

**ANALISIS WACANA MODEL NORMAN FAIRCLOUGH DALAM IKLAN  
LAYANAN MASYARAKAT “AYO LAWAN CORONA” DARI MEDCOM.ID  
DI TELEVISI KOMPAS TV**



**2020**

**HALAMAN LOGO**



**ANALISIS WACANA MODEL NORMAN FAIRCLOUGH DALAM IKLAN  
LAYANAN MASYARAKAT “AYO LAWAN CORONA” DARI MEDCOM.ID  
DI TELEVISI KOMPAS TV**



**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi oleh Yunita Eka Dharma Pratiwi / 16240448 ini,**

**Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.**

**Ponorogo, 7 Agustus 2020**

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Dra. Niken Lestari, M.Si

NIDN: 0020066503

Eli Purwati, M.IKOM  
NIDN : 0702088201

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Yunita Eka Dharma Pratiwi ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Jum'at

Tanggal : 7 Agustus 2020

Pukul : 13.00 WIB

Mengesahkan

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Dosen Penguji III

Oki Cahyo Nugroho, S.Sn,M.Ikom  
NIDN: 0728019304

Eli Purwati, M.IKOM  
NIDN : 0702088201

Dra. Niken Lestari, M.Si  
NIDN: 0020066503

Mengetahui,

Dekan

Drs. Jusuf Harsono, M.Si  
NIK: 1962011319890912

## HALAMAN MOTTO

When you get what you want, that's  
God's direction, when you don't get  
what you want, that's God's  
protection



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

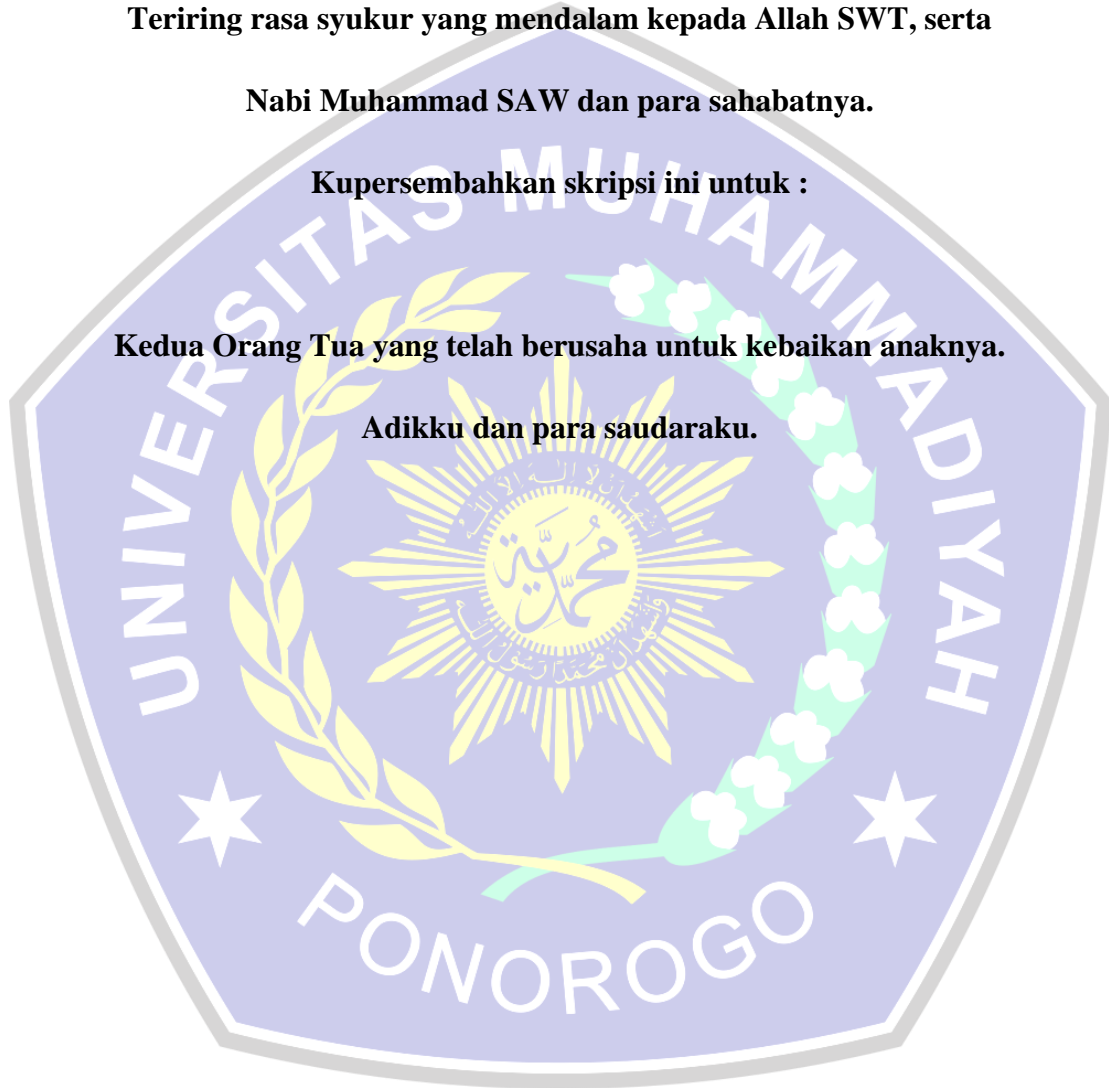
**Teriring rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, serta**

**Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya.**

**Kupersembahkan skripsi ini untuk :**

**Kedua Orang Tua yang telah berusaha untuk kebaikan anaknya.**

**Adikku dan para saudaraku.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam juga terlimpahkan bagi Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di hari kiamat.

Skripsi yang berjudul “Analisis Wacana model Norman Fairclough dalam Iklan Layanan Masyarakat “Ayo Lawan Corona” dari medcom.id di Televisi KompasTV” ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Akan tetapi, dengan berbagai dukungan, bantuan, dan saran dari berbagai pihak penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Drs. Jusuf Harsono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo atas persetujuan izin penelitian.
2. Bapak Ibu dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritikan, dan saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.
3. Dra. Niken Lestarini M.Si., sebagai pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dorongan, motivasi, kritik dan saran bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.



4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi atas bekal ilmu yang telah diberikan selama di bangku perkuliahan dan semoga dapat diaplikasikan serta bermanfaat bagi masyarakat secara umum.
5. Kepada pihak medcom.id yang telah bersedia diwawancarai dan memberikan informasi yang dibutuhkan.
6. Kedua orang tua, Ibu Sunarsi dan Bapak Nahuri yang selalu melimpahkan kasih sayang, semangat, doa tiada henti dan memberikan dukungan moril ataupun materiil.
7. Semua teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo khususnya mahasiswa angkatan 2016 yang saling membantu dan memberikan semangat, dukungan, dan memotivasi untuk berjuang dalam menyelesaikan skripsi dan menuntaskan tahap akhir perkuliahan.
8. Semua pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan agar dapat menyusun laporan penelitian yang lebih baik yang mungkin akan dilaksanakan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Ponorogo, 7 Agustus 2020

Peneliti

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yunita Eka Dharma Pratiwi

Alamat : Jl. Raden Bei 160 Ds. Jarak Kec. Siman Kab. Ponorogo

NIM : 16240448

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

**Analisis Wacana Model Norman Fairclough Dalam Iklan Layanan Masyarakat “AYO LAWAN CORONA” Dari Medcom.id di Televisi KompasTV** adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan. Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 7 Agustus 2020

Yang Menyatakan



(Yunita Eka Dharma Pratiwi)

## DAFTAR ISI

### Halaman

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL .....                       | i    |
| HALAMAN LOGO .....                         | ii   |
| HALAMAN JUDUL .....                        | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING ..... | iv   |
| HALAMAN PENGESAHAN TEAM PENGUJI .....      | v    |
| HALAMAN MOTTO .....                        | vi   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                  | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                       | viii |
| PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....      | x    |
| DAFTAR ISI .....                           | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                         | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                      | xiv  |
| ABSTRAK .....                              | xv   |
| <br>                                       |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                   |      |
| A. Latar Belakang .....                    | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                   | 5    |
| C. Tujuan Penelitian .....                 | 6    |
| D. Manfaat Penelitian .....                | 6    |
| E. Penegasan Istilah .....                 | 6    |
| F. Landasan Teori .....                    | 8    |
| G. Kerangka Pikir .....                    | 18   |
| H. Metode Penelitian .....                 | 20   |
| <br>                                       |      |
| <b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>   |      |
| A. Profil Medcom.id .....                  | 25   |
| B. Struktur Redaksi Medcom.id .....        | 26   |
| <br>                                       |      |
| <b>BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA</b> |      |
| A. Penyajian Data .....                    | 30   |
| B. Analisis Wacana Norman Fairclough ..... | 35   |
| C. Pembahasan .....                        | 46   |
| <br>                                       |      |
| <b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>         |      |
| A. Kesimpulan .....                        | 49   |
| B. Saran .....                             | 50   |

