DISKURSUS PANCASILA DALAM IKLAN DI RADIO EL-SHINTA

(Studi Analisis Wacana Kritis Michel Foulcoult Tentang Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El – Shinta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Sidang Ujian Sarjana Strata - 1
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik

Oleh:

Hilman Dwi Putra

NIM : 41812068

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2016

ABSTRAK

DISKURSUS PANCASILA DALAM IKLAN RADIO DI RADIO EL-SHINTA (Studi Analisis Wacana Kritis Michel Foucault Tentang Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta)

Oleh :

HILMAN DWI PUTRA

NIM. 41812068

Skripsi ini dibawah bimbingan :

Olih Solihin., S.Sos., M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio ElShinta. Untuk menjawab masalah diatas, maka peneliti mengangkat sub fokus **Produksi Wacana** dan **Wacana Terpinggirkan** untuk mengukur fokus penelitian.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan studi analisis wacana kritis Michel Foucault. Objek yang dianalisis adalah Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta, Subjek yang dianalisis merupakan Pancasila yang terdapat di Iklan Pancasila di Radio El-Shinta. data penelitian diperoleh melalui studi pustaka, wawancara mendalam, dokumentasi dan penelusuran data online. Untuk uji keabsahan data menggunakan Perpanjangan pengamatan, Peningkatan ketekunan dalam penelitian dan triangulasi data, Adapun teknik analisis data dengan mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data, menarik kesimpulan, serta evaluasi.

Hasil penelitian menunjukan, diskursus Pancasila dalam iklan di radio El-Shita yang terdapat dua tahapan sesuai dengan analisis wacana kritis menurut Michel Foucault : **Produksi wacana** meliputi latar belakang praktik wacana Pancasila di Rezim Orde Baru secara masif dan terstruktur. **Wacana terpinggirkan** menitik beratkan kepada praktik wacana ideologi yang tidak pancasila itu berkembang serta menjadikan objek penelitian

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukan bahwa Pancasila pada saat ini adalah bagian dari manifestasi Rezim Orde Baru atas politik dan hegemoni yang dilancarkan oleh rezim orde baru dan era reformasi dan dengan kejadian-kejadian yang terjadi di Indonesia. Seiring dengan itu peneliti menemukan letak dimana Pancasila mulai luntur hingga muncul sebuah iklan Pancasila di sebuah media radio, isi iklan Pancasila tersebut berangkat dari realitas dan latar belakang yang ada pembuatan iklan serta isi teks dan gagasan lainya dalam iklan Pancasila karya Haryo Ristamaji.

Saran : masyarakat diharapkan tidak melupakan dasar-dasar Negara Indonesia dan tetap mengingat sebuah sejarah yang ada menelan mentah-mentah khususnya di era saaat ini Kata **Kunci** : Diskursus,Pancasila, Dalam Iklan Di Radio El-Shinta, Analisis Wacana Kritis

ABSTRACT

DISCOURSE OF PANCASILA IN RADIO ADS ON THE RADIO EL-SHINTA

(The Study Of Critical Discourse Analysis Of Michel Foucault About The Discourse Of Pancasila In Ads On Radio El-Shinta)

By:

HILMAN DWI PUTRA

NIM. 41812068

This thesis under the guidance of:

Olih Solihin., S.Sos., M.I.Kom

This research aims to know the Discourse of Pancasila in ads on Radio El-Shinta. To address the above issues, then the researchers raised the sub focus: the **Production of discourse** and **Discourse of marginalized** populations to measure research focus.

The research approach was qualitative with the study of critical discourse analysis of Michel Foucault. The object to be analyzed is the Pancasila in ads on Radio El-Shinta, a subject that is analyzed is the Pancasila, Pancasila, in Ads on Radio El-Shinta. research data obtained through the study of literature, in-depth interviews, documentation and search data online. To test the validity of the data using the extension of the observation, increased diligence in research and triangulation of data, data analysis techniques with regard to collecting data, the reduction of data, presenting data, draw conclusions and evaluation.

