BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

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.

Pancasila dapat dikatakan sebagai ideologi Negara yang dimana akan mengatasi kehidupan bangsanya ke arah yang lebih baik. Problem Pancasila adalah hal yang sering diucapkan namun sedikit tindakan dan inilah yang menimbulkan keraguan banyak orang akan kesaktian nilai-nilai Pancasila dalam kenyataan hidup sehari-hari, sebuah usaha harus dilkukan dengan kesadaran sendiri untuk mengamalkan nilai-nilai Pancasila.

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.

[1]Ideologi Pancasila adalah jalan terbaik dari yang terburuk untuk mencapai kehendak bersama, Sehingga perilaku etensitas anak bangsa terkadang tidak lagi mencerminkan prinsip-prinsip dasar yang ada dalam Pancasila. Gambaran sebuah kehidupan masyarakat Indonesia akhir-akhir ini, Bahwa terjadi gerak tidak beratur atau goncangan mengenai kehidupan berbangsa dan bernegara atas kejadian yang terjadi, Bahkan kalau dilihat pada kejadian sebelumnya banyak hal-hal yang terlihat dimana nilai-nilai Pancasila mulai luntur bahkan *amnesia ideologi* seperti kejadian pembakaran mesjid di Tolikara, pembakaran Greja di Aceh (Kebinekaan tercabut dari akarnya) Terbunuhnya Salim Kancil di Kabupaten Lumujang (Kemanusian Tercabut dari akarnya) Bom Bunuh diri yang sering terjadi di Indonesia hingga menewaskan beberapa masyarakat, kasus korupsi yang marak di

[1] Rubrik Opini, Sindo Jabar, Adiyana Slamet, Amnesia Ideologi 04:11:15

DPR dan kepala daerah hampir di seluruh Indonesia (Nilai etis ketuhanan, kemanusian, keadilan, dan kesejatraan tercabut dari akarnya).

Pancasila yang saat ini dijadikan sebuah alat kebenaran untuk menghantam para politik rezim Orde Baru yang mengatasnamakan Pancasila, Masyarakat menganggap bahwa Pancasila adalah produk baru yang tidak mampu memecahkan permasalahan bangsa maupun Negara di Indonesia, Pemerintah dianggap tidak bertanggung jawab karena telah menyalahgunakan kekuasaan untuk menindas rakyat kecil yang dikarenakan lupa dengan esensi Pancasila itu sendiri, Selain itu yang baru terjadi di Negara Indonesia, Penghinaan lambang Negara oleh artis Indonesia yang dianggap bahwa Pancasila tidak begitu penting saat ini dan juga pola pikir kebaratan yang tidak sesuai dengan kondisi budaya Indonesia yang berakibatnya krisis moral pada bangsa Indonesia.

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

bangsa Indonesia sudah mulai melupakan esensi dari nilai-nilai yang terkandung dalam pancasila tersebut.

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.

Masuknya iklan Pancasila melalui sebuah media Radio membuat dampak yang baik bahkan tidak menutup kemungkinan adanya komentar buruk dari pendengarnya tergantung seperti apa iklan ini dicerna oleh masyarakat. Adanya kuasa wacana nyata di iklan Pancasila yang sepertinya memanfaatkan dengan sangat baik momen yang sudah didepan mata tentang hal ini yang dijadikannya sebagai senjata untuk membangkitkan Ideologi bangsa Indonesia.

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. [2]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.

Yang menjadikannya sebuah hal dimana Pancasila ini terpinggirkan, dari iklan Pancasila ini adalah, karena memang termasuk ke dalam produk sejarah Pancasila yang di stigmatisasi nya sudah sangat melekat ke dalam setiap Rezim bahkan Rezim Orde Baru dan dalam produksi makna ini terkadang kita secara tidak sadar ikut memproduksi dan mereproduksi wacana yang sudah tersedia. Pihak-pihak yang melakukan komunikasi, terutama pengirim pesan pasti menghendaki tujuan komunikasi yang dilakukannya membawa hasil yaitu pesan dapat diterima dan dipahami oleh pihak penerima pesan dan memberikan respon terhadap apa yang disampaikan pihak penerima sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penerima.

