

**ANALISIS SEMIOTIKA BAHASA JURNALISTIK
DALAM SURAT KABAR DI INDONESIA
(Studi Kasus Kampanye Pemilukada Sulawesi Selatan Periode 2013-2018)**

**SEMIOTICS OF JURNALISTIC STYLE IN INDONESIA
NEWSPAPER
(Case Study: District General Election of South Sulawesi Period 2013-2018)**

MAS'UD MUHAMMADIAH



**PROGRAM PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA
PASCASARJANA UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2015**

**ANALISIS SEMIOTIKA BAHASA JURNALISTIK
DALAM SURAT KABAR DI INDONESIA
(Studi Kasus: Kampanye Pemilukada Sulawesi Selatan Periode 2013-2018)**

**SEMIOTICS OF JURNALISTIC STYLE IN INDONESIA
NEWSPAPER
(Case Study: District General Election of South Sulawesi Period 2013-2018)**

Disertasi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Derajat

Doktor

**Program Studi
Pendidikan Bahasa Indonesia**

Disusun dan Diajukan oleh

MAS'UD MUHAMMADIAH

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR
2015**

PERNYATAAN

**ANALISIS SEMIOTIKA BAHASA JURNALISTIK
DALAM SURAT KABAR INDONESIA
(Studi Kasus Kampanye Pemilukada Sulawesi Selatan Periode 2013-2018)**


Disusun dan Diajukan oleh
MAS'UD MUHAMMADIAH
Nomor Pokok: 10A09016

Telah dipertahankan di depan Panitia Promosi Doktor
Pada Tanggal 03 November 2015


Menyetujui



Prof. Dr. Abdullah Dola, M.S.
Promotor



Prof. Dr. Anshari, M.Hum.
Kopromotor



Dr. H. Akmal Hamsa, M.Pd.
Kopromotor


Mengetahui:

Ketua Program Studi
Pendidikan Bahasa Indonesia,



Prof. Dr. H. Achmad Tolla, M.Pd.
NIP 19490321 1971101 1 001

Direktur Program Pascasarjana
Universitas Negeri Makassar



Prof. Dr. Jasruddin, M.Si.
NIP 19641222 199103 1 002

ABSTRAK

MAS'UD MUHAMMADIAH, *Analisis Semiotika Bahasa Jurnalistik dalam Surat Kabar Indonesia (Studi Kasus Kampanye Pemilukada Sulawesi Selatan Periode 2013-2018). Se Kana Language Pemilukada Sulawesi Selatan Periode 2013-2018*. (Dibimbing oleh Promotor Abdullah Dola serta Kopromoter Anshari dan Akmal Hamsa)

Tujuan penelitian ini adalah (i) mengklasifikasi penerapan semiotika dalam teks berita (1) menemukan penerapan semiotika dalam iklan, dan (iii) menganalisis penerapan semiotika ka kampanye Pemilukada Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Sulawesi Selatan periode 2013-2018 dalam gambar surat kabar di Indonesia.

Hasil penelitian memanjukkan bahwa (i) penerapan semiotika dalam teks berita surat kabar yang memuat berita kampanye kandidat Cagub - Cawagub Sulawesi Selatan 2013 hanya menonjolkan pertarungan aktor politik dengan memberikan perwajahan pencitraan guna membangun perhatian publik dengan ikut serta mewamam pemberitaan media guna menjadi pilihan pemimpin di masa depan. Makna bahasa kampanye dalam teks berita yang hendak ditampilkan hanya memodifikasi teks saja. Perwajahan berita kampanye politik karang menyajikan realitas, karena hanya bermaatan politik berbasis kekuasaan aktor politis; (ii) penerapan semiotika dalam dan berita tujuh surat kabar yang meruat berita kampanye kandidat Cagub - Cawagub Sulawesi Selatan 2013 hanya sebatas pengejawantahan visi dan program yang hampir serupa. Iklan yang dibawakan sebagai media untuk mentransformasikan nilai dan pesan kepada masyarakat belum memiliki hubungan signifikan sebab, hanya merupakan simbolisasi pencitraan. Iklan berita kampanye roemiliki muatan persuasi, sugestif dan hiperbola yang lebih memuat karakter fisik (bersifat subjektif) antarpada kandidat dalam menunjukkan sosok dan citranya saja. Malna kampanye iklan adalah slogan yang hanya menunjukkan eksistensi diri sebagai pasangan Cagub-Cawagub; (ii) penerapan semiotika dalam gambar berita tujuh surat kabar yang memuat berita kampanye kandidat Cagub-Cawagub Sulawesi Selatan 2013 rata-rata memiliki fungsi yang mampu mengomunikasikan berita guna mendukung topik berita di samping mendukung perwajahan surat kabar karena menarik dilihat. Gambar kampanye dalam tujuh surat kabar merefleksikan fungsi normatif minimal dalam dua aspek, yakni memberikan informasi dan menggambarkan pasangan kandidat sebagai calon pemimpin daerah (Cagub Cawagub). Makna gambar kampanye menunjukkan ada dominasi hingga hegemoni. Praktik demokrasi menciptakan fungsi gambar kampanye yang bersifat formalistik dengan penekanan Pilgub Sulsel menjadi tujuan, bukan substansi pengejawantahan demokratisasi sehingga gambar hanya menampakkan fokus gambar dengan masalah yang buruk, bukan (kampanye) kebijakan yang ditonjolkan, tetapi gambar menyerang kelemahan kandidat lawan dalam isu-isu ataa gambar dan menyoroti kekuatan lawan dengan pesan negatif.

