

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Terkait

Landasan terkait merupakan berbagai teori yang digunakan dalam landasan penyusunan sebuah penelitian. Teori yang digunakan dapat dijadikan acuan dalam penyusunan penelitian analisis wacana kritis pada spanduk partai politik 2023 di Kota Cirebon, Dengan teori (1) pengertian media massa, (2) spanduk sebagai bahan politik, (3) propaganda politik, (4) ideologi, (5) teori wacana (6) teori analisis wacana Teun A. Van Dijk.

2.1.1 Pengertian Media Massa

Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar. Menurut Abbas (2013:72) menjelaskan media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal. Media massa menjalankan fungsi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat.

Seiring dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi, masyarakat dalam mendapatkan informasi tidak lagi hanya mengandalkan surat kabar, majalah, radio, dan televisi melainkan juga internet. Menurut Nurudin (2014:69) menjelaskan jenis-jenis media massa terbagi menjadi tiga yaitu media massa cetak media massa elektronik, dan media online disebut juga media massa yang dalam proses penyebarannya membutuhkan dan memanfaatkan kekuatan jaringan internet sebagai media komunikasi penyebarannya. Jenis media massa cetak seperti papan iklan (*billboard*), baliho, spanduk dan sebagainya merupakan media massa yang sering di gunakan sebagai media iklan politik. Berikut penjelasan mengenai contoh media cetak tersebut.

a. Papan iklan (*billboard*)

Kata billboard berasal dari kata “*bill*” yang berarti poster dan “*board*” yang berarti papan kayu jadi billboard adalah poster dalam ukuran besar dan didesain untuk dilihat oleh orang yang melakukan perjalanan dengan tingkat mobilitas cukup tinggi. Menurut Jaiz (2014: 4) papan iklan merupakan poster atau promosi iklan berbayar yang berlokasi di luar ruangan sebagai bentuk pesan tentang suatu produk atau informasi.

Papan iklan dapat disimpulkan yaitu poster atau promosi iklan berbayar yang berlokasi di luar ruangan. Umumnya papan iklan dipasang atau ditempatkan pada posisi yang cukup tinggi dan berukuran besar. Tujuan pemasangan papan iklan pada posisi tersebut agar iklan yang pengiklan buat dapat dilihat oleh banyak orang dan dapat menjadi pusat perhatian.

b. Baliho

Baliho adalah media yang bersifat luar ruangan (*outdoor*) dan dipasang tinggi. Baliho biasanya dipasang di tempat terbuka yang banyak dilalui orang, di tempat strategis seperti jalan raya yang banyak dilalui kendaraan dan di jalur hijau jalan utama. Menurut Sulastri (2014:49) menyebutkan baliho termasuk media luar ruang yang bersifat temporer (tidak untuk jangka waktu lama). Baliho berisi informasi tentang event (*expo, seminar, tournament, launching* produk dan sebagainya).

Baliho dapat disimpulkan yaitu salah satu media luar ruang, di mana media luar ruang sendiri merupakan sebuah media yang diletakkan di luar ruangan yang pada saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat serta mempunyai tujuan untuk menyampaikan pesan promosi pada suatu jasa ataupun produk.

c. Spanduk

Spanduk merupakan media iklan yang direntangkan atau dibentangkan menggunakan tali penyangga yang berisi slogan, propaganda, informasi dan berita yang perlu diketahui oleh masyarakat. Irdam (2020:31) menyebutkan spanduk merupakan media untuk menyampaikan informasi tertentu yang ditujukan pada khalayak umum. Informasi ini dikemas dengan kata dan kalimat yang singkat dan jelas, sehingga mudah dipahami.

Spanduk dapat disimpulkan yaitu media untuk menyampaikan informasi tertentu yang ditujukan pada khalayak umum. Informasi ini dikemas dengan kata dan kalimat yang singkat dan jelas sehingga mudah dipahami.

Dapat disimpulkan bahwa media massa seperti papan iklan, baliho dan juga spanduk merupakan salah satu media luar ruang yang memiliki tujuan menyampaikan pesan mengenai suatu produk atau jasa bahkan seseorang atau kelompok yang ingin mendongkrak popularitas.