Proses terpinggirkannya dalam Pancasila ini, masyarakat tidak melihat banyak media yang membuat iklan yang memberikan sebuah pesan dalam iklan ini yang berisikan sebuah teks Pancasila atau berhubungan dengan karakter bangsa, Sangat terlihat masuknya Rezim Orde Baru dengan melakukan penguasaan kepada kelas bawah dengan memunculkan ideologi – ideologi lain yang tidak mengatasnamakan Pancasila yang asli dari Indonesia yang menjadikan

[2] Yudi Latif, Negara Paripurna 2012:41

kesadaran masyarakat menurun dari kalangan kelas bawah maupun kelas dominan, sehingga tidak disadari ideologi apa yang dipegang saat ini.

Sudah saatnya Pancasila dibahas kembali oleh seluruh bangsa untuk mengangkat suatu isu dari keunggulan Pancasila tersebut agar bangsa Indonesia bisa kembali menyatu dari segala aspek yang berlandaskan Pancasila. Ideologi bangsa bukan hanya pada tataran wacana yang selalu diperdebatkan dan diperbincangkan namun Ideologi harus menempel pada tiap individu dan perilaku individu manusia-manusia.

Iklan Pancasila yang diciptakan oleh media Radio El-Shinta pada tahun 2013 hingga saat ini, melihat bahwa nyatanya Pancasila sudah mulai sedkit-sedikit terkikis dan bisa dibuktikan dari beberapa sudut permasalahan yang terjadi. Disitulah membuat sebuah konsep iklan yang mengatasnamakan Pancasila atau karakter bangsa yang dibacakan ulang oleh anak kecil yang secara tidak langsung memberikan pesan penting yang akan melekat kedalam jati diri bangsa Indonesia.

Dengan uraian diatas, Pancasila memang selalu tidak bisa lepas dan tidak bisa dipungkiri bahwa stigma tentang Pancasila hingga munculnya iklan ini masih saja terjadi sampai detik ini, nyaris tidak terhapuskan. apalagi dengan munculnya permasalahan yang semakin banyak di Indonesia, tentu ini tidak menutup kemungkinan memunculkan kembali isu tentang Sejarah Ppncasila di tanah air serta letak dimana Pancasila mulai terpinggirkan.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengkontruksi alam pemikiran Pancasila seperti yang didealisasikan oleh para pendiri bangsa yang dimaksud

untuk mengkontruksi suatu ideal dari gagasan yang berkaitan dengan Pancasila dan UUD sebagai turunannya, yang berguna untuk menangkap semangat dan pokok-pokok pikirannya.

Dengan melihat kondisi Pancasila dalam iklan Pancasila ini sangat jelas dapat disimpulkan bahwa iklan sebagai pengaruh besar pada ruang publik yang menampilkan opini atau wacana yang berkembang, masyarakat memiliki kekuatan yang luar biasa untuk memproduksi pengetahuan atau pengetahuan sosial. Melalui iklan Pancasila yang diekspose ke dalam media Radio yang berbentuk iklan layanan masyarakat, sesungguhnya telah terjadi produksi pengetahuan atau budaya. Bahkan bisa dikatakan iklan cenderung ‘menghegemoni’ ruang kesadaran pendengarnya sehingga ‘produksi’ dan ‘reproduksi’ opini itu menjadi ‘pandangan dunia’ yang menceminkan persepsi masyarakat terhadap “dunia luar”. Kesadaran kritis masyarakat dimangfaatkan sedemikian rupa sehingga mereka ‘dijejali’ opini yang sesungguhnya – meminjam bahasa Teori Kritis- tidak bebas nilai.

Posisi media saat ini pada hakikatnya adalah hasil sebuah realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya dan media menjadi cerminan bagi keadaan di sekelilingnya. Namun dilain pihak media yang membuat sebuah iklan membentuk realitas sosial itu sendiri lewat suatu sikap. Lewat sikapnya yang selektif dalam memilih hal-hal yang ingin diungkapkannya dan juga lewat cara menyajikan hal-hal tersebut media memberi interpretasi, bukan membentuk realitasnya sendiri.

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.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Dari uraian dan latar belakang masalah di atas yang telah di jelaskan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut. **Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta" ?**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Adapun yang diangkat masalah berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah diatas adalah sebagai berikut.

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

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana produksi wacana serta wacana terpinggirkan dalam Diskursus Pancasila Dalam Iklan Di Radio El-Shinta

1.3.2 Tujuan Penelitian

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

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.