ABSTRAK

REPRESENTASI PEMIMPIN DALAM IKLAN NEW NUTRILON ROYAL 3 "*LIFE STARTS HERE*"

(Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Mengenai Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*")

Created By :
SANDY MEIDIAN
NIM.41810180
The Research Paper is Under Supervised :

Adiyana Slamet,S.IP.,M.Si

This research aims to describe about the leadership representation In New Nutrilon Royal 3 Advertising "Life Starts Here". To determine and assess the structural representation of the leader through the text, Practical Discourse, Practical Sociolculture and examining how leadership representations in New Nutrilon Royal 3 advertising.

The method used in this research is a qualitative method of critical discourse analysis study with substantive theory raised the counter hegemony. Research subjects consisted of 4 (four) consisting informant obtained through purposive sampling technique. The technique of collecting data through in-depth interviews, literature studies, field studies, Internet searching and study documentation. Test data technique validity by increasing persistence, negative case analysis and use of reference materials.

The results of this study, the first ideational which refers to a particular representation that want to show the text, which generally carry a payload of particular ideological. The second is the relationship, referring to how the construction of the relationship between discourse makers or advertisers and third are identity discourse makers and readers and how personal and this identity was about to be displayed.

Conclusions from this study that in an ad is not just an ad is shown, but in spite of this there are many charges ideology inserted in a form of text ads that are not aware that it can affect the audience.

Keyword *: Critical Discourse Analyze, text, practical discourse, sosioculture practical, new nutrlion royal 3, counter hegemony, verbal language*

I. LATAR BELAKANG MASALAH

Kepemimpin dalam sebuah Negara merupakan hal yang sangat penting, maju atau tidaknya sebuah Negara itu tergantung dari seorang pemimpin yang

memimpin negaranya. Bisa dikatakan bahwa pemimpin merupakan sebuah element penting untuk memajukan Negara dan mensejahterakan rakyat.

Pemimpin di dalam sebuah Negara mempunyai ciri khas dan karakter masing-masing. Itu sangat bergantung dan berdasarkan sistem pemerintahan yang ada di sebuah Negara, karena sistem pemerintahan merupakan sistem yang dimiliki suatu Negara dalam mengatur pemerintahannya. Maka dengan itu sistem – sistem yang ada disetiap Negara pun disesuaikan dengan kondisi Negara tersebut, dan beberapa sistem pemerintahan yang ada seperti system pemerintahan presidensial, parlementer, semi presidensial, komunis, demokrasi liberal dan liberal.

Henry Pratt Faiechild dalam Kartini Kartono (1994 : 33)**,** Pemimpin dalam pengertian ialah seorang yang dengan jalan memprakarsai tingkah laku sosial dengan mengatur, mengarahkan, mengorganisir atau mengontrol usaha/upaya orang lain atau melalui prestise, kekuasaan dan posisi. Dalam pengertian yang terbatas, pemimpin ialah seorang yang membimbing, memimpin dengan bantuan kualitas-kualitas persuasifnya dan akseptansi/ penerimaan secara sukarela oleh para pengikutnya.

Seorang pemimpin yang ada, mempunyai bermacam-macam sifat dan karakter. Seperti yang dikatakan menurut Wahjosumidjo (1987:11) : bahwa pengertian kepemimpinan itu, hakikatnya adalah sesuatu yang melekat pada diri seorang pemimpin yang berupa sifat-sifat tertentu seperti: kepribadian *(personality)*, kemampuan *(ability)* dan kesanggupan *(capability)*. Kepemimpinan

juga sebagai rangkaian kegiatan *(activity)* pemimpin yang tidak dapat dipisahkan dengan kedudukan (posisi) serta gaya atau perilaku pemimpin itu sendiri. Kepemimpinan adalah proses antar hubungan atau interaksi antara pemimpin, pengikut, dan situasi.