DAFTAR PUSTAKA ..... 52  
LAMPIRAN ..... 54



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Kerangka Analisis Wacana Norman Fairclough ..... 18

Tabel 2. Kerangka Pikir ..... 19

Tabel 3. Cuplikan Tayangan Iklan ..... 31



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Wawancara ..... 54



## ABSTRAK

**Yunita Eka Dharma Pratiwi**, NIM: 16240448, 2020. “Analisis Iklan Layanan Masyarakat Lawan Corona di Televisi KompasTV dan Perilaku Social Distancing Pada Masyarakat di Desa Jarak Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo”

Iklan merupakan tayangan yang kerap muncul dalam berbagai media. Seperti halnya iklan dalam media televisi dengan seiringnya perkembangan jaman dan teknologi yang semakin canggih dan modern membuat tayangan iklan ditelvisi semakin menarik dan kreatif. Karena disajikan dalam bentuk audio visual, dan grafis. Seperti halnya iklan lawan corona dari medcom.id yang hanya tayang di Kompas TV. Corona merupakan virus berbahaya yang saat ini menyerang dunia dan efeknya bisa membuat seseorang mati apabila tidak segera diatasi. Dalam iklan ini mengajak masyarakat untuk melakukan perilaku *social distancing*, dan menambah wawasan masyarakat seberapa bahayanya virus corona dan pentingnya perilaku *social distancing*. Analisis wacana Norman Fairclough digunakan untuk mengetahui bagaimana wacana isi pesan dan hubungan di kehidupan masyarakat dalam iklan dan bagaimana masyarakat mengkonsumsi serta menirukan perilaku *social distancing* yang dianjurkan dalam iklan. Kesimpulan penelitian ini menggunakan tiga dimensi dari teori analisis Norman Fairclough yaitu *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*, yang berarti mengungkap teks yang disampaikan dalam iklan berhubungan dengan kondisi yang terjadi saat ini disekitar masyarakat. *discourse practice* dapat dilihat dari bagaimana masyarakat mengkonsumsi iklan yang mana mereka mudah memahami tayangan iklan dan mengingatnya, sedangkan untuk *sociocultural practice* adalah masyarakat menirukan tindakan dalam iklan. Sehingga tayangan ini membantu dan mengingatkan masyarakat untuk tetap melakukan *social distancing*.

**Kata Kunci:** Analisis, Iklan Layanan Masyarakat, Corona

## ABSTRACT

**Yunita Eka Dharma Pratiwi**, NIM: 16240448. 2020. “Analysis of Corona Opponent Community Service on KompasTV Television and Social Distancing Behavior In Communities in the Jarak Village of Siman District, Ponorogo Regency”

Ads are impressions that often appear in various media. Like advertising in television media along with the development of the era and technology that is increasingly sophisticated a modern makes television advertisement shows more attractive and creative. Because it is which only alrs on the KompasTV. Corona is a dangerous virus that currently attacks the world and its effects can make a person die if it is not immediately overcome. In this advertisement invites people to conduct social distancing behavior, and add to the public’s insight into how dangerous the corona virus is and the importance of social distancing behavior. Norman Fairclough discourse analysis is used to find out how discourse content messages and relationships in public life in advertising and how people consume and mimic social distancing behavior that is recommended in advertising. The conclusion of this study uses three dimensions from Norman Fairclough’s theory of analysis namely text, discourse practice, and sociocultural practice, which means uncovering the text conveyed in advertisements relating to the conditions that are occurring today around that community. Discourse practice can be seen from how people consume advertisements where they easily understand ad impressions and remember them, while for sociocultural practice is the community imitating actions in advertisements. So this show helps and reminds people to keep doing social distancing.

Keywords: Analysis, Public Service Announcements, Corona.