IPD 3.2 menjadi *tingkatkan kualitas pendidikan*.

IPD 3.2 *Partai Demokrat terus mendukung kebijakan Pemerintahan Presiden SBY yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.*

IPD 3.3 *Bersama kita tingkatkan kualitas pendidikan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.*

Kedua kalimat ini sekaligus memiliki hubungan sarana-tujuan karena realisasi anggaran kebijakan (IPD 3.2) merupakan sarana untuk mencapai tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa (IPD 3.4). Apa yang dilakukan penyampai pesan terlihat dari hubungan ini, yaitu bahwa penyampai pesan merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.

Informasi dalam IPD 3.2 dan IPD 3.3 di atas memiliki hubungan aditif dengan IPD 3.4 dan IPD 3.5. IPD 3.2 dan IPD 3.3 ditambahkan informasinya oleh informasi yang ada dalam IPD 3.4 dan IPD 3.5. Informasi bahwa Partai Demokrat mendukung SBY dan mengajak meningkatkan kualitas pendidikan ditambahkan informasinya dengan mengajak masyarakat mendukung dan melanjutkan pemerintahan Presiden SBY.

IPD 3.2 *Partai Demokrat terus mendukung kebijakan Pemerintahan Presiden SBY yang merealisasikan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.*

IPD 3.3 *Bersama kita tingkatkan kualitas pendidikan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.*

IPD 3.4 *Mari Kita Dukung Terus!*

IPD 3.5 *LANJUTKAN!*

Antara IPD 3.10 dan IPD 3.11 juga terdapat hubungan amplifikatif. Informasi dalam IPD 3.10 diperkuat dalam IPD 3.11. IPD 3.11 mengungkapkan bahwa naiknya anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN terjadi pertama kali dalam sejarah. Dengan demikian, hubungan aditif IPD 3.10 dan IPD 3.11

menandakan bahwa apa yang disampaikan iklan ini adalah naiknya anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN baru terjadi pertama kali.

IPD 3.10 *Anggaran Pendidikan naik menjadi 20% dari APBN*
 IPD 3.11 *PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH*

Pesan yang disampaikan iklan ini juga terlihat dalam hubungan sebab/alasan IPD 3.10 dan IPD 3.11 dengan IPD 3.8. IPD 3.10 dan IPD 3.11 menjadi sebab atas informasi dalam IPD 3.8 dan IPD 3.9. Dilihat dari hubungan sebab/alasan ini, pesan yang ingin disampaikan iklan ini adalah 79 % rakyat puas atas kinerja pemerintahan Presiden SBY di bidang pendidikan karena menaikkan anggaran pendidikan menjadi 20% dari APBN.

IPD 3.8 *79% Rakyat PUAS atas kinerja Pemerintahan Presiden SBY dibidang pendidikan*
 IPD 3.9 *Sumber: Lembaga Survei Indonesia 2008*
 IPD 3.10 *Anggaran Pendidikan naik menjadi 20% dari APBN*
 IPD 3.11 *PERTAMAKALI SEPANJANG SEJARAH*

Apa yang disampaikan iklan ini adalah mengenai pendidikan. Dalam iklan ini, terdapat hal yang berkaitan dengan pendidikan melalui hubungan medan makna. Hubungan medan makna terdapat dalam IPD 3.10 dan IPD 3.14, yaitu pada kata *pendidikan* dan *Guru SMA*. Hubungan ini memperlihatkan bahwa antara pendidikan dan Guru SMA terdapat keterkaitan.

IPD 3.10 *Anggaran Pendidikan naik menjadi 20% dari APBN*
 IPD 3.14 *Guru SMA*

Setelah menguraikan aspek-aspek keutuhan wacana di atas, terlihat bahwa topik iklan ini adalah Partai Demokrat mendukung Pemerintahan Presiden SBY menaikkan anggaran pendidikan 20% dari APBN. Penyampai pesan Partai Demokrat dan Pemerintahan Presiden SBY terlihat melalui elipsis, substitusi, pengulangan leksem, dan identifikasi. Melalui aspek-aspek tersebut, Susilo Bambang Yudhoyono, Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat, dan Partai Demokrat juga dapat menempati posisi penyampai pesan.

Apa yang dilakukan Presiden SBY, yaitu merealisasikan anggaran pendidikan 20% dari APBN, dapat terlihat dari hubungan substitusi, aditif, sebab/alasan, parafrastis, sarana-tujuan, amplifikatif, dan medan makna.

Hubungan-hubungan tersebut memperlihatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan pendidikan.

4.1.4 Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis dalam Iklan Partai Demokrat

Dari analisis aspek gramatikal dan aspek semantis iklan Partai Demokrat, terlihat bahwa penyampai pesan iklan-iklan Partai Demokrat meliputi Susilo Bambang Yudhoyono, Partai Demokrat, dan Pemerintahan Presiden SBY. Penyampai pesan tersebut selalu ditandai elipsis, substitusi, pengulangan leksem, dan hubungan identifikasi. Lalu apa yang dilakukan penyampai pesan biasanya ditandai oleh paralelisme, konjungsi, hubungan pengulangan leksem, pertentangan, sebab/alasan, medan makna, amplifikatif, parafrastis, sarana-tujuan, dan aditif. Dalam iklan Partai Demokrat, gambar tokoh partai, nomor urut partai, lambang partai, dan gambar orang mengalami substitusi dan elipsis sehingga gambar-gambar tersebut merupakan penanda keutuhan wacana.

4.2 Analisis Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis Iklan Partai Golkar

4.2.1 IPG 1

Iklan ini terdiri dari 15 kalimat.

IPG 1.1 Membangun Negeri

IPG 1.2 BERI BUKTI, BUKAN JANJI

IPG 1.3 Selama 44 tahun, Golkar telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.

IPG 1.4 Karena itu, bangsa ini menempatkan Golkar sebagai Partai Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).

IPG 1.5 Terimakasih atas dukungan Anda!

IPG 1.6 Tahun telah berganti, hari ini kita kembali berkarya.

IPG 1.7 Walau dampak krisis keuangan global menghadang di depan mata, yakin kita dapat mengatasinya.

IPG 1.8 Ayo bekerja keras untuk maju bersama!

IPG 1.9 Terus dukung kami demi terwujudnya Indonesia sejahtera!

Caption

IPG 1.10 Mewujudkan perdamaian sebagai komitmen menjaga keutuhan NKRI.

IPG 1.11 Peningkatan mutu pertanian menuju ketahanan pangan & ekonomi.

IPG 1.12 Peningkatan mutu pendidikan untuk investasi masa depan bangsa.

IPG 1.13 Perbaikan & pembangunan infrastruktur untuk kelancaran aktivitas masyarakat.

IPG 1.14 44 tahun Berkarya untuk Bangsa

IPG 1.15 Maju Bersama Golkar

4.2.1.1 Aspek gramatikal

Pertalian antarkalimat-kalimatnya ditandai oleh aspek gramatikal elipsis. Elipsis terjadi pada kata *Golkar* (IPG 1.1, IPG 1.2, dan IPG 1.14) dan kata *kita*

(IPG 1.8). Kata *Golkar*, sebagai penyampai pesan dalam iklan ini, dielipsiskan dengan merujuk pada gambar IPG 1 G1 dan kata *Golkar* dalam kalimat IPG 1.3. Kata *kita* yang juga dielipsis merujuk pada IPG 1.7.

IPG 1 G1

IPG 1.1 (Golkar) *Membangun Negeri*

IPG 1.2 (Golkar) *BERI BUKTI, BUKAN JANJI*

IPG 1.3 *Selama 44 tahun, **Golkar** telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.*

IPG 1.14 *44 tahun (Golkar) Berkarya untuk Bangsa*

IPG 1. 7 *Walau dampak krisis keuangan global menghadang di depan mata, yakin kita dapat mengatasinya.*

IPG 1.8 *Ayo (kita) bekerja keras untuk maju bersama!*

Elipsis *Golkar* menandakan bahwa penyampai pesan dalam teks ini adalah Partai Golkar. Elipsis *kita* merupakan elipsis atas target iklan ini. *Kita* dalam teks adalah target iklan karena secara kontekstual *kita* bukan penyampai pesan.

Selain mengalami elipsis, penyampai pesan dan target juga mengalami penyilihan atau referensi. Penyilih dalam iklan ini terdiri dari *-nya* (IPG 1.3), *kami* (IPG 1.9), *kita* (IPG 1.6 dan IPG 1.7), *Anda* (IPG 1.5), dan *ini* (IPG 1.4). Penyilih yang menandakan penyampai pesan adalah penyilih persona *-nya* dan *kami* yang merujuk pada Golkar. Bentuk penyilih *kita* digunakan untuk merujuk Partai Golkar dan masyarakat. Kedua rujukan merupakan penyampai pesan (Partai Golkar) dan target iklan (masyarakat). Bentuk penyilih persona *Anda* digunakan untuk merujuk pada rakyat, sehingga menandakan target iklan. Bentuk penyilih proverba *ini* yang merujuk pada kata *Indonesia* menandakan bahwa pesan berkaitan dengan bangsa Indonesia.

IPG 1.3 *Selama 44 tahun, Golkar telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.*

IPG 1.5 *Terimakasih atas dukungan **Anda**!*

IPG 1.4 *Karena itu, bangsa **ini** menempatkan Golkar sebagai Partai Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).*

IPG 1.6 *Tahun telah berganti, hari ini **kita** kembali berkarya.*

IPG 1. 7 *Walau dampak krisis keuangan global menghadang di depan mata, yakin **kita** dapat mengatasinya.*

IPG 1.9 *Terus dukung **kami** demi terwujudnya Indonesia sejahtera!*

Penyampai pesan dalam iklan ini juga dapat dilihat melalui substitusi. Substitusi *Golkar* menjadi gambar nomor urut (IPG 1 G 7) dan lambang partai (IPG 1 G8) memperlihatkan bahwa penyampai pesan dalam iklan ini adalah Golkar.

(IPG 1 G7 dan IPG 1 G8)
IPG 1.15 *Maju Bersama Golkar*

Selain *Golkar*, substitusi dalam iklan ini terjadi pada kata *Indonesia* (IPG 1.9) menjadi *NKRI* (IPG 1.10). Substitusi ini merupakan substitusi nominal karena *Indonesia* berkelas kata nomina.

IPG 1.9 *Terus dukung kami demi terwujudnya Indonesia sejahtera!*
IPG 1.10 *Mewujudkan perdamaian sebagai komitmen menjaga keutuhan NKRI.*

Substitusi juga terlihat pada kata *bukti* (IPG 1.2) yang diganti oleh program-program dalam IPG 1.10, IPG 1.11, IPG 1.12, dan IPG 1.13. Substitusi ini memperlihatkan bahwa Golkar memberikan bukti berupa mewujudkan perdamaian, peningkatan mutu pertanian, peningkatan mutu pendidikan, dan perbaikan infrastruktur.

IPG 1.2 *BERI BUKTI, BUKAN JANJI*
IPG 1.10 *Mewujudkan perdamaian sebagai komitmen menjaga keutuhan NKRI.*
IPG 1.11 *Peningkatan mutu pertanian menuju ketahanan pangan & ekonomi.*
IPG 1.12 *Peningkatan mutu pendidikan untuk investasi masa depan bangsa.*
IPG 1.13 *Perbaikan & pembangunan infrastruktur untuk kelancaran aktivitas masyarakat.*

Pertalian antarkalimat terlihat melalui konjungsi. Konjungsi dalam iklan ini adalah konjungsi antarkalimat. Konjungsi antarkalimat terdapat pada IPG 1.4, *karena itu*, dan IPG 1.7, *walau*. *Karena itu* menandakan bahwa konjungsi yang digunakan adalah konjungsi kausal, *walau* merupakan konjungsi pertentangan. Konjungsi-kunjungsi tersebut menghubungkan hal-hal yang dibicarakan dalam iklan ini.

IPG 1.4 *Karena itu, bangsa ini menempatkan Golkar sebagai Partai Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).*

IPG 1. 7 *Walau dampak krisis keuangan global menghadang di depan mata, yakin kita dapat mengatasinya.*

4.2.1.2 Aspek semantis

Hubungan pengulangan leksem terjadi pada penyampai pesan, yaitu pengulangan kata *Golkar*. Apa yang dibicarakan terlihat melalui pengulangan *44 tahun* dan *Indonesia*.

IPG 1.3 *Selama 44 tahun, **Golkar** telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.*

IPG 1.4 *Karena itu, bangsa ini menempatkan **Golkar** sebagai Partai Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).*

IPG 1.15 *Maju Bersama **Golkar***

IPG 1.3 *Selama **44 tahun**, **Golkar** telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.*

IPG 1.14 ***44 tahun** Berkarya untuk Bangsa*

IPG 1.3 *Selama 44 tahun, **Golkar** telah membuktikan karyanya untuk **Indonesia**.*

IPG 1.9 *Terus dukung kami demi terwujudnya **Indonesia** sejahtera!*

Selain itu, apa yang dibicarakan dapat dilihat juga melalui aspek semantis hubungan sarana-tujuan. Hubungan sarana-tujuan terjadi antara IPG 1.1 dan IPG 1.2. IPG 1.1 merupakan tujuan, dan IPG 1.2 merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Dari hubungan ini, terlihat bahwa yang dibicarakan adalah *Golkar* membangun negeri dengan memberi bukti bukan janji.