Arti kepemimpinan mempunyai arti yang berbeda-beda, tergantung sudut pandang atau perspektif-perspektif dari peneliti. Misalnya dari perspektif individual dan aspek dari fenomena yang paling menarik perhatian mereka. Dengan melihat dari berbagai definisi kepemimpinan yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli, peneliti menganggap bahwa kepemimpinan itu adalah seni untuk menciptakan kesesuaian paham, bentuk persuasi atau inspirasi, kepribadian yang mempengaruhi, hubungan kekuatan dan kekuasaan. Berbagai pandangan atau pendapat mengenai batasan atau definisi kepemimpinan, memberikan gambaran bahwa kepemimpinan dilihat dari sudut pendekatan apapun mempunyai sifat universal dan merupakan suatu gejala sosial.

Pemimpin yang dapat memimpin Negara dan bangsanya dengan baik merupakan pemimpin ideal dan sangat diharapkan oleh bangsanya. Suatu pemimpin tidak akan pernah bisa berjalan sendiri, pemimpin membutuhkan rakyat dan begitupun kebalikannya. Pemimpin dipilih oleh rakyat, karena rakyat menaruh harapan yang sangat besar terhadap pemimpin yang dipilih.

Begitu pun makna-makna yang terkandung di dalam teks iklan New Nutrilon, peneliti melihat ada beberapa unsur yang mengkaitkan dengan kepemimpinan di Negara Indonesia. Salah satu iklan yang menarik perhatian

peneliti yaitu iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*". Iklan ini menggunakan pemeran anak-anak yang penuh dengan impian dan harapan akan impian masa depan. Iklan ini menampilkan keceriaan dan kebebasan anak-anak yang masing-masing memiliki mimpi yang berbeda. Dalam iklan tersebut dideskripsikan bahwa terdapat cita-cita dan harapan pada diri setiap anak yang terlihat dari ketertarikannya dalam bermain.

Nutrilon merupakan salah satu merk produk susu bayi yang dihasilkan oleh perusahaan produsen susu terkenal, *Nutricia*. Dalam iklan Nutrilon Royal 3, atribut produk yang digunakan ialah segala aspek pendukung yang ingin disampaikan si pengiklan yaitu melalui kata-kata pada iklan tersebut.

Terdapat banyak sekali pesan-pesan atau makna yang disampaikan dalam iklan tersebut. Meskipun iklan diperankan oleh anak-anak dan namun setelah di teliti ada beberapa harapan yang hendak disampaikan didalam percakapan dan gerak pemeran iklan tersebut, mereka sangat berharap kepada seorang pemimpin yang dapat memimpin negara dengan bijaksana dan menciptakan suatu perubahan untuk negara. Karena pada dasarnya jika seorang pemimpin bijaksana dalam melaksanakan tugasnya maka akan terjadi perubahan kehidupan kearah yang lebih baik dan sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan rakyatnya.

Saat ini iklan tidak saja digunakan sebagai media untuk mempromosikan suatu produk, namun juga sebagai media edukasi. Media televisi masih dipandang

sebagai media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan iklan yang ditujukan kepada khalayak ramai.

Media melalui iklan telah banyak merepresentasikan peristiwa sosial yang adadi dalam masyarakat. Iklan dipercaya mempunyai kekuatan yang besar dalam masyarakat. Iklan mendominasi media, memiliki kekuatan yang sangat besar dalam membentuk realitas sosial. Sesungguhnya, hal yang ditampilkan dalam media bukanlah cermin realitas yang sesungguhnya. Iklan itu sendiri tidak hanya menciptakan, tetapi juga dapat mendistorsi sebuah realitas sosial. Sebuah produk iklan televisi tidak sekadar menstimulus pemirsanya untuk mengkonsumsi produk..

Hal ini disebabkan karena televisi dapat digunakan sebagai sebuah media, baik secara nasional maupun regional. Jenis kemasan yang ditawarkan oleh televisi juga bersifat fleksibel yang bisa dilihat dari waktu khusus yang disediakan oleh individu sampai pengemasan liputan khusus untuk kelompok sasaran.