2.1.2 Spanduk Sebagai Bahan Politik

Spanduk partai politik dipandang sebagai media yang efektif untuk menyampaikan visi dan misi dari kandidat partai politik, sehingga bahasa yang dipilih memiliki pesan agar masyarakat tertarik dengan apa yang disampaikan. Menurut Irfan (2019:41) menyebutkan pemakaian gaya bahasa spanduk yang unik dan menarik menjadi alat penting komunikasi politik dalam mencuri perhatian khalayak umum.

Spanduk dengan gambar-gambar yang menarik dan bahasa yang unik menjadi sarana promosi partai politik memperkenalkan kandidat calonnya. Menurut Suardi (2015:3) menyebutkan melalui spanduk para politisi dapat mempromosikan dirinya atau partai politiknya kepada masyarakat dengan menggunakan slogan-slogan yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Menurut Gunawan (2018:330) menyebutkan permainan olah kata pada spanduk sering ditargetkan untuk dikonsumsi oleh orang banyak. Oleh karena itu media massa berupa spanduk merupakan sarana yang paling efektif untuk menyampaikan informasi bagi para pelaku partai politik.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik sebagai suatu sarana menyampaikan informasi kepada khalayak tentu membutuhkan media. Melalui media spanduk inilah sebagian dari proses komunikasi politik terjalin, sehingga tujuan kepentingan politiknya dapat dengan mudah tersampaikan kepada masyarakat.

2.1.3 Propaganda Politik

Propaganda adalah suatu kegiatan komunikasi yang erat kaitannya dengan persuasi. Menurut Cangara (2019:332) menjelaskan propaganda merupakan sebagai proses informasi untuk memengaruhi sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok masyarakat dengan motif *indoktrinasi ideologi*. Komunikasi politik selalu bertujuan memengaruhi khalayak salah satu diantaranya propaganda. Menurut Adityawan (2018:45) menjelaskan propaganda adalah salah satu bagian dari komunikasi politik secara luas. Apabila politik didefinisikan sebagai kegiatan manusia secara kolektif yang mengatur perilaku mereka di dalam situasi konflik sosial, maka komunikasi politik adalah (kegiatan) komunikasi yang dilakukan berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya (actual maupun potensial) yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik. Pendapat tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurudin (2018:10) menyebutkan bahwa propaganda merupakan suatu usaha yang dilakukan secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk, mengawasi atau mengubah sikap dari kelompok-kelompok lain dengan menggunakan media komunikasi dengan tujuan bahwa pada setiap situasi yang tersedia, reaksi dari mereka yang dipengaruhi akan seperti yang diinginkan oleh si propagandis.

Propaganda bertujuan memengaruhi khalayak sasaran untuk kepentingan tertentu tanpa harus membangkitkan daya kritis mereka. Menurut Heryanto (2016:110) menjelaskan komunikasi politik ada tiga pendekatan kepada persuasi politik, yakni propaganda, periklanan dan retorika. Propaganda berfungsi membentuk persepsi, memanipulasi kognisi, dan mengarahkan perilaku khalayak sesuai kepentingan pihak yang memproduksi propaganda baik perorangan maupun kelompok. Menurut Cangara (2019:334) propaganda sekarang menjadi bagian politik rutin yang dilakukan setiap partai politik untuk menarik simpati rakyat.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa propaganda menggunakan spanduk sebagai media yang tersebar di ruas jalan berbagai daerah

dipenuhi dengan makna yang memiliki pesan bersifat propaganda, teturama dari segi penggunaan bahasa yang bersifat mempengaruhi masyarakat dalam memilih calon kandidat partai politik.

2.1.4 Ideologi

Ideologi adalah suatu sistem nilai atau kepercayaan yang diyakini sebagai kebenaran oleh beberapa orang atau beberapa kelompok. Menurut Sobur (2013:212) menjelaskan ideology merupakan sebuah sistem nilai atau gagasan yang dimiliki oleh kelompok atau lapisan masyarakat tertentu, termasuk proses-proses yang bersifat umum dalam produksi makna dan gagasan. Menurut Soegito (2012:129) menjelaskan ideologi sebagai pandangan hidup yang dikembangkan berdasarkan kepentingan golongan atau kelas sosial tertentu dalam bidang politik, sosial ekonomi. Dengan demikian maka ideology yaitu keseluruhan ide yang relatif, karena itu mencerminkan kekuatan lapisan tertentu.