IPG 1.1 *Membangun Negeri*

IPG 1.2 ***BERI BUKTI, BUKAN JANJI***

IPG 1.2 diperinci informasinya oleh IPG 1.3. Ini menandai adanya hubungan generik-spesifik antara IPG 1.2 dan IPG 1.3. Hubungan ini menandai adanya hal yang telah dilakukan *Golkar*, yaitu membuktikan sebuah karya.

IPG 1.2 ***BERI BUKTI, BUKAN JANJI***

IPG 1.3 *Selama 44 tahun, **Golkar** telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.*

Hubungan generik-spesifik terdapat juga pada IPG 1.2, IPG 1.10, IPG 1.11, IPG 1.12, dan IPG 1.13. Hubungan ini sudah ditandai sebelumnya oleh substitusi. Program-program dalam IPG 1.10, IPG 1.11, IPG 1.12, dan IPG 1.13

merupakan spesifikasi dari bukti dalam IPG 1.2. Pesan yang ingin disampaikan adalah bukti Golkar selama ini mewujudkan perdamaian, peningkatan mutu pertanian, peningkatan mutu pendidikan, dan perbaikan dan infrastruktur (Lihat contoh substitusi IPG 1 hal. 89).

Pesan yang disampaikan dalam iklan ini dapat dilihat pula melalui hubungan sebab/alasan. Hubungan ini terjadi antara IPG 1.3 dan IPG 1.4. Di sini, IPG 1.3 merupakan sebab atau alasan IPG 1.4. Dengan demikian, pesan yang ingin disampaikan adalah Golkar dipilih sebagai partai terpopuler karena telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.

IPG 1.3 *Selama 44 tahun, Golkar telah membuktikan karyanya untuk Indonesia.*

IPG 1.4 *Karena itu, bangsa ini menempatkan Golkar sebagai Partai Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).*

Hubungan sebab-alasan juga terdapat antara IPG 1.7 dan IPG 1.8. IPG 1.7 menjadi alasan IPG 1.8. Dalam hubungan ini, terlihat bahwa pesan yang ingin disampaikan adalah kita dapat menghadapi krisis keuangan global sehingga harus bekerja keras untuk maju.

IPG 1.7 *Walau dampak krisis keuangan global menghadang di depan mata, yakin kita dapat mengatasinya.*

IPG 1.8 *Ayo bekerja keras untuk maju bersama!*

Hal-hal yang menyangkut perubahan yang dilakukan Golkar dalam iklan ini terlihat dalam hubungan medan makna yang ada. Hubungan medan makna terdapat pada *perdamaian, mutu pertanian, mutu pendidikan, dan Perbaikan dan pembangunan infrastruktur*. Makna antara kata-kata tersebut berada pada lingkungan makna kesejahteraan masyarakat.

IPG 1.10 *Mewujudkan perdamaian sebagai komitmen menjaga keutuhan NKRI.*

IPG 1.11 *Peningkatan mutu pertanian menuju ketahanan pangan dan ekonomi.*

IPG 1.12 *Peningkatan mutu pendidikan untuk investasi masa depan bangsa.*

IPG 1.13 *Perbaikan dan pembangunan infrastruktur untuk kelancaran aktivitas masyarakat.*

Teks dalam iklan ini memiliki hubungan aditif yang membuat hal-hal yang ingin disampaikan saling berhubungan. Ini dapat dilihat antara IPG 1.4 dan IPG 1.5 yang memiliki hubungan aditif karena informasi dalam IPG 1.4 ditambahkan oleh informasi dalam IPG 1.5. Selain itu, IPG 1.5 dan IPG 1.6 juga memiliki hubungan aditif karena IPG 1.6 menambah informasi IPG 1.5. Hubungan aditif terjadi antara IPG 1.8 dan IPG 1.9 karena ada penambahan informasi dalam IPG 1.9 terhadap IPG 1.8.

IPG 1.4 *Karena itu, bangsa ini menempatkan Golkar sebagai Partai Terpopuler (hasil survei mutakhir lembaga independen, Indonesia Political Marketing Research, diumumkan 23 Desember 2008; dipilih oleh 68,4% dari 16.800 responden di 77 daerah pemilihan).*

IPG 1.5 *Terimakasih atas dukungan Anda!*

IPG 1.6 *Tahun telah berganti, hari ini kita kembali berkarya.*

IPG 1.8 *Ayo bekerja keras untuk maju bersama!*

IPG 1.9 *Terus dukung kami demi terwujudnya Indonesia sejahtera!*

Setelah menguraikan aspek-aspek di atas terlihat bahwa topik iklan ini adalah Golkar memberi bukti. Penyampai pesan, yaitu Golkar, dapat diketahui melalui elipsis, penyilih, substitusi, dan pengulangan leksem. Pesan, yaitu memberi bukti, terlihat melalui substitusi, hubungan sarana-tujuan, hubungan generik-spesifik, hubungan sebab/alasan, hubungan medan makna, dan hubungan aditif.

4.2.2 IPG 2

Iklan ini terdiri dari 31 kalimat.

IPG 2.1 Golkar Pelopor Perubahan

IPG 2.2 "Para Pendiri partai Golkar sadar betul bahwa yang abadi di dunia ini adalah perubahan.

IPG 2.3 Golkar pun dilahirkan untuk menjadi pelopor perubahan."

IPG 2.4 Golkar telah membuktikannya selama lebih dari 4 dekade.

IPG 2.5 Dari presiden ke presiden, dari DPR ke DPR, siapapun presidennya Golkar pelopor perubahannya.

IPG 2.6 Golkar dan Kemerdekaan

IPG 2.7 Merdeka pada tahun 1945 bermakna melepaskan diri dari penjajahan bangsa asing.

IPG 2.8 Perjuangan kemerdekaan hari ini bermakna memerdekakan bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.

IPG 2.9 Golkar telah membuktikan, antara lain dengan memeperjuangkan kebebasan pers yang profesional dan beretika, meningkatkan mutu pendidikan bagi seluruh anak bangsa, demi kejayaan Indonesia di masa depan.

IPG 2.10 Golkar dan Persatuan

IPG 2.11 Sebagai dasar dan falsafah negara Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, persatuan dan kesatuan Republik Indonesia.

IPG 2.12 Persatuan bukan pilihan, melainkan komitmen sebagai bangsa besar.

IPG 2.13 Golkar telah membuktikan diri dengan menyelesaikan berbagai konflik yang mengancam keutuhan NKRI.

IPG 2.14 Para pemimpin Partai Golkar menjadi juru damai yang piawai mengembalikan keharmonisan kehidupan masyarakat di Poso, Ambon, dan Nangroe Aceh Darrussalam.

IPG 2.15 Golkar dan Kedaulatan

IPG 2.16 Kedaulatan yang diamanatkan oleh UUD '45 bukan semata-mata kedaulatan pemerintahan nasional, melainkan juga kedaulatan rakyatnya.

IPG 2.17 Berdaulat artinya masa depan bangsa berada di tangan kita, bukan ditentukan oleh pihak asing manapun, berdaya menentukan nasib sendiri dan memiliki kemampuan meningkatkan kesejahteraan secara mandiri.

IPG 2.18 Kerja nyata Golkar dibuktikan lewat berbagai program, seperti Program Pemberdayaan Masyarakat Nasional (PNPM) Mandiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Operasional Sekolah (BOS), dan Bantuan Langsung Tunai (BLT).

IPG 2.19 Golkar dan Kemakmuran

IPG 2.20 Indonesia adalah negeri yang makmur, negeri dengan anugerah kekayaan serba berlimpah.

IPG 2.21 Namun kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik.

IPG 2.22 Salah satu kerja nyata Golkar dalam memperjuangkan kemakmuran bagi bangsa Indonesia adalah melalui swa sembada beras, langkah awal untuk membuktikan diri sebagai negara produsen beras dunia dengan kemampuan mengekspornya.

IPG 2.23 Golkar dan Keadilan

IPG 2.24 Bagi Golkar, keadilan sama pentingnya dengan kemerdekaan dan kedaulatan.

IPG 2.25 Karena itu Golkar senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi.

IPG 2.26 Keadilan diwujudkan dengan memberi kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan, pekerjaan, serta kesetaraan setiap warga negara di depan hukum.

IPG 2.27 Hak-hak asasi manusia adalah prinsip dasar yang menjamin harkat dan martabat manusia Indonesia yang ikut diperjuangkan oleh Golkar di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

IPG 2.28 "Bersama Golkar, kita bisa berbuat lebih banyak lagi bagi Indonesia."

Caption

IPG 2.29 Perubahan menuju Indonesia lebih baik, lebih cepat tercapai jika seluruh komponen bangsa bahu-membahu mewujudkannya.

IPG 2.30 Swa sembada beras di Indonesia saat ini adalah hasil kerja kolektif seluruh komponen bangsa.

IPG 2.31 Maju Bersama Golkar

4.2.2.1 Aspek gramatikal

Pertalian kalimat dapat dilihat pada bentuk penyilih yang digunakan. Penyilihan dalam iklan ini terdiri dari *-nya* (IPG 2.4 dan IPG 2.5), *ini* (IPG 2.8), *itu* (IPG 2.21), dan *kita* (IPG 2.28). *-Nya* dalam IPG 2.4 merujuk pada *menjadi pelopor perubahan* (IPG 2.3). *-Nya* dalam IPG 2.5 bersifat deiktis atau merujuk pada hal di luar bahasa. Begitu pula pada *ini* yang juga lebih bersifat deiktis. *Itu* merujuk pada *kekayaan serba berlimpah* (IPG 20). *Kita* merujuk pada Golkar dan masyarakat Indonesia.

IPG 2.3 *Golkar pun dilahirkan untuk menjadi pelopor perubahan."*

IPG 2.4 *Golkar telah membuktikannya selama lebih dari 4 dekade.*

IPG 2.5 *Dari presiden ke presiden, dari DPR ke DPR, siapapun presidennya Golkar pelopor perubahannya.*

IPG 2.8 *Perjuangan kemerdekaan hari ini bermakna memerdekakan bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.*

IPG 2.21 *Namun kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik.*

IPG 2.28 *"Bersama Golkar, kita bisa berbuat lebih banyak lagi bagi Indonesia."*

Aspek gramatikal penyilih poverba *-nya* memperlihatkan pesan iklan ini, yaitu Golkar adalah pelopor perubahan. Bentuk penyilih proverba *itu* juga menunjukkan bahwa salah satu hal yang dibicarakan dalam iklan ini adalah kekayaan alam. Target iklan juga dapat diketahui melalui penyilih persona *kita*, yaitu masyarakat Indonesia. Walaupun *kita* dapat memperikutkan Partai Golkar sebagai rujukannya, Partai Golkar bukan target iklan.

Selain melalui penyilih dan elipsis, terdapat substitusi yang juga memperlihatkan apa yang dibicarakan dalam iklan ini. Substitusi terjadi pada IPG 2.20 dan IPG 2.21, dan IPG 2.25, IPG 2.26, dan IPG 2.27.

IPG 2.20 *Indonesia adalah negeri yang makmur, negeri dengan anugerah kekayaan serba berlimpah.*

IPG 2.21 *Namun kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik.*

IPG 2.25 *Karena itu Golkar senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi.*

IPG 2.27 *Hak-hak asasi manusia adalah prinsip dasar yang menjamin harkat dan martabat manusia Indonesia yang ikut diperjuangkan oleh Golkar di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif.*

Substitusi juga terjadi pada unsur gambar menjadi bahasa. Unsur gambar yang disubstitusi adalah nomor urut partai dan lambang partai (IPG 2 G1, IPG 2 G5, dan IPG 2 G6) menjadi *Golkar*. Substitusi ini menandakan bahwa Golkar merupakan penyampai pesan.

Dalam iklan ini, terdapat konjungsi *namun* yang berfungsi sebagai konjungsi adversatif. Konjungsi ini mempertentangkan kekayaan indonesia. Selain itu, terdapat pula konjungsi *karena itu* yang merupakan konjungsi kausal. Konjungsi ini memperlihatkan bahwa Golkar memberikan kesempatan kepada

warga negara karena keadilan sangat penting bagi Golkar. Konjungsi-konjungsi ini menghubungkan hal-hal yang dibicarakan oleh iklan ini.