Salah satu fenomena kreativitas tersebut adalah munculnya anak-anak dalam tampilan iklan di media televisi. Memang tidak semua iklan komersial televisi menampilkan anak-anak, namun tidak sedikit yang sengaja menampilkan anak-anak di dalam iklannya. Misalnya, tayangan iklan susu formula, iklan biskuit, atau makanan ringan, iklan mie instan, iklan permen, dan sebagainya. Sebagai konsumen, anak-anak dinilai berpotensi vital bagi dunia bisnis dan industri.

Berdasarkan uraian tersebut maka, akhirnya peneliti mengambil judul penelitian **REPRESENTASI PEMIMPIN DALAM IKLAN NEW**

NUTRILON ROYAL 3 "*LIFE STARTS HERE*" (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Mengenai Representasi Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*").

1.1 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pernyataan yang jelas, tegas dan kongkrit mengenai masalah yang akan di teliti. Adapun rumusan masalah terdiri dari pernyataan makro dan pernyataan mikro, yaitu sebagai berikut :

1.1.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti mengambil rumusan masalah yaitu :

Bagaimana Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*" (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Mengenai Representasi Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*").

1.1.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana representasi pemimpin melalui iklan dalam struktur **Teks**
2. Bagaimana representasi pemimpin melalui iklan dalam ***Discourse practice*** (produksi dan konsumsi teks)
3. Bagaimana representasi pemimpin melalui iklan dalam **S*ocialculture practice*** (Situasional, Institusional, Sosial)

1.2 Maksud dan tujuan Penelitian

1.2.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana analisis wacana kritis mengenai Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*".

1.2.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengkaji reperesentasi pemimpin melalui struktur **Teks**
2. Untuk mengetahui dan mengkaji representasi pemimpin dalam ***Discourse practice*** (produksi dan konsumsi teks)
3. Untuk mengetahui dan mengkaji representasi pemimpin dalam **S*ocialculture practice*** (Situasional, Institusional, Sosial)
4. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*"

II METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan desain penelitian analisis wacana kritis Norman Fairclough. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu ucapan atau tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari subjek itu sendiri.

2.1 Desain Penelitian

2.1.1 Paradigma Kritis

Paradigma kritis (*critical paradigm*) adalah semua teori sosial yang mempunyai maksud dan implikassi praktis dan berpengaruh terhadap perubahan sosial. Paradigma ini tidak sekadar melakukan kritik terhadap ketidakadilan sistem yang dominan yaitu sistem sosial kapitalisme,

melainkan suatu paradigma untuk mengubah sistem dan struktur tersebut menjadi lebih adil. Meskipun terdapat beberapa variasi teori sosial kritis seperti feminisme, *cultural studies*, posmodernisme -aliran ini tidak mau dikategorikan pada golongan kritis, tetapi kesemuanya aliran tersebut memiliki tiga asumsi dasar yang sama.

Pertama, semuanya menggunakan prinsip-prinsip dasar ilmu sosial interpretif. Ilmuan kritis harus memahami pengalaman manusia dalam konteksnya. Secara khusus paradigma kritis bertujuan untuk menginterpretasikan dan karenanya memahami bagaimana berbagai kelompok sosial dikekang dan ditindas. *Kedua*, paradigma ini mengkaji kondisi-kondisi sosial dalam usaha untuk mengungkap struktur-struktur yang sering kali tersembunyi. Kebanyakan teori-teori kritis mengajarkan bahwa pengetahuan adalah kekuatan untuk memahami bagaimana seseorang ditindas sehingga orang dapat mengambil tindakan untuk mengubah kekuatan penindas.

Ketiga, paradigma kritis secara sadar berupaya untuk menggabungakn teori dan tindakan (praksis). “Praksis” adalah konsep sentral dalam tradisi filsafat kritis ini. Menurut Habermas (dalam Hardiman, 1993: xix) praksis bukanlah tingkah-laku buta atas naluri belaka, melainkan tindakan dasar manusia sebagai makhluk sosial. Asumsi dasar yang ketiga ini bertolak dari persoalan bagaimana pengetahuan tentang masyarakat dan sejarah bukan hanya sekedar teori, melainkan

mendorong praksis menuju pada perubahan sosial yang humanis dan mencerdaskan. Asumsi yang ketiga ini diperkuat oleh Jurgen Habermas (1983) dengan memunculkan teori tindakan komunikatif (*The Theory of Communication Action*).

