

**REPRESENTASI ISLAM DAN KAUM MINORITAS DALAM IKLAN
NIKE YOU CAN'T STOP US
(ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH)**

SKRIPSI



Oleh:

Tiari Yudhis Pratama Ramadhan

NIM : 20150710114

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

**REPRESENTASI ISLAM DAN KAUM MINORITAS DALAM IKLAN
NIKE YOU CAN'T STOP US
(ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Strata Satu
pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh

Tiari Yudhis Pratama Ramadhan

NIM : 20150710114

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiari Yudhis Pratama Ramadhan

NIM : 20150710114

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Representasi Islam dan Kaum Minoritas Dalam Iklan Nike You Can't Stop Us (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)** benar-benar telah dilakukan dan merupakan karya sendiri. Adapun karya ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Tiari Yudhis Pratama Ramadhan
NIM 20150710114

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Representasi Islam dan Kaum Minoritas Dalam Iklan Nike You Can't Stop Us (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)”. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam yang sudah membawa umat Islam menuju jalan yang di ridhai Allah Azza wa Jalla.

Adapun skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan beribu terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yang telah sabar mengasuh dan mendukung semua hal positif yang dilakukan peneliti.
2. Ibu Twediana Budi Hapsari, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan terbaik dalam menyelesaikan skripsi.
3. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu proses penyusunan skripsi, memberikan dukungan serta do'a kepada peneliti.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 23 Juni 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tiari Yudhis Pratama Ramadhan', written in a cursive style.

Tiari Yudhis Pratama Ramadhan

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Masalah dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Pokok Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Kerangka Teori.....	17
2.2.1 Representasi	17
2.2.2 Islam.....	19

2.2.3	Iklan.....	21
2.2.4	Analisis Wacana Kritis.....	25
2.2.5	Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	27
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Pendekatan Penelitian.....	32
3.2	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3	Subjek Penelitian	33
3.4	Operasional Konsep	33
3.5	Teknik Analisis Data	35
3.5.1	Teks	35
3.5.2	Discourse practice	36
3.5.3	Sociocultural practice.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran umum	39
4.2	Analisis Teks	40
4.2.1	Representasi Teks.....	40
4.2.2	Relasi.....	51
4.2.3	Identitas	52
4.3	Analisis Mesostruktur (<i>Discourse Practice</i>)	53
4.3.1	Produksi Teks.....	54
4.3.2	Konsumsi Teks.....	67
4.4	Analisis Makrostruktur (<i>Sociocultural Practice</i>)	72
4.4.1	Situasional.....	73
4.4.2	Institusional	74
4.4.3	Sistem Sosial	75

4.5	Tabel Hasil Dan Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....		89

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Wanita muslim dan seorang membawa asap ‘pelangi’	4
Gambar III.1 Dimensi AWK Norman Fairclough	37
Gambar IV.1 Durasi 00:00.....	41
Gambar IV.2 Durasi 00:11.....	42
Gambar IV.3 Durasi 00:50.....	43
Gambar IV.4 Durasi 00:53.....	43
Gambar IV.5 Durasi 00:55.....	44
Gambar IV.6 Durasi 01:09.....	44
Gambar IV.7 Durasi 01:16.....	45
Gambar IV.8 Durasi 00:28 sisi kiri.....	46
Gambar IV.9 Durasi 00:31 sisi kanan.....	47
Gambar IV.10 Durasi 00:57.....	48
Gambar IV.11 Durasi 00:28 sisi kiri.....	49
Gambar IV.12 Durasi 00:31 sisi kanan.....	49
Gambar IV.13 Simone Manuel.....	55
Gambar IV.14 Simone Manuel poster iklan <i>Nike</i>	56
Gambar IV.15 Serena Williams dan Venus Williams.....	56
Gambar IV.16 Williams bersaudara di iklan <i>Nike</i>	57
Gambar IV.17 Colin Kaepernick (tengah).....	58
Gambar IV.18 Billboard <i>Nike</i> bergambar Colin Kaepernick.....	58
Gambar IV.19 <i>Black Lives Matter</i> 2013.....	59
Gambar IV.20 <i>Black Lives Matter</i> 2020.....	60
Gambar IV.21 LeBron James pembukaan I Promise School.....	60

Gambar IV.22 Lebron James dan <i>Nike Lebron</i>	61
Gambar IV.23 Luvo Manyonga.	62
Gambar IV.24 Luvo Manyonga medali emas 2017.	63
Gambar IV.25 Leo Baker.....	63
Gambar IV.26 Leo Baker di iklan <i>Nike “You Can’t Stop Us”</i>	64
Gambar IV.27 Megan Rapinoe.	65
Gambar IV.28 Megan Rapinoe parade kemenangan 2019.	65
Gambar IV.29 Wieden+Kennedy agensi periklanan.	66
Gambar IV.30 STALKR agensi pencari konten.	66
Gambar IV.31 Yuliana (kanan) di video Opini.id.	66
Gambar IV.32 Ibtihaj Muhammad poster iklan <i>Nike</i> 2018.....	67
Gambar IV.33 Pujian karena terkait soal isu rasisme.	69
Gambar IV.34 Pujian dari lembaga pro LGBT.....	69
Gambar IV.35 Pujian karena terkait dengan situasi.....	69
Gambar IV.36 Pujian dari segi editing.....	69
Gambar IV.37 Menyinggung <i>Nike</i> soal buruh pabrik di China.	70
Gambar IV.38 Menyinggung <i>Nike</i> sebagai merek anti Amerika.	70
Gambar IV.39 Mengkritik adegan wanita muslim dengan LGBT.....	70
Gambar IV.40 Menganggap iklan ini bagus tetapi tidak dengan merek <i>Nike</i>	71
Gambar IV.41 Memuji pembuat iklan ini di luar fakta soal buruh <i>Nike</i> di China.	71
Gambar IV.42 Berbagai media meliput iklan <i>Nike “You Can’t Stop Us”</i>	72
Gambar IV.43 Adegan “ <i>You Can’t Stop Us</i> ” menggambarkan situasi pandemi.	74
Gambar IV.44 Grafik kenaikan saham <i>Nike</i> tahun 2020.	75
Gambar IV.45 Statement dukungan <i>Nike</i> kepada rakyat kulit hitam.....	77
Gambar IV.46 Stonewall Riots 1969.	78

Gambar IV.47 Statement dukungan <i>Nike</i> kepada LGBT.....	79
Gambar IV.48 <i>Nike</i> BETRUE.....	80
Gambar IV.49 <i>Nike</i> “ <i>What Will They Say about You</i> ”.....	81
Gambar IV.50 <i>Nike</i> “ <i>Equality</i> ”.....	82
Gambar IV.51 <i>Nike</i> “ <i>Dream Crazy</i> ”.....	82
Gambar IV.52 <i>Nike</i> <i>Victory Swim</i>	82
Gambar IV.53 <i>Nike</i> <i>Victory Swim</i>	82
Gambar IV.54 <i>Nike</i> <i>Victory Swim</i>	83
Gambar IV.55 <i>Nike</i> “ <i>Fitriya, You Can’t Stop Our Voice</i> ”.....	83
Gambar IV.56 <i>Nike</i> “ <i>You Can’t Stop Our Voice</i> ”.....	83
Gambar IV.57 Kontroversi papan reklame <i>Nike</i> tahun 1995.....	84
Gambar IV.58 Kontroversi sepatu <i>Nike</i> tahun 1997.....	84
Gambar IV.59 Kontroversi sepatu <i>Nike</i> tahun 2019.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel IV-1 Hasil dan pembahasan.	86
---------------------------------------	----