IPG 2.20 *Indonesia adalah negeri yang makmur, negeri dengan anugerah kekayaan serba berlimpah.*

IPG 2.21 ***Namun** kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik.*

IPG 2.24 *Bagi Golkar, keadilan sama pentingnya dengan kemerdekaan dan kedaulatan.*

IPG 2.25 ***Karena itu** Golkar senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi.*

Apa yang disampaikan iklan ini terlihat juga dalam paralelisme antara IPG 2.7 dan IPG 2.8. Paralelisme antara kedua kalimat ini menghubungkan makna kemerdekaan pada tahun 1945 dan sekarang. Dengan demikian, kemerdekaan merupakan salah satu unsur dari pesan yang ingin disampaikan iklan ini.

IPG 2.7 *Merdeka pada tahun 1945 bermakna melepaskan diri dari penjajahan bangsa asing.*

IPG 2.8 *Perjuangan kemerdekaan hari ini bermakna memerdekakan bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.*

4.2.2.2 Aspek semantis

Dalam iklan ini, terdapat hubungan pengulangan leksem yang menandai penyampaian pesan dan pesan dalam iklan ini. Kedua hal tersebut dapat terlihat dalam hubungan pengulangan leksem *Golkar*, *pelopor perubahan*, dan *perubahan*. Dengan demikian, penyampaian pesan yang ada dalam iklan ini adalah Golkar dan pesannya adalah pelopor perubahan.

IPG 2.1 ***Golkar Pelopor Perubahan***

IPG 2.2 *"Para Pendiri partai **Golkar** sadar betul bahwa yang abadi di dunia ini adalah perubahan.*

IPG 2.3 ***Golkar** pun dilahirkan untuk menjadi pelopor perubahan."*

IPG 2.4 ***Golkar** telah membuktikannya selama lebih dari 4 dekade.*

IPG 2.5 *Dari presiden ke presiden, dari DPR ke DPR, siapapun presidennya **Golkar** pelopor perubahannya.*

IPG 2.6 ***Golkar** dan Kemerdekaan*

IPG 2.9 ***Golkar** telah membuktikan, antara lain dengan memperjuangkan kebebasan pers yang profesional dan beretika, meningkatkan mutu pendidikan bagi seluruh anak bangsa, demi kejayaan Indonesia di masa depan.*

IPG 2.10 ***Golkar** dan Persatuan*

IPG 2.13 **Golkar** telah membuktikan diri dengan menyelesaikan berbagai konflik yang mengancam keutuhan NKRI.

IPG 2.14 Para pemimpin Partai **Golkar** menjadi juru damai yang piawai mengembalikan keharmonisan kehidupan masyarakat di Poso, Ambon, dan Nangroe Aceh Darrussalam.

IPG 2.15 **Golkar** dan Kedaulatan

IPG 2.18 Kerja nyata **Golkar** dibuktikan lewat berbagai program, seperti Program Pemberdayaan Masyarakat Nasional (PNPM) Mandiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Operasional Sekolah (BOS), dan Bantuan Langsung Tunai (BLT).

IPG 2.19 **Golkar** dan Kemakmuran

IPG 2.22 Salah satu kerja nyata **Golkar** dalam memperjuangkan kemakmuran bagi bangsa Indonesia adalah melalui swa sembada beras, langkah awal untuk membuktikan diri sebagai negara produsen beras dunia dengan kemampuan mengekspornya.

IPG 2.23 **Golkar** dan Keadilan

IPG 2.24 Bagi **Golkar**, keadilan sama pentingnya dengan kemerdekaan dan kedaulatan.

IPG 2.25 Karena itu **Golkar** senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi.

IPG 2.27 Hak-hak asasi manusia adalah prinsip dasar yang menjamin harkat dan martabat manusia Indonesia yang ikut diperjuangkan oleh **Golkar** di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

IPG 2.28 "Bersama **Golkar**, kita bisa berbuat lebih banyak lagi bagi Indonesia."

IPG 2.31 Maju Bersama **Golkar**

IPG 2.1 **Golkar Pelopor Perubahan**

IPG 2.3 **Golkar** pun dilahirkan untuk menjadi **pelopor perubahan**."

IPG 2.29 **Perubahan** menuju Indonesia lebih baik, lebih cepat tercapai jika seluruh komponen bangsa bahu-membahu mewujudkannya.

Selain itu, hubungan pengulangan leksem juga terjadi pada kata *merdeka*, *persatuan*, *daulat*, *makmur*, dan *keadilan*. Hal ini menandakan bahwa adanya penjelasan mengenai perubahan yang dilakukan Golkar. Pengulangan leksem-leksem tersebut menandakan bahwa Golkar melakukan perubahan dalam hal kemerdekaan, persatuan, kedaulatan, kemakmuran, dan keadilan.

IPG 2.6 **Golkar dan Kemerdekaan**

IPG 2.7 **Merdeka** pada tahun 1945 bermakna melepaskan diri dari penjajahan bangsa asing.

IPG 2.8 Perjuangan **kemerdekaan** hari ini bermakna **memerdekakan** bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.

IPG 2.10 **Golkar dan Persatuan**

IPG 2.11 *Sebagai dasar dan falsafah negara Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, **persatuan** dan kesatuan Republik Indonesia.*

IPG 2.12 **Persatuan** bukan pilihan, melainkan komitmen sebagai bangsa besar.

IPG 2.15 *Golkar dan **Kedaulatan***

IPG 2.16 ***Kedaulatan** yang diamanatkan oleh UUD '45 bukan semata-mata kedaulatan pemerintahan nasional, melainkan juga kedaulatan rakyatnya.*

IPG 2.17 **Berdaulat** artinya masa depan bangsa berada di tangan kita, bukan ditentukan oleh pihak asing manapun, berdaya menentukan nasib sendiri dan memiliki kemampuan meningkatkan kesejahteraan secara mandiri.

IPG 2.19 *Golkar dan **Kemakmuran***

IPG 2.21 *Namun kekayaan alam itu baru bisa **memakmurkan** rakyatnya jika dikelola dengan baik.*

IPG 2.22 *Salah satu kerja nyata Golkar dalam memperjuangkan **kemakmuran** bagi bangsa Indonesia adalah melalui swa sembada beras, langkah awal untuk membuktikan diri sebagai negara produsen beras dunia dengan kemampuan mengekspornya.*

IPG 2.23 *Golkar dan **Keadilan***

IPG 2.24 *Bagi Golkar, **keadilan** sama pentingnya dengan kemerdekaan dan kedaulatan.*

IPG 2.26 **Keadilan** diwujudkan dengan memberi kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan, pekerjaan, serta kesetaraan setiap warga negara di depan hukum.

Perubahan yang dilakukan Golkar dalam hal kemerdekaan, persatuan, kedaulatan, kemakmuran, dan keadilan juga ditandai oleh hubungan medan makna. Hubungan medan makna tersebut meliputi *kemerdekaan* (IPG 2.6), *persatuan* (IPG 2.10), *kedaulatan* (IPG 2.15), *kemakmuran* (IPG 2.19), dan *keadilan* (IPG 2.23). Kelima kata tersebut merupakan kata yang berada pada lingkungan kesejahteraan Indonesia.

Hubungan pengulangan leksem juga terjadi pada *swa sembada beras*. Pengulangan leksem ini menandakan bahwa salah satu perubahan yang dilakukan Golkar berkaitan dengan swasembada beras.

IPG 2.22 *Salah satu kerja nyata Golkar dalam memperjuangkan kemakmuran bagi bangsa Indonesia adalah melalui **swa sembada beras**, langkah awal untuk membuktikan diri sebagai negara produsen beras dunia dengan kemampuan mengekspornya.*

IPG 2.30 **Swa sembada beras** di Indonesia saat ini adalah hasil kerja kolektif seluruh komponen bangsa.

Pertalian kalimat-kalimat dalam iklan ini, juga terlihat dari hubungan aditif. Hubungan aditif terdapat pada IPG 2.2, IPG 2.3, IPG 2.4, dan IPG 2.5 karena kalimat-kalimat tersebut saling menambahkan. Hubungan aditif juga terdapat pada IPG 2.7–IPG 2.8. dan IPG 2.11–IPG 2.12.

IPG 2.2 "Para Pendiri partai Golkar sadar betul bahwa yang abadi di dunia ini adalah perubahan.

IPG 2.3 Golkar pun dilahirkan untuk menjadi pelopor perubahan."

IPG 2.4 Golkar telah membuktikannya selama lebih dari 4 dekade.

IPG 2.5 Dari presiden ke presiden, dari DPR ke DPR, siapapun presidennya Golkar pelopor perubahannya.

IPG 2.7 Merdeka pada tahun 1945 bermakna melepaskan diri dari penjajahan bangsa asing.

IPG 2.8 Perjuangan kemerdekaan hari ini bermakna memerdekakan bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.

IPG 2.11 Sebagai dasar dan falsafah negara Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, persatuan dan kesatuan Republik Indonesia.

IPG 2.12 Persatuan bukan pilihan, melainkan komitmen sebagai bangsa besar.

Hubungan aditif juga terdapat dalam IPG 2.27 dan IPG 2.28 karena IPG 2.28 menambahkan IPG 2.27. Selain itu, IPG 2.25-IPG 2.26 juga merupakan hubungan aditif karena IPG 2.26 menambahkan IPG 2.25.

IPG 2.27 Hak-hak asasi manusia adalah prinsip dasar yang menjamin harkat dan martabat manusia Indonesia yang ikut diperjuangkan oleh Golkar di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

IPG 2.28 "Bersama Golkar, kita bisa berbuat lebih banyak lagi bagi Indonesia."

IPG 2.25 Karena itu Golkar senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi.

IPG 2.26 Keadilan diwujudkan dengan memberi kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan, pekerjaan, serta kesetaraan setiap warga negara di depan hukum.

Hubungan aditif menjadikan teks ini utuh karena informasi dalam kalimat satu ke kalimat yang lain saling menambahkan. Hubungan aditif ini menandai penjelasan atas perubahan yang dilakukan oleh Golkar.

Pesan yang ingin disampaikan diwujudkan pula oleh hubungan sarana-hasil, yaitu IPG 2.14 menjadi sarana atas hasil IPG 2.13. Hubungan ini menandai

ada pesan yang ingin disampaikan, yaitu Golkar menyelesaikan berbagai konflik, yaitu menjadi juru damai di Poso, Ambon, dan Nanggroe Aceh Darrussalam.

IPG 2.13 Golkar telah membuktikan diri dengan menyelesaikan berbagai konflik yang mengancam keutuhan NKRI.

IPG 2.14 Para pemimpin Partai Golkar menjadi juru damai yang piawai mengembalikan keharmonisan kehidupan masyarakat di Poso, Ambon, dan Nanggroe Aceh Darrussalam.

Hubungan kelonggaran-hasil juga menandai pesan yang ingin disampaikan oleh Golkar. Dalam iklan ini, hubungan kelonggaran hasil terlihat pada IPG 2.19 dan IPG 2.10. IPG 2.19 merupakan hasil yang telah dicapai, tetapi IPG 2.10 menyatakan kegagalan dari hasil yang telah dicapai tersebut. Kedua kalimat ini menjelaskan subkepala judul *Golkar dan Kemakmuran*. Hubungan ini menjelaskan bahwa Indonesia merupakan negeri yang kekayaan alamnya berlimpah, tetapi kekayaan tersebut baru dapat memakmurkan rakyatnya jika dikelola.

IPG 2.20 Indonesia adalah negeri yang makmur, negeri dengan anugerah kekayaan serba berlimpah.

IPG 2.21 Namun kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik.

Terdapat juga hubungan sebab/alasan yang memperlihatkan pesan iklan ini. Hubungan ini ditandai dengan konjungsi *karena itu* dalam IPG 2.24. Pesan yang disampaikan melalui hubungan ini dalam kedua kalimat tersebut adalah Golkar memberi kesempatan yang sama kepada warganya karena untuk Golkar keadilan juga penting seperti kemerdekaan.

IPG 2.24 Bagi Golkar, keadilan sama pentingnya dengan kemerdekaan dan kedaulatan.

IPG 2.25 Karena itu Golkar senantiasa memberikan kesempatan yang sama bagi setiap warga negara Indonesia untuk menyatakan pendapat dan aspirasinya tanpa tekanan dan diskriminasi.

Hubungan identifikasi dalam iklan ini juga dapat memperlihatkan apa yang ingin disampaikan oleh iklan ini. Hubungan ini ditandai dengan pengidentifikasian *kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan, pekerjaan, serta kesetaraan setiap warga negara di depan hukum dengan Hak-hak asasi manusia*.

IPG 2.26 *Keadilan diwujudkan dengan memberi kesempatan yang sama untuk mendapatkan pendidikan, pekerjaan, serta kesetaraan setiap warga negara di depan hukum.*

IPG 2.27 *Hak-hak asasi manusia adalah prinsip dasar yang menjamin harkat dan martabat manusia Indonesia yang ikut diperjuangkan oleh Golkar di lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif.*

Dengan demikian, iklan ini ingin menyampaikan bahwa dalam keadilan terdapat pemberian kesempatan yang sama dan kesetaraan bagi setiap warga negara. Kesempatan yang sama dan kesetaraan itu merupakan hak-hak asasi manusia.