Results of the study showed, the discourse of Pancasila in ads on radio El-Shita contained two phases correspond to the critical discourse analysis according to Michel Foucault: the **Production of discourses** includes background practice the discourse of Pancasila in new order Regime are massive and structured. **Discourse of marginalized** operates to practice not the pancasila ideology that discourse that developed and made the object of research.

The conclusions of this research showed that the Pancasila at the moment is part of the manifestation of the new order Regime over politics and hegemony that was launched by the new order regime and the reform era and with the events that happened in Indonesia. Along with that researchers found the location where the Pancasila began to fade until it appeared an advertisement of Pancasila in a radio media, advertising content the Pancasila departs from reality and the background of the existing ad creation and text content and other ideas in the works of Pancasila ad Haryo Ristamaji.

Suggestion: community are expected to not forget the basics of State of Indonesia and still remember a historical ingest raw, especially in this era of saaat

Keywords: Discourse, Pancasila, In Ads On Radio El-Shinta, Critical Discourse Analysis

DISKURSUS PANCASILA DALAM IKLAN DI RADIO EL-SHINTA

(Studi Analisis Wacana Kritis Michel Foulcoult Tentang Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El – Shinta)

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ada keresahan panjang tentang bangsa ini dimana krisis kebangsaan sudah mulai menjadi suatu ancaman yang cukup besar bagi kehidupan bernegara, Seolah-olah kejadian-kejadian yang bangsa ini rasakan adalah hal yang wajar bagi bangsa Indonesia yang entah kapan akan diselasaikan dengan benar dan tuntas, Sejauh ini Bangsa Indonesia gagal dalam mentransmisikan para Pahlawan bangsa yang menjadikan bangsa ini menyempit dari sebuah sejarah dan tidak sepenuhnya menstabilkan apa yang sudah dilakukan para pahlawan yang pada akhirnya dirusak oleh manusia-manusianya sendiri.

Dengan demikian, bangsa ini mengalami kemiskinan dalam mencetak nilai-nilai pada leluhur bangsa yang diinginkan menjadi karakter bangsa, Suatu usaha harus dilakukan untung mengangkat mutiara bangsa yang saat ini terpendam ke latar kesadaran publik, Tantangan ini menjadi hal yang harus dilakukan untuk menghidupkan kembali dasar-dasar Negara seperti Pancasila yang dijadikan sebagai pedoman hidup dalam bangsa dan bernegara.

Bangsa Indonesia yang saat ini sedang mengalami permasalahan, Salah satunya adalah masalah terbesar bangsa ini masalah identitas nasional atau karakter bangsa. Pancasila diakui memiliki landasan moralitas dan haluan kebangsaan yang jelas dan visioner, Tetapi pada kenyataannya sekarang banyak sekali peristiwa yang menyimpang dari ajaran Pancasila dan pada akhirnya timbulnya rasa sinis dan sikap apatis terhadap norma-norma Pancasila, Sehingga apakah bangsa ini akan tetap mempercayai ideologi ini atau tidak bahkan merupakan sebuah hal kebimbangan yang mencuat seiring nilai-nilai Pancasila ini hanya dimaknai sebagai alat kekuasaan untuk mengendalikan pada setiap rezim kesemua elemen bangsa dengan ajaran ideologi kedasar tingkatan kehidupan.

