



**WACANA IKLAN KAMPANYE CALON LEGISLATIF 2014  
KABUPATEN JEMBER: WUJUD, MODUS, DAN IMPLIKATUR**

**SKRIPSI**

**Disi Murdiana  
NIM 100210402063**

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2015**



**WACANA IKLAN KAMPANYE CALON LEGISLATIF 2014  
KABUPATEN JEMBER: WUJUD, MODUS, DAN IMPLIKATUR**

**SKRIPSI**

Di ajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (S1) dan mencapai gelar sarjana pendidikan

**Oleh:**

**Disi Murdiana**

**NIM 100210402063**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
JURUSAN PENDIDIKAN BAHASA DAN SENI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2015**

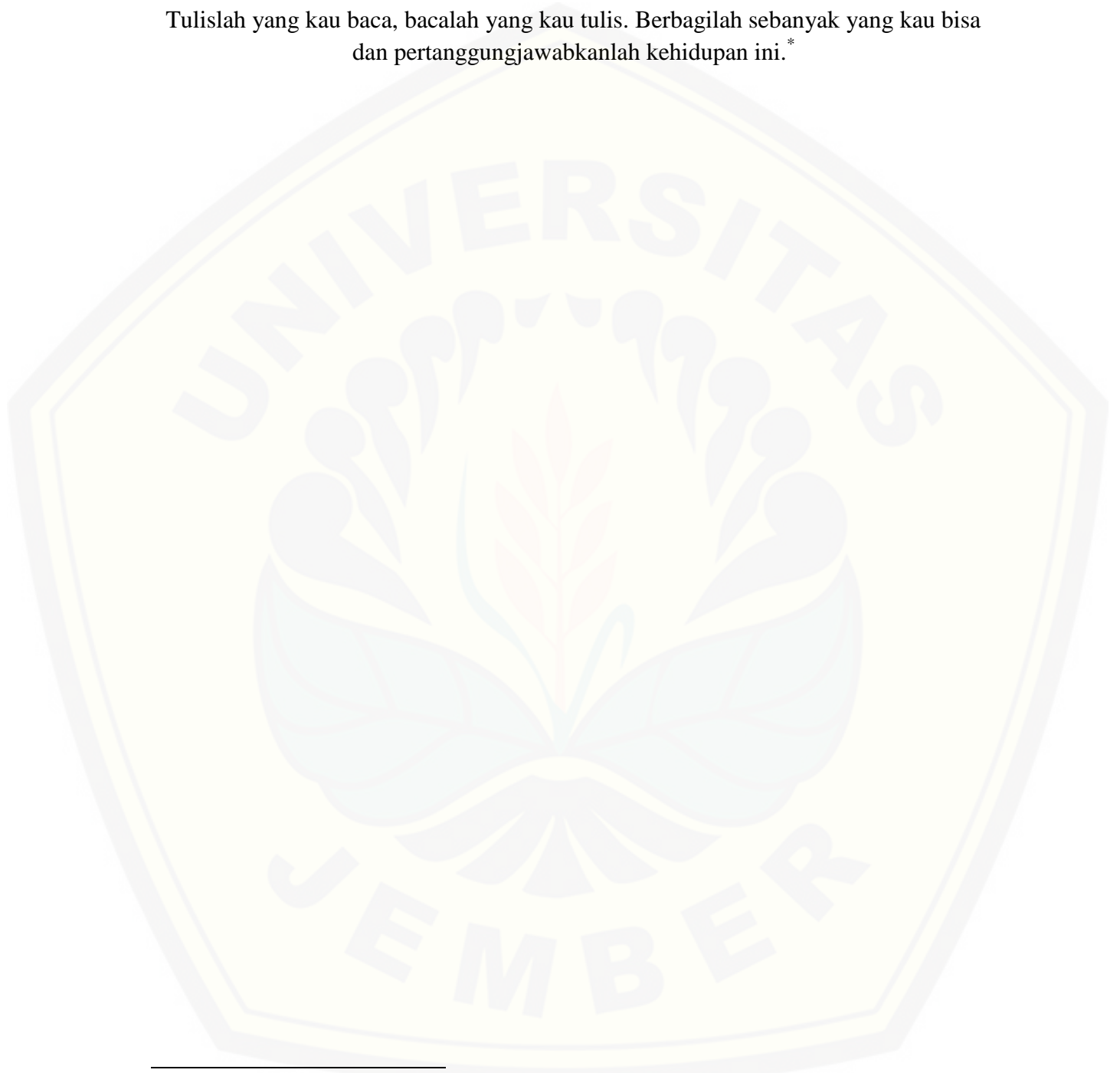
PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Bahrim dan Ibu Murani yang senantiasa memberikan nasihat, doa dan dukungan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Guru-guru dari SD, SMP, SMA, hingga Perguruan Tinggi yang telah mendidik dan memberikan ilmunya dengan penuh kesabaran.
3. Almamater Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

**MOTO**

Tulislah yang kau baca, bacalah yang kau tulis. Berbagilah sebanyak yang kau bisa dan pertanggungjawabkanlah kehidupan ini.\*



---

\*Rahman, A. 2014. Wikipedia Andi Arsyil Rahman [serial on line]. [http://id.m.wikipedia.org/wiki/Andi\\_Arsyil\\_Rahman](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Andi_Arsyil_Rahman). [11 September 2014]

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Disi Murdiana

NIM : 100210402063

menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul: *Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember: Wujud, Modus, dan Implikatur* adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak mana pun, serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember,.....  
Yang menyatakan,

Disi Murdiana

**HALAMAN PENGAJUAN**

**Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember:  
Wujud, Modus, dan Implikatur**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Disi Murdiana  
NIM : 100210402063  
Angkatan Tahun : 2010  
Daerah Asal : Jember  
Tempat, tanggal lahir : Samarinda, 02 Desember 1991  
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni  
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd  
NIP. 195707131983031004

Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd  
NIP. 197902072008122002

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember: Wujud, Modus, dan Implikatur “ telah diuji dan disahkan oleh Progam Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari, Tanggal :

Tempat :

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Anita Widjajanti, S.S., M.Hum  
NIP 197104022005012002

Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd.  
NIP 197902072008122002

Anggota I

Anggota II

Dr. Arju Muti'ah, M.Pd  
NIP 196003121986012001

Drs. Mujiman Rus Andianto, M.Pd  
NIP. 195707131983031004

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Prof. Dr. Sunardi, M. Pd  
NIP 19540501 198303 1 005

## RINGKASAN

### **Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember:**

**Wujud, Modus, dan Implikatur;** Disi Murdiana; 100210402063; 153 halaman; Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan; Universitas Jember.

Menjelang Pemilu, khususnya pemilu legislatif (pileg) di seluruh penjuru tanah air banyak dijumpai pemasangan atribut iklan dari calon legislatif (caleg) dari berbagai partai politik (parpol). Iklan kampanye termasuk dalam kategori wacana Hortatori, sifatnya persuasif. Untuk meningkatkan pamor dan menarik simpati masyarakat pemilih/konstituen, tim sukses/caleg memasang iklannya dengan wujud yang menarik, modus tertentu, dan mengandung pesan-pesan yang tersirat dalam mempengaruhi masyarakat calon pemilih. Berdasarkan penjelasan tersebut, masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah (1) bagaimanakah wujud wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember; (2) bagaimanakah modus tindak berbahasa dalam wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember; dan (3) bagaimanakah implikatur dalam wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember.

Pemilihan wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember sebagai objek analisis karena; (1) menampilkan informasi persuasif yang di dalamnya terdapat strategi komunikasi berbahasa yang kontekstual; (2) mengandung modus untuk menyampaikan gagasan, pikiran, dan perasaan yang efektif dalam menarik konstituen; (3) mengandung implikatur yang mempengaruhi masyarakat calon pemilih; Berdasarkan hal tersebut tampak bahwa wacana iklan kampanye para caleg menarik untuk diteliti dan dikaji dari wujud wacana, modus, dan implikatur. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan rancangan kualitatif. Data dalam penelitian ini berupa tulisan, gambar dan konteks iklan kampanye luar ruang



calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember yang diindikasikan menunjukkan wujud, modus dan implikatur. Sumber data adalah iklan kampanye luar ruang caleg 2014 di lokasi penelitian dengan jumlah 52 iklan dari semua partai, data berbentuk baliho, selebaran, spanduk, poster berukuran kecil sampai berukuran paling besar yang terpampang di pinggir jalan dan tempat umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wujud iklan politik para caleg yang paling banyak ditemukan yakni wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, visi dan misi, identitas diri disertai tanda non lingual gambar foto caleg dan logo partai. Modus ditemukan dalam tiga kategori yang meliputi; (1) modus deklaratif; (2) modus optatif; (3) modus imperatif. Modus yang paling banyak ditemukan yakni modus deklaratif. Dari wujud iklan dan modus diperoleh implikatur. meliputi; (1) implikatur mengumbar janji; (2) implikatur membohongi; (3) implikatur menyindir; dan (4) implikatur memamerkan diri; (5) implikatur orientasi visi dan misi. Implikatur yang banyak ditemukan adalah mengumbar janji dan implikatur orientasi visi dan misi caleg di mata masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti meliputi; (1) Mahasiswa FKIP Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini disarankan menjadi bahan referensi dalam diskusi dan pendalaman mata kuliah Analisis Wacana. (2) Guru bahasa Indonesia, sebaiknya menggunakan penelitian ini sebagai referensi dalam mengungkapkan informasi dari rangkuman teks berita, slogan/poster. (3) Peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti wacana iklan kampanye calon legislatif, penelitian ini sebaiknya dicermati atau dikembangkan lebih lanjut untuk menemukan fokus kajian lain (rumusan masalah lain) secara lebih rinci, misalnya dari sisi ragam bahasanya dan tindak bahasanya yang predikatif. (4) Masyarakat dalam melihat iklan kampanye caleg seyogyanya lebih logis dan kritis sesuai dengan hati nurani dan realita ketika memilih caleg periode tahun 2014 dan periode selanjutnya.

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul *Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember: Wujud, Modus, dan Implikatur*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Maka, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada;

- (1) Prof. Dr. Sunardi, M. Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
- (2) Dr. Arju Muti'ah, M.Pd., selaku dosen pembahas, yang telah membimbing penulis selama masa studi;
- (3) Drs. Mujiman Rusandianto, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Utama yang bersedia meluangkan waktu, memberikan perhatian dan inspirasi selama membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
- (4) Furoidatul Husniah, S.S., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Anggota yang senantiasa memberikan pandangan, pengarahan dan bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi;
- (5) Anita Widjajanti, S.S., M. Hum., selaku dosen pembahas yang memberikan pandangan sehingga skripsi yang penulis buat menjadi lebih baik.
- (6) Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama menjadi mahasiswa;
- (7) Kedua orang tuaku, Bapak Muhammad Bahrim dan Ibu Murani yang senantiasa memberikan nasihat, doa dan dukungan yang tiada henti untuk keberhasilan putrimu selama ini ;
- (8) Guruku mulai dari SD, SMP, SMA, Bimbingan Belajar dan Perguruan Tinggi.

(9) Teman-teman PBSI 2010 yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini;

Semoga Tuhan memberikan balasan yang lebih besar atas segala ilmu yang telah diberikan ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terimakasih.

Jember, .....

Penulis

**DAFTAR ISI**

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGAJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Definisi Operasional .....</b>	<b>7</b>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Pengertian Wacana .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Syarat-syarat Wacana.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 Analisis Wacana .....</b>	<b>10</b>
<b>2.4 Klasifikasi Wacana.....</b>	<b>11</b>
<b>2.5 Wujud Wacana.....</b>	<b>13</b>
<b>2.6 Konteks.....</b>	<b>14</b>

2.7 Modus Tindak Berbahasa .....	17
2.8 Implikatur .....	20
2.9 Wacana Iklan Kampanye .....	22
2.10 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian .....	25
3.2 Lokasi Penelitian .....	26
3.3 Data dan Sumber Data .....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	26
a. Metode Observasi .....	26
b. Metode Dokumentasi .....	27
c. Metode Pencatatan .....	27
3.4 Metode Analisis Data .....	27
a. Seleksi data.....	28
b. Pengolahan data.....	28
3.5 Instrumen Penelitian.....	29
3.6 Prosedur Penelitian .....	29
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Wujud Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif.....	31
4.1.1 Wujud Wacana Campuran berupa Tulisan dan Gambar Caleg .....	32
4.1.2 Wujud Wacana Campuran berupa Tulisan, Gambar Caleg, dan Logo Partai .....	34
gambar caleg, dan logo partai .....	37
4.1.2 Wujud Wacana Campuran berupa Tulisan, Gambar Caleg, Logo Partai, dan Tokoh masyarakat .....	38
partai, dan tokoh masyarakat .....	39

<b>4.2 Modus Tindak Berbahasa Iklan Kampanye Calon Legislatif</b>	<b>46</b>
4.2.1 Modus Deklaratif.....	46
4.2.2 Modus Optatif .....	50
4.2.3 Modus Imperatif .....	52
<b>4.3 Implikatur Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif .....</b>	<b>55</b>
4.3.1 Implikatur dari caleg Laki-laki.....	55
4.3.2 Implikatur dari caleg Perempuan .....	59
<b>BAB 5. KESIMPULAN</b>	
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>63</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>64</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
<b>Lampiran 1. Matrik Penelitian .....</b>	<b>67</b>
<b>Lampiran 2. Instrument Penelitian .....</b>	<b>68</b>
<b>Lampiran 3. Tabel Pemandu Pengumpul Data .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran 4. Tabel Pemandu Analisis Data.....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 5. Tabel Pemandu Analisis Wujud, Modus, dan Implikatur...</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran 6. Gambar Data.....</b>	<b>148</b>
<b>Lampiran 6. Autobiografi .....</b>	<b>154</b>

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

Pada bab ini dipaparkan hal-hal yang berkaitan dengan pendahuluan yang meliputi: (1) latar belakang; (2) rumusan masalah; (3) tujuan penelitian; (4) manfaat penelitian; (5) definisi operasional.

### **1.1 Latar Belakang**

Bahasa mempunyai fungsi utama sebagai alat komunikasi antarmanusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari kegiatan berkomunikasi atau berbahasa. Hampir tidak ada kegiatan manusia tanpa bahasa. Tanpa bahasa manusia kesulitan dalam mengungkapkan pikiran, ide, gagasan, dan perasaan pada orang lain. Tarigan (2009:4) mengemukakan bahwa manusia mempergunakan bahasa sebagai sarana komunikasi vital dalam hidup ini. Pernyataan tersebut mempertegas fungsi utama bahasa dalam kehidupan manusia sebagai alat komunikasi. Dalam penggunaannya pada masyarakat luas, bahasa juga digunakan oleh individu untuk menyampaikan informasi, baik berupa ide, harapan, kritikan, maupun opini untuk membentuk suatu wacana tertentu dalam masyarakat.

Menjelang Pemilu, khususnya pemilu legislatif (pileg) di seluruh penjuru tanah air banyak dijumpai pemasangan atribut iklan dari calon legislatif (caleg) dari berbagai partai politik (parpol). Iklan yang disebar di mana-mana itu adalah semacam aktivitas berpromosi yang dilakukan parpol/caleg untuk menarik perhatian masyarakat pemilih atau konstituen. Suatu organisasi politik sangat erat kaitannya dengan penggunaan bahasa untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat.

Pemilu Legislatif tahun 2014 diawali dengan kampanye dari masing-masing calon anggota legislatif (caleg). Kampanye pemilu merupakan proses menyampaikan pesan-pesan politik. Melalui kampanye suatu partai politik dapat menyampaikan program, mengkritik, dan membangkitkan simpati dan emosi massa. Hal ini merupakan salah satu cara untuk menarik simpati massa dalam mendapatkan dukungan dari masyarakat. Sastropoetro (1991:119) menyatakan bahwa kampanye



adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan secara intensif dalam jangka waktu tertentu secara berencana dan sinambung dalam rangka mempengaruhi suatu pihak. Iklan kampanye termasuk dalam kategori wacana Hortatori, yaitu wacana yang digunakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca agar tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Sifatnya persuasif.

Setiap partai politik selalu berusaha menemukan cara-cara paling efektif untuk merekrut sebanyak-banyaknya konstituen. Salah satu cara untuk merekrut konstituen tersebut yaitu melalui pesan-pesan dalam iklan dari para kandidat. Pesan-pesan tersebut pun bervariasi baik bentuknya maupun media yang digunakan. Media iklanlah yang banyak dipilih para kandidat. Iklan menurut kamus besar bahasa Indonesia (2005:263) merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan atau pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa atau di tempat umum. Media iklan yang digunakan para caleg antara lain media cetak, media elektronik, dan media luar ruang. Media yang dipilih dalam penelitian ini adalah media luar ruang, seperti poster, baliho, selebaran, spanduk, yang berukuran kecil sampai yang berukuran paling besar yang terpampang di pinggir jalan dan tempat-tempat umum, sehingga dapat terbaca oleh masyarakat.

Untuk meningkatkan pamor dan menarik simpati masyarakat pemilih/konstituen, tim sukses/caleg memasang iklannya dengan wujud yang menarik. Perwujudan tersebut nampak pada tanda lingual dan non lingual yang unik dan menarik. Tanda lingual misalnya berupa tulisan, sedangkan tanda non lingual misalnya berupa gambar foto, logo, dan warna. Hal tersebut dianggap cara yang paling efektif untuk memperkenalkan kandidat kepada pihak konstituen.

Pembaca iklan (konstituen) tidak hanya sekedar memahami makna kata-kata yang disampaikan oleh pengiklan tetapi juga konteks yang digunakan dalam wacana tersebut. Konteks merupakan berbagai informasi sekitar penggunaan bahasa yang ikut menentukan makna suatu ujaran, misalnya waktu, tempat, dan situasi. Konteks sangat berpengaruh dalam menafsirkan maksud tindak berbahasa. Tindak berbahasa akan

berbeda bentuk dan maknanya apabila diutarakan pada konteks yang berbeda. Tanpa memperhatikan konteks, dapat terjadi kesalahpahaman dalam komunikasi. Jadi konteks sangat penting dalam berkomunikasi karena pada dasarnya konteks adalah salah satu kunci untuk memahami sebuah tindak bahasa .

Pesan dalam suatu iklan memiliki tujuan informatif dan persuasif, yaitu memberikan informasi sekaligus mempengaruhi masyarakat. Maksud-maksud yang terdapat pada iklan tidak jarang mengandung maksud tersirat (implikatur) dan juga modus. Penggunaan modus dalam suatu tindak berbahasa tidak bermaksud mengubah maksud tuturan, tetapi hanya sebagai salah satu cara penyampaian suatu maksud. Berikut terdapat contoh iklan politik salah satu caleg di Kabupaten Jember.



**Gambar 1**

*Indonesia Kuat*

*KERJA*

*NYATA*

*BERSAMA*

*8 PAN*

*“Setengah Gaji Saya Untuk Rakyat”*

*8 Muhammad Rodli Kaelani*

*Calon Anggota DPR RI Daerah Pemilihan Jawa Timur IV  
(Kab. Lumajang dan Kab. Jember)*

Pada gambar 1, iklan disampaikan oleh Muhammad Rodli Kaelani atau tim sukses dari caleg tersebut. Iklan dimunculkan pada bulan Februari 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Jalan Rengganis desa Rambigundam Kecamatan Rambipuji berbentuk poster politik. Secara visual didapatkan poster politik dengan dominan warna biru. Di pojok kiri atas terdapat jargon bertuliskan *Indonesia Kuat kerja nyata bersama PAN* dengan logo dari partai PAN bernomor 8. Dalam iklan politik tersebut terlihat pula foto caleg nampak dengan pose tersenyum dengan mengenakan pakaian kemeja berwarna putih serta memakai kopyah berwarna hitam. Di bagian gambar caleg tepatnya dada sebelah kanan terdapat tulisan "*Setengah Gaji Saya Untuk Rakyat*". Di bagian bawahnya terdapat keterangan identitas diri caleg Muhammad Rodli Kaelani Calon Anggota DPR RI Daerah Pemilihan Jawa Timur IV (Kab. Lumajang dan Kab. Jember) beserta nomor urut caleg 8 dengan ukuran besar dan berwarna merah terang.

Berdasarkan deskripsi gambar iklan politik tersebut wujud iklan di atas adalah wujud campuran antara tanda lingual dengan tanda nonlingual. Perwujudan tersebut ditampilkan dengan rancang grafis yang cukup sederhana berupa tulisan disertai gambar foto caleg, ketua umum, dan logo partai berlatar belakang warna biru. Sosok caleg ditonjolkan dengan tampilan yang sederhana menggunakan kemeja putih lengkap dengan kopyah identik dengan pencitraan sosok orang yang religius dan sopan santun diharapkan mampu mendongkrak citra positif diri caleg, sehingga masyarakat semakin percaya untuk memilih caleg tersebut. Warna latar belakang biru serta gambar logo partai PAN menandakan bahwa caleg merupakan kandidat yang berasal dari partai PAN bernomor urut 8.

Upaya menarik perhatian konstituen, disampaikan tim sukses/caleg dengan menggunakan modus deklaratif berupa pernyataan janji gaji untuk rakyat dalam iklan politiknya, yakni menyatakan *Janji Setengah Gaji untuk Rakyat* oleh caleg Muhammad Rodli Kaelani jika terpilih sebagai anggota DPR periode 2014-2019. Caleg/Timsukses sengaja menggunakan modus tersebut dalam iklannya. Hal ini guna menarik simpati konstituen khususnya warga desa Rambigundam ataupun warga

yang berlalu lalang di sekitar pemasangan poster politik tersebut tertarik untuk memilih Muhammad Rodli Kaelani pada pemilu legislatif 2014.

Implikatur pada data gambar yaitu; (1) implikatur mengumbar janji, (2) implikatur membohongi, dan (3) implikatur orientasi visi dan misi. Seorang caleg tentu saja menghabiskan dana yang cukup besar dalam menjalankan kampanye-kampanyenya. Anggota Legislatif walaupun merupakan wakil rakyat namun mereka bekerja untuk mendapatkan gaji yang besar guna memenuhi semua kebutuhannya dan mengantikan uang kampanyenya. Gaji anggota legislatif yang besar beserta semua fasilitas mewah yang diberikan merupakan salah satu faktor banyaknya orang yang mencalonkan diri sebagai caleg. Begitu banyak janji-janji yang seakan akan bermakna manis. Namun mungkin saja caleg memang mempunyai visi dan misi ingin membantu perekonomian rakyat dengan memberikan setengah gajinya untuk rakyat ketika terpilih kelak. Karena caleg beserta istrinya Susilowati Moko dan beberapa sahabatnya mendirikan Lembaga Kemanusiaan Sahabat Hati, yang merupakan lembaga sosial yang bergerak pada pemberdayaan ekonomi, pendidikan dan advokasi bencana. Oleh karena itu rakyat sebagai pemilih harus benar-benar cermat dalam menentukan pilihannya.

Pemilihan wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember sebagai objek analisis karena; (1) menampilkan informasi persuasif yang di dalamnya terdapat strategi komunikasi berbahasa yang kontekstual; (2) mengandung modus untuk menyampaikan gagasan, pikiran, dan perasaan yang efektif dalam menarik konstituen; (3) mengandung implikatur yang mempengaruhi masyarakat calon pemilih; Berdasarkan hal tersebut tampak bahwa wacana iklan kampanye para caleg menarik untuk diteliti dan dikaji dari wujud wacana, modus, dan implikatur. Oleh sebab itu, peneliti mengangkat judul **“Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember: Wujud, Modus, dan Implikatur”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1) Bagaimanakah wujud wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 Kabupaten Jember?
- 2) Bagaimanakah modus tindak berbahasa dalam wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 Kabupaten Jember?
- 3) Bagaimanakah implikatur dalam wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 Kabupaten Jember?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang baik haruslah memiliki tujuan yang baik dan jelas serta memiliki arah dan tujuan yang tepat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Wujud wacana iklan kampanye para calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember.
- 2) Modus tindak berbahasa yang terdapat dalam wacana iklan kampanye calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember.
- 3) Implikatur yang terdapat dalam wacana iklan kampanye calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

- 1) Bagi mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan diskusi dalam mata kuliah analisis wacana.

- 2) Bagi Guru SMP, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pengayaan dan pengembangan materi pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII dengan Standar Kompetensi (SK) 12. Mengungkapkan informasi dalam bentuk rangkuman teks berita, slogan/poster.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk dapat dikembangkan.

### **1.5 Definisi Operasional**

Definisi operasional diberikan dengan tujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman antara penulis dan pembaca mengenai pernyataan beberapa istilah dalam penelitian ini. Istilah-istilah tersebut sebagai berikut.

- 1) Wacana iklan kampanye adalah bentuk wacana informatif persuasif yang bersifat situasional untuk menarik simpati massa, mendapatkan dukungan dan mendapatkan anggota.
- 2) Konteks adalah situasi atau setiap latar belakang pengetahuan yang diperkirakan dimiliki dan disetujui bersama oleh pembicara (penulis) dan penyimak (pembaca) serta menunjang interpretasi pembaca terhadap apa yang dimaksud penulis dengan suatu ucapan (tulisan) tertentu.
- 3) Wujud wacana adalah bentuk yang ditampilkan (tampak) pada iklan calon legislatif berupa tanda lingual dan non lingual.
- 4) Modus adalah pengungkapan atau penggambaran suasana psikologi perbuatan menurut tafsiran si pembicara atau sikap si pembicara tentang apa yang diucapkannya.
- 5) Implikatur adalah maksud, keinginan, atau ungkapan-ungkapan yang tersembunyi atau menyatakan sesuatu yang berbeda dengan apa yang sebenarnya diutarakan.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini meliputi: (1) pengertian wacana; (2) syarat-syarat wacana; (3) analisis wacana; (4) klasifikasi wacana; (5) wujud wacana; (6) konteks; (7) modus; (8) implikatur; (9) wacana iklan kampanye; (10) hasil penelitian terdahulu.

### 2.1 Pengertian Wacana

Secara etimologis istilah wacana berasal dari bahasa sansekerta *wac* atau *wark* atau *vac* yang artinya “berkata”. Kata tersebut kemudian mengalami perubahan atau perkembangan menjadi wacana. Menurut Kridalaksana (dalam Mulyana, 2005:5) wacana adalah satuan bahasa terlengkap yang dalam hierarki kebahasaan dan merupakan satuan gramatikal tertinggi dan terbesar. Chaer (2007:267) menyatakan bahwa wacana adalah satuan bahasa yang lengkap yang didalamnya terdapat konsep, gagasan, pikiran atau ide yang utuh yang bisa dipahami pembaca atau pendengar. Webster (dalam Mulyana 2005:130) memperluas makna wacana berkaitan dengan kata, kalimat, atau ungkapan komunikatif, baik secara lisan atau tertulis. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Mulyono (dalam Djajasudarma, 2006:3) wacana adalah kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi yang lain dan membentuk satu kesatuan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa wacana adalah satuan bahasa terlengkap dan tertinggi di atas kalimat atau klausa dengan kohesi dan koherensi tertinggi yang berkesinambungan, yang mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan dan tertulis. Sebuah wacana baik lisan maupun tulis mempunyai keteraturan, baik keteraturann formal (kohesi) maupun keteraturan pola pikir lewat logika isi (koherensi). Kohesi diperlukan untuk menata keteraturan pola pikir lewat kaidah bahasa secara formal. Pada koherensi, keteraturan wacana dimunculkan lewat penataan pola pikir sistematis dan masuk akal.

## 2.2 Syarat-syarat Wacana

Untuk dapat berdiri sebagai wacana, beberapa ahli wacana menyebutkan syarat-syarat yang relatif beragam, tetapi tidak bertentangan dan justru saling melengkapi. Wacana akan terbentuk apabila memenuhi persyaratan (1) topik, (2) tuturan pengungkap topik, (3) kohesi dan koherensi, (4) tujuan (fungsi), (5) keteraturan, dan (6) konteks dan ko-teks. Menurut Oka dan Suparno (1994:260-270) ada tiga persyaratan pokok yang menentukan terbentuknya wacana, yaitu (1) topik, (2) tuturan pengungkap topik, dan (3) kohesi dan koherensi.

Sebuah wacana, menurut Widowson (1978:22) mempunyai dua hal penting, yaitu proposisi (sejajar dengan topik) dan tindak tutur (tuturan pengungkap topik). Sebuah wacana mengungkapkan satu jenis proposisi, yakni topik atau persoalan yang ditutur oleh peserta tutur. Pada saat mengekspresikan proposisi, peserta tutur itu melakukan tindak tutur tertentu (tuturan pengungkap topik), misalnya tindak ilokusi.

Sebuah wacana biasanya ditata secara serasi dan ada kepaduan antara unsur yang satu dengan yang lain dalam wacana (kohensi), sehingga tercipta pengertian yang baik (koherensi). Unsur kohesi tersebut misalnya dicapai dengan hubungan sebab-akibat, baik antarklausa maupun antarkalimat (Depdikbud, 1988:343-350).

Tindak berbahasa dalam peristiwa komunikasi mempunyai tujuan atau fungsi tertentu. Fungsi tersebut menurut van Ek (dalam Sukatman, 2012:6) untuk (1) tukar-menukar informasi faktual, misalnya untuk mengenali sesuatu, bertanya, dan melaporkan, (2) mengungkapkan informasi intelektual, misalnya: tahu--tidak tahu, ingat--tidak ingat, setuju—tidak setuju, (3) mengungkapkan sikap atau emosi tertentu, misalnya: berminat—kurang berminat, heran—tidak heran, takut—tidak takut, simpati—tidak simpati, cemas—tidak cemas, dan sejenisnya, (4) mengungkapkan sikap moral, misalnya: minta maaf, merasa menyesal, (5) meyakinkan atau mempengaruhi, misalnya memberi saran, memberi nasihat, atau memberi peringatan, (6) asosiasi, misalnya: memperkenalkan dan menyapa.



Sebuah wacana hadir dalam konteks tertentu. Konteks wacana terbentuk dari beberapa unsur, yaitu situasi pembicaraan, pembicara, pendengar, waktu, topik, tempat, adegan, peristiwa, bentuk amanat, kode, dan saluran wicara. Bentuk amanat yang dimaksud dapat berupa surat, esai, iklan, pemberitahuan, atau pengumuman. Kode adalah bahasa yang dipakai dalam wacana, misalnya bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan sebagainya. Saluran wicara yang dimaksud adalah media yang digunakan untuk memproduksi wacana, misalnya: telepon, televisi, dan radio

### **2.3 Analisis Wacana**

Analisis wacana menurut Soeseno (1993:21) adalah cabang ilmu bahasa yang dikembangkan untuk menganalisis suatu unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Menurut Cahyono(1995:227) analisis wacana membahas bagaimana pemakai bahasa mencerna apa yang ditulis oleh para penulis dalam buku-buku teks, memahami apa yang disampaikan penyapa secara lisan dalam percakapan, atau mengenal wacana secara koheren dan tidak koheren, dan berhasil berperan serta dalam kegiatan yang disebut percakapan. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Soeseno (dalam Cahyono, 1995:227) yang menyatakan bahwa analisis wacana berusaha mencapai makna yang persis sama atau paling tidak sangat dekat dengan makna yang dimaksud oleh pembicara dalam wacana lisan, atau oleh penulis dalam wacana tulis.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan analisis wacana adalah ilmu yang mengkaji organisasi wacana di atas tingkat kalimat atau klausa. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa analisis wacana mengkaji satuan-satuan kebahasaan yang lebih besar seperti percakapan atau teks tertulis. Baik wacana lisan maupun tulis, keduanya menjadi objek kajian analisis wacana.

## 2.4 Klasifikasi Wacana

Klasifikasi atau pembagian wacana sangat tergantung pada aspek dan sudut pandang yang digunakan. Wacana dapat dipilih atas dasar beberapa segi yaitu: (1) fungsi, (2) media, (3) jumlah penutur, (4) isi, (5) sifat, dan (6) gaya dan tujuan.

Wacana berdasarkan fungsi, menurut Longacre (dalam Mulyana, 2005:48) membedakan wacana berdasarkan fungsinya menjadi tujuh jenis, yaitu (1) wacana naratif, (2) wacana prosedural, (3) wacana ekspositori, (4) wacana hortatori, (5) wacana dramatik, (6) wacana epistoleri, (7) wacana seremonial. Wacana naratif adalah bentuk wacana yang banyak dipergunakan untuk menceritakan suatu kisah. Uraianya cenderung ringkas. Bentuk wacana naratif umumnya dimulai dengan alinea pembuka, isi, dan diakhiri oleh alinea penutup. Contoh : Siaran di RRI. Wacana prosedural adalah wacana yang digunakan untuk memberikan petunjuk atau keterangan bagaimana sesuatu harus dilakukan. Contoh: resep masakan dan aturan minum obat. Wacana ekspositori adalah wacana yang bersifat menjelaskan sesuatu secara informatif. Bahasa yang digunakan cenderung denotatif dan rasional. Contoh: ceramah ilmiah dan artikel media massa. Wacana Hortatori adalah wacana yang digunakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca agar tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Sifatnya persuasif. Contohnya pidato politik dan iklan. Wacana dramatik adalah wacana yang berisi percakapan antar penutur. Contoh sandiwara, pentas wayang, dan skenario film. Wacana epistoleri adalah wacana yang biasa digunakan dalam surat menyurat. Pada umumnya memiliki bentuk dan sistem tertentu yang sudah menjadi kebiasaan. Secara keseluruhan diawali dengan alinea pembuka, isi, dan penutup. Contoh: surat pribadi dan surat kuasa. Wacana seremonial adalah wacana yang digunakan dalam kesempatan seremonial atau upacara. Contoh: upacara peringatan hari besar dan upacara pernikahan.

Mulyana (2005:51) membedakan wacana berdasarkan media penyampaiannya, yang dibagi dua jenis yaitu wacana tulis dan wacana lisan. Wacana tulis adalah jenis wacana yang disampaikan melalui tulisan. Contoh: buku, novel, dan

ensiklopedi, iklan. Wacana lisan adalah jenis wacana yang disampaikan secara lisan atau langsung dengan bahasa verbal.

Berdasarkan jumlah penuturnya, Mulyana (2005:53) membedakan wacana menjadi tiga antara lain: wacana monolog, wacana dialog, wacana polilog. Wacana monolog adalah jenis wacana yang dituturkan oleh satu orang. Contoh: ceramah, pidato, dan khutbah jumat. Wacana dialog adalah jenis wacana yang dituturkan dua orang atau lebih. Contoh drama. Wacana polilog adalah jenis wacana yang partisipasinya banyak lebih dari dua orang atau tiga orang.

Berdasarkan sifat, Mulyana (2005:54) membedakan wacana berdasarkan sifat, yang dibagi menjadi dua jenis yaitu wacana fiksi dan wacana nonfiksi. Wacana fiksi adalah wacana yang bentuk dan isinya berorientasi pada imajinasi. Bahasa yang digunakan konotatif. Wacana fiksi dapat dipilah lagi menjadi tiga jenis, yaitu (1) wacana prosa, (2) wacana puisi, dan (3) wacana drama. Wacana prosa adalah wacana yang disampaikan atau ditulis dalam bentuk prosa atau karangan bebas. Contoh: novel dan cerita pendek. Wacana puisi adalah wacana yang dituturkan atau disampaikan dalam bentuk puisi. Wacana puisi dapat berbentuk tulis atau lisan. Contoh: lagu, tembang, geguritan. Wacana drama adalah wacana yang disampaikan dalam bentuk drama. Pola yang digunakan umumnya berbentuk percakapan atau dialog. Contoh: drama dan film. Wacana nonfiksi adalah wacana yang disampaikan dengan pola dan cara ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Contoh: laporan penelitian, skripsi, dan tesis.

Berdasarkan isi, Mulyana (2005:56) membedakan wacana berdasarkan isinya, yang dibagi menjadi tujuh jenis meliputi: wacana politik, wacana sosial, wacana ekonom, wacana budaya, wacana militer, wacana hukum dan kriminalisasi serta wacana olahraga dan kesehatan. Wacana politik adalah wacana yang berkaitan dengan dunia politik. Wacana sosial adalah wacana yang berkaitan dengan sosial dan kehidupan masyarakat. Wacana ekonomi adalah wacana yang berkaitan dengan persoalan ekonomi. Wacana budaya adalah wacana yang berkaitan dengan aktifitas kebudayaan. Wacana militer adalah wacana yang berkaitan dengan dunia militer.

Wacana hukum dan kriminalitas adalah wacana yang berkaitan dengan hukum dan kriminalitas. Wacana olahraga dan kesehatan adalah wacana yang berkaitan dengan olahraga dan kesehatan.

Berdasarkan uraian dari beberapa klasifikasi wacana di atas. Penelitian ini menggunakan klasifikasi wacana berdasarkan fungsi, media penyampaian dan isi. Wacana berdasarkan fungsi yaitu wacana Hortatori yang digunakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca agar tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Sifatnya persuasif. Wacana berdasarkan media penyampaian yaitu wacana tulis yang disampaikan melalui tulisan Wacana berdasarkan isi yaitu wacana politik adalah wacana yang berkaitan dengan dunia politik.

## **2. 5 Wujud Wacana**

Berdasarkan wujud (realitasnya) menurut Djajasudarma (2006:6) wacana dibedakan menjadi dua, yaitu (1) wujud wacana berupa tanda lingual, (2) wujud wacana berupa tanda non lingual atau campuran dari keduanya.

Wujud wacana berupa tanda lingual, bisa berupa rangkaian kebahasaan berupa tulisan atau tuturan dengan segala kelengkapan struktur bahasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 1989:1260), dinyatakan bahwa bahasa verbal adalah unsur-unsur lingual yang diucapkan secara lisan melalui artikulasi setiap manusia, baik berupa bunyi maupun tulisan yang dapat dimengerti oleh setiap lawan tutur.

Wujud wacana berupa tanda non lingual, seperti isyarat rangkaian tanda yang bermakna. Menurut Djajasudarma (2006: 6), Isyarat dapat berupa (1) gerak gerik sekitar kepala dan muka, yang meliputi (a) gerak mata (melotot, berkedip-kedip, menatap tajam), (b) gerak bibir (senyum, tertawa, bersungut-sungut), (c) gerak kepala, (d) perubahan raut muka/ mimik (mengerutkan kening, bermuka masam); (2) isyarat dengan anggota tubuh, misalnya (a) gerakan tangan (lambaian tangan, kepalan, acungan telunjuk, acungan ibu jari, tempelan jari ke bibir, dan sebagainya. Tanda yang memiliki makna misalnya gambar/foto, simbol, logo, lambang.

Wujud wacana campuran merupakan gabungan antara wujud wacana berupa tanda lingual dan non lingual. Tanda-tanda tersebut dapat menjembatani pemaknaan pihak konsumen (penonton, pembaca, atau pengonsumsi iklan). Cook dalam Eriyanto (2001:9) menyebut ada tiga hal yang sentral dalam pengertian wacana: teks, konteks, dan wacana. Teks adalah semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra, dan sebagainya. Sebagai contoh, dalam surat kabar bukan hanya teks tertulis, tetapi juga foto, tata lay out, dan grafik dapat dimasukkan sebagai teks.

Berdasarkan paparan mengenai wujud wacana, penelitian ini menggunakan wujud wacana berupa campuran yang merupakan gabungan antara wujud wacana berupa tanda lingual dan non lingual. Kedua wujud tersebut umumnya bersinergi untuk menyampaikan suatu pesan sehingga target (konstituen) yang dimaksud dapat tercapai.

## 2.6 Konteks

Bahasa sebagai alat komunikasi tidak berada dalam ruang yang netral, tetapi terkait dengan keberadaan penutur dan penulisannya. Mulyana (2005:21) menyatakan bahwa konteks adalah situasi atau latar terjadinya suatu komunikasi. Segala sesuatu yang berhubungan dengan tuturan/tulisan, apakah itu berkaitan dengan arti, maksud, maupun informasinya sangat tergantung pada konteks yang melatarbelakangi peristiwa tersebut.

Syafi'i ( dalam Lubis, 1993:58) membedakan konteks pemakaian bahasa menjadi empat, yang dijelaskan sebagai berikut.

- a. Konteks fisik (*physical context*) yang meliputi tempat terjadinya pemakaian bahasa dalam suatu komunikasi, objek yang disajikan dalam peristiwa komunikasi itu dan tindakan atau perilaku dari para peran yang terlibat dalam komunikasi;

- b. Konteks epistemis (*epistemic context*) ialah latar belakang pengetahuan yang sama-sama diketahui oleh pembicara atau pendengar;
- c. Konteks linguistik (*linguistic context*) ialah tuturan-tuturan yang berada disekitar kalimat dan berupa satuan lingual dan menjadi bagian dalam peristiwa komunikasi bahasa;
- d. Konteks sosial (*social context*) ialah relasi sosial dan latar atau setting sosial yang melengkapi hubungan antar antar pelibat dalam peristiwa komunikasi.

Makna yang terkandung dalam wacana sangat dipengaruhi oleh konteks, misalnya seperti unsur situasi, pembicara, pendengar, waktu, tempat, adegan, topik, peristiwa, bentuk amanat, kode, saluran dan lain-lain. Unsur-unsur itu berhubungan pula dengan unsur-unsur yang terdapat dalam setiap komunikasi bahasa. Mengutip pendapat Hymes, Brown

(dalam Rani, 2006;190-195) mengemukakan berbagai jenis konteks yang dapat mempengaruhi makna di dalam suatu komunikasi yaitu sebagai berikut.

- 1) Penutur dan pendengar (*participant*), penutur dan pendengar mengacu pada penulis dan pembaca yang terlibat dalam peristiwa tutur;
- 2) Topik pembicaraan (*topic*), topik pembicaraan mengacu apa yang sedang dibicarakan;
- 3) Latar (*setting dan scene*), latar ini mengacu pada tempat;
- 4) Penghubung atau saluran (*channel*), penghubung atau saluran mengacu pada apakah pemakaian bahasa dilaksanakan secara lisan atau tulis;
- 5) Kode (*code*), kode mengacu pada variasi bahasa yang digunakan;
- 6) Pesan atau amanat (*message*), pesan atau amanat mengacu pada bentuk dan isi amanat;
- 7) Peristiwa tutur (*speech event*), peristiwa tutur mengacu pada peristiwa tutur tertentu yang mewadahi kegiatan bertutur, misalnya pidato, seminar, dan lain-lain.

Tarigan (1990:35 dalam Andiyanto, 2004:62) mengartikan konteks ujaran sebagai latar belakang pengetahuan yang diperkirakan dimiliki dan

disetujui bersama oleh pembicara (penulis) dan penyimak (pembaca) serta menunjang interpretasi penyimak terhadap apa yang dimaksud pembicara dengan suatu ucapan tertentu.

Pendapat tersebut didukung oleh Parret (dalam Andianto, 2004:62) yang membedakan konteks sebagai berikut.

- a) Konteks kontekstual adalah konteks yang berupa konteks, yakni perluasan cakupan tuturan seseorang yang menghasilkan teks. Konteks merupakan bagian dari medan wacana yang di dalamnya ada orang-orang, tempat-tempat, wujud-wujud, peristiwa-peristiwa, fakta-fakta dan sebagainya.
- b) Konteks eksistensial meliputi partisipan (penutur dan mitra tutur), tempat, dan waktu yang mengiringi peristiwa tutur. Misalnya siapa yang menjadi penutur dan kepada siapa tuturan itu diucapkan, dimana dan kapan peristiwa itu terjadi.
- c) Konteks situasional yaitu situasi percakapan dan kebiasaan yang khas dalam institusi atau tempat umum, misalnya sekolah, pasar, pengadilan dan sebagainya.
- d) Konteks aksional yaitu tindakan-tindakan nonverbal yang menyertai peristiwa tutur, misalnya menggerakkan kedua tangan, memandang, mengernyitkan dahi, dan sebagainya.
- e) Konteks psikologis yaitu keadaan mental dan psikis yang menyertai peristiwa tutur.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas mengenai konteks, dapat disimpulkan bahwa keberadaan konteks sangat diperlukan dalam sebuah peristiwa tindak berbahasa. Hal tersebut untuk menunjang interpretasi penyimak atau pembaca terhadap apa yang dimaksud pembicara dengan suatu ucapan tertentu atau tulisan tertentu. penelitian ini menggunakan teori konteks dari Tarigan (1990:35 dalam Andiyanto, 2004:62) yang didukung oleh didukung oleh Parret (dalam Andianto, 2004:62).

## 2.7 Modus Tindak Berbahasa

Menurut Parker (dalam Wijana, 1996:30-32) modus kalimat secara formal dibedakan menjadi kalimat berita (deklaratif), kalimat tanya (interogatif), dan kalimat perintah (imperatif). Secara konvensional kalimat berita digunakan untuk memberikan sesuatu, dan kalimat perintah untuk menyatakan perintah, ajakan, permintaan, atau permohonan. Bila kalimat berita difungsikan secara konvensional untuk mengatakan sesuatu, kalimat tanya untuk bertanya, dan kalimat perintah untuk menyuruh, mengajak, memohon, dsb. Contoh tindak berbahasanya sebagai berikut:

- (1) Didin memiliki 5 ekor kucing (modus deklaratif)
- (2) Dimanakah letak pulau Bali? (modus interogatif)
- (3) Ambilkan baju saya. (modus imperatif)

Menurut Chaer (2007:258) yang dimaksud dengan modus adalah pengungkapan atau penggambaran suasana psikologis perbuatan menurut tafsiran si pembicara atau sikap si pembicara tentang apa yang diucapkannya. Senada dengan hal itu. Ada beberapa modus, antara lain: (1) modus deklaratif; (2) modus optatif; (3) modus imperatif; (4) modus interogatif; (5) modus obligatif; (6) modus desideratif; (7) modus kondisional. Berikut penjelasan yang lebih rinci dari ketujuh modus tersebut dilengkapi dengan contohnya.

- (1) Modus deklaratif, yaitu modus yang menunjukkan sikap objektif atau netral.

Modus deklaratif berisi pernyataan mengenai sesuatu yang merupakan berita atau informasi bagi pendengarnya. Contoh tindak berbahasanya sebagai berikut:

- a) Sebaiknya kamu menemui Aldi sekarang karena besok dia akan pulang ke Surabaya.*

Pada tuturan (a) modus deklaratif berupa pernyataan dari penutur yang berisi berita atau informasi bagi mitra tuturnya bahwa Aldi akan ke Surabaya



besok. Modus deklaratif digunakan untuk menyampaikan saran kepada mitra tuturnya.

- (2) Modus optatif, yaitu modus yang menunjukkan harapan atau permohonan. Modus ini adalah pernyataan untuk meminta tolong, permintaan maaf, permohonan akan sesuatu, dan sebagainya. Contoh tindak berbahasanya sebagai berikut:

*b) Mohon kehadirannya pada acara akikahan anak saya.*

Secara eksplisit pada tuturan (b) modus optatif ditandai oleh verba *mohon* yang berarti adanya harapan atau permohonan dari penutur agar mitra tutur dapat hadir dalam acara tersebut.

- (3) Modus imperatif, yaitu modus yang menyatakan perintah dan larangan. Contoh tindak berbahasanya terdapat dalam tindak berbahasa sebagai berikut:

*c) Rizki, Rio jangan ribut di kelas!*

Secara eksplisit modus imperatif pada tuturan (c) ditandai dengan tanda (!) dan verba *jangan* yang berarti penutur menyatakan larangan atau perintah kepada Rizki dan Rio agar tidak ribut di dalam kelas.

- (4) Modus interogatif, yaitu modus yang menyatakan pertanyaan. Pertanyaan yang diajukan dapat berupa pertanyaan mengenai alasan suatu tindakan, pertanyaan mengenai sesuatu. Untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai modus interogatif, berikut contoh penerapannya.

*d) Kenapa kamu goplut?*

Secara eksplisit modus interogatif ditandai oleh verba kenapa dan tanda (?) yang berarti menanyakan alasan.

- (5) Modus obligatif, yaitu modus yang menyatakan keharusan. Untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai modus obligatif, berikut contoh penerapannya.

*e) Mbak harus sabar ya biar penyakitnya cepat sembuh.*

Realisasi penggunaan modus obligatif pada data (e) ditandai dengan verba *harus*.

- (6) Modus desideratif, yaitu modus yang menyatakan keinginan atau kemauan. Untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai modus desideratif, berikut contoh penerapannya.

*f) Saya ingin kamu menyelesaikan tugas ini.*

Pada contoh (f) penggunaan modus desideratif ditandai dengan penggunaan kata *ingin*. Sesuatu yang diinginkan penutur agar mitra tutur yang menyelesaikan tugas

- (7) Modus Kondisional, yaitu modus yang menyatakan persyaratan. Persyaratan yang dimaksud adalah, ada syarat yang diajukan sebelum suatu tindakan dilakukan. Untuk memperoleh gambaran lebih jelas mengenai modus kondisional, berikut contoh penerapannya.

*g) Kamu boleh pulang jika semua pekerjaan sudah diselesaikan.*

Pada contoh (g) modus kondisional ditandai dengan verba *jika*, sesuatu yang diisyaratkan adalah mitra tutur boleh pulang asalkan semua pekerjaannya sudah selesai.

Berdasarkan paparan mengenai modus, penelitian ini menggunakan teori menurut Chaer (2007:258). Modus dalam penelitian ini meliputi ; (a) modus deklaratif; (b) modus optatif; (c) modus imperatif. Modus-modus tersebut merupakan strategi pengungkapan atau penggambaran tentang apa

yang diucapkan oleh (caleg/timsukses) kepada konstituen untuk mendapatkan dukungan sebanyak-banyaknya.

## 2.8 Implikatur

Istilah ‘implikatur’ dipakai oleh Grice, untuk menerangkan apa yang mungkin diartikan, disarankan atau dimaksudkan oleh penutur, yang berbeda dengan apa yang sebenarnya dikatakan oleh penutur (Brown dan Yule, dalam Rani dkk, 2006:170). Dalam suatu tindak berbahasa, setiap bentuk tuturan pada dasarnya mengimplikasikan sesuatu. Implikasi tersebut adalah proposisi yang biasanya tersembunyi di balik tuturan yang diucapkan, dan bukan merupakan bagian dari tuturan tersebut. Hal senada juga diungkapkan oleh Gazdar (1979:38), menurutnya: *An implicature is a proposition that is implied by the utterance of sentence in a context even though that proposition is not a part of nor an entailment of what was actually said.* Implikatur adalah proposisi yang terimplikasi dalam suatu ujaran, meskipun proposisi tersebut tidaklah merupakan bagian ataupun tentang apa yang dikatakan.

Carston (2003): *There are two types of communicated assumptions on the relevance-theoretic account: explicatures and implicatures. An ‘explicature’ is a propositional form communicated by an utterance which is pragmatically constructed on the basis of the propositional schema or template (logical form) that the utterance encodes; its content is an amalgam of linguistically decoded material and pragmatically inferred material. An ‘implicature’ is any other propositional form communicated by an utterance; its content consists of wholly pragmatically inferred matter (see Sperber & Wilson 1986, 182).* Ada dua jenis hubungan relevansi teori yang menerangkan: explikator dan implikatur. Explikator adalah proposisi dalam tuturan pragmatik (bentuk logis) dari tuturan tersebut; isinya berupa makna harfiah sesuai kode linguistik dan secara materi pragmatik. Implikatur adalah beberapa proposisi lain dari bentuk tuturan ; isinya terdiri dari persoalan kebermaknaan dalam

pragmatik (lihat Sperber & Wilson 1986, 182)

(<http://www.ohon.vcl.ac.uk/home/robyn/worksop/paper/caston.htm>. 1 November 2014.

Jadi Implikatur adalah beberapa proposisi makna berupa satuan pragmatis dari suatu tuturan, baik lisan maupun tulisan. Implikatur dapat bermacam-macam jika dilihat dalam sebuah konteks tertentu, meskipun makna itu bukan merupakan suatu bagian atau pemenuhan dari apa yang dituturkan. Implikatur dapat pula diartikan sebagai implikasi makna berupa satuan pragmatis dari suatu tuturan, baik lisan maupun tulisan. Menurut Wijana (1996: 38), dengan tidak adanya keterkaitan semantik antara suatu tuturan dengan yang diimplikasikan, maka dapat diperkirakan bahwa sebuah tuturan akan memungkinkan menimbulkan implikatur yang tidak terbatas jumlahnya. Contoh:

(Konteks: Udara sangat dingin. Seorang suami yang mengatakan pada istrinya yang sedang berada di sampingnya).

Suami : "Dingin sekali!"

Transkrip ujaran suami yang tidak disertai dengan konteks yang jelas dapat ditafsirkan bermacam-macam, antara lain:

- (a) permintaan kepada istrinya untuk mengembalikan baju hangat, jaket, atau selimut, atau minuman hangat untuk menghangatkan tubuhnya
- (b) permintaan kepada istrinya untuk menutup jendela agar angin tidak masuk kamar sehingga udara di dalam ruangan menjadi hangat.
- (c) pemberitahuan kepada istrinya secara tidak langsung bahwa kesehatannya sedang terganggu.
- (d) permintaan kepada istrinya agar ia dihangati dengan tubuhnya.

Implikatur yang terkandung dalam wacana sangat dipengaruhi oleh konteks. Tarigan (1990:35 dalam Andianto, 2004:62) mengartikan konteks ujaran sebagai latar

belakang pengetahuan yang diperkirakan dimiliki dan disetujui bersama oleh pembicara (penulis) dan penyimak (pembaca) serta menunjang interpretasi penyimak/pembaca terhadap apa yang dimaksud pembicara/penulis dengan suatu tindak berbahasa tertentu. Implikatur yang dapat ditangkap penyimak/pembaca dapat berbeda-beda. Hal ini dikarenakan interpretasi yang berbeda pula. Implikatur yang ditetapkan oleh penyimak-pembaca disebut implikatum.

## **2.9 Wacana Iklan Kampanye**

Periklanan ditinjau dari suatu konteks merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005:412) merupakan berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan atau pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual, dipasang di dalam media massa atau di tempat umum. Menurut Kasali (1992:9) iklan adalah bagian dari promosi (promotion) dan bauran promosi adalah bagian dari pemasaran (marketing). Oleh karena itu iklan merupakan proses komunikasi yang mempunyai kekuatan penting sebagai sarana pemasaran, membantu layanan, serta gagasan dan ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang bersifat persuasif.

Wacana iklan kampanye pileg (pemilu legislatif) dengan media luar ruang termasuk salah satu bentuk wacana informatif-persuasif yang bersifat situasional. Wacana iklan haruslah mengandung informasi yang persuasif dengan memilih klata-kata yang mudah dipahami oleh pembaca. Pakar bidang politik, melihat wacana sebagai strategi politik pemakaian bahasa, karena bahasa (wacana) merupakan aspek sentral dari penggambaran suatu subjek. Bahasa merupakan media penyampaian ideologi, dan lewat bahasa pula masyarakat bisa menyerap ideologi dari subjek tertentu (Eriyanto, 2001:1-3).

Sebagai bentuk wacana, bahasa iklan memiliki ciri dan karakter tertentu. Karakteristik bahasa iklan memiliki sifat yang khas. Kekhasan bahasa iklan antara

lain: sederhana, singkat, padat, dan mampu menarik perhatian pembaca. Tujuannya untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik dengan sesuatu yang diiklankan.

Dalam dunia politik dikenal adanya wacana iklan kampanye. Wacana iklan kampanye dibuat oleh partai politik, individu yang bernaung dalam partai politik, dan atau calon independen yang ikut dalam pemilu. Iklan kampanye bermunculan menjelang pemilihan umum, biasanya pada saat masa kampanye. Hal tersebut dilakukan untuk menarik dukungan massa.

Harapan setiap partai politik (lembaga politik) dalam pemilu adalah memperoleh kemenangan dalam pemilu, untuk itu diperlukan dukungan massa. Dukungan massa dapat diperoleh dengan cara menjalin hubungan atau berkomunikasi yang baik antara partai politik dengan massa. Salah satu cara yang dilakukan oleh partai politik untuk memperoleh dukungan massa adalah melalui pelaksanaan kampanye. Kampanye merupakan salah satu tahapan yang harus dilaksanakan dalam tahapan pemilu. Kridalaksana (1995:43) mengatakan bahwa kampanye merupakan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi politik yang bersaing untuk memperoleh kedudukan diparlemen, kursi kepresidenan, ketua senat, dan sebagainya. Untuk mencari dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara.

Nimmo (1993:194) menyatakan, kampanye merupakan sarana bagi partai politik untuk menyampaikan program, penyampain pesan, himbauan, dan melakukan persuasi kepada massa/konstituen. Keberhasilan suatu kampanye sangat dipengaruhi oleh konstruksi dan penyampaian bahasa yang persuasif. Dengan bahasa yang persuasif, kampanye menjadi efektif untuk mempengaruhi massa, mengundang simpati dan akhirnya mendukung penyampaian pesan.

Kampanye mempunyai beberapa bentuk penyampaian pesan. Sastropetro (1991:62) membagi bentuk-bentuk penyampaian kampanye dalam lima bentuk, yaitu: 1) rapat umum, 2) pawai, 3) keramaian umum dan pertemuan umum, 4) penyebaran kepada umum dan atau penempelan di tempat umum berupa poster, plakat, surat, selebaran, slide, film, radio, kaset, video kaset, slogan atau semboyan, spanduk, brosur, tulisan, lukisan, selebaran, spanduk, dan penggunaan media massa serta

kegiatan penyebaran dengan alat peragaan lainnya, 5) segala macam dan bentuk pertunjukkan umum.

### **2.10 Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai berikut.

a. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Sulistyaningtyas (2009)

Hasil penelitian Tri Sulistyaningtyas (2009) yang berjudul “Bahasa Indonesia Dalam Wacana Propaganda Politik Kampanye Pemilu 2009 Sebagai satu Kajian Sosiopragmatik” mengungkapkan bahwa wacana iklan politik dalam baliho, spanduk, dan media cetak menunjukkan bahwa sebagai arena pertarungan politik. Bahasa tidak hanya dimaknai sebagai sarana propaganda dari caleg bahkan partai tertentu untuk membentuk citra dirinya tetapi juga untuk meraih simpati sebanyak-banyaknya. Pesan-pesan dalam wacana kampanye tersebut sangat beraneka ragam dilihat dari bentuk dan maksud (implikatur) yang dikemukakan para caleg-calegnya. Dengan demikian sangat diperlukan pemahaman masyarakat akan teks dan konteks agar dapat dipahami maksud tersirat dibalik wacana kampanye tersebut.

Berdasarkan paparan di atas, perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya terdapat pada interpretasi dalam mengungkapkan maksud yang tersembunyi dalam wacana iklan para calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember. Penelitian ini juga memfokuskan pada wujud serta modus yang digunakan para caleg yang bertujuan untuk menarik konstituen. Hal tersebut meliputi (1) mendeskripsikan wujud wacana iklan para calon legislatif periode 2014-2019 di Kabupaten Jember; (2) Mendeskripsikan modus tindak berbahasa yang terdapat dalam wacana iklan pemilu legislatif periode 2014-2014 di Kabupaten Jember.

### **BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini dipaparkan metode penelitian yang meliputi: (1) rancangan dan jenis penelitian, (2) lokasi penelitian, (3) data dan sumber data, (4) metode pengumpulan data, (5) metode analisis data, (6) instrumen penelitian dan (7) prosedur penelitian.

#### **3.1 Rancangan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini mengkaji wacana iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember, yang meliputi wujud, modus dan implikatur. Guna mencapai tujuan tersebut penelitian menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Moelong, 1993:3) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Berdasarkan pendapat tersebut, data deskriptif yang dihasilkan dalam penelitian ini berupa tindak berbahasa pada wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Sudaryanto (1992:23) penelitian deskriptif dilakukan semata-mata hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang memang secara empirik hidup pada penutur-penuturnya, sehingga yang dihasilkan dicatat berupa pemberian bahasa yang biasa dikatakan sifatnya potret paparan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan wujud, modus dan implikatur yang digunakan pada wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember.



### 3.2 Lokasi Penelitian

Penentuan korpus dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling area*. Arikunto (2000:127) menyatakan metode *purposive sampling area* adalah suatu metode dalam menentukan lokasi penelitian pada suatu tempat tertentu tanpa memilih tempat yang lain. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jember antara lain di daerah Rambipuji, Kaliwates, Bangsalsari, Wuluhan, Sukorambi, Panti, Sumbersari, dan Pakusari dengan memotret gambar iklan kampanye luar ruang calon legislatif 2014.

### 3.3 Data dan Sumber Data

Arikunto (2002:107) mengatakan bahwa data adalah pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta maupun angka, sedangkan sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Data dalam penelitian ini berupa tulisan, gambar dan konteks iklan kampanye luar ruang calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember yang diindikasikan mengandung wujud, modus dan implikatur. Pengambilan data dilakukan bulan Februari-Maret 2014. Konteks diperoleh dari interpretasi dari berbagai sumber baik dari internet, observasi, dan interpretasi.

Data dalam penelitian ini bersumber dari iklan kampanye luar ruang caleg 2014 di lokasi penelitian dengan jumlah 52 iklan dari semua partai, berbentuk baliho, selebaran, spanduk, poster berukuran kecil sampai berukuran paling besar yang terpampang di pinggir jalan dan tempat umum. Pengambilan data dilakukan bulan Februari-Maret 2014 pada massa kampanye.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi, dan metode pencatatan.

#### a. Metode Observasi

Observasi adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera (Arikunto, 2003:156). Dalam

penelitian ini, peneliti terjun langsung mengamati objek penelitian dilokasi-lokasi yang terdapat iklan kampanye dari calon legislatif.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan menggunakan kamera. Kamera digunakan untuk menfoto data bentuk visual berupa baliho, selebaran, spanduk, poster yang berukuran kecil sampai yang berukuran paling besar yang terpampang dipinggir jalan dan tempat-tempat umum di kabupaten Jember. Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang wujud wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember.

c. Metode Pencatatan

Metode pencatatan yaitu metode dengan cara mencatat penggunaan bahasa. Penggunaan bahasa dalam hal ini adalah penggunaan bahasa pada iklan pemilu legislatif 2014 yang berguna untuk memaknai data yang diperoleh. Metode pencatatan dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang modus serta implikatur dalam wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember.

### 3.5 Metode Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif. Hal ini karena data yang dihasilkan berupa foto iklan serta tulisan yang nantinya digolongkan dan dideskripsikan dalam wujud, modus, implikatur dalam wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember.

Analisis data dalam penelitian ini diawali dengan proses seleksi data, dilanjutkan dengan pengolahan data yang terdiri dari pengkodean dan interpretasi data.

Lebih terperinci tentang langkah-langkah analisis data sebagai berikut.

a. Seleksi data

Hasil data yang terkumpul, selanjutnya diseleksi dengan menentukan data yang diindikasikan wujud, modus, implikatur dalam wacana iklan kampanye caleg 2014 di Kabupaten Jember. Pada tahap ini peneliti memusatkan penelitian pada data yang terkumpul. Seleksi data merupakan proses memilih, menyederhanakan, dan mentransformasikan data yang diperoleh.

b. Pengolahan data

Dalam pengolahan data, dilakukan dua proses analisis data yaitu sebagai berikut.

1) Pengkodean data merupakan pemberian kode yang dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam mengklasifikasikan data secara lebih terperinci. Setelah data dikelompokkan berdasarkan objek penelitian, dilakukan proses pengkodean. Kode untuk masalah wujud wacana yaitu TGc untuk wujud wacana campuran dengan tanda lingual tulisan dan tanda non lingual gambar foto caleg, TGcL untuk wujud wacana campuran dengan tanda lingual tulisan dan tanda non lingual gambar foto caleg dan logo partai, TGcLoK untuk wujud wacana campuran dengan tanda lingual tulisan dan tanda non lingual gambar foto caleg, logo partai, dan foto orang yang mempunyai kedudukan tinggi atau tokoh masyarakat. Kode untuk modus tindak berbahasa yaitu MD untuk modus deklaratif, MO untuk modus optatif, MI untuk modus imperatif. Kode untuk masalah implikatur yaitu IM.mj untuk implikatur mengumbar janji, IM.md untuk implikatur memamerkan diri, IM.my untuk implikatur menyindir, IM.mb untuk implikatur membohongi, dan IM.vm untuk implikatur orientasi visi dan misi.

2) Interpretasi data merupakan tahap terakhir dari metode analisis data. Data yang sudah digolongkan, dijelaskan berdasarkan teori wacana. Masalah wujud menjelaskan bentuk dari wacana. Masalah implikatur menjelaskan

makna tersirat yang terdapat pada wacana iklan kampanye calon legislatif. Masalah modus menjelaskan strategi tindak berbahasa yang digunakan dalam wacana iklan pemilu legislatif.

Proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat padat dan mudah dipahami. Serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu. Khususnya berkaitan dengan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan, dan perumusan masalah yang ada.

### **3.6 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Instrumen dalam penelitian ini terdiri dari instrumen pengumpul data dan instrumen pemandu analisis data.

Instrumen pengumpul data dalam penelitian ini antara lain (1) kamera digunakan untuk memfoto iklan luar ruang calon legislatif; (2) alat pencatat (pena dan buku) digunakan untuk mencatat penggunaan bahasa dalam wacana iklan kampanye caleg; (3) Tabel pemandu pengumpul data digunakan untuk mengumpulkan dan mengelompokkan data sebelum dianalisa; (4) Tabel pemandu analisis data digunakan untuk menganalisa data yang telah dikelompokkan dalam tabel pengumpul data.

### **3.7 Prosedur Penelitian**

Prosedur penelitian yang digunakan oleh peneliti terdiri atas tiga tahap, yaitu (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan, dan (3) tahap penyelesaian.

(1) Tahap persiapan meliputi:

a. Pemilihan dan penetapan judul penelitian

Usulan judul skripsi disetujui oleh Dosen pembimbing akademik, ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, dan Ketua jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.

b. Penelusuran kajian pustaka

Penelusuran kajian pustaka dilakukan sejak pemilihan dan penetapan judul. Beberapa pustaka digunakan sebagai acuan teori dalam skripsi.

c. Penyusunan metodologi penelitian

penyusunan metode penelitian dilakukan setelah proses penulisan tinjauan pustaka.