Hubungan identifikasi juga terjadi antara IPG 2.16 dan IPG 2.17. Kedua kalimat ini mengidentifikasikan arti dari kata *daulat*. Identifikasi atas arti kata *daulat* ini memperlihatkan bahwa pesan iklan ini berhubungan dengan kedaulatan.

IPG 2.16 *Kedaulatan yang diamanatkan oleh UUD '45 bukan semata-mata kedaulatan pemerintahan nasional, melainkan juga kedaulatan rakyatnya.*

IPG 2.17 *Berdaulat artinya masa depan bangsa berada di tangan kita, bukan ditentukan oleh pihak asing manapun, berdaya menentukan nasib sendiri dan memiliki kemampuan meningkatkan kesejahteraan secara mandiri.*

Hubungan sarana-hasil juga memperlihatkan pesan iklan ini, yaitu Golkar telah melakukan banyak hal untuk mencapai kemerdekaan, persatuan, kedaulatan, kemakmuran, dan keadilan. Hubungan sarana hasil ini meliputi IPG 2.8- IPG 2.9, IPG 2.12- IPG 2.13, IPG 2.17- IPG 2.18, dan IPG 2.21- IPG 2.22.

IPG 2.8 *Perjuangan kemerdekaan hari ini bermakna memerdekakan bangsa dari kebodohan, kemiskinan, dan keterbelakangan.*

IPG 2.9 *Golkar telah membuktikan, antara lain dengan memperjuangkan kebebasan pers yang profesional dan beretika, meningkatkan mutu pendidikan bagi seluruh anak bangsa, demi kejayaan Indonesia di masa depan.*

IPG 2.12 *Persatuan bukan pilihan, melainkan komitmen sebagai bangsa besar.*

IPG 2.13 *Golkar telah membuktikan diri dengan menyelesaikan berbagai konflik yang mengancam keutuhan NKRI.*

IPG 2.17 *Berdaulat artinya masa depan bangsa berada di tangan kita, bukan ditentukan oleh pihak asing manapun, berdaya menentukan nasib sendiri dan memiliki kemampuan meningkatkan kesejahteraan secara mandiri.*

IPG 2.18 *Kerja nyata Golkar dibuktikan lewat berbagai program, seperti Program Pemberdayaan Masyarakat Nasional (PNPM) Mandiri, Kredit*

Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Operasional Sekolah (BOS), dan Bantuan Langsung Tunai (BLT).

IPG 2.21 *Namun kekayaan alam itu baru bisa memakmurkan rakyatnya jika dikelola dengan baik.*

IPG 2.22 *Salah satu kerja nyata Golkar dalam memperjuangkan kemakmuran bagi bangsa Indonesia adalah melalui swa sembada beras, langkah awal untuk membuktikan diri sebagai negara produsen beras dunia dengan kemampuan mengekspornya.*

Setelah menguraikan aspek-aspek yang membangun keutuhan wacana di atas, terlihat bahwa topik iklan ini adalah Golkar pelopor perubahan. Penyampai pesan Golkar dapat diketahui melalui pengulangan leksem, hubungan identifikasi, dan substitusi antara nomor dan lambang partai Golkar dengan kata *Golkar*. Pesan topik iklan ini merupakan pelopor perubahan yang terlihat dari pengulangan leksem juga. Perubahan yang dilakukan Golkar lebih jelas diperinci melalui aspek penyilangan, elipsis, konjungsi, paralelisme, pengulangan leksem, aditif, pertentangan, latar-kesimpulan, kelonggaran-hasil, sebab/alasan, identifikasi, dan sarana hasil.

4.2.3 IPG 3

Iklan ini terdiri dari 8 kalimat. Keutuhan wacana IPG 3 dapat terlihat melalui pertalian antara kalimat-kalimat yang membangunnya.

IPG 3.1 “Golkar Lebih Cepat Lebih Baik”

IPG 3.2 Buka kertas suara.

IPG 3.3 Cari warna kuning satu-satunya.

IPG 3.4 Cari partai nomor 23.

IPG 3.5 Contreng salah satu caleg Golkar.

IPG 3.6 Atau, contreng lambang partai Golkar.

IPG 3.7 www.golkar.or.id

IPG 3.8 MAJU BERSAMA GOLKAR

4.2.3.1 Aspek gramatikal

Salah satunya adalah aspek gramatikal substitusi. Kata *Golkar* (IPG 3.1) merupakan kata yang disubstitusi menjadi *warna kuning satu-satunya* (IPG 3.3) dan *partai nomor 23* (IPG 3.4). Substitusi ini merupakan substitusi nomina karena kata yang digantikan, *Golkar*, berkelas kata nomina.

IPG 3.1 “***Golkar*** Lebih Cepat Lebih Baik”

IPG 3.3 Cari ***warna kuning satu-satunya***.

IPG 3.4 Cari ***partai nomor 23***.

Dari substitusi atas Golkar di atas terlihat bahwa penyampai pesan, atau dalam hal ini pengiklan, adalah Partai Golkar.

Pesan dalam iklan ini terlihat dari elipsis. Elipsis dalam iklan ini adalah elipsis atas *kertas suara*. Elipsis ini merupakan elipsis nominal karena *kertas suara* merupakan nomina. Elipsis *kertas suara* menandakan bahwa pesan berkaitan dengan kertas suara, yaitu membuka kertas suara dan mencontreng Partai Golkar dalam kertas suara.

IPG 3.2 *Buka kertas suara.*

IPG 3.3 *Cari warna kuning satu-satunya* (pada kertas suara).

IPG 3.4 *Cari partai nomor 23* (pada kertas suara).

IPG 3.5 *Contreng salah satu caleg Golkar* (pada kertas suara).

Pertalian antar kalimat-kalimatnya juga terlihat pada aspek gramatikal konjungsi. Dalam iklan ini, hanya terdapat satu konjungsi antarkalimat, yaitu *Atau* dalam IPG 3.6. Konjungsi ini merupakan konjungsi aditif karena sifatnya menambahkan IPG 3.5.

IPG 3.5 *Contreng salah satu caleg Golkar.*

IPG 3.6 *Atau, contreng lambang partai Golkar.*

Konjungsi ini menandai bahwa ada pilihan dalam melakukan langkah-langkah yang harus dilakukan terhadap kertas suara saat memilih Partai Golkar.

Selain konjungsi, untuk mengetahui apa yang harus dilakukan pada kertas suara juga dapat terlihat melalui paralelisme antara IPG 3.3 dan IPG 3.4. paralelisme antara kalimat ini menandai bahwa yang harus dilakukan adalah mencari warna kuning dan partai nomor 23.

IPG 3.3 *Cari warna kuning satu-satunya.*

IPG 3.4 *Cari partai nomor 23.*

4.2.3.2 Aspek semantis

Keutuhan wacana iklan ini juga dapat terlihat dari aspek semantis, yaitu hubungan identifikasi yang ditandai juga dengan substitusi. Sama dengan substitusi, hubungan identifikasi terdapat pada IPG 3.1, IPG 3.2, dan IPG 3.3. Hubungan identifikasi ini juga menandai penyampai pesan yang ada dalam iklan ini (lihat contoh substitusi hal. 101).

Jika hubungan identifikasi memperlihatkan siapa penyampai pesan dalam iklan ini, begitu pula dengan hubungan pengulangan leksem. Pengulangan terjadi pada kata *Golkar* sebagai pengiklan dalam iklan penyampai pesan.

IPG 3.1 “*Golkar Lebih Cepat Lebih Baik*”

IPG 3.5 *Contreng salah satu caleg Golkar.*

IPG 3.6 *Atau, contreng lambang partai Golkar.*

IPG 3.8 *www.golkar.or.id*

IPG 3.9 *MAJU BERSAMA GOLKAR*

Pengulangan leksem juga terjadi pada *cari* (IPG 3.3. dan IPG3.4). Pengulangan ini menandai apa pesan yang ingin disampaikan iklan. Pengulangan kata *cari* menandakan bahwa kegiatan mencari harus dilakukan pada kertas suara.

IPG 3.3 *Cari warna kuning satu-satunya.*

IPG 3.4 *Cari salah satu caleg Golkar.*

Apa yang dibicarakan dalam iklan ini juga dapat terlihat dari hubungan sarana-tujuan. Hubungan sarana-tujuan terdapat antara IPG 3.1 dengan IPG 3.2, IPG 3.3, IPG 3.4, IPG 3.5, dan IPG 3.6. Dalam hubungan sarana-tujuan ini, apa yang dibicarakan adalah bagaimana cara mencapai tujuan “*Golkar Lebih Cepat Lebih Baik*” (IPG 3.1). Cara mencapai tujuan tersebut diuraikan melalui tahapan-tahapan cara memilih partai Golkar dalam IPG 3.2, IPG 3.3, IPG 3.4, IPG 3.5, dan IPG 3.6. Jadi, hubungan ini menunjukkan bahwa pesan yang ingin disampaikan adalah cara memilih Partai Golkar.

IPG 3.1 “*Golkar Lebih Cepat Lebih Baik*”

IPG 3.2 *Buka kertas suara.*

IPG 3.3 *Cari warna kuning satu-satunya.*

IPG 3.4 *Cari partai nomor 23.*

IPG 3.5 *Contreng salah satu caleg Golkar.*

IPG 3.6 *Atau, contreng lambang partai Golkar.*

Dalam kalimat yang menyatakan sarana untuk mencapai tujuan di atas, terdapat hubungan aditif berhubungan dengan waktu antarkalimatnya. Di antara IPG 3.2 , IPG 3.3, IPG 3.4, IPG 3.5, dan IPG 3.6, terdapat hubungan aditif karena satu kalimat sifatnya selalu menambahkan kalimat sebelumnya. Kalimat-kalimat tersebut merupakan tahapan memilih partai Golkar.

IPG 3.2 *Buka kertas suara.*

IPG 3.3 *Cari warna kuning satu-satunya.*

IPG 3.4 *Cari partai nomor 23.*

IPG 3.5 *Contreng salah satu caleg Golkar.*

IPG 3.6 Atau, *contreng* lambang partai Golkar.

Dari aspek gramatikal dan aspek semantis yang digunakan dalam iklan ini, terlihat bahwa terdapat kesatuan topik dalam iklan ini, yaitu memilih Partai Golkar dalam kertas suara. Partai Golkar menjadi penyampai pesan diketahui melalui adanya substitusi nomina *Golkar*, hubungan identifikasi, dan hubungan pengulangan leksem *Golkar*. Pesan terlihat pada adanya elipsis nomina *kertas suara*. Pesan iklan ini adalah pilih Golkar yang dapat dilihat pada konjungsi, paralelisme, hubungan pengulangan leksem, hubungan sarana-tujuan, dan hubungan aditif.

4.2.4 Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis dalam Iklan Partai Golkar

Semua iklan Partai Golkar, menandai penyampai pesan, yaitu Partai Golkar, dengan substitusi, pengulangan leksem, dan identifikasi. Kadang, penyampai pesan juga ditandai oleh penyilih dan elipsis. Apa yang dilakukan penyampai pesan dapat dilihat melalui elipsis, substitusi, sarana-tujuan, generik-spesifik, sebab/alasan, medan makna, aditif, pengulangan leksem, penyilihan, konjungsi, paralelisme, pertentangan, latar kesimpulan, kelonggaran-hasil, syarat-hasil, dan identifikasi. Dalam iklan Partai Golkar, gambar nomor urut partai dan lambang partai mengalami substitusi dan elipsis, sehingga gambar tersebut merupakan penanda keutuhan wacana. Iklan Partai Golkar dengan topik “Golkar memberii bukti” memiliki gambar orang yang menandai keutuhan wacana karena mengalami elipsis.

4.3 Analisis Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis Iklan PDI Perjuangan

4.3.1 IPDI 1

Iklan ini terdiri dari 17 kalimat.

IPDI 1.1 Program 100 hari PDI Perjuangan dan Megawati

IPDI 1.2 Perjuangkan Sembako Murah*

IPDI 1.3 MELALUI 6 KEBIJAKAN :

IPDI 1.4 1. Menata kembali ketimpangan struktur penguasaan dan peggunaan tanah ke arah yang lebih adil.

IPDI 1.5 2. Mempercepat perbaikan dan pembangunan jaringan irigasi.

IPDI 1.6 3. Menyediakan pupuk dan bibit murah yang berkualitas.

IPDI 1.7 4. Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga sembako.

IPDI 1.8 5. Memperkuat koperasi petani, lumbung pangan dan membangun Bank Pertanian.

IPDI 1.9 6. Mengendalikan impor sembako yang merugikan petani dan nelayan.

IPDI 1.10 *Sembako Murah = Kenaikan harga sembako tidak melampaui kenaikan pendapatan masyarakat.

IPDI 1.11 FAKTA:

IPDI 1.12 –Kenaikan harga sembako melampaui kenaikan daya beli rakyat.