2.1.2 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Fairclough berusaha menghubungkan antara analisis teks pada level mikro dengan konteks social yang lebih besar. Dalam hal ini *sociocultural practice*. Pada tahap analisis, ketiga tahapan itu dilakukan secara bersama-sama. Analisis teks bertujuan mengungkap makna dan itu bisa dilakukan diantaranya dengan menganalisis bahasa secara kritis. *Discourse practice* membahas teks dengan konteks social budaya (*sociocultural practice*). Artinya hubungan antara social budaya dengan teks bersifat tidak langsung dan disambungkan *discourse practice.*

III. PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian dan kemudian akan dianalisis serta dibahas sesuai dengan analisis wacana kritis yang nantinya akan muncul proposisi-proposisi dari data yang didapat oleh penliti selama penelitian. Data-data yang diperoleh oleh peneliti telah disesuaikan berdasarkan tema yang diangkat tercantum dalam rumusan makro yaitu tentang Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon Royal 3 "*Life Starts Here*". Agar mudah dipahami secara komprehensif maka peneliti menguraikan hal tersebut kedalam

rumusan mikro yang terdiri dari, struktur teks, produksi dan konsumsi teks, dan situasional.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang sesuai dengan analisis wacana kritis yaitu dengan cara-cara seperti wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik-teknik tersebut dilakukan untuk perolehan data yang sesuai dengan fakta, apa adanya dan alamiah. Data-data yang diperoleh tersebut kemudian dipilih sesuai dengan kategotinya dan kemudian dianalisis sesuai dengan kajian analisis wacana kritis sehingga mencapai kesimpulan.

Sesuai dengan judul penelitian, pada bagian pembahasan ini akan dilakukan analisis wacana kritis pada *Representasi Pemimpin Dalam Iklan New Nutrilon royal 3"Life Starts Here"*. Dengan menggunakan paradigma kritis, Untuk menemukan "realitas" di balik teks dengan memerlukan penelusuran atas konteks produksi teks, konsumsi teks, dan aspek sosial budaya yang mempengaruhi pembuatan teks. Dikarenakan dalam sebuah teks tidak lepas akan kepentingan yang bersifat subjektif. Dimulai dari dimensi kebahasaan berupa teks, dimensi *discourse practice* (produksi teks dan konsumsi teks) dan dimensi *sosiocultural practice* pada masyarakat.

> Linguistik kritis memberikan landasan yang kokoh untuk menganalisis penggunaan bahasa yang nyata antara lain dalam politik, media massa, komunikasi multikultural, perang, iklan, dan relasi gender. Fowler sudah merumuskan sebuah analisis wacana publik, yakni sebuah analisis yang dirancang untuk (i) memperoleh atau menemukan ideologi yang dikodekan secara implisit di belakang proposisi yang jelas (*overt*

propositions), dan (ii) mengamati ideologi secara khusus dalam konteks pembentukan sosial (Fowler, 1996:3).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah telah dibahas mengenai representasi pemimpin dalam iklan *New Nutrilon Royal 3 Life Starts Here*, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi Analisis Wacana Kritis, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Peneliti memahami bahwa dalam sebuah iklan, tidak hanya sekedar iklan yang ditampilkan, namun pada masa kini banyak beberapa pengiklan yang memasukan muatan-muatan ideologi yang terdapat di beberapa iklan yang ditampilkan dalam teks dan meskipun banyak khalayak yang tidak sadar akan hal itu.
2. Dalam penelitian ini peneliti melihat jika dalam sebuah produk iklan yang di tampilkan tidak hanya sebatas untuk memperkenalkan sebuah produk yang nantinya akan diperjual belikan, namun peneliti melihat disamping untuk memasarkan produk tersebut, ternyata dalam iklan tersebut memuat beberapa pesan-pesan yang sangat penting dalam memotivasi generasi muda untuk dapat menjadi pemimpin yang baik di masa yang akan datang
3. Terdapat banyak sekali pesan-pesan atau makna yang di sampaikan dalam iklan tersebut. Meskipun iklan di perankan oleh anak-anak dan namun setelah di teliti ada beberapa harapan yang hendak disampaikan

