

ABSTRAK

Televisi sebagai sarana komunikasi massa tidaklah bersifat netral. Banyak faktor yang memengaruhi tayangan di televisi, salah satunya subjektivitas pemilik media. Stasiun televisi Media Nusantara Citra Televisi (MNC TV), Global TV, Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), dan iNews TV merupakan stasiun televisi milik MNC Grup yang digunakan oleh Hary Tanoesoedibjo untuk mempromosikan partai politiknya, Persatuan Indonesia (Perindo). Dalam hal ini, Hary Tanoesoedibjo menggunakan kekuasaannya sebagai pimpinan di dua industri tersebut untuk memuluskan kegiatannya berpolitik melalui media massa. Penelitian berjudul “Strategi Politik dalam Lirik ‘Mars Perindo’ di Televisi” ini bertujuan untuk mendeskripsikan analisis teks, analisis praktik wacana dan praktik sosiokultural dalam lirik “Mars Perindo” untuk melihat bagaimana strategi politik partai Perindo direalisasikan melalui lirik “Mars Perindo”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan model analisis wacana kritis Norman Fairclough. Korpus yang digunakan adalah lirik “Mars Perindo” yang tayang dalam iklan di televisi. Sumber data berasal dari tayangan iklan di televisi yang diunduh melalui situs *Youtube*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumenter, sedangkan teknik pengolahan data dilakukan secara kualitatif. Teknik kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan temuan yang muncul analisis teks, analisis praktik wacana dan analisis praktik sosiokultural melalui lirik-larik dalam “Mars Perindo”. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa 1) berdasarkan hasil analisis teks, lirik “Mars Perindo” banyak terdapat penggunaan kosakata kategori verba untuk menyatakan tindakan imperatif, penggunaan pronomina persona kedua tunggal, dan penggunaan bentuk inversi; 2) hasil analisis praktik wacana pada lirik “Mars Perindo” menunjukkan bahwa ditemukan dua pihak yang terlibat, yaitu pencipta lagu dan pemilik media, dan media penyebaran lirik “Mars Perindo” dilakukan melalui iklan di televisi; dan 3) hasil analisis sosiokultural menunjukkan bahwa secara situasional lirik “Mars Perindo” mewakili kondisi yang sedang dialami oleh rakyat Indonesia, dengan membahas perihal kemiskinan dan kesejahteraan. Berdasarkan aspek institusional dan sosial diketahui bahwa kepemilikan institusi media dan politik oleh Hary Tanoesoedibjo serta sistem demokrasi Pancasila yang dianut bangsa Indonesia juga memengaruhi strategi politik dalam lirik “Mars Perindo”.

Kata Kunci: Strategi Politik, Analisis Wacana Kritis, Mars Perindo

ABSTRACT

The nature of television as a means of mass media communication is not neutral. Many factors affecting programs on television, one of the factors is the owner's subjectivity. Media Nusantara Citra Televisi (MNC TV), Global TV, Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), and iNews TV are MNC Group's television stations which are used by Hary Tanoesoedibjo to promote his party, Persatuan Indonesia (Perindo). He uses his power as a director in those two industries to do his political activities through mass media. The aim of this research entitled "Political Strategy in the Lyrics of 'Mars Perindo' on Television" is to describe text, discourse practice, and sociocultural practice in "Mars Perindo" lyrics to see at how political strategy of Perindo party are realized through "Mars Perindo" lyrics. This research uses qualitative method with critical discourse analysis of Norman Fairclough model. The data used is the lyrics of "Mars Perindo" which is presented on electronic advertisement downloaded from Youtube. The data collecting techniques uses documenter method, while data analysing procedure uses qualitative technique. It is used to describe the findings of text, discourse practice and sociocultural practice through line of "Mars Perindo" lyrics. The result of this study has found that: 1) according to text analysis, there are a lot of vocabularies used as verbal categories to represent imperative actions, the use of second personal pronoun singular, and inversion; 2) the result of discourse practice analysis in "Mars Perindo" lyrics shows that there are two parties involved, they are the composer/song writer and the owner of the media, and the dissemination of "Mars Perindo" lyrics through electronic advertisement on TV; and 3) the result of sociocultural analysis shows that situationally "Mars Perindo" lyrics represent the condition of Indonesian citizens, which criticize on poverty and welfare. According to institutional and social aspect, it is known that the possession of media institution and politic by Hary Tanoesoedibjo along with Pancasila democracy system which is employed by Indonesian people also influences political strategy in "Mars Perindo" lyrics.

Keywords: *Political Strategy, Critical Discourse Analysis, Mars Perindo*