Fungsi utama ideologi dalam masyarakat menurut Ramlan (2015:140) menjelaskan ada dua fungsi ideologi yaitu sebagai tujuan atau cita-cita yang hendak dicapai secara bersama oleh suatu masyarakat dan sebagai pemersatu masyarakat dan karenanya sebagai prosedur penyelesaian konflik yang terjadi dalam masyarakat. Menurut Widodo (2015:144) menyebutkan fungsi ideologi untuk mempersatukan masyarakat suatu negara, karena ideologi menjadi sebuah identitas bagi suatu negara sebagai pedoman untuk bertingkah laku dalam kehidupan sehari-hari.

Dari penjelasan tersebut dapat penulis simpulkan bahwa ideologi adalah sebuah tatanan masyarakat yang didalamnya menyangkut sistem ekonomi, politik, sosial dan budaya yang dicitakan oleh individu, kelompok, golongan atau masyarakat luas yang kemudian menjadi landasan untuk bertindak.

Ideologi merupakan hal wajib bagi partai politik, dengan ideologinya sebuah partai politik akan terlihat bentuknya. Berawal dari program kerja inilah kemudian cita-cita untuk mewujudkan atau membentuk masyarakat yang diimpikan akan terwujud. Menurut Yudhi (2015:36) menyebutkan ideologi masing-masing partai politik itu akan mempunyai identitas yang jelas, hal

tesebutlah kemudian yang memudahkan partai politik tersebut dalam mendapatkan massa pendukung. Di sisi yang lain masyarakatpun akan lebih mudah untuk menentukan partai mana yang sesuai dengan keinginan yang memang memperjuangkan nilai-nilai yang diyakini oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Ideologi politik adalah badan dari ideal, prinsip, doktrin, mitologi atau simbol dari gerakan sosial, institusi, kelas, atau grup besar yang memiliki tujuan politik dan budaya yang sama. Di dalam ideologi akan menyangkut bagaimana ekonomi dan politik itu akan dijalankan, bagaimana distribusi nilai-nilai itu akan dilakukan. Nilai-nilai disini berkaitan dengan kesejahteraan, pendidikan, kesehatan, ketenangan, kenyamanan masyarakat yang akan diciptakan ketika partai tersebut mendapatkan kekuasaan.

2.1.5 Teori Wacana

Wacana dapat didefinisikan sebagai kesatuan bahasa terlengkap dalam tataran linguistik yang mengandung konteks sebagai unsur utama pemaknanya. Menurut Wodak & Michael (2015:34) menyatakan bahwa definisi wacana dapat diilustrasikan lebih jauh sebagai suatu pengetahuan baik itu pengetahuan sosial yang menentukan kerja individu dan kolektif atau tindakan formatif yang terbentuk dalam masyarakat sebagai suatu realitas. Menurut Kriyantono (2017:265) menjelaskan wacana sebagai suatu upaya untuk menjelaskan maksud tersembunyi dari sang aktor atau subjek yang digunakan untuk mengemukakan suatu pernyataan terhadap khalayak. Pendapat tersebut sejalan dengan Badara (2012:16) menjelaskan bahwa wacana merupakan upaya untuk mengungkapkan maksud tersembunyi pencerita atau subjek yang memberikan suatu pertanyaan. Menurut Darma (2013:6) menyatakan terdapat ciri dan sifat wacana, yaitu sebagai berikut.

- a. Wacana berupa rangkaian ujaran lisan maupun tulisan yang mengandung tuturan.
- b. Rangkaian ujaran yang mengungkap suatu hal.

- c. Penyajiannya sistematis, koherensi, dan lengkap dengan semua situasi pendukungnya.
- d. Memiliki satu kesatuan misi dalam rangkaian tersebut.
- e. Dibentuk oleh unsur segmental dan nonsegmental sehingga menjadi wacana yang utuh.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa wacana satuan bahasa yang paling lengkap, berisi lebih dari klausa dan kalimat, memiliki kohesi dan koherensi, memiliki awal dan akhir yang jelas, serta berkesinambungan, baik dalam lisan maupun tulisan.

2.1.6 Teori Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Analisis wacana menurut Van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Menurut Eriyanto (2012:224) menjelaskan wacana oleh Van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi atau bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu.

Melalui berbagai karyanya, Van Dijk membuat analisis wacana yang dapat didayagunakan. Van Dijk melihat bagian teks suatu wacana terdiri atas berbagai struktur/tingkatan, yang masing-masing bagian saling mendukung. Eriyanto (2012:275) menjelaskan Van Dijk membaginya ke dalam tiga tingkatan yaitu sebagai berikut.