Dari berbagai macam masalah dan keresahan yang terjadi maka bukan tugas aparatur Negara saja yang dapat menjaga dasa-dasar Negara, Tetapi semua elemen masyarakat yang harus berperan dalam menjaga dasar-dasar Negara da nilai-nilai Pancasila seperti, guru, dosen, ormas, pemerintah, mahasiswa, media dan masyarakat umum lainya. Maka berangkat dari apa yang terjadi muncullah sebuah media yang memutarkan Iklan Pancasila yaitu Radio El-Shinta yang dimana iklan Pancasila

tersebut merupakan suatu kritik terhadap bangsa dan pemerintah dalam menjalankan nilai-nilai Pancasila kedalam tatanan kehidupan, isi dari gagasan iklan Pancasila ini beberapa anak kecil membacakan ulang teks Pancasila dengan diiringi musik anak kecil yang dikombinasikan dengan teks Pancasila, munculnya iklan Pancasila ini diperkuat dengan fakta bahwa sedikitnya

Hadirnya iklan Pancasila di Radio El-Shinta ini semakin diperkuat dengan perubahan sosial yang dipengaruhi oleh sebuah peristiwa dan beberapa pemikiran lainya, Hal ini pun semakin diperkuat oleh kondisi masyarakat Indonesia itu sendiri yang menyinggung mengenai nilai-nilai demokrasi yang ada di Pancasila dan persilanya, Iklan Pancasila yang dimanfaatkan dengan sangat baik oleh Radio El-Shinta yang membuat pandangan umum di masyarakat secara otomatis mengingat sebuah sejarah dimana Pancasila mulai dianggap pegangan bangsa Indonesia dan mecari dimana letak retaknya nilai-nilai Pancasila, di iklan ini sangat jelas bahwa iklan Pancasila menggambarkan kondisi bangsa Indonesia saat ini.

Iklan Pancasila ini menggambarkan tentang bagaimana permasalahan bangsa Indonesia dari berbagai aspek dari segi sosial, budaya, ekonomi dan lain sebagainya. Pancasila sendiri diakui bangsa Indonesia sebagai ideologi nasional yang merupakan hasil dari sebuah proses penggalian dari jati diri bangsa Indonesia sendiri. [1]Pancasila yang dijadikan alat pemersatu bangsa yang seyakin-yakinya dari sabang sampe merauke hanyalah dapat bersatu padu diatas dasar Pancasila tetapi pada hakekatnya Pancasila bukan hanya alat pemersatu bangsa Indonesaia namun pemersatu dalam perjuagan yang dialami kita berpuluh-puluh tahun yaitu penyakit Imperilialisme perjungan suatu bangsa, perjuangan melawan imperliasme perjuangan mencapai kemerdekaan.

Pancasila sudah seyakin-yakinya dianggap penting sebagai fundamentik kehidupan bernegara, dalam kaitanya peneliti melihat bahwa Indonesia bukanlah Negara sekuler yang ekstrem, yang memisahkan “agama” dan “Negara” dan berpretensi untuk menyudutkan agama ke ruang privat/komunitas dan sudah dianggap jelas bahwa Pancasila akan mengembangkan kehidupan bernegara yang secara tidak langsung Pancasila harus tetap dikembalikan. sebagai sebuah pedoman agar tidak melenceng, Agar nilai-nilai Pancasila yang dijadikan sebagai kontrak sosial bersama sejak Indonesia merdeka. Peneliti harap agar masyarakat untuk mengerti, memahami bahwa isi sebuah iklan mempunyai sebuah pesan yang akan merubah kehidupan sosial, ekonomi, politik di Indonesia saat ini. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, dengan itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta”** melalui studi analisis wacana kritis menurut perspektif Michel Foucault.

[1] Yudi Latif, Negara Paripurna 2012:41

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pernyataan yang jelas, tegas, dan konkrit mengenai masalah yang akan diteleliti, adapun rumusan masalah ini terdiri dari pertanyaan makro dan pertanyaan mikro, yaitu sebagai berikut :

1.2.1 Pertanyaan Makro

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan inti dari permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta?