IPDI 1.13 (Data BPS 2004 – 2008)

IPDI 1.14 – 80% Rakyat menilai pemerintahan saat ini gagal mengendalikan harga sembako karena semakin tak terjangkau.

IPDI 1.15 (Riset nasional Lingkaran Survei Indonesia/LSI, 2008)

IPDI 1.16 Dukungan Anda terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga Sembako yang Terjangkau

Caption

IPDI 1.17 Megawati Soekarnoputri

4.3.1.1 Aspek gramatikal

Pertalian kalimat-kalimat tersebut salah satunya ditandai oleh aspek gramatikal elipsis. Elipsis yang terjadi dalam IPDI 1 adalah elipsis atas *PDI Perjuangan dan Megawati* (IPDI 1.1). Elipsis ini merupakan elipsis nominal karena *PDI Perjuangan dan Megawati* merupakan frase nominal. Elipsis *PDI Perjuangan dan Megawati* merupakan elipsis atas penyampai pesan dalam iklan ini.

IPDI 1.2 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Perjuangkan Sembako Murah**

IPDI 1.4 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Menata kembali ketimpangan struktur penguasaan dan penggunaan tanah ke arah yang lebih adil.*

IPDI 1.5 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Mempercepat perbaikan dan pembangunan jaringan irigasi.*

IPDI 1.6 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Menyediakan pupuk dan bibit murah yang berkualitas.*

IPDI 1.7 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga sembako.*

IPDI 1.8 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Memperkuat koperasi petani lumbung pangan dan membangun Bank Pertanian.*

IPDI 1.9 (PDI Perjuangan dan Megawati) *Mengendalikan impor sembako yang merugikan petani dan nelayan.*

Penyampai pesan, yaitu PDI Perjuangan dan Megawati Soekarnoputri, juga mengalami substitusi. Kata *Megawati* (IPDI 1.1 dan IPDI 1.16) merupakan kata yang disubstitusi menjadi *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 1.17). Substitusi ini merupakan substitusi nominal karena *Megawati* merupakan nomina. Substitusi juga terjadi pada gambar menjadi bahasa. IPDI 1 G1 (nomor urut partai) dan IPDI 1 G2 (lambang partai) disubstitusi menjadi frase *PDI Perjuangan* (IPDI 1.1). IPDI 1 G4 (Megawati Soekarnoputri) disubstitusi menjadi frase *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 1.17). Kedua gambar yang disubstitusi menjadi bahasa

tersebut merupakan gambar penyampai pesan iklan ini, yaitu Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan.

(IPDI 1 G1 dan IPDI 1 G2)

IPDI 1.1 *Program 100 hari PDI Perjuangan dan Megawati*

IPDI 1.16 *Dukungan Anda terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga Sembako yang Terjangkau*

(IPDI 1 G4)

IPDI 1.17 *Megawati Soekarnoputri*

Penyampai pesan, PDI Perjuangan dan Megawati Soekarnoputri, akan melakukan langkah-langkah untuk merealisasikan program yang ditawarkan dalam iklan ini. Langkah-langkah tersebut terlihat dalam substitusi *6 Kebijakan* (IPDI 1.3) menjadi poin-poin yang lebih spesifik (IPDI 1.4-IPDI 1.9).

IPDI 1.3 *MELALUI 6 KEBIJAKAN :*

IPDI 1.4 1. *Menata kembali ketimpangan struktur penguasaan dan penggunaan tanah ke arah yang lebih adil.*

IPDI 1.5 2. *Mempercepat perbaikan dan pembangunan jaringan irigasi.*

IPDI 1.6 3. *Menyediakan pupuk dan bibit murah yang berkualitas.*

IPDI 1.7 4. *Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga sembako.*

IPDI 1.8 5. *Memperkuat koperasi petani lumbung pangan dan membangun Bank Pertanian.*

IPDI 1.9 6. *Mengendalikan impor sembako yang merugikan petani dan nelayan.*

Selain elipsis dan substitusi, pertalian antarkalimat juga terlihat dengan adanya paralelisme pada IPDI 1.10 dan IPDI 1.12. Pertalian ini tidak memperlihatkan apa yang dilakukan penyampai pesan, tetapi memperlihatkan hal yang menyangkut kegiatan penyampai pesan, yaitu memperjuangkan sembako murah. Melalui paralelisme, sembako murah yang dimaksud penyampai pesan dibandingkan dengan keadaan harga sembako pada saat sekarang.

IPDI 1.10 *Sembako Murah = kenaikan harga sembako tidak melampaui kenaikan pendapatan masyarakat.*

IPDI 1.12 *–Kenaikan harga sembako melampaui kenaikan daya beli rakyat.*

Teks dalam iklan ini juga berkaitan dengan hal di luar teks dengan adanya penggunaan aspek gramatikal penyilihan. Bentuk penyilih yang digunakan adalah *Anda* (IPDI 1.16). *Anda* merupakan satu-satunya penyilih yang dipakai untuk mengacu pada masyarakat. Penyilih ini merupakan penyilih yang mengacu pada

hal di luar iklan, sehingga dapat dikatakan bahwa penyilih ini bersifat ekstratekstual. Penyilih ini menandai target iklan, yaitu masyarakat.

IPDI 1.16 *Dukungan **Anda** terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga Sembako yang Terjangkau*

4.3.1.2 Aspek semantis

Salah satu aspek semantis yang mempertalikan kalimat-kalimat dalam iklan ini adalah hubungan identifikasi. Hubungan identifikasi ini ditandai oleh substitusi yang telah diungkapkan sebelumnya. Kata yang diidentifikasi adalah *Megawati* (IPDI 1.1 dan IPDI 1.16) dan *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 1.17). Hubungan ini juga memperlihatkan penyampai pesan iklan, yaitu Megawati Soekarnoputri (lihat contoh substitusi IPDI 1 hal. 105).

Penyampai pesan juga dapat terlihat melalui hubungan pengulangan leksem. Pengulangan terjadi atas *PDI Perjuangan dan Megawati*. Pengulangan ini tidak hanya menandai Megawati Soekarnoputri saja sebagai penyampai pesan, tetapi juga PDI Perjuangan.

IPDI 1.1 *Program 100 hari **PDI Perjuangan dan Megawati***
 IPDI 1.16 *Dukungan **Anda** terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga Sembako yang Terjangkau*

Apa yang dibicarakan menyangkut kegiatan penyampai pesan terlihat pada hubungan pengulangan leksem. Pengulangan leksem dalam iklan ini adalah *sembako murah*, *sembako*, dan *petani*. Dengan demikian, perjuangan Megawati Soekarnoputri menyangkut sembako, petani, dan harga yang murah.

IPDI 1.2 *Perjuangkan **Sembako Murah****

IPDI 1.10 ****Sembako Murah** = Kenaikan *sembako* tidak melampaui kenaikan pendapatan masyarakat.*

IPDI 1.7 *4. Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga **sembako**.*

IPDI 1.9 *6. Mengendalikan impor **sembako** yang merugikan petani dan nelayan.*

IPDI 1.12 *–Kenaikan harga **sembako** melampaui kenaikan daya beli rakyat.*

IPDI 1.14 *–80% Rakyat menilai pemerintahan saat ini gagal mengendalikan harga **sembako** karena semakin tak terjangkau.*

IPDI 1.16 *Dukungan **Anda** terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga **Sembako** yang Terjangkau*

IPDI 1.9 6. Mengendalikan impor sembako yang merugikan *petani* dan *nelayan*.

IPDI 1.8 5. Memperkuat koperasi *petani*, lumbung pangan dan membangun Bank Pertanian.

Apa yang dilakukan penyampai pesan ditandai oleh hubungan generik-spesifik. Hubungan ini terdapat pada IPDI 1.1 dengan IPDI 1.2. IPDI 1.2 mengungkapkan hal yang lebih spesifik dari *Program 100 hari* (IPDI 1.1), yaitu memperjuangkan sembako murah. IPDI 1.1 dan IPDI 1.2 sebenarnya bisa menjadi satu kalimat. Akan tetapi, pemisahan baris dan perbedaan ukuran huruf membuat penulis menganggap kedua satuan bahasa ini dua kalimat.

IPDI 1.1 *Program 100 hari PDI Perjuangan dan Megawati*
IPDI 1.2 *Perjuangkan Sembako Murah**

Enam kebijakan untuk memperjuangkan sembako murah diuraikan melalui hubungan generik-spesifik yang sebelumnya sudah ditandai oleh substitusi. Hubungan ini terdapat pada IPDI 1.3 dengan IPDI 1.4, IPDI 1.5, IPDI 1.6, IPDI 1.7, IPDI 1.8, dan IPDI 1.9. Hubungan generik-spesifik memperlihatkan bagaimana enam kebijakan diuraikan menjadi program-program dalam IPDI 1.4, IPDI 1.5, IPDI 1.6, IPDI 1.7, IPDI 1.8, dan IPDI 1.9 (lihat contoh substitusi IPDI 1 hal. 106).

Dalam iklan ini, terdapat hubungan sarana-tujuan antara IPDI 1.2 dengan IPDI 1.3. IPDI 1.3 menjadi sarana untuk mencapai tujuan dalam IPDI 1.2. Hubungan ini menunjukkan bahwa cara untuk memperjuangkan sembako murah adalah melalui enam kebijakan.

IPDI 1.2 *Perjuangkan Sembako Murah**
IPDI 1.3 *MELALUI 6 KEBIJAKAN :*

Kedua kalimat tersebut jelas berhubungan karena sebenarnya merupakan satu kalimat. Namun, ciri-ciri dalam teks, yaitu perbedaan baris dan ukuran huruf, membuat keduanya seperti kalimat yang terpisah.

Berkaitan dengan *sembako murah*, terdapat hubungan parafrastis antara IPDI 1.2 dan IPDI 1.10 yang menunjukkan bahwa sembako murah adalah pesan utama. Hal ini disebabkan oleh pengungkapan *sembako murah* yang berbeda antara IPDI 1.2 dan IPDI 1.10. IPDI 1.10 menyampaikan *sembako murah* dengan

cara *Kenaikan sembako tidak melampaui kenaikan pendapatan masyarakat*. Dengan demikian, kegiatan memperjuangkan sembako murah yang dilakukan oleh Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan diperjelas, yaitu harga sembako tidak melampaui daya beli masyarakat.

IPDI 1.2 *Perjuangkan Sembako Murah**

IPDI 1.10 **Sembako Murah = Kenaikan sembako tidak melampaui kenaikan pendapatan masyarakat*.

Hubungan parafrastis juga terlihat antara IPDI 1.2 dan IPDI 1.16 yang memparafrasekan *sembako murah* menjadi *harga sembako yang terjangkau*. Sama seperti hubungan parafrastis *sembako murah* sebelumnya, hubungan parafrastis ini juga menekankan bahwa pesan utama adalah sembako murah.

IPDI 1.2 *Perjuangkan Sembako Murah**

IPDI 1.16 *Dukungan Anda terhadap PDI Perjuangan dan Megawati di tahun 2009 menjadi syarat berhasilnya Program Harga Sembako yang Terjangkau*

Untuk mencapai sembako murah, diperlukan langkah-langkah yang dipaparkan melalui 6 kebijakan. Dalam langkah-langkah tersebut, terdapat hubungan medan makna atas kata-kata yang berkaitan dengan pertanian. Hubungan medan makna ini meliputi *tanah* (IPDI 1.4), *irigasi* (IPDI 1.5), *pupuk* (IPDI 1.6), *bibit* (IPDI 1.6), *sembako* (IPDI 1.7 dan IPDI 1.9), *petani* (IPDI 1.8), *lambung pangan* (IPDI 1.8), dan *Bank Pertanian* (IPDI 1.8). Semua kata tersebut satu medan makna dengan pertanian yang dapat disebut rangkaian kata tidak berurutan. Dengan demikian, kata-kata dalam bidang pertanian ini berhubungan dengan sembako.

IPDI 1.4 1. *Menata kembali ketimpangan struktur penguasaan dan penggunaan tanah ke arah yang lebih adil.*

IPDI 1.5 2. *Mempercepat perbaikan dan pembangunan jaringan irigasi.*

IPDI 1.6 3. *Menyediakan pupuk dan bibit murah yang berkualitas.*

IPDI 1.7 4. *Meningkatkan operasi pasar untuk menurunkan harga sembako.*

IPDI 1.8 5. *Memperkuat koperasi petani lambung pangan dan membangun Bank Pertanian.*

IPDI 1.9 6. *Mengendalikan impor sembako yang merugikan petani dan nelayan.*

Iklan ini memiliki bagian yang menjelaskan fakta yang terjadi saat ini. Sekilas terlihat tidak ada hubungan antara bagian ini dengan teks lainnya, tetapi

sebenarnya bagian ini masih memiliki hubungan semantis dengan teks. Bagian yang tidak terlihat begitu koheren dengan teks lainnya terlihat pada IPDI 1.11-1.15. Dalam bagian ini, terdapat hubungan generik-spesifik dan aditif. Hubungan generik-spesifik terlihat pada IPDI 1.11 dengan IPDI 1.12 dan IPDI 1.14. Hubungan ini menandakan fakta-fakta yang ada.