di dalam percakapan dan gerak pemeran iklan tersebut, mereka sangat berharap kepada seorang pemimpin yang dapat memimpin negara dengan bijaksana dan menciptakan suatu perubahan untuk negara. Karena pada dasarnya jika seorang pemimpin bijaksana dalam melaksanakan tugasnya maka akan terjadi perubahan kehidupan kearah yang lebih baik dan sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan rakyatnya.

DAFTAR PUSTAKA

Alex Sobur,2009, Analisis Teks Media "*Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana Semiotika, dan Analisis Framing*". Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA

Cangara, Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi : Sebuah Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya Aksara

Drs.Mahi M.Hikmat,M.Si,2010. *Komunikasi Politik, Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosdakarya

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana. Pengantar Analisis Teks Media*.Yogyakarta: LKIS Pelangi

Kasali Rhenald, Management Periklanan, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1992.

Komunikasi dan perilaku manusia/Brant D. Rubben, Lea P, Stewart, Penerjemah, Ibnu Hamad, Jakarta : Rajawali Pers,2013.

Norman Fairclough Tjr. 1989 *Language and power*. Malang: Boyan Publising Mulyana,

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: Rosdakarya

Moleong, Lexy J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nogi, Hessel. 2007. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo.

Onong Uchjana Effendy, 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian komunikasi,* PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 1998

Rakhmat, Jalaludin, 1997, *Mass media, political conditions, and education in Indonesia*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sugiyono 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung:ALFABETA,cv

Tim Pengembang Ilmu Pendidikan. 2007. *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*. Bandung: PT Imtima

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra

Umar, Husein. 2000. *Business An Introduction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sumber Internet :

http://www.youtube.com/watch?v=tU_sdnGoMmo/ di akses pada tanggal 20 Desember pukul 15.30 WIB

https://www.facebook.com/ThePostHouseIndo?ref=stream&hc_location=stream&filter=3/ di akses pada tanggal 20 Desember 2014 pukul 20.35 WIB

http://referensi-kepemimpinan.blogspot.com/2009/03/definisi-pemimpin.html/ di akses pada tanggal 2 Maret 2014 pukul 20.35 WIB

http://file.upi.edu/...Komunikasi/TEORI-TEORI_KOMUNIKASI_PADATAHA / di akses pada 28 Februari pukul 01.35 WIB

http://sondis.blogspot.com/2013/03/pengertian-iklan-televisi.html/ di akses pada tanggal 2 Maret 2014 pukul 23.48 WIB

http://kangmoes.com/artikel-tips-trik-ide-menarik-kreatif.referensi-pengetahuan/pengertian-iklan.html/ di akses pada tanggal 4 Maret 2014 pukul 01.35 WIB

http://elib.unikom.ac.id/skripsi-DanuPrakoso/ di akses pada tanggal 25 Desember pada pukul 17.20

http://www.pengertianahli.com/2013/09/pengertian-kepemimpinan-menurut-para.html/ di akses pada tanggal 2 Maret 2014 pukul 21.00 WIB

http://www.m.cuplik.com/read/opini/2013/01/01/362/bagaimana-masyarakat-ditundukkan-perspektif-antonio-gramsci.html/ di akses pada tanggal 8 Maret 2014 pukul 00.20 WIB

http://yasirkomunikasi.blog.com/2009/07/08/paradigma-komunikasi-kritis-suatu-alternatif-bagi-ilmu-komunikasi/ di akses pada tanggal 7 Maret 2014 pukul 11.45