1. Struktur Makro. Ini merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
2. Superstruktur adalah kerangka suatu teks: Bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.

3. Struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, preposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebagainya.

Pandangan Van Dijk segala teks bisa dianalisis dengan menggunakan elemen tersebut. Meski terdiri dari beberapa elemen. Menurut Sobur (2013:74) menjelaskan semua elemen itu merupakan suatu kesatuan, saling berhubungan, dan mendukung satu sama lainnya. Berikut adalah penjelasan mengenai elemen-elemen tersebut:

Table 2.1
Elemen Wacana Teun A. Van Dijk

Struktur Wacana	Hal Yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	TEMATIK (Apa yang dikatakan?)	Topik
Superstruktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita)	Latar, maksud, detail, peranggapan, nominalisasi.
	SINTAKSIS (Bagaimana pendapat di sampaikan?)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti.
	STILISTIK (Pilihan kata apa yang dipakai?)	Leksikon
	RETORIS (Bagaimana dan dengan-cara apa penekanan dilakukan?)	Grafis, metafora, ekspresi.

1. Struktur Makro (Tematik)

Secara harfiah tema berarti “sesuatu yang telah diuraikan”, atau “sesuatu yang telah ditempatkan”. Kata ini berasal dari kata Yunani *tithenai* yang berarti “meletakkan”. Dilihat dari sudut sebuah tulisan yang telah selesai, tema adalah suatu amanat utama yang disampaikan oleh penulis melalui tulisan. Parera (2014:2033) menjelaskan sebuah tema bukan merupakan hasil dari seperangkat elemen yang spesifik, melainkan wujud-wujud kesatuan yang dapat kita lihat di dalam teks atau bagi cara-cara yang kita lalui agar beraneka kode dapat terkumpul dan koheren. Tema sebuah wacana akan tampak dalam pengembangan wacana. Tema pun akan memandu alur pengembangan sebuah wacana lisan maupun tulisan.

2. Superstruktur (Skematik)

Skematik merupakan strategi penulis dalam mengemas pesannya dengan memberikan tekanan bagian mana yang didahulukan, dan bagian mana yang diakhirkan. Eriyanto (2012:229) menjelaskan struktur skematik atau Superstruktur menggambarkan bentuk umum dari suatu teks.

Bentuk wacana umum itu disusun dengan sejumlah kategori atau pembagian umum seperti pendahuluan, isi, kesimpulan, pemecahan masalah, penutup dan sebagainya. Apakah informasi penting disampaikan di awal, atau pada kesimpulan bergantung kepada makna yang didistribusikan dalam wacana. Dengan kata lain, struktur skematik memberikan tekanan pada bagian mana yang didahulukan, dan bagian mana sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan bagian penting di bagian akhir agar terkesan kurang menonjol.

3. Struktur Mikro

a) Semantik

Semantik berasal dari bahasa Yunani yaitu, sema dari kata benda, yang berarti tanda atau lambang. Van Dijk (1998:86) menjelaskan dalam pengertian umum semantik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna leksikal, maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil yang disebut leksem, sedangkan makna gramatikal adalah makna yang berbentuk dari penggabungan satuan-satuan kebahasaan. Menurut Eriyanto (2012:235) menjelaskan semantik dalam skema Van Dijk dikategorikan sebagai makna local (local meaning) yakni makna yang muncul dari hubungan antar kalimat, hubungan antar proposal yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks. Analisis wacana banyak memusatkan perhatian pada dimensi teks seperti makna yang eksplisit ataupun implisit, makna yang sengaja disembunyikan dan bagaimana orang menulis atau berbicara mengenai hal itu. Dengan kata lain, semantik tidak hanya mendefinisikan bagian mana yang penting dari struktur wacana, tetapi juga menggiring ke arah sisi tertentu dari suatu peristiwa.

1) Latar

Latar merupakan bagian berita yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar merupakan elemen wacana yang dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Latar merupakan bagian dari berita atau pun skenario film yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Menurut Eriyanto (2012:235) menjelaskan latar teks merupakan elemen yang berguna karena dapat membongkar apa maksud yang ingin disampaikan oleh pembuat teks. Kadang maksud atau isi utama tidak diberberkan dalam teks, tetapi dengan melihat latar apa yang ditampilkan dan bagaimana latar tersebut disajikan,

kita bisa menganalisis apa maksud tersembunyi yang ingin dikemukakan oleh pembuat teks sesungguhnya.

