

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam berinteraksi diperlukan bahasa agar proses komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Bahasa merupakan alat komunikasi verbal untuk menyampaikan suatu maksud, ide, atau pendapat kepada orang lain. Bahasa ini nantinya akan membentuk suatu kesatuan yang disebut wacana.

Dalam peristiwa komunikasi secara lisan, dapat dilihat bahwa wacana sebagai proses komunikasi antar pembicara dengan pendengar, sedangkan dalam komunikasi secara tulisan, wacana sebagai hasil dari pengungkapan ide atau gagasan pembicara. Konsep wacana yang lebih lengkap diungkapkan oleh Sumarlam, yang menyatakan bahwa wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang dinyatakan secara lisan seperti pidato, ceramah, khotbah, dan dialog atau secara tertulis seperti cerpen, novel, buku, surat, dan dokumen tertulis yang dilihat dari struktur lahirnya (dari segi bentuk) bersifat kohesif, saling terkait dan dari struktur batinnya (dari segi makna) bersifat koheren, terpadu<sup>1</sup>. Dengan

---

<sup>1</sup> Sumarlam, dkk, *Teori dan Praktik Analisis Wacana*, (Solo: Pustaka Cakra Surakarta, 2003), hlm. 15.

adanya sifat wacana yang kohesif dan koheren inilah, seseorang dapat menyajikan suatu wacana yang dapat dimengerti oleh orang lain.

Disiplin ilmu yang mempelajari wacana disebut dengan analisis wacana.

Analisis wacana merupakan suatu kajian untuk meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan terhadap para pengguna bahasa. Analisis wacana akan memperlihatkan maksud atau pesan yang tersembunyi di balik sebuah teks atau di balik pilihan metode penelitian tertentu untuk menafsirkan teks tersebut.

Dalam analisis wacana ada pendekatan yang dikenal dengan analisis wacana kritis (AWK). Menurut Fairclough dan Wodak, analisis wacana kritis melihat wacana pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan sebagai bentuk dari praktik sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya.

Dari analisis wacana dapat diketahui berbagai macam keadaan. Apakah suatu teks tersebut mengandung kerasian, seksis, atau ketimpangan dari kehidupan sosial yang dipandang dari akal sehat, suatu kewajaran atau alamiah, atau justru memang seperti itu kenyataannya. Oleh karena itu, analisis wacana sangat penting di dalam penelitian kebahasaan. Baik tuturan maupun tulisan

dapat kita pahami lebih dalam maknanya dengan menganalisis wacana tersebut.

Semakin berkembangnya zaman, maka teknologi semakin berkembang pula. Begitu pun dengan *brand-brand smartphone* yang berlomba-lomba dalam mengiklankan produknya. Periklanan memainkan peranan penting dalam dunia pemasaran, komunikasi, ekonomi, dan kehidupan bermasyarakat. Iklan membungkus pesan-pesan promosi sedemikian rupa, sehingga orang tertarik dan akan bertindak mengikuti apa yang ditampilkan dalam iklan, meskipun orang itu sebenarnya tidak terlalu membutuhkan barang atau jasa yang diiklankan. Pada dasarnya, tujuan iklan memang untuk mencapai hegemoni ekonomi dari produsen barang atau jasa yang diiklankan. Iklan semakin sering digunakan untuk kepentingan kaum kapitalis. Salah satu iklan yang akan peneliti kaji adalah iklan *smartphone* Samsung. Samsung merupakan salah satu *brand smartphone* yang sudah terkenal sejak lama. Dalam meluncurkan produknya, Samsung selalu mengemas iklan-iklannya dengan ide yang kreatif.

Berkat kemajuan teknologi, dunia periklanan pun semakin maju. Salah satunya, iklan audio visual. Iklan audio visual merupakan salah satu produk desain komunikasi visual yang memiliki format jauh lebih maju dan beragam. Format periklanan baru ini, yaitu iklan film pendek (*short film advertising*) yang muncul pertama kali di Youtube pada tahun 2014 dengan menawarkan