IPDI 1.11 *FAKTA:*

IPDI 1.12 *–Kenaikan harga sembako melampaui kenaikan daya beli rakyat.*

IPDI 1.14 *–80% Rakyat menilai pemerintahan saat ini gagal mengendalikan harga sembako karena semakin tak terjangkau.*

Hubungan amplifikatif terlihat pada IPDI 1.12 dengan IPDI 1.13 dan IPDI 1.14 dengan IPDI 1.15. IPDI 1.13 memperkuat informasi dalam IPDI 1.12, IPDI 1.15 memperkuat informasi IPDI 1.14.

IPDI 1.12 *–Kenaikan harga sembako melampaui kenaikan daya beli rakyat.*

IPDI 1.13 *(Data BPS 2004 – 2008)*

IPDI 1.14 *–80% Rakyat menilai pemerintahan saat ini gagal mengendalikan harga sembako karena semakin tak terjangkau.*

IPDI 1.15 *(Riset nasional Lingkaran Survei Indonesia/LSI, 2008)*

Hubungan bagian yang tidak koheren dengan teks lainnya ini terlihat dari hubungan pertentangan antara IPDI 1.10 dan IPDI 1.12 yang telah ditandai oleh aspek gramatikal paralelisme. Pertentangan tidak ditandai oleh antonimi, tetapi oleh kalimat positif dan kalimat negatif. Hal ini memperlihatkan pertalian antara fakta bahwa sembako saat ini masih mahal dengan sembako murah (lihat contoh paralelisme hal. 106).

Melalui aspek gramatikal dan aspek semantis, topik iklan ini adalah Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan memperjuangkan sembako murah. Aspek yang memperlihatkan penyampai pesan Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan adalah elipsis, substitusi, identifikasi, dan pengulangan leksem. Aspek yang memperlihatkan pesan, yaitu memperjuangkan sembako murah, adalah elipsis, generik-spesifik, parafrastis, paralelisme, dan pertentangan. Aspek yang memperlihatkan keterlibatan sesuatu dengan pesan tersebut adalah pengulangan leksem dan medan makna. Selain itu, penyilihan di sini memperlihatkan adanya target iklan yang ada di luar teks.

4.3.2 IPDI 2

Iklan ini terdiri 14 kalimat.

IPDI 2.1 Rakyat Berhak harga BBM Lebih Murah Lagi

IPDI 2.2 Megawati Soekarnoputri

IPDI 2.3 Turunnya BBM 3X bukan prestasi pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia.

IPDI 2.4 Dari pada mengklaim yang bukan prestasinya, jauh lebih sehat pemerintah mengakui keagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :

IPDI 2.5 1. BBM masih mahal, padahal minyak dunia sudah turun 70%*

IPDI 2.6 2. Sembako semakin tak terjangkau

IPDI 2.7 3. Kesenjangan ekonomi semakin lebar**

IPDI 2.8 4. Pemerintah gagal penuh target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***

IPDI 2.9 *Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$ 40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009)

IPDI 2.10 FAKTA

IPDI 2.11 **Kesenjangan kaya dan miskin bertambah lebar diukur dari Gini Ratio dari 0.32 (2004) menjadi 0.36 (2007) dan diprediksi bertambah buruk lagi di tahun 2008

IPDI 2.12 *** Janji pemerintah di Peraturan Presiden RI No.07 /2005 tak tercapai, diuji dengan data BPS 2004-2008:

IPDI 2.13 Jumlah kemiskinan saat ini 15,4% (34,96 juta jiwa), padahal pemerintah BERJANJI menurunkan hingga 8,2% (18,19 juta jiwa) di tahun 2009.

IPDI 2.14 Jumlah pengangguran saat ini 8,5% (9,43 juta jiwa), meleset jauh dari JANJI pemerintah untuk menurunkan hingga 5,1% (5,65 juta jiwa) di tahun 2009.

4.3.2.1 Aspek gramatikal

Salah satu aspek gramatikal yang mempertalikan kalimat-kalimat di atas adalah penyilih. Penyilih yang digunakan dalam iklan ini adalah *-nya* (IPDI 2.3). *-Nya* mengacu kepada *pemerintah* dalam IPDI 2.2 dan IPDI 2.3. Penyilih dengan bentuk *-nya* dalam iklan ini merupakan penyilih persona ketiga anaforis. Hal ini disebabkan oleh kategori *-nya* sebagai pengganti persona dan letak anteseden yang ada sebelum *-nya*.

IPDI 2.2 *Turunnya BBM 3X bukan prestasi pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia.*

IPDI 2.3 *Dari pada mengklaim yang bukan prestasinya, jauh lebih sehat pemerintah mengakui keagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :*

Melalui bentuk penyilih ini, terlihat bahwa siapa yang dibicarakan iklan ini adalah pemerintah. Pemerintah dalam iklan ini bukanlah penyampai pesan, tetapi inti pesan yang ingin disampaikan. Apa yang dilakukan pemerintah akan terlihat pada aspek-aspek berikutnya.

Aspek gramatikal berikutnya yang menandai keutuhan wacana iklan ini adalah elipsis. Elipsis dalam iklan ini adalah elipsis klausa dan elipsis nomina. Elipsis terjadi pada *Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$*

40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009) (IPDI 2.9). Elipsis atas unsur tersebut merupakan elipsis klausa.

IPDI 2.9 *Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$ 40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009)

IPDI 2.10 *FAKTA* (bahwa Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$ 40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009)):

Elipsis klausa di atas menunjukkan bahwa pesan dalam iklan ini berkaitan dengan harga minyak Indonesia yang tidak sejalan dengan harga minyak dunia. Artinya, apa yang dilakukan pemerintah berkaitan dengan harga minyak.

Dalam iklan ini, terdapat konjungsi aditif. Konjungsi *daripada* (IPDI 2.4) merupakan konjungsi aditif karena menghubungkan satu klausa yang bersifat menambahkan klausa lain. Konjungsi ini menghubungkan IPDI 2.2 dan IPDI 2.3. Konjungsi ini memperlihatkan hubungan antara prestasi pemerintah dan kegagalan pemerintah.

IPDI 2.2 *Turunnya BBM 3X bukan prestasi pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia.*

IPDI 2.3 *Dari pada mengklaim yang bukan prestasinya, jauh lebih sehat pemerintah mengakui kegagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :*

Di samping konjungsi, terdapat pula paralelisme. Paralelisme terjadi antara IPDI 2.13 dan IPDI 2.14. Paralelisme ini memperlihatkan bahwa pesan dalam iklan ini berkaitan dengan jumlah kemiskinan dan pengangguran.

IPDI 2.13 *Jumlah kemiskinan saat ini 15,4% (34,96 juta jiwa), padahal pemerintah BERJANJI menurunkan hingga 8,2% (18,19 juta jiwa) di tahun 2009.*

IPDI 2.14 *Jumlah pengangguran saat ini 8,5% (9,43 juta jiwa), meleset jauh dari JANJI pemerintah untuk menurunkan hingga 5,1% (5,65 juta jiwa) di tahun 2009.*

Aspek gramatikal substitusi juga terdapat dalam iklan ini. Akan tetapi, substitusi ini terjadi pada IPDI 2 G4 (foto Megawati Soekarnoputri) yang digantikan oleh *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 2.2). Pesan iklan tidak membicarakan Megawati Soekarnoputri, sehingga kalimat tersebut seolah-olah tidak menyatu dengan pesan iklan. Pesan iklan membicarakan kegagalan pemerintah. Jika dilihat kembali memang terdapat hubungan identifikasi yang

melibatkan *Megawati Soekarnoputri*. Akan tetapi, hubungan identifikasi tersebut terjadi antara *Megawati Soekarnoputri* dengan PDI Perjuangan yang diwakili oleh unsur visual IPDI 2 G1 dan IPDI 2 G3. Gambar tersebut juga tidak memiliki hubungan dengan pesan iklan. Unsur ini lebih mengacu pada hal di luar teks, yaitu *Megawati Soekarnoputri* sebagai Ketua Umum PDI Perjuangan yang mengiklankan kegagalan pemerintah.

Substitusi juga terjadi pada *kegagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi* (IPDI 2.4) menjadi poin-poin kegagalan dalam IPDI 2.5-IPDI 2.8. Melalui substitusi ini, terlihat bahwa kegagalan pemerintah meliputi BBM yang masih mahal, sembako yang semakin mahal, lebarnya kesenjangan ekonomi, serta penurunan kemiskinan dan pengangguran.

IPDI 2.4 *Dari pada mengklaim yang bukan prestasinya, jauh lebih sehat pemerintah mengakui keagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :*

IPDI 2.5 1. *BBM masih mahal, padahal minyak dunia sudah turun 70%**

IPDI 2.6 2. *Sembako semakin tak terjangkau*

IPDI 2.7 3. *Kesenjangan ekonomi semakin lebar****

IPDI 2.8 4. *Pemerintah gagal penuh target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***

4.3.2.2 Aspek semantis

Kegagalan pemerintah juga terlihat pada aspek semantis hubungan pengulangan leksem. Pengulangan leksem meliputi kata *BBM, pemerintah, bukan prestasi, miskin, dan pengangguran*. Pengulangan *pemerintah dan bukan prestasi* menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan iklan ini berkaitan dengan prestasi yang bukan milik pemerintah.

IPDI 2.3 *Turunnya BBM 3X bukan prestasi pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia*

IPDI 2.4 *Dari pada mengklaim yang bukan prestasinya, jauh lebih sehat pemerintah mengakui keagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :*

IPDI 2.8 4. *Pemerintah gagal penuh target menurunkan kemiskinan dan pengangguran****

IPDI 2.12 *** *Janji pemerintah di Peraturan Presiden RI No.07 /2005 tak tercapai, diuji dengan data BPS 2004-2008:*

IPDI 2.13 *Jumlah kemiskinan saat ini 15,4% (34,96 juta jiwa), padahal pemerintah BERJANJI menurunkan hingga 8,2% (18,19 juta jiwa) di tahun 2009.*

IPDI 2.14 Jumlah pengangguran saat ini 8,5% (9,43 juta jiwa), meleset jauh dari **JANJI pemerintah** untuk menurunkan hingga 5,1% (5,65 juta jiwa) di tahun 2009.

IPDI 2.2 Turunnya **BBM 3X bukan prestasi** pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia.

IPDI 2.3 Dari pada mengklaim yang **bukan prestasinya**, jauh lebih sehat pemerintah mengakui kegagalannya untuk empat hal yang sangat mendasar di bidang ekonomi :

Prestasi yang bukan milik pemerintah tersebut berkaitan dengan **BBM**, kemiskinan, dan pengangguran. Hal ini terlihat dari pengulangan **BBM**, **miskin**, dan **pengangguran**.

IPDI 2.1 Rakyat Berhak harga **BBM Lebih Murah Lagi**

IPDI 2.2 Turunnya **BBM 3X bukan prestasi** pemerintah, tapi hasil otomatis turunnya minyak dunia.

IPDI 2.4 1. **BBM** masih mahal, padahal minyak dunia sudah turun 70%*

IPDI 2.8 4. Pemerintah gagalenuhi target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***

IPDI 2.11 **Kesenjangan kaya dan **miskin** bertambah lebar diukur dari Gini Ratio dari 0.32 (2004) menjadi 0.36 (2007) dan diprediksi bertambah buruk lagi di tahun 2008

IPDI 2.13 Jumlah kemiskinan saat ini 15,4% (34,96 juta jiwa), padahal pemerintah **BERJANJI** menurunkan hingga 8,2% (18,19 juta jiwa) di tahun 2009.

IPDI 2.8 4. Pemerintah gagalenuhi target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***

IPDI 2.14 Jumlah **pengangguran** saat ini 8,5% (9,43 juta jiwa), meleset jauh dari **JANJI pemerintah** untuk menurunkan hingga 5,1% (5,65 juta jiwa) di tahun 2009.

Sifat dari hal yang berkaitan dengan prestasi yang bukan milik pemerintah di atas dapat dilihat melalui hubungan pertentangan dengan antonimi. Contohnya **BBM** yang dibicarakan seperti apa sifatnya dalam hubungan pertentangan antara IPDI 2.1 dan IPDI 2.4. Pertentangan ditandai oleh antonimi *murah* dan *mahal*.