2) Detil

Detil merupakan strategi bagaimana pembuat teks mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit. Sikap atau wacana yang dikembangkan oleh penulis skenario tidak selalu disampaikan secara terbuka, tapi dari pihak mana yang dikembangkan dan diceritakan dengan detil yang besar. Menurut Eriyanto (2012:237) menjelaskan elemen detil akan diketahui efek apa dari penguraian detail terhadap pemahaman dan pemaknaan khalayak. Elemen wacana detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang. Komunikator/pembuat berita/penulis skenario akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Informasi yang menguntungkan komunikator, bukan hanya ditampilkan secara berlebih tetapi juga dengan detil yang lengkap, kalau perlu dengan data-data, dan panjang lebar, yang merupakan penonjolan yang dilakukan secara sengaja untuk menciptakan citra tertentu kepada khalayak.

3) Maksud

Elemen maksud melihat apakah teks itu disampaikan secara eksplisit ataukah tidak, apakah fakta disajikan secara telanjang ataukah tidak. Umumnya, informasi yang menguntungkan komunikator/pembuat teks akan diuraikan secara eksplisit dan jelas, sebaliknya informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi, tujuan akhirnya adalah kepada publik, hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator. Informasi yang menguntungkan disajikan secara jelas, dengan kata-kata yang tegas, dan menunjuk langsung pada fakta. Sementara itu, informasi yang merugikan disajikan dengan kata tersamar dan berbelit-belit. Dengan semantik tertentu, seorang komunikator dapat menyampaikan secara implisit informasi atau fakta yang merugikan dirinya, sebaiknya secara eksplisit akan menguraikan informasi yang menguntungkan dirinya.

b) Sintaksis

Sintaksis adalah telaah mengenai pola-pola yang dipergunakan sebagai sarana untuk untuk menggabungkan kata menjadi kalimat. Menurut Sobur (2013:73) menjelaskan sintaksis merupakan bagian dari tata bahasa yang membicarakan sruktur frase dan kalimat.

1) Koherensi

Koherensi adalah pengaturan secara rapih kenyataan dan gagasan, fakta dan ide menjadi suatu untaian yang logis sehingga mudah memahami pesan yang dikandungnya. Koherensi digunakan untuk menghubungkan informasi antar kalimat dalam wacana. Rani (2014:3) menjelaskan koherensi adalah pertalian atau jalinan antar kata, preposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau preposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan memakai koherensi, sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika komunikator menghubungkannya.

2) Kata Ganti

Elemen kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukan di mana posisi seseorang dalam wacana. Menurut Eriyanto (2012:253) menjelaskan kata ganti adalah suatu gejala universal bahwa dalam berbahasa sebuah kata yang mengacu kepada manusia, benda, atau hal, tidak akan dipergunakan berulang kali dalam sebuah konteks yang sama. Pengulangan kata yang sama tanpa suatu tujuan yang jelas akan menimbulkan rasa yang kurang enak. Pengulangan hanya diperkenankan kalau kata itu dipentingkan atau mendapat penekanan.

3) Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Menurut Sobur (2013:81) menjelaskan bentuk kalimat menentukan apakah subjek diekspresikan secara eksplisit atau implisit dalam teks. Kalimat aktif umumnya digunakan agar seorang menjadi subjek dari

tanggapannya, sebaliknya kalimat pasif menempatkan seseorang sebagai objek. Seseorang juga dapat ditampilkan di akhir, tetapi bisa juga ditempatkan di awal.

c) Stalistik

Pusat perhatian stalistika adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Menurut Eriyanto (2012:239) menjelaskan apa yang disebut gaya bahasa itu sesungguhnya terdapat dalam segala ragam bahasa: ragam lisan dan ragam tulis, ragam sastra dan ragam non sastra, karena gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu oleh orang tertentu untuk maksud tertentu. Akan tetapi secara tradisional gaya bahasa selalu ditautkan dengan teks sastra, khususnya teks secara tertulis.

d) Retoris

Strategi dalam level retorik di sini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Retorik mempunyai fungsi persuasif, dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Pemakaian retorik diantaranya dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaannya sama bunyinya seperti sajak), sebagai suatu strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak. Bentuk gaya retorik lain adalah ejekan (ironi). Tujuan retorik adalah melebihkan sesuatu yang positif mengenai diri sendiri dan melebihkan keburukan pihak lawan. Strategis retorik juga muncul dalam bentuk interaksi, yakni bagaimana pembicara menempatkan/memposisikan dirinya di antara khalayak. Van Dijk membagi elemen ini ke dalam tiga bagian, yaitu sebagai berikut,