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Untuk memudahkan pembahasan hasil penelitian, maka inti masalah tersebut peneliti jabarkan dalam beberapa sub-sub masalah, sebagai berikut :

1. 1. Bagaimana produksi wacana dalam Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta?
2. Bagaimana wacana terpinggirkan dalam Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian inipun memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian dimaksudkan untuk menggambarkan secara mendalam tentang "Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta"

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan penelitian ini secara khusus diantaranya :

1. Untuk mengetahui dan mengkaji produksi wacana dalam Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio EL-Shinta
2. Untuk mengetahui dan mengkaji wacana terpinggirkan Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi, secara umum dibidang Jurnalistik maupun secara khusus tentang analisis wacana kritis perspektif Michel Foucault.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Bagi Peneliti

Peneliti mengharapkan penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai aplikasi ilmu, yaitu mengkaji langsung tentang analisis wacana kritis yang terdapat dalam sebuah Iklan.

2.Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia ke depannya dalam mengungkap makna, dalam sebuah iklan

3.Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang kajian analis wacana kritis secara menyeluruh mengenai sebuah pemaknaan yang ada di dalam sebuah iklan dan mengajak khalayak untuk tidak pasif memahami apa yang di dengar.

2. TINJAUAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Kehidupan manusia tak luput akan sosialisasi karena manusia adalah mahluk sosial, dan membahas ilmu komunikasi maka sangatlah makro didalamnya. Sebagaimana Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek ini, menyatakan “Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama termasuk kedalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan“. (Effendy, 2004:3).

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu jenis komunikasi yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Tanpa adanya komunikasi massa, segala sesuatunya akan menjadi lebih sulit.

2.3 Tinjauan Tentang Analisis Wacana Kritis

Analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis*) merupakan suatu analisis wacana yang mana menggunakan pendekatan dari paradigma kritis sehingga disebut sebagai analisis wacana kritis.Dalam prespektif kritis ini, wacana tidak hanya dipandang dari segi tekstualnya saja atau gramatikalnya saja, tetapi wacana juga dipandang dari bagaimana suatu wacana itu muncul atau diproduksi dengan melihat konteks – konteks sosial yang menyertainya.Konteks – konteks sosial tersebut meliputi kekuasaan, ideologi, politik, ekonomi, sejarah dan lain – lain.

Dalam bukunya, Eriyanto (2001:6) menyatakan bahwa analisis wacana dalam paradigma ini menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang ada di masyarakat.

3. METODE DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode adalah cara yang teratur dan berpikir baik-baik untuk mencapai maksud. Sedangkan metodologi adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (Kuntjara, 2006:9).Sementara itu metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atas perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara utuh.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis yang merupakan salah satu produk dari paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Desain juga pendekatan kualitatif ini dipilih karena peneliti menganggap, dengan permasalahan penelitian yang bersifat holistik, kompleks, juga penuh dengan makna – makna tersendiri, maka tidaklah memungkinkan jika peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif.

Analisis wacana kritis yang termasuk ke dalam paradigma kritis ini, maka peneliti tidak hanya akan melihat wacana dari sisi linguistiknya saja, ataupun melihat wacana hanya sebagai konstruksi sosial dari subjektifitas pelakunya saja, akan tetapi juga melihat wacana sebagai realitas semu yang telah terbentuk oleh proses sejarah juga kekuatan sosial seperti politik, ekonomi, budaya, serta ideologi dan sebagainya. Maka dari itu proses penelitiannya tidak hanya mencari makna yang terdapat pada sebuah teks,

melainkan lebih dalam lagi menggali wacana apa yang terdapat di balik teks tersebut.

4. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio EL-Shinta

Iklan Pancasila memang sudah sering diputrakan pada tiap jamnya di Radio El-Shinta dengan bantuan anak-anak kecil dan instrument musik, dengan alasan itu bahwa iklan Pancasila dibuat dengan melihat adanya tragedi-tragedi yang muncul seolah-olah menjadi hal tabu yang dilakukan oleh manusianya sendiri mengapa semua itu harus terjadi, Pelaku tentu harus bertanggung jawab terhadap apa yang telah mereka ciptakan Karena wacana yang berkembang sekarang adalah buah hasil dari latar belakang yang kelam, kekerasan sebuah Rezim terhadap produk serta lawan politik yang tidak disukai dan tentu saja yang sangat bersebrangan.

