

Wacana *Homo Nationalis* dalam Iklan Minuman NutriSari *Heritage*

Adek Risma Dedeas

Mahasiswa Kajian Budaya dan Media Sekolah
Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Abstract

Discourse of homo nationalis or 'nationality' at NutriSari Heritage drinking ads is full of construction of 'national identity' as a part of Indonesian 'nation'. This ads explains refraction or 'pseudoisation' of ethnicity of representation on discourse of homo nationalis as implication because of be valued majority or full of highest valued (luhung). The refraction might happened because of existence stereotyping toward ethnicity of nation certain. Stereotyping is produced, reproduced, guarded, kept, and even preserved in multiple discourses, in this case at drinking advertisement. Method of this research is qualitative-interpretative within used critical discourse analysis approach. This research use Ruth Wodak critical discourse analysis model. It is used for interpreting and elaborating homo nationalis discourse in narration constructing of 'nationhood'

Keywords: *homo nationalis, nation, ethnicity, advertisement/ads, stereotyping*

Abstrak

Pewacanaan *homo nationalis* atau 'kebangsaan' dalam iklan minuman NutriSari *Heritage* penuh akan konstruksi 'identitas kebangsaan' sebagai bagian dari suatu 'bangsa' Indonesia. Iklan ini memperlihatkan adanya bias-bias atau ke-semu-an representasi etnisitas/suku bangsa dalam mewacanakan *homo nationalis* sebagai implikasi karena 'dianggap' mayoritas atau dianggap 'luhung'. Bias-bias ini, agaknya, terjadi dikarenakan masih adanya pelabelan tertentu (*stereotype*) terhadap etnisitas/suku bangsa tertentu. Pelabelan ini diproduksi, direproduksi, dijaga, dirawat, dan bahkan dilestarikan dalam berbagai pewacanaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif-interpretatif dengan menggunakan pendekatan analisis kritis. Model analisis yang digunakan ialah perspektif wacana kritis ala Ruth Wodak dkk. Analisis wacana kritis digunakan untuk menginterpretasi dan mengelaborasi wacana *homo nationalis* dalam pembentukan narasi 'kebangsaan'.

Kata Kunci: *wacana, homo nationalis, bangsa, etnis, iklan*