1) Grafis

Elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Menurut Eriyanto (2012:258) menjelaskan dalam wacana skenario, grafis ini biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain dibandingkan

tulisan lain. Pemakaian huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf yang dibuat dengan ukuran besar. Bagian-bagian yang ditonjolkan ini menekankan kepada khalayak pentingnya bagian tersebut. Bagian yang ditulis atau dicetak berbeda adalah bagian yang dipandang penting oleh komunikator, di mana ia menginginkan khalayak menaruh perhatian lebih pada bagian tersebut.

2) Metafora

Metafora yang dimaksudkan disini adalah sebagai ornamen atau bumbu dari suatu berita atau script film. Akan tetapi pemakaian metafora tertentu bisa jadi menjadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. Menurut Sobur (2013:85) menjelaskan metafora dipakai oleh pembuat teks secara strategis sebagai landasan berpikir, alasan pembenar atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik. Pembuat teks menggunakan kepercayaan masyarakat, ungkapan sehari-hari, peribahasa, pepatah, petuah, leluhur, kata-kata kuno, yang semuanya dipakai untuk memperkuat pesan utama.

3) Ekspresi

Dimaksudkan untuk membantu menonjolkan atau menghilangkan bagian tertentu dari teks yang disampaikan. Rani (2014:34) menjelaskan lemen ekspresi merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam teks tertulis, ekspresi ini muncul misalnya dalam bentuk grafis, gambar atau foto, sedangkan dalam film, ekspresi biasanya muncul dari wajah pemain atau biasanya kalimat yang dilontarkan yang berasal dari teks skenario.

2.2 Penelitian Terkait

Penelitian terkait merupakan kajian yang relevan dengan penelitian yang dikaji oleh peneliti sebelumnya sebagai bahan acuan dan perbandingan. Penelitian yang relevan yang mengkaji tentang analisis kesalahan berbahasa yang sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya pada berbagai objek yang berbeda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahardika (2016) tentang *Analisis Wacana kohesi dan Koherensi Pada Wacana Iklan Politik Dalam Wacana Pemilu 2014*. Ditemukan hasil analisis menunjukkan penanda kohesi

yang ditemukan dalam wacana iklan politik partai Gerindra adalah katafora dan repetisi sedangkan pada wacana iklan politik PDIP adalah anafora, substitusi dan konjungsi. Sementara itu, penanda koherensi yang ditemukan dalam iklan Partai Gerindra adalah hubungan perturutan, hubungan pararelisme, dan hubungan penjelasan atau identifikasi, sedangkan penanda koherensi yang ditemukan dalam wacana iklan PDIP adalah hubungan perturutan dan hubungan latar-simpulan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa baik wacana iklan politik partai Gerindra maupun wacana iklan politik PDIP adalah wacana yang baik dan apik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kartikasari (2020) tentang *Analisis Wacana Kritis Nourman Fairclough Terhadap Pemberitaan Jokowi Naikkan Iuran BPJS Ditengan Pandemi*. Ditemukan bahwa analisis wacana kritis menekankan wacana sebagai bentuk interaksi dan melalui analisis wacana kritis tampak pemakaian bahasa tutur dan tulisan sebagai wujud praktik sosial. Praktik sosial dalam analisis wacana kritis berkaitan dengan peristiwa dari sebuah realitas dan struktur sosial. Peran media tidak lepas dari praktik ideologi, artinya media dengan variatif menyajikan suatu pemberitaan dengan menggunakan konstruksi tertentu untuk menarik minat pembaca. Enam media (kompas tv, sctv, Indosiar, tribunnews, cnnindonesia.com, tv one) menjelaskan berbagai macam realitas yang muncul dengan karakter pemilihan judul dan wacana yang senada. Bahasa yang digunakan dalam teks berita dikemas secara ringan, singkat, dan mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi (2014) tentang *Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag #ShameOnYouSBYdi Twitter*. Ditemukan bahwa dalam gerakan sosial melalui hashtag #ShameOnYouSBY adalah untuk menyusun klaim bersama menentang pemegang kekuasaan para elit politik. Karena melalui gaya atau sistem kepemimpinan SBY, relasi kuasa pemerintah dapat mengarah kepada relasi kuasa yang bersifat dominan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2015) tentang *Wacana dan Representasi Ideologi Iklan Politik di Awal Reformasi*. Ditemukan bahwa iklan-iklan politik PDI Perjuangan mewacanakan “Perjuangan” sedangkan iklan-iklan politik Partai Golkar mewacanakan “Bersatu”. Pewacanaannya dilakukan dengan presentasi iklan yang tampil dalam ukuran dominan, tampil berulang dengan frekuensi relatif banyak, tampil dengan variasi iklan yang beraneka dengan wacana yang padu; struktur wacananya menyatu dalam tiga tingkatan struktur wacana yakni struktur kreatif,

