

BAB 5 KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan hal-hal yang berkaitan dengan tujuan dan rumusan masalah dalam bab 1. Struktur wacana iklan partai politik dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Tujuh dari sembilan iklan partai politik yang diteliti dalam skripsi ini memiliki struktur lengkap. Akan tetapi, dua di antaranya memiliki struktur tidak lengkap, yaitu iklan Partai Golkar (IPG 3, lihat 3.2.3 hal. 49) dan PDI Perjuangan (IPDI 2, lihat 3.3.2 hal. 55). Kedua iklan tersebut tidak lengkap karena tidak memiliki subkepala judul.
2. Walaupun lengkap, seringkali terdapat ketumpangtindihan dalam iklan partai politik. Ketumpangtindihan terjadi antara kepala judul dan subkepala judul. Ketumpangtindihan ini terdapat dalam iklan Partai Demokrat (IPD 2, lihat 3.1.2 hal.31 dan IPD 3, 3.1.3 hal. 33) dan Iklan PDI-P (IPDI 3, lihat 3.3.3 hal. 57). Ketumpangtindihan ini disebabkan oleh tata letak yang tidak berurutan dan ukuran huruf yang sama sehingga membuat tingkat perhatian hampir sama.
3. Tata letak bagian-bagian iklan partai politik dapat dikatakan tidak mengikuti tata letak iklan yang umum. Hanya iklan Partai Golkar yang mengikuti tata letak iklan yang umum (lihat 3.2 hal. 41). Bagian yang paling menunjukkan ketidaksamaan tata letak dengan tata letak iklan yang umum adalah penempatan *signature*. Letak *signature* dalam iklan partai politik dapat terletak di bagian atas atau awal iklan, di bagian samping iklan, dan bagian bawah (lihat 3.4 hal. 51).
4. *Signature* dalam iklan partai politik dapat berisi nomor urut partai, lambang partai, dan slogan partai (lihat 3.4 hal. 51). Akan tetapi, sebuah *signature* dalam iklan partai politik dapat juga tidak dilengkapi oleh slogan, seperti *signature* dalam iklan PDI Perjuangan (lihat 3.3.1 hal.52, lihat 3.3.2 hal. 55, dan 3.3.3 hal. 57).

Setelah menguraikan struktur iklan partai politik, diuraikan pula fungsi dan hubungan gambar dengan bahasa. Berdasarkan analisis fungsi dan hubungan gambar dengan bahasa, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Dalam menganalisis fungsi dan hubungan gambar dengan bahasa, dapat diketahui bahwa sebuah iklan partai politik dapat menyertakan 6-10 gambar. Setiap iklan partai politik, memiliki ciri khas dalam menyertakan gambar sebagai pendukung teks iklan mereka. Iklan Partai Demokrat dan Partai Golkar lebih sering menggunakan gambar orang untuk mendukung teks mereka. Kedua partai ini juga memiliki perbedaan dalam menyertakan gambar orang. Partai Demokrat menyertakan gambar orang yang tidak sedang melakukan kegiatan (lihat 3.1.4 hal. 40), sedangkan Partai Golkar menyertakan gambar orang yang ikut serta dalam kegiatan Jusuf Kalla (lihat 3.2.4 hal. 51). PDI Perjuangan lebih sering menyertakan gambar benda dibanding gambar orang (lihat 3.3.4 hal. 60).
2. Dari analisis gambar ini, dapat terlihat pula perbedaan jumlah penyertaan gambar setiap iklan. Partai Demokrat merupakan partai yang paling banyak didominasi oleh gambar, sedangkan yang paling sedikit adalah PDI Perjuangan.
3. Gambar nomor urut partai, lambang partai, dan tokoh partai yang mendominasi iklan partai politik dapat mendukung kata-kata seperti *Partai Demokrat*, *Partai Golkar*, dan *PDI Perjuangan* yang menunjukkan penyampaian pesan (lihat 3.4 hal. 51). Gambar lainnya, seperti gambar orang dan benda, biasanya mendukung pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, gambar orang mendukung kata *rakyat* (lihat 3.1.2 hal. 32) dan gambar benda mendukung kata *BBM* dan *sembako* (3.3.3 hal. 57).
4. Gambar dalam iklan partai politik dapat berfungsi sebagai pendukung teks dan penanda keutuhan wacana. Gambar yang berfungsi sebagai penanda keutuhan wacana adalah gambar nomor urut partai, lambang partai, dan tokoh partai dalam semua iklan. Selain itu, terdapat juga gambar orang dalam dua iklan Partai Demokrat dan gambar tabel dalam iklan PDI Perjuangan yang menandai keutuhan wacana (fungsi gambar sebagai penanda keutuhan wacana

baru terlihat dalam Bab 4 hal.63, yaitu analisis aspek gramatikal dan aspek semantis). Gambar yang lainnya berfungsi sebagai pendukung teks.