IPDI 2.1 Rakyat Berhak harga **BBM Lebih Murah Lagi**

IPDI 2.4 1. **BBM** masih **mahal**, padahal minyak dunia sudah turun 70%*

Kesinambungan antara kalimat satu dengan yang lainnya dapat dilihat dari hubungan generik-spesifik. Hubungan ini sudah ditandai sebelumnya dengan substitusi. Hubungan generik-spesifik terjadi antara IPDI 2.5, IPDI 2.6, IPDI 2.7, dan IPDI 2.8 yang menjadi bagian dari *kegagalannya untuk empat hal yang*

sangat mendasar di bidang ekonomi (IPDI 2.4). Melalui hubungan generik-spesifik tersebut terlihat bahwa penyampai pesan melakukan suatu kegagalan dalam bidang ekonomi menyangkut harga BBM, harga sembako, dan kesenjangan ekonomi (lihat contoh substitusi hal. 113).

Selain itu, IPDI 2.8 dan IPDI 2.12 yang memiliki hubungan generik-spesifik. Ini ditandai dengan penjelasan lebih spesifik dalam IPDI 2.12 terhadap IPDI 2.8. Penjelasan spesifik dilakukan atas *Pemerintah gagal* menjadi *Janji pemerintah di Peraturan Presiden RI No.07/2005 tak tercapai*. Hubungan generik-spesifik antara IPDI 2.8 dan IPDI 2.12 menegaskan kembali kegagalan yang dilakukan penyampai pesan.

IPDI 2.8 4. *Pemerintah gagal penuhi target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***

IPDI 2.12 *** *Janji pemerintah di Peraturan Presiden RI No.07/2005 tak tercapai, diuji dengan data BPS 2004-2008:*

Di antara poin-poin kegagalan pemerintah, terdapat hubungan semantis juga, yaitu hubungan aditif. Hubungan aditif tersebut terdapat dalam IPDI 2.5, IPDI 2.6, IPDI 2.7, dan IPDI 2.8.

IPDI 2.5 1. *BBM masih mahal, padahal minyak dunia sudah turun 70%**

IPDI 2.6 2. *Sembako semakin tak terjangkau*

IPDI 2.7 3. *Kesenjangan ekonomi semakin lebar***

IPDI 2.8 4. *Pemerintah gagal penuhi target menurunkan kemiskinan dan pengangguran***

Setiap poin kegagalan pemerintah juga memiliki hubungan semantis dengan kalimat penjelas yang ada di bawahnya. Hubungan parafrastis terdapat pada IPDI 2.5 dan IPDI 2.9. IPDI 2.9 memparafrasekan *minyak dunia sudah turun 70%* dalam IPDI 2.5.

IPDI 2.5 1. *BBM masih mahal, padahal minyak dunia sudah turun 70%**

IPDI 2.9 **Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$ 40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009)*

IPDI 2.9 diperkuat oleh IPDI 2.10. Penguatan ini menimbulkan adanya hubungan amplifikatif. Hubungan amplifikatif ini didukung oleh IPDI 2 G4 (tabel). Tanpa adanya gambar tabel, kedua kalimat ini tidak berhubungan dan wacana iklan ini tidak terlihat utuh.

IPDI 2.9 **Minyak dunia turun 70% dari US \$ 147 (Juli 2008) ke US \$ 40 (Jan 2009), Indonesia hanya turun 25% dari Rp 6000,- (juli 2008) ke Rp 4500,- (Jan 2009)*

IPDI 2.10 *FAKTA (IPDI 2 G4)*

Melalui hubungan parafrastis dan amplifikatif antara IPDI 2.5, IPDI 2.9, dan IPDI 2.10, terlihat bahwa minyak dunia sudah turun jauh tetapi harga BBM di Indonesia masih mahal. Dalam hal ini, berarti pemerintah gagal menurunkan harga BBM.

Hubungan amplifikatif juga terdapat dalam IPDI 2.7 dan IPDI 2.11. Hubungan amplifikatif antara dua kalimat ditandai adanya penguatan *Kesenjangan ekonomi semakin lebar* dalam IPDI 2.11. Hubungan amplifikatif antara IPDI 2.7 dan IPDI 2.11 menandakan bahwa kegagalan penyampai pesan (pemerintah) membuat kesenjangan ekonomi semakin lebar dilihat dari Gini Ratio.

IPDI 2.7 3. *Kesenjangan ekonomi semakin lebar***

IPDI 2.11 ***Kesenjangan kaya dan miskin bertambah lebar diukur dari Gini Ratio dari 0.32 (2004) menjadi 0.36 (2007) dan diprediksi bertambah buruk lagi di tahun 2008*

IPDI 2.12 memiliki hubungan semantis latar-kesimpulan dengan IPDI 2.13 dan IPDI 2.14. IPDI 2.13 dan IPDI 2.14 menjadi latar atau bukti dari kesimpulan IPDI 2.12. Kegagalan yang dilakukan penyampai pesan meliputi penurunan jumlah kemiskinan dan pengangguran terlihat dari hubungan latar-kesimpulan tersebut.

IPDI 2.12 **** Janji pemerintah di Peraturan Presiden RI No.07/2005 tak tercapai, diuji dengan data BPS 2004-2008:*

IPDI 2.13 *Jumlah kemiskinan saat ini 15,4% (34,96 juta jiwa), padahal pemerintah BERJANJI menurunkan hingga 8,2% (18,19 juta jiwa) di tahun 2009.*

IPDI 2.14 *Jumlah pengangguran saat ini 8,5% (9,43 juta jiwa), meleset jauh dari JANJI pemerintah untuk menurunkan hingga 5,1% (5,65 juta jiwa) di tahun 2009.*

Melalui aspek-aspek gramatikal dan semantis, terlihat bahwa iklan ini memiliki topik Pemerintah gagal. Pemerintah, sebagai fokus pesan, diketahui melalui adanya penyilih dan pengulangan leksem. Gagalnya pemerintah dapat terlihat pada aspek semantis hubungan generik-spesifik. Apa saja hal yang

menyangkut kegagalan pemerintah terlihat pada elipsis, konjungsi, paralelisme, pengulangan leksem, pertentangan, sebab/alasan, latar-kesimpulan, parafrastis, amplifikatif, dan generik spesifik.

Akan tetapi, sebenarnya ada yang tidak utuh dalam iklan ini. Hal ini terlihat dari adanya substitusi gambar Megawati Soekarnoputri dan identifikasi nomor urut dan lambang partai PDI Perjuangan yang tidak berhubungan dengan topik. Kedua unsur ini mengacu pada hal di luar teks, yaitu pengiklan.

4.3.3 IPDI 3

Iklan ini terdiri dari 17 kalimat. Kalimat-kalimat tersebut dipertalikan oleh aspek gramatikal dan aspek semantis.

IPDI 3.1 Kontrak Politik Untuk Perubahan

IPDI 3.2 Megawati Soekarnoputri

IPDI 3.3 Perjuangkan Sembako Murah *

IPDI 3.4 Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja **

IPDI 3.5 Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat ***

IPDI 3.6 Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.****

IPDI 3.7 Megawati Soekarnoputri

IPDI 3.8 Ketua Umum PDI Perjuangan

IPDI 3.9 * Kenaikan harga sembako tak melampau kenaikan daya beli masyarakat, berbeda dengan saat ini dimana harga sembako semakin tak terjangkau.

IPDI 3.10 ** Prosentase pengangguran berkurang, berbeda dengan saat ini dimana pengangguran cukup tinggi.

IPDI 3.11 *** Kebutuhan sandang, pangan dan papan lebih tercukupi, ekonomi pedesaan lebih diberdayakan, prosentase kemiskinan dan ketimpangan pendapatan berkurang, berbeda dengan saat ini di mana ketimpangan semakin lebar diukur dari Gini Ratio.

IPDI 3.12 **** Syarat ini berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai PDI Perjuangan.

Testimonials

IPDI 3.13 Eri Kusri, Karyawan

IPDI 3.14 Wahhhh.....

IPDI 3.15 ada yang benar benar berani berjuang.

IPDI 3.16 Hidup saya bisa berubah.

IPDI 3.17 Terima Kasih PDI Perjuangan.

4.3.3.1 Aspek Gramatikal

Dari segi aspek gramatikal, salah satu pertalian antarkalimat ditandai oleh adanya elipsis. Elipsis terjadi pada kata *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 3.2) dan gambar nomor urut partai (IPDI 3 G2) serta lambang partai (IPDI 3 G3) yang mengidentifikasi PDI Perjuangan. Jadi, elipsis terjadi pada *Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan*. Elipsis kata dan gambar tersebut terdapat dalam IPDI 3.3, IPDI 3.4, dan 3.5.

IPDI 3.3 (Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan) *Perjuangkan Sembako Murah* *

IPDI 3.4 (Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan) *Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja* **

IPDI 3.5 (Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan) *Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat* ***

Elipsis kedua frase di atas merupakan elipsis nominal karena frase yang dielipsis adalah frase nomina. Melalui frase yang dielipsis, terlihat bahwa penyampai pesan dalam iklan ini adalah Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan.

Penyampai pesan juga mengalami substitusi. Substitusi tersebut adalah substitusi nomina *PDI Perjuangan* (3.6) menjadi *ada yang benar-benar berjuang* (IPDI 3.15). Substitusi nomina juga terjadi pada *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 3.7) menjadi *Ketua Umum PDI Perjuangan* (IPDI 3.8).

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

IPDI 3.15 *ada yang benar-benar berani berjuang.*

IPDI 3.7 *Megawati Soekarnoputri*

IPDI 3.8 *Ketua Umum PDI Perjuangan*

Substitusi ini mempertegas penyampai pesan PDI Perjuangan yang berani berjuang dan Megawati Soekarnoputri sebagai Ketua Umum PDI Perjuangan.

Substitusi juga terjadi pada beberapa gambar, yaitu gambar IPDI 3 G1, IPDI 3 G2 dan IPDI 3 G3. IPDI 3 G1 disubstitusi menjadi *Megawati Soekarnoputri* (IPDI 3.2). IPDI 3 G2 dan IPDI 3 G3 digantikan oleh *PDI Perjuangan* (IPDI 3.6, IPDI 3.12, dan IPDI 3.17). Dengan demikian, ketiga gambar ini juga menandai keutuhan wacana.

(IPDI 3 G1)

IPDI 3.2 *Megawati Soekarnoputri*

(IPDI 3 G2 dan IPDI 3 G3)

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

IPDI 3.12 **** *Syarat ini berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai PDI Perjuangan.*

IPDI 3.17 *Terima Kasih PDI Perjuangan.*

Apa yang dilakukan oleh penyampai pesan dapat terlihat juga dari adanya substitusi. Dalam iklan ini, substitusi IPDI 3.3, IPDI 3.4, dan IPDI 3.5 menjadi *tiga agenda* dalam IPDI 3.6 memperlihatkan apa yang dilakukan penyampai pesan.

IPDI 3.3 *Perjuangkan Sembako Murah **

IPDI 3.4 *Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja ***

IPDI 3.5 *Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat ****

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

Substitusi ini menunjukkan bahwa Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan akan melakukan tiga agenda yang diuraikan dalam IPDI 3.3, IPDI 3.4, dan IPDI 3.5.

Dalam kalimat IPDI 3.6, dinyatakan bahwa jika gagal melaksanakan tiga agenda tersebut, PDI Perjuangan tidak mencalonkan diri pada pemilu berikutnya. Pernyataan dalam kalimat ini merupakan salah satu syarat yang ditandai oleh substitusi. Substitusi yang dimaksud adalah substitusi IPDI 3.6 menjadi *syarat ini* dalam IPDI 3.12. Substitusi ini termasuk substitusi klausa.

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

IPDI 3.12 ***** Syarat ini berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai PDI Perjuangan.*

Dalam substitusi, terdapat unsur yang digantikan oleh *syarat ini* (IPDI 3.12). Kata *Ini* merupakan bentuk penyilih proverbs. Disebut demikian karena *ini* merujuk pada IPDI 3.6 yang masuk ke dalam kategori hal atau keadaan yang telah disebutkan sebelumnya. Bentuk penyilih *ini* menandai adanya suatu hal yang dilakukan penyampai pesan, yaitu jika gagal melakukan tiga agenda, PDI Perjuangan tidak ikut serta dalam pemilu 2014.

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

IPDI 3.12 ***** Syarat ini berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai PDI Perjuangan.*

Selain bentuk penyilih *ini*, terdapat juga bentuk penyilih *saya* (3.16) yang merupakan penyilih pronomina. *Saya* merujuk pada Eri Kusrini, Karyawati (IPDI 3.13) dan gambar seorang wanita berkacamata dan berbaju batik merah (IPDI 3 G 4). Hubungan antara bagian ini dengan teks lainnya akan terlihat pada pembahasan aspek semantis.

(IPDI 3 G4)

IPDI 3.13 *Eri Kusrini, Karyawati*

IPDI 3.16 *Hidup saya bisa berubah.*

Pertalian berikutnya diwujudkan oleh konjungsi. Dalam iklan ini terdapat konjungsi antarkalimat. Konjungsi antarkalimat dalam iklan ini adalah *jika* dalam IPDI 3.6. *Jika* merupakan konjungsi pengandaian yang menghubungkan IPDI 3.3, IPDI 3.4, dan IPDI 3.5.