Apa yang terjadi terhadap Pancasila begitu gencar dan sudah tidak bisa dihindarkan lagi, opini masyarakat sudah terbentuk dengan sendirinya bila seseorang sudah memahami iklan Pancasila tersebut yang didalam tubuh iklan tersebut itu begitu indah untuk didengarkan

Dalam kasus ini (Iklan Pancasila) setelah melewati frase awal untuk syarat menjadi sebuah iklan yang akan bisa diprediksi menjadi dikenal dan mendapatkan respon yang baik, Pancasila sendiri melewati beberapa proses kedepan yang tidak bisa terhindarkan lagi, Seorang penciptaan dari iklan Pancasila dan tidak luput kepada para relasi-relasinya, Karena iklan Pancasila ini dibuat bertujuan untuk mengkritik peran pemerintah dan juga element masyarakat yang hanya melakukan retorika atau pada tataran slogan dibibir terhadap Pancasila, Selama ini Radio El-Shinta membuat iklan ini untuk kepentingan bersama bukan bersifat pribadi yang pada akhirnya pula menjadi sebuah dorangan besar Negara bersama-sama.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil yang telah diuraikan diatas maka peneliti menarik benang merah bahwa kelunturan Pancasila ini dalam iklan Pancasila adalah dampak dari banyaknya permasalahan yang terjadi dan perpindahan dari Orde Lama ke Orde Baru dan juga Reformasi yang dimana acuan ini memunculkan sebuah iklan Pancasila dari yang diciptakan oleg sebuah media. Sebuah realitas sejarah tentang Pancasila dan Pancasila kondisi saat ini di Orde Baru yang sudah peneliti paparkan diatas merupakan sebuah stuktur diskursif yang telah menentukan bagaimana pembuatan sebuah iklan Pancasila Radio El-Shinta mempersepsi dan menafsirkan objek dan peristiwa yang terjadi pada saat ini. Struktur diskursif tersebut telah menentukan pandangan Haryo Ristamaji dalam mendefinisikan isu dari

permasalahan Pancasila . Jika kita melihat bagaimana kehidupan dan pengaplikasian Pancasila yang begitu sulit dilakukan mengenai kehidupan bangsanya sehingga muncul lah sebuah iklan Pancasila yang dibuat oleh Haryo Rastamji, Iklan tersebut adalah salah satu dari sekian banyak berita mengenai masyarakat yang melupakan nilai-nilai Pancasila yang dipicu oleh manusinya sendiri yang Dalam proses pembuatanya tersebut terlihat bagaimana Haryo Ristamaji lebih mereproduksi wacana yang dikembangkan oleh Orde Lama, ketimbang Orde Baru Dalam iklan tersebut, Pancasila diyakini sebagai pahlawan revolusi bangsanya yang mampu membuat sebuah perubahan yang besar pada bangsanya bila diaplikasikan dengan sebaik-baiknya yang disadari bahwa bangsa Indonesia lah yang menjadikan nilai-nilai tersebut ke dalam dasar Negara.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan dianalisa pada bab IV, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

Produksi Wacana Dalam Diskursus Pancasila Dalam Iklan di Radio El-Shinta

Perpindahan rezim Orde Lama terhadap rezim Orde baru dan juga Reformasi menjadi latar, bagaimana dari Rezim Orde Baru dan era Reformasi dan para agen kebudayaannya, memperluas upaya untuk memperkuat kekuasaan serta kekuatan untuk melegitimasi pembangunan rezim Indonesia. Selama Rezim Orde Baru telah berkonstribusi besar dalam membentuk pandangan umum seluruh lapisan masyarakat Indonesia bahwa Pancasila dijadikan alat kekuasaan Sama halnya yang terjadi dalam iklan Pancasila yaitu sebuah media melihat bangsa ini diambang keterpurakan moral dan juga ideologi bangsa Indonesia.