produk Nike bertajuk *The Last Game* yang meraih 79 juta viewer<sup>2</sup>. Iklan dengan format ini pun ikut digunakan oleh Samsung untuk mengiklankan ponsel keluaran terbarunya. Iklan Samsung Indonesia yang berjudul *The Power of Sharing (Shot With Galaxy 10)* ini merupakan iklan film pendek Samsung yang berdurasi 8.04 menit karya Yandy Laurens yang diiklankan di akun resmi Youtube Samsung Indonesia. Yandy Laurens merupakan seorang *filmmaker* muda Indonesia yang mendapat tantangan dari perusahaan Samsung untuk mempersembahkan sebuah film pendek dengan menggunakan kamera di *Samsung Galaxy S10 HDR 10+* yang dapat menghadirkan resolusi 4k. Di mana, kamera ini merupakan kelebihan dari *Samsung Galaxy S10* selain fitur *wireless powershare* atau fitur berbagi dayanya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji penerapan AWK sekaligus melihat hegemoni yang ada di balik ideologi pembuat teks iklan film pendek Samsung Indonesia dalam menciptakan makna yang terkandung pada teks iklan film pendek tersebut. Iklan film pendek ini menceritakan tentang Adit yang diperankan Oka Antara. Ia adalah seorang manager restoran yang merasa bosan dengan kehidupan sehari-harinya dan merasa kebebasannya menjadi terbatas, karena terikat dengan rutinitas kesibukannya. Selain itu, Adit yang digambarkan sebagai kaum kapitalis berpikir, bahwa menjadi seorang manager tidak sebagus dengan menjadi pengusaha jika dilihat dari segi pendapatan dan

---

<sup>2</sup> Pranan Sutiono Saputra, *Jurnal Tugas Akhir Analisis Wacana Kritis Iklan Film Pendek Line Versi "Ada Apa Dengan Cinta?"*, (Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2018), hlm. 3.

waktu dalam bekerja. Oleh karena itu, ia memilih untuk mundur dari jabatannya dan mengubah profesinya menjadi pengusaha seperti Maya, sahabatnya yang diperankan oleh Dian Sastro. Penelitian ini akan dikaji menggunakan analisis wacana kritis (AWK) dengan teori Norman Fairclough. AWK membantu memahami bahasa dalam penggunaannya. Melalui bahasa, orang dapat memproduksi makna dalam kehidupan sosial. Itulah sebabnya bahasa menjadi prasyarat untuk mengembangkan praktik-praktik sosial dan persetujuan-persetujuan sosial. Praktik dan persetujuan sosial di sini menjadi poin penting analisis wacana kritis dalam teori Norman Fairclough. Melalui AWK, orang dapat meningkatkan kesadaran kritis terhadap ketidakadilan, diskriminasi, pembatasan kebebasan, prasangka negatif, dan penyalahgunaan kekuasaan untuk membawa masyarakat ke arah perubahan sosial.

## **B. Fokus dan Subfokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimanakah analisis wacana kritis Norman Fairclough dalam *Iklan Film Pendek Samsung Indonesia: The Power of Sharing (Shot With Galaxy 10)* (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)?”. Fokus penelitian tersebut kemudian dijabarkan menjadi tiga subfokus sebagai berikut:



1. Bagaimana analisis teks wacana kritis Norman Fairclough dalam *Iklan Film Pendek Samsung Indonesia: The Power of Sharing (Shot With Galaxy 10)* (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)?
2. Bagaimana analisis praktik wacana kritis Norman Fairclough dalam *Iklan Film Pendek Samsung Indonesia: The Power of Sharing (Shot With Galaxy 10)* (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)?
3. Bagaimana analisis praktik sosiokultural wacana kritis Norman Fairclough dalam *Iklan Film Pendek Samsung Indonesia: The Power of Sharing (Shot With Galaxy 10)* (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)?

### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti perlu merumuskan masalah untuk memperjelas arah penelitian. Masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah analisis teks, analisis praktik wacana kritis, dan analisis praktik sosiokultural wacana kritis Norman Fairclough dalam *Iklan Film Pendek Samsung Indonesia: The Power of Sharing (Shot With Galaxy 10)* (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)?

#### D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, perlu adanya manfaat praktis dan manfaat teoretis agar penelitian ini bisa bermanfaat.

1. **Manfaat Teoretis** : Hasil penelitian ini secara teoretis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan konsep tentang iklan yang dikaji dengan kajian wacana, yaitu wacana kritis. Peneliti juga mengharapkan agar penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang bagaimana suatu teks jika direpresentasikan, direlasikan, dan diidentitaskan. Selain itu, bagaimana suatu teks tersebut diproduksi sampai teks tersebut dapat dikonsumsi dan menghasilkan praktik-praktik sosiokultural di masyarakat.
2. **Manfaat Praktis** : Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru untuk industri kreatif dalam membuat produk komunikasi visual, khususnya iklan audio visual yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.