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sumarti (2010) tentang *Analisis Wacana Kritis Strategi Politik Penggunaan Bahasa Dalam Pidato Presiden Susilo Bambang Yudhoyono*. Ditemukan bahwa dalam pidato Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dalam tataran penggunaan kata, unsur yang tampak adalah penggunaan katakata persona, penggunaan kata yang bernuansa “reformasi”, dan “keterbukaan”. Ketiga hal yang hampir menyebar ke semua wacana pidato Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ini disampaikannya dengan maksud dan tujuan yang berbeda. Kata persona digunakan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai alat untuk menunjukkan posisinya dalam wacana politik yang dibangunnya. Dari data verbal yang terkumpul, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menggunakan kata persona saya, kami, kita, bangsa Indonesia, Indonesia, dan pemerintah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chandra (2022) tentang *Analisis Wacana Kritis Pidato Politik Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia (Psi) Berjudul ‘Musuh Utama Persatuan Indonesia’*. Ditemukan bahwa dalam pidato yang disampaikan oleh Grace Natalie sebagai Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia (PSI) berjudul ‘Musuh Utama Persatuan Indonesia’ memiliki struktur wacana yang terdiri dari struktur makro yang memiliki elemen tematik, superstruktur yang memiliki elemen skematik dan struktur mikro yang memiliki elemen latar, detail, kata ganti, koherensi, pra-anggapan, leksikon, grafis dan metafora. Di dalam setiap struktur wacana tersebut terdapat kata-kata yang digunakan untuk menunjukkan ideologi partai dalam hal ini Partai Solidaritas

Indonesia (PSI) yang disampaikan oleh Grace Natalie sebagai Ketua Umum dan yang menyampaikannya melalui pidato berjudul ‘Musuh Utama Persatuan Indonesia’. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nyoman Payuyasa (2017) tentang *Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk Dalam Program Acara Mata Najwa di Metro TV*. Bahwa bahwa televisi merupakan media yang menayangkan program acara sebagai sebuah wadah yang strategis, bagi kelompok sosial dan politik untuk tampil dengan berbagai olahan wacana. Salah satu program acara televisi yaitu Mata Najwa di Metro TV merupakan program yang memiliki rating peringkat dua di Indonesia berdasarkan survei KPI. Program Mata Najwa sering mengundang tokoh-tokoh dari berbagai kalangan masyarakat, tokoh politik, dan pemerintah. Acara ini berbagai macam praktik pembentukan wacana bisa muncul. Wacana yang baik harusnya memberikan bayangan yang utuh dan jelas kepada lawan tutur, sehingga tidak menimbulkan banyak persepsi. Dalam kajian analisis wacana, analisis wacana kritis model Van Dijk adalah salah satu model yang memandang bahasa berkaitan dengan kekuasaan, ideologi, serta politik. Berlandaskan hal ini, penting dilakukan analisis wacana kritis model Van Dijk terhadap program acara Mata Najwa. Penelitian ini dianalisis tiga permasalahan, pertama analisis struktur makro, super struktur, dan struktur mikro. Penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif kualitatif, dengan metode observasi sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian ini adalah secara struktur makro, super struktur, dan struktur mikro, wacana bisa digunakan sebagai sebuah sarana untuk pembentukan opini penutur melalui pilihan kata, susunan kalimat, dan gaya yang tepat.

Berdasarkan kajian teori maka dapat ditarik benang merah bahwa penelitian tentang analisis wacana kritis sudah sering dilakukan. Penelitian yang dilakukan penulis mengkaji tentang “*Analisis Wacana Kritis Pada Spanduk Partai politik 2023 di Kota Cirebon*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui idologi dan konteks sosial teks iklan spanduk partai politik di Kota Cirebon.