Wacana Terpinggirkan Dalam Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta

Latar belakang Pancasila menjelma menjadi wacana yang terpinggirkan yaitu karena adanya peran kepentingan politik dan adanya hegemoni yang kuat dimasa lalu yang berhasil membuat Pancasila hanya sekedar slogar dibibir aja, demi satu pengendalian kekuasaan yang seharusnya sangat dekat dengan rakyat dari sudut pandang manapun, Malah yang terjadi adalah sebaliknya yaitu menjauh dari rakyat dan malah menjadi hal yang menakutkan untuk rakyat itu sendiri, Pancasila hanyalah korban dari dampak kekuasaan belaka yang dengan cerdiknya memanfaatkan sebuah moment. Moment yang pada akhirnya berujung kerusakan bangsa.

Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta

Pancasila mempunyai hal yang luar biasa rasa, semangat perjuangan dan juga sangat kental dengan sejarah dan kehidupan bangsanya, ideologi banga Indonesia yang bisa memperjuangkan hak rakyat untuk memberantas kemiskinan dan keterbelakangan, serta terbebas dari ketakutan dan penindasan Acuan ini, atas dasar latar belakang penciptaan iklan Pancasila yang mempunyai tujuan untuk Indonesia yang sedang dilanda keterpurukan daerah yang sedang dilanda Iklan Pancasila hanyalah sebuah ajakan atau dorongan untuk bangsa Indonesia agar bahu-membahu mempertahankan hidup dan tidak mengenal lelah terhadap kondisi yang terjadi, Hal tersebut sejalan serta selaras dengan paham ideologi bangsa Indonesia yaitu Pancasila kerakyatan yang bertujuan untuk memperjuangkan kehidupan bangsa dan bernegara

5.2 Saran

1. Untuk masyarakat, perlu disadarkan bahwa mencari kebenaran tentang sejarah dan sebuah sistem yang berlaku adalah hal yang sangat penting, kita harus jujur pada sejarah dan kita pun harus melihat sistem yang ada untuk menyeimbangkan kondisi yang ada dan setidaknya melakukan keseimbangan atau perbandingan informasi yang riil dan bisa dipertanggung jawabkan dikemudian hari, Serta kita juga tidak dengan mudah memandang sebelah mata terhadap sebuah wacana, apapun bentuknya. Karena celah setitik saja bisa berakibat sangat fatal, Semoga pemikiran kita terhadap persepsi tentang sesuatu, semakin baik dan bisa menyaring mana yang baik dan mana yang tidak terlalu buruk.

2. Untuk peneliti selanjutnya, melakukan penelitan dengan desain Analisis Wacana Kritis hendaklah memahami Analisis Wacana Kritis itu sendiri secara holistik, karena Analisis Wacana Kritis memiliki relasi yang luas. Maka dari itu Analisis Wacana Kritis merupakan studi yang menarik untuk terus dipelajari dan dipahami dan terbentuk akan kegunaan dari Analisis Wacana Kritis itu sendiri yang bukan hanya merupakan berakhir pada sebuah teori belaka.

Buku:

Ardianto, Elvinaro&dkk, 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations - Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Berger, Arthur Asa. 1991. Media Analysis Techniques. California:Sage Publication

Cangara, Hafied. *2004*. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo

Eriyanto. 2000, Analis Wacana Kritis Pengantar Teks Media. LKiS Yogyakarta

Santoso, Listiyono. Seri Pemikiran Tokoh Epistemologi Kiri AM (Ar-Ruz Media)

Moleong. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Latif, Yudi 2014 Mata Air Keteladanan (Pancasila Dalam Perbuatan), Mizan

Latif, Yudi. *2*015 Revolusi Pancasila, Mizan

Lexy J. Moleong, 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rubrik Opini, Sindo Jabar. 2015. Amnesia Ideologi 04:11:15.

Latif, Yudi 2001 Negara Paripurna *Historisitas, Rasionalitas, dan Aktualita sPancasila*

PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta