

**POLITENESS STRATEGY FOUND IN THE 2014  
PRESIDENTIAL CAMPAIGN OF ABURIZAL BAKRIE  
ADVERTISEMENTS**

**BY:**

**NOVIA PAHLEVI**

**105110101111012**



**STUDY PROGRAM OF ENGLISH  
DEPARTMENT OF LANGUAGES AND LITERATURE  
FACULTY OF CULTURAL STUDY  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
2015**

## ABSTRACT

Pahlevi, Novia. 2014. **Politeness Strategy Found in the 2014 Presidential Campaign of Aburizal Bakrie Advertisements.** Study Program of English, Department of Languages and Literature, Faculty of Cultural Studies, Universitas Brawijaya, Malang. Supervisor: Indah Winarni. Co-Supervisor: Endang Sasanti.  
Key words: Politeness, Face Threatening Act, Politeness Strategy and Aburizal Bakrie.

Language is a tool of communication and while communicating people need to know "the rule" and one of which is politeness. One of important people who must be use politeness strategy is politicians. Nowadays, politician doing political campaign is by use advertisement as a tool to promote themself. There are two problems to be solved: (1) What face threatening acts are performed in the 2014 presidential campaign of Aburizal Bakrie advertisements? (2) What politeness strategies are performed to minimize the threat?. These problems are answered by using the theory of politeness strategy proposed by Brown and Levinson (1987).

This study used qualitative approach in document analysis. The data were collected from 7 advertisement wich were shown on television from March 2013 until January 2014. In the form of transcript of the advertisement downloaded from [www.youtube.com](http://www.youtube.com) in March 2014

The researcher found 18 utterances contain face threatening acts (FTA). Out of those utterances, 11 utterances contain negative FTA and 7 utterances contain positive FTA. The negative FTA are in the form orders and request, suggestion and advice, remaindings, promises, expressing thanks. The positive FTA are bringing a bad news or good news (boasting) about the speaker, increases or rising of dangerously emotional topics that relate to politics, race and religion and complimenting others. While in politeness strategies, the researcher found that 29 utterances containing positive politeness strategy which are; 1 notice-attend to the addressees, exaggerate, use in group identity markers, seek agreement, presuppose/raise/assert common ground, assert or presuppose the speaker's knowledge of and concern for addressee's wants, offer-promise, be optimistic, include both S&H in the activity and 3 give gifts to the hearer. The researcher did not find utterances contain negative politeness strategy. In this advertisements, the speaker mostly use negative face threatening act and positive politeness strategy to influence the hearer.

It is very important for the people to know more closely about the personality of the speaker as president candidate and to be a smart elector after know what kind of face and politeness strategy that speaker shows. While for the the next researchers, who investigate the same area of study use another theory of politeness strategy and use another aspect of the object of advertisement for example advertisement on radio or text advertisement like billboard, magazine and newspaper.

## ABSTRAK

Novia, Pahlevi. 2014. **Strategi Kesopanan Dalam Iklan Kampanye Presiden Aburizal Bakrie 2014**. Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Brawijaya. Pembimbing (I): Indah Winarni. Pembimbing (II) Endang Sasanti.

Kata Kunci: kesopanan, perbuatan mengancam muka, strategi kesopanan dan Aburizal Bakrie

Bahasa adalah sebuah alat komunikasi dan dalam melakukan komunikasi mereka harus tahu “aturan” dan salah satunya adalah kesopanan. Salah satu orang penting yang harus menggunakan strategi kesopanan adalah politisi. Sekarang, politisi melakukan kampanye politik lewat iklan sebagai alat untuk mempromosikan diri mereka. Ada dua masalah yang harus dipecahkan: (1) jenis perbuatan mengancam muka apa yang ditunjukkan dalam iklan kampanye presiden Aburizal Bakrie 2014? (2) strategi kesopanan apa yang ditunjukkan untuk mengurangi ancaman?. Masalah ini di jawab dengan menggunakan teori strategi kesopanan yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson (1987).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di dalam analisis dokumen. Data penelitian ini dikumpulkan dari 7 iklan yang sudah muncul di televisi mulai bulan Maret 2013 sampai bulan Januari 2014. Data tersebut adalah catatan iklan yang di unduh dari [www.youtube.com](http://www.youtube.com) pada bulan Maret 2014.

Peneliti menemukan 18 kalimat mengandung perbuatan mengancam muka. Dari jumlah tersebut, 11 kalimat mengandung perbuatan mengancam muka negatif dan 7 kalimat mengandung perbuatan mengancam muka positif. Perbuatan mengancam muka negatif yakni pesan dan permintaan, saran dan nasehat, mengingatkan, janji, pernyataan terima kasih. Perbuatan mengancam muka positif yakni membawa berita buruk atau baik (membual) tentang pembicara, menambahkan atau menaikkan topik emosional yang berbahaya terkait dengan politik, ras dan agama, dan memuji orang lain. Sedangkan di dalam strategi kesopanan, peneliti menemukan 29 kalimat mengandung strategi kesopanan positif yakni peringatan-mengurus untuk pendengar, melebih-lebihkan, menggunakan identitas grup, mencari persetujuan, mengisyaratkan/menaikkan/menyatakan hal yang biasa, menyatakan atau mengisyaratkan pengetahuan pembicara dan perhatian kepada permintaan pendengar, menawarkan-janji, menjadi optimis, pembicara dan pendengar melakukan satu aktifitas dan memberi hadiah kepada pendengar. Peneliti tidak menemukan kalimat yang mengandung strategi kesopanan negatif. Dalam iklan ini, kebanyakan pembicara menggunakan perbuatan mengancam muka negatif dan starategi kesopanan positif.

Ini sangat penting bagi orang untuk mengenal lebih dekat tentang kepribadian pembicara sebagai calon presiden dan menjadi pemilih yang pintar setelah mengetahui apa saja perbuatan mengancam muka dan apa saja strategi kesopanan yang telah di tunjukkan oleh pembicara dan menggunakan aspek lainnya dalam objek iklan contohnya iklan di radio atau iklan teks seperti papan iklan, majalah dan koran.

## REFERENCES

- Ary at al.(2002).Introduction to Research in Education.  
Stamford:wadsworth/Thomson Learning
- Ary at al.(2010).*Introduction to Research in Education*. Eight edition.Wadsworth  
Language Learning.
- Berg, Bruce L.(2001).*Qualitative Research Methods for the Social Sciences*.Fourth  
edition.California State University
- Biografi Aburizal Bakrie pengusaha. (2013).Retrieved March 1,2014 from  
<http://biografi- orang-sukses-dunia.blogspot.com>
- Brady,E. Henry and Jhonson, Richard.The Study of Political Campaign.
- Brown, Penelope and Levinson, Stephen C.(1987).*Politeness;Some Universals in  
Language Use*.Cambridge University Press
- Mulyowati , Esa Wening.(2012).*Politeness Strategy Used by The President  
Candidates of Indonesia in 2009 Political Advertisement*. Faculty of Cultural  
Study.Universitas Brawijaya.
- Putri , Andita Wulandari.(2014).*Politeness Strategies Performed by Lecturers in  
Proposal Seminars in English Study Program Faculty of Cultural Studies at  
Universitas Brawijaya*. Faculty of Cultural Study.Universitas Brawijaya.
- Yule, George.(1996).*Pragmatics*.Oxford:Oxford University Express
- <http://www.youtube.com/watch?v=JrZpnGYZa-s>
- <http://www.youtube.com/watch?v=vwQ6aqPxV98>
- [http://www.youtube.com/watch?v=\\_IsdnI1q8NE](http://www.youtube.com/watch?v=_IsdnI1q8NE)
- <http://www.youtube.com/watch?v=7Xq4CimbOr8>

<http://www.youtube.com/watch?v=UhZUPrB5YfE>

[http://www.youtube.com/watch?v=7lhJdx-Fn\\_M](http://www.youtube.com/watch?v=7lhJdx-Fn_M)

<http://www.youtube.com/watch?v=o-KrIDLxAVU>

<http://www.youtube.com/watch?v=hxXEXFVKWb8>