IPDI 3.3 *Perjuangkan Sembako Murah **

IPDI 3.4 *Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja ***

IPDI 3.5 *Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat ****

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

Konjungsi *jika* menunjukkan pengandaian kegagalan tiga agenda dalam IPDI 3.3, IPDI 3.4, dan IPDI 3.5.

4.3.3.2 Aspek semantis

Jika dilihat dari uraian di atas, aspek gramatikal yang menandai keutuhan wacana iklan ini paling banyak adalah substitusi. Substitusi ini sekaligus menandai adanya hubungan identifikasi. Hubungan identifikasi antarkalimat dapat dilihat dari 3.6 dan 3.15, yaitu identifikasi *PDI Perjuangan* dan *ada yang benar-benar berani berjuang* (lihat contoh identifikasi IPDI 3 hal. 118).

Selain itu, hubungan identifikasi juga terdapat dalam IPDI 3.7 dan IPDI 3.8. Hubungan identifikasi dalam kalimat tersebut mengidentifikasikan Megawati Soekarnoputri sebagai Ketua Umum PDI Perjuangan. Kedua hubungan identifikasi ini menegaskan kembali bahwa penyampai pesan dalam iklan ini adalah PDI Perjuangan dan Megawati Soekarnoputri (lihat contoh substitusi hal 118).

Hubungan identifikasi pada gambar dapat dilihat dari hubungan G1 dengan IPDI 3.2 yang mengidentifikasi gambar dengan Megawati Soekarnoputri. Hubungan tersebut juga terlihat pada gambar IPDI 3 G2 dan IPDI 3 G3 yang mengidentifikasi PDI Perjuangan dalam IPDI 3.6, IPDI 3.12, dan IPDI 3.17. Hubungan identifikasi gambar ini menunjukkan penyampai pesan karena gambar yang digunakan mengidentifikasi penyampai pesan (lihat contoh substitusi gambar hal. 118).

Hubungan substitusi juga dapat memperlihatkan adanya hubungan generik-spesifik. Hubungan generik-spesifik terdapat pada IPDI 3.3, IPDI 3.4, dan IPDI 3.5, dengan IPDI 3.6. Hubungan generik-spesifik ini menandakan apa saja yang dilakukan penyampai pesan, yaitu melakukan tiga agenda dan jika gagal tidak akan mencalonkan diri pada pemilu berikutnya (lihat contoh substitusi hal. 119). Apa yang dilakukan penyampai pesan tersebut baru berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan. Hal ini dapat juga dilihat melalui hubungan generik-spesifik yang terdapat pada IPDI 3.6 dan IPDI 3.12 (lihat contoh substitusi IPDI 3 hal.119).

Penyampai pesan, PDI Perjuangan, melakukan kontrak politik. Hal tersebut ditandai dengan hubungan generik-spesifik antara IPDI 3.1 dan IPDI 3.6. Hubungan generik-spesifik antara kedua kalimat tersebut tidak ditandai dengan adanya substitusi. Akan tetapi, IPDI 3.6 memiliki penjelasan yang lebih spesifik mengenai seperti apa kontrak politik yang dimaksud dalam IPDI 3.1.

IPDI 3.1 Kontrak Politik Untuk Perubahan

*IPDI 3.6 Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.******

Selain hubungan identifikasi dan generik-spesifik, terdapat pula hubungan pengulangan leksem yang meliputi *Megawati Soekarnoputri*, *ubah*, *PDI Perjuangan*, dan *sembako*. Melalui pengulangan leksem-leksem tersebut, iklan ini membicarakan Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan yang ingin melakukan perubahan melalui usaha yang berhubungan dengan *sembako*.

IPDI 3.2 Megawati Soekarnoputri

IPDI 3.7 Megawati Soekarnoputri

IPDI 3.12 **** Syarat ini berlaku jika **PDI Perjuangan** mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai **PDI Perjuangan**.

IPDI 3.17 Terima Kasih **PDI Perjuangan**.

IPDI 3.1 Kontrak Politik Untuk Perubahan

IPDI 3.16 Hidup saya bisa berubah.

IPDI 3.3 Perjuangkan **Sembako Murah** *

IPDI 3.9 * Kenaikan harga **sembako** tak melampau kenaikan daya beli masyarakat, berbeda dengan saat ini dimana harga **sembako** semakin tak terjangkau.

Usaha yang akan dilakukan Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan juga menyangkut lapangan pekerjaan. Hal ini dapat dilihat pada hubungan medan makna yang meliputi *Lapangan Kerja* (IPDI 3.4), *pengangguran* (IPDI 3.10), dan *karyawati* (IPDI 3.13). Hubungan medan makna tersebut menunjukkan bahwa usaha yang menyangkut lapangan pekerjaan berkaitan dengan pengangguran dan karyawati.

IPDI 3.4 Ciptakan Jutaan **Lapangan Kerja** **

IPDI 3.10 ** Prosentase **pengangguran** berkurang, berbeda dengan saat ini dimana **pengangguran** cukup tinggi.

IPDI 3.13 Eri Kusri, **Karyawati**

Dalam iklan ini, terdapat hubungan parafrastis yang memperlihatkan penjelasan atas apa yang ingin dilakukan oleh penyampai pesan. Hubungan ini dapat terlihat pada IPDI 3.3-IPDI 3.9, IPDI 3.4-IPDI 3.10, IPDI 3.5-IPDI 3.11, dan IPDI 3.6-IPDI 3.12. Dengan hubungan parafrastis ini, usaha yang akan dilakukan penyampai pesan akan lebih jelas.

IPDI 3.3 Perjuangkan **Sembako Murah** *

IPDI 3.9 * Kenaikan harga **sembako** tak melampaui kenaikan daya beli masyarakat, berbeda dengan saat ini dimana harga **sembako** semakin tak terjangkau.

IPDI 3.4 Ciptakan Jutaan **Lapangan Kerja** **

IPDI 3.10 ** Prosentase **pengangguran** berkurang, berbeda dengan saat ini dimana **pengangguran** cukup tinggi.

IPDI 3.5 Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat ***

IPDI 3.11 *** **Kebutuhan sandang, pangan dan papan lebih tercukupi, ekonomi pedesaan lebih diberdayakan, prosentase kemiskinan dan ketimpangan pendapatan berkurang, berbeda dengan saat ini di mana ketimpangan semakin lebar diukur dari Gini Ratio.**

IPDI 3.6 *Jika gagal mengawal tiga agenda di atas di 2009-2014, anggota DPR RI dari PDI Perjuangan diminta tak lagi mencalonkan diri pada pemilu berikutnya di tahun 2014.*****

IPDI 3.12 **** *Syarat ini berlaku jika PDI Perjuangan mengontrol pemerintahan: Presiden 2009 dan 30% kursi DPR RI dikuasai PDI Perjuangan*

Usaha-usaha yang akan dilakukan penyampai pesan memiliki hubungan yang saling menambahkan. Dengan demikian, antara IPDI 3.3-IPDI 3.4-IPDI 3.5 terdapat hubungan aditif. Hubungan ini memberitahu apa saja yang akan dilakukan penyampai pesan, yaitu memperjuangkan sembako murah, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

IPDI 3.3 1. *Perjuangkan Sembako Murah **

IPDI 3.4 2. *Ciptakan Jutaan Lapangan Kerja ***

IPDI 3.5 3. *Tingkatkan Kesejahteraan Rakyat ****

Berikutnya terdapat hubungan sebab/alasan. antara IPDI 3.15 dan IPDI 3.16. Hubungan ini menandakan apa hasil dari usaha, dalam hal ini kontrak politik, yang dilakukan oleh penyampai pesan iklan. Oleh karena penyampai pesan (PDI Perjuangan dan Megawati) berani berjuang, hidup warga (diwakili oleh Eri Kusri) dapat berubah. Hubungan sebab/alasan juga terjadi antara IPDI 3.16 dan IPDI 3.17. IPDI 3.16 menjadi sebab atas pernyataan dalam IPDI 3.17

IPDI 3.15 *ada yang benar-benar berani berjuang.*

IPDI 3.16 *Hidup saya bisa berubah.*

IPDI 3.17 *Terima Kasih PDI Perjuangan.*

Aspek-aspek di atas menandai adanya keutuhan dalam iklan ini. Substitusi, elipsis, dan pengulangan leksem atas *Megawati Soekarnoputri* dan *PDI Perjuangan* memperlihatkan bahwa penyampai pesan iklan ini merupakan Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan. Hal ini disebabkan oleh kedua unsur tersebut menduduki fungsi subjek ketika diganti, dihilangkan, atau diulang. Begitu pula dengan hubungan identifikasi yang mengindikasikan Megawati dan PDI Perjuangan sebagai penyampai pesan iklan. Bentuk penyalih *saya* juga memperlihatkan adanya target iklan, yaitu rakyat yang diwakili oleh Eri Kusri, seorang karyawan.

Apa yang dilakukan oleh Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan terlihat dari hubungan generik-spesifik IPDI 3.1 dan IPDI 3.6, yaitu kontrak

politik. Apa saja usaha yang dilakukan penyampai pesan terlihat juga dari adanya hubungan generik-spesifik *tiga agenda*, hubungan generik-spesifik *syarat ini*, hubungan medan makna, hubungan pengulangan leksem, hubungan parafrastis, hubungan aditif, dan hubungan sebab-alasan. Dari aspek-aspek tersebut terlihat bahwa kesatuan topik iklan ini adalah Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan melakukan kontrak politik.

4.3.4 Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis dalam Iklan PDI-Perjuangan

Iklan PDI Perjuangan ini memiliki penyampai pesan Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan Semua penyampai pesan ditandai dengan substitusi, elipsis, pengulangan leksem dan identifikasi, kecuali IPDI 2. Penyampai pesan dalam IPDI 2 hanya mengalami hubungan substitusi dan identifikasi. Apa yang dilakukan penyampai pesan dapat terlihat melalui elipsis, generik-spesifik, hiponimi, parafrastis, paralelisme, pertentangan, pengulangan leksem, medan makna, konjungsi, sebab/alasan, latar-kesimpulan, amplifikatif, hubungan aditif, dan hubungan sarana hasil. Penyilih persona dalam iklan PDI Perjuangan berfungsi menandai target, yaitu masyarakat. Satu dari tiga iklan PDI Perjuangan, yaitu IPDI 2, tidak utuh karena antara penyampai pesan dengan topik tidak berhubungan.

Dalam iklan PDI Perjuangan, gambar nomor urut partai, lambang partai, tokoh partai, dan orang mengalami substitusi dan elipsis sehingga gambar tersebut merupakan penanda keutuhan wacana. Akan tetapi, gambar nomor urut partai, lambang partai, dan tokoh partai dalam IPDI 2 bukan penanda keutuhan wacana karena tidak berhubungan dengan topik iklan. Gambar yang menandai keutuhan wacana IPDI 2 adalah gambar tabel karena mengalami hubungan amplifikatif.

4.4 Aspek Gramatikal dan Aspek Semantis Iklan Partai Politik

Secara keseluruhan, keutuhan wacana iklan partai politik ditandai oleh kesatuan topik. Hanya ada satu iklan yang topiknya kurang utuh, yaitu IPDI 2. Untuk mencapai topik-topik iklan, perlu diketahui adanya penyampai pesan serta apa yang dilakukan penyampai pesan tersebut atau hal-hal yang berkaitan dengan penyampai pesan. Untuk mengetahui penyampai pesan, semua iklan partai politik

umumnya menggunakan substitusi, elipsis, pengulangan leksem dan hubungan identifikasi.

Selain itu untuk mengetahui pesan yang ingin disampaikan dapat dilihat melalui banyak aspek. Aspek-aspek tersebut adalah paralelisme, konjungsi, hubungan pengulangan leksem, pertentangan, sebab/alasan, medan makna, amplifikatif, parafrastis, aditif, sarana-tujuan, generik-spesifik, latar kesimpulan, kelonggaran-hasil, syarat-hasil, identifikasi, pertentangan, dan hubungan sarana-hasil. Terkadang, dalam beberapa iklan terlihat juga target iklan yang ditandai dengan penyilih. Target iklan tersebut adalah masyarakat.

Melalui analisis aspek gramatikal dan aspek semantis, gambar yang pada bab sebelumnya dinyatakan mendukung teks iklan juga dapat menandai keutuhan wacana. Gambar yang mendukung keutuhan wacana adalah gambar nomor urut partai, lambang partai, dan tokoh partai pada iklan Partai Demokrat dan PDI Perjuangan. Hanya gambar nomor urut partai, lambang partai, dan tokoh partai dalam IPDI 2 yang tidak mendukung keutuhan wacana. Iklan Partai Golkar hanya memiliki gambar nomor urut partai dan lambang partai yang menandai keutuhan wacana. Gambar lain yang mendukung keutuhan wacana adalah gambar orang (IPD 2, IPD 3, dan IPDI 3) dan gambar tabel (IPDI 2). Gambar-gambar di atas menandai keutuhan wacana karena mengalami elipsis, substitusi, atau amplifikatif.