Dilihat dari segi keutuhan wacananya, hampir semua iklan partai politik memiliki wacana yang padu. Akan tetapi, ada satu iklan PDI Perjuangan yang tidak padu karena tidak adanya kesinambungan antara pesan dengan penyertaan Megawati Soekarnoputri dan PDI Perjuangan (lihat 3.3.2 hal. 55). Berdasarkan analisis aspek bahasa yang membentuk keutuhan wacana, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Aspek gramatikal yang paling banyak menandai keutuhan wacana iklan partai politik adalah substitusi dan elipsis. Biasanya, kedua aspek tersebut terjadi pada penyampai pesan, tetapi terkadang kedua aspek tersebut juga dapat menandai pesan yang ingin disampaikan iklan. Substitusi dan elipsis juga terjadi pada gambar sehingga gambar tersebut merupakan penanda keutuhan wacana.
2. Aspek semantis yang paling banyak menandai keutuhan wacana iklan partai politik adalah hubungan pengulangan leksem, hubungan identifikasi, hubungan parafrastis, dan hubungan amplifikatif. Hubungan pengulangan leksem dan identifikasi biasanya menandai penyampai pesan. Kedua hubungan tersebut bersama hubungan parafrastis dan amplifikatif juga menandai pesan yang ingin disampaikan. Hubungan lainnya, seperti medan makna, sebab-alasan, pertentangan, aditif, dan generik spesifik, juga menandai keutuhan wacana iklan-iklan partai politik tetapi tidak terlalu mendominasi.
3. Aspek semantis lebih banyak ditemukan dibanding aspek gramatikal karena kalimat-kalimat yang membangun teks lebih dapat dipertalikan melalui aspek semantis. Hubungan aspek semantis antarkalimat tidak hanya terjadi pada kalimat yang berurutan, tetapi juga pada kalimat yang tidak berurutan. Hal tersebut disebabkan oleh faktor tata letak iklan partai politik yang tidak berurutan. Namun, hal tersebut tidak terjadi pada iklan partai Golkar.
4. Secara gramatikal, ditemukan pemisahan kalimat yang tidak sesuai dengan definisi bahwa kalimat biasanya diakhiri intonasi final. Dalam iklan Partai

Demokrat (IPD 2, lihat 3.1.2 hal. 33) dan PDI Perjuangan (IPDI 1, lihat 3.3.1 hal.52), ditemukan bahwa kalimat tidak hanya dipisahkan oleh tanda titik, tetapi juga oleh tanda-tanda fisik seperti tanda kurung, perbedaan baris, dan perbedaan ukuran huruf.

5. Penentuan sebuah satuan bahasa sebagai satu kalimat tidak mudah. Dalam analisis, ada satuan bahasa yang secara fisik terpisah dikategorikan sebagai satu kalimat dan pada kesempatan lain dikategorikan sebagai dua kalimat.

Setelah menganalisis semua iklan, terlihat bahwa terdapat keunggulan dan kelemahan setiap iklan partai.

1. Iklan Partai Demokrat unggul dalam penyertaan visual dengan menempatkan banyak gambar dalam iklannya. Kelemahannya terletak pada kesatuan topik iklan yang sulit ditangkap karena ditemukan adanya kalimat yang tidak berurutan dan hubungan semantis yang melompat-lompat. Dari segi struktur, kelemahannya terdapat pada bagian-bagian yang mengalami tumpang tindih dan tidak mengikuti tata letak iklan yang umum.

2. Iklan Partai Golkar unggul dalam menyampaikan ide atau visinya sehingga kesatuan topiknya mudah ditentukan. Kesatuan topik mudah ditentukan karena kalimat-kalimatnya berurutan sehingga hubungan semantisnya tidak melompat-lompat. Dalam struktur, iklan Partai Golkar tidak mengalami ketumpangtindihan dan mengikuti. Penulis tidak menemukan adanya kelemahan dalam iklan Partai Golkar.

3. Hampir sama dengan iklan Partai Demokrat, kelemahan iklan PDI Perjuangan terletak pada sulitnya menentukan kesatuan topik karena adanya hubungan semantis yang melompat-lompat. Selain itu, tata letak bagian-bagian dalam iklan tidak mengikuti tata letak iklan yang umum.

5.2 Saran

Penelitian mengenai iklan partai politik dalam bidang bahasa masih terbuka lebar. Sebuah iklan politik yang didasari atas pembangunan citra partai dan tokoh politik dapat dikaji melalui analisis semiotik. Melalui analisis semiotik dapat diketahui lambang-lambang bahasa apa saja yang digunakan untuk

menyampaikan suatu citra tertentu. Selain itu, iklan politik juga dapat mewakili ideologi suatu partai. Oleh karena itu, analisis wacana kritis dapat dilakukan untuk mengetahui ideologi suatu partai melalui bahasa iklan.

Salah satu uraian kesimpulan mengenai struktur iklan partai politik menimbulkan pertanyaan bahwa apakah struktur iklan partai politik merupakan struktur iklan yang baik atau bukan. Timbulnya pertanyaan ini disebabkan oleh adanya struktur iklan partai politik yang tidak mengikuti format iklan klasik. Oleh karena itu, melalui pertanyaan tersebut, dapat pula dilakukan penelitian mengenai struktur iklan partai politik secara mendalam mengenai apakah merupakan struktur yang baik atau bukan.