Kata kunci: Semiotika, Jurnalistik, Pemilukada

ABSTRACT

MAS'UD MUHAMMADIAH, *Semiotic Analysis of Journalistic Text in Indonesia News Paper (Case Study Region Election Campaign in South Sulawesi Period 2013-2018)*. (Promotor Abdullah Dola, Co-promotor Anshari dan Akmal Hamsa).

The aims of the research were (i) to classify the application of the semiotic in the news paper advertisement of South Sulawesi Governor and Vice Governor candidate period 2013-2018, (ii) to find out the application of the semiotic in the news paper advertisement of South Sulawesi Governor and Vice Governor candidate period 2013-2018 and (iii) to analyze the application of the semiotic in the news paper pictures of South Sulawesi Governor and Vice Governor candidate period 2013-2018.

The result of the research shows that (i) the application of the semiotic in the seven news paper which release news on campaign of the South Sulawesi Governor and Vice Governor candidate period 2013-2018 only focus on the politic actor fight, by personification their image to catch the public attention, by joining in coloring the mass news to be elected as the future leader. The language meaning used in campaign only modified the news text. The politic campaign news light is not presenting the reality but the news base on the politic actor power only; (ii) the application of the semiotic in the seven news paper which release news on campaign of the South Sulawesi Governor and Vice Governor to be candidate period 2013 only shows their perspective and their programs which are almost the same. The advertisement of the campaign text only has persuasive, suggestive and hyperbolic which shows the candidate physic (subjective) among the actors and their image. The main meaning of the campaign advertisement is to show the couple candidate self-existence; (iii) the application semiotic in the picture text of the newspaper which present news on governor and vice Governor candidates of South Sulawesi in the year of 2013-2018 have similar function to send the message to support the news headline and to make the newspaper more attractive. The campaign pictures in the seven newspaper reflects the normative function at least 2 aspects; they are to inform and to describe the candidate couple of the region leader (Governor and vice Governor). The campaign picture meaning shows the domination and hegemony. Democracy practice creates the function of the campaign picture to be formalistic and focus on the Governor election as the main goal, not the substance of the personification of democratization so the picture only shows the bad image not the principle issue. The campaign pictures show the weakness and the negative power of their rivals in their messages.

Key Word: *Semiotic, Journalistic, Campaign*

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PRAKATA	iii
PERNYATAAN KEORISINALAN DISERTASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	20
C. Tujuan Penelitian	21
D. Manfaat Penelitian	21
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Deskripsi Teori	24
1. Ragam Bahasa Indonesia	24
2. Bahasa Jurnalistik dan Surat Kabar	56
3. Semiotika	74
4. Teks dan Bahasa Media Massa	101

5. Ilmu Komunikasi dan Semiotika	106
6. Relevansi Teori Semiotika Roland Barthes dengan Objek yang Dikaji	111
7. Analisis Semiotika	120
8. Analisis Wacana Kritis	122
B. Kerangka Pikir	129
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	132
1. Pendekatan Penelitian	132
2. Jenis Penelitian	132
B. Fokus Penelitian	133
C. Definisi Istilah	133
D. Data dan Sumber Data Penelitian	135
1. Data Penelitian	135
2. Sumber Data Penelitian	135
E. Instrumen Penelitian	136
F. Teknik Pengumpulan Data	138
G. Pemeriksaan Keabsahan Data	142
H. Teknik Analisis Data	143
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	146
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	146

a. Surat Kabar <i>Fajar</i>	146
b. Surat Kabar <i>Tribun Timur</i>	147
c. Surat Kabar <i>Rakyat Sulsel</i>	148
d. Surat Kabar <i>Seputar Indonesia</i>	149
e. Surat Kabar <i>Tempo</i>	149
f. Surat Kabar <i>Kompas</i>	150
g. Surat Kabar <i>Republika</i>	151
2. Data dan Analisis Data	152
a. Teks Berita	152
b. Iklan	188
c. Gambar	218
B. Pembahasan Hasil Penelitian	244
1. Denotasi	244
2. Konotasi	255
3. Penanda dan Petanda	268
4. Bentuk Isi	285
5. Mitos	292
6. Ideologi	307
7. Semiotika Budaya	317
8. Semiotika Politik	336

BAB V PENUTUP	
1. Kesimpulan	358
2. Saran	359
DAFTAR PUSTAKA	360
LAMPIRAN	367