(2) Tahap pelaksanaan meliputi:

a. Pengumpulan data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tabel pengumpul data.

b. Penganalisisan data berdasarkan teori yang telah ditentukan

Setelah sumber data dianalisis berdasarkan rumusan masalah untuk mendapatkan data. Data-data yang didapat dianalisis dalam tabel analisis data berdasarkan teori yang telah ditentukan dalam tinjauan pustaka. Proses analisis data diiringi proses bimbingan dengan dosen pembimbing.

c. Penyimpulan hasil penelitian

Hasil penelitian yang sudah dianalisis dibahas dan disimpulkan dalam bab 5.

(3) Tahap penyelesaian meliputi:

a. Penyusunan laporan penelitian

Penyusunan laporan penelitian dimaksudkan untuk mengomunikasikan tujuan dan hasil penelitian yang telah dicapai dalam bentuk tulisan. Setelah laporan ini disusun, kemudian laporan ini akan diujikan kepada tim penguji.

b. Revisi laporan penelitian

Revisi dilakukan apabila ditemukan kesalahan pada saat laporan diuji oleh tim penguji.

c. Penggandaan laporan penelitian

Setelah direvisi laporan digandakan sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan.

## BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian dan pembahasan tentang wacana iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember. Sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian ini, pembahasan mencakup tiga hal yang meliputi: (1) wujud wacana iklan kampanye calon legislatif; (2) modus tindak berbahasa wacana iklan kampanye calon legislatif; dan (3) implikatur wacana iklan kampanye calon legislatif.

### 4.1 Wujud Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif

Menjelang pemilu legislatif 2014 banyak dijumpai pemasangan iklan dari para caleg baik berupa baliho, poster, reklame, dan selebaran. Dalam iklan tersebut terpampang gambar diri caleg dalam ekspresi tertentu dan disertai dengan tulisan yang mencolok. Di luar itu, ada juga yang menampilkan tokoh-tokoh penting, entah itu berhubungan dengan apa yang ingin diperjuangkan caleg atau tidak. Para caleg berlomba-lomba memasang iklannya dengan wujud yang unik dan menarik guna menarik simpati massa untuk sebuah kursi jabatan legislatif.

Wujud adalah bentuk yang ditampilkan (nampak) pada iklan calon legislatif berupa tanda lingual dan non lingual (campuran). Agar dapat menarik perhatian konstituen iklan caleg ditampilkan dengan bentuk tanda yang khas. Wujud wacana yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi: (1) wujud wacana campuran berupa tulisan dan gambar caleg, (2) wujud wacana campuran berupa tulisan, gambar caleg, dan logo partai, dan (3) wujud wacana campuran berupa tulisan, gambar caleg, logo partai, dan tokoh masyarakat.

#### 4.1.1 Wujud Wacana Campuran berupa Tulisan dan Gambar Caleg

Wujud wacana campuran berupa tulisan dan gambar caleg merupakan wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas diri dan ajakan memilih disertai tanda non lingual gambar foto caleg. Sebuah visualisasi iklan dengan wujud ini menampilkan rancangan grafis yang cukup sederhana, namun dapat menarik mata konstituennya untuk memperhatikan iklan dari calon legislatif. Wujud wacana campuran berupa tulisan identitas diri, ajakan memilih dan gambar caleg yang ditemukan terlihat pada gambar (52) yang dipaparkan sebagai berikut.



Gambar 52.  
*Ayo!!!*  
*KITA SUKSESKAN*  
*PEMILU 2014*  
*37*  
*WASIS*  
*SISWOYO, SH.*  
*CALON ANGGOTA DPRD RI*

Pada gambar 52, iklan disampaikan oleh caleg Wasis Siswoyo atau tim sukses dari caleg tersebut. Iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Rambigundam berbentuk poster politik. Berikut rincian visualisasi iklan politik pada gambar 52.

(1) Tulisan

a. Ayo!!! KITA SUKSESKAN PEMILU 2014

Merupakan ajakan untuk memilih caleg yang terletak di samping foto caleg dengan berwarna merah dan hitam. Pengiklan menyerukan kepada masyarakat yang berlalu lalang disekitar pemasangan iklan politik untuk mensukseskan pemilu 2014 dengan mencoblos nomor urut 37.

b. 37 WASIS SISWOYO, SH.

CALON ANGGOTA DPD RI

Merupakan identitas diri caleg yang terletak atas foto caleg dengan huruf kapital berwarna hitam berlatar belakang lingkaran putih. Pengiklan menonjolkan angka 37 agar masyarakat mengingat nomor urut caleg pada saat pemilu berlangsung. Tulisan WASIS SISWOYO, SH. CALON ANGGOTA DPD RI pengiklan menginformasikan kepada masyarakat bahwasanya caleg DPD RI yang memiliki gelar akademisi sarjana hukum. Artinya caleg merupakan sosok terpelajar, sehingga menambah nilai positif dimata masyarakat.

(2) Gambar

Caleg

Terletak di bagian pojok kiri bawah poster politik. Dalam iklan politiknya caleg nampak dengan pose tegas dan mengenakan pakaian tradisional Jawa dengan latar belakang warna merah putih. Di sisi atas gambar caleg nampak gambar paku tanda mencoblos foto caleg diharapkan oleh pengiklan agar masyarakat mencoblos caleg bernomor urut 37. Pengiklan menonjolkan caleg dengan tampilan mengenakan pakaian tradisional Jawa. Artinya dengan mengenakan pakaian tersebut caleg mencintai pakaian adat tradisional. Dari tampilan tersebut pengiklan berusaha menarik perhatian masyarakat Jawa yang berada di Jember untuk mencoblos no urut 37.



#### 4.1.2 Wujud Wacana Campuran berupa Tulisan, Gambar Caleg, dan Logo Partai

##### Partai

Wujud wacana campuran berupa tulisan, gambar foto caleg, dan logo partai meliputi; 1) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, visi dan misi, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg disertai logo partai, 2) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, jargon, visi dan misi, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg disertai logo partai. Sebuah visualisasi iklan dengan wujud ini menampilkan rancangan grafis yang lebih berwarna sesuai dengan partai yang mengusungnya. Wujud wacana campuran berupa tulisan, gambar foto caleg, dan logo partai yang ditemukan terlihat pada gambar (5) dan (1) yang dipaparkan sebagai berikut.



Gambar 5.

8

PAN

*JEMBER DI GAWE  
ORA KORUPSI &  
ORA NGAPUSI*

*3 RR. LILI SAFIANI, SE, MM*

Pada gambar 6, Iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Jl. Nias 1 Sumbersari berbentuk poster politik. Penutur

dalam iklan tersebut ialah RR. Lili Safiani, SE, MM /tim sukses dari caleg tersebut. Berikut rincian visualisasi iklan politik pada gambar 5.

(1) Tulisan

a. 8 PAN

Merupakan identitas partai. Caleg merupakan kandidat yang diusung partai PAN.

b. JEMBER DI GAWE ORA KORUPSI & ORA NGAPUSI

Tulisan *Jember Digawe Ora Korupsi & Ngapusi* merupakan visi dan misi caleg yang terdapat Di bawah logo dengan warna biru dan merah mencolok. Pengiklan menginformasi kepada masyarakat yang melihat poster politik ini bahwasanya caleg RR. Lili Safiani, SE, MM merupakan caleg DPRD RI dari partai PAN bernomor urut 3 yang mengangkat isu korupsi dalam kampanyenya. Tulisan merah mencolok sebagai tanda penegasan terhadap isu politik yang diangkat oleh kandidat.

c. 3 RR. Lili Safiani, SE, MM

Merupakan identitas diri caleg yang terletak di bagian bawah gambar foto caleg dengan huruf kapital berwarna hitam. Tulisan DR. *Lili Safiani, SE, MM* pengiklan menginformasikan kepada masyarakat bahwasanya caleg RR. Lili Safiani, SE, MM merupakan caleg DPRD RI dari partai PAN bernomor urut 3. Caleg juga memiliki gelar akademisi. Artinya caleg merupakan sosok terpelajar, sehingga menambah nilai positif dimata masyarakat.

(2) Gambar

a. Caleg

Dalam iklan politik tersebut terlihat pula foto caleg nampak dengan pose agak tersenyum dengan mengenakan pakaian kemeja berwarna putih serta setelan jas berwarna biru. Di bagian gambar caleg tepatnya

dada sebelah kanan terdapat logo partai PAN. Dibagian bawahnya terdapat nama caleg RR. Lili Safiani, SE, MM beserta nomor urut caleg 3.

b. Logo Partai

Secara visual Di pojok kiri atas dan bagian tengah iklan terdapat logo dari partai PAN bernomor 8. Lambang PAN berupa matahari putih dengan 32 pancaran sinar, dengan latar belakang bujur sangkar berwarna biru tua dengan tulisan PAN dan nama partai di bawahnya. Secara umum, lambang tersebut merupakan simbolisasi bahwa PAN membawa suatu pencerahan baru menuju masa depan yang lebih baik. Matahari melambangkan sumber cahaya dan sumber kehidupan. Adanya logo Partai menandakan bahwa RR. Lili Safiani, SE, MM adalah caleg dari partai PAN yang siap menjadi anggota legislatif dari Jember.



Gambar 1

*Indonesia Kuat  
KERJA  
NYATA  
BERSAMA  
8 PAN*

*“Setengah Gaji Saya Untuk Rakyat”*

*8 Muhammad Rodli Kaelani*

*Calon Anggota DPR RI Daerah Pemilihan Jawa Timur IV*

*(Kab. Lumajang dan Kab. Jember)*

(1) Tulisan

- a. Indonesia Kuat KERJA NYATA BERSAMA 8 PAN  
Merupakan jargon dari partai Pan. Caleg merupakan kandidat yang diusung partai PAN.
- b. 8 PAN merupakan identitas partai PAN dengan nomor urut 8.
- c. “Setengah Gaji Saya Untuk Rakyat” merupakan visi dan misi caleg. Pernyataan janji setengah gaji untuk rakyat dimaksudkan agar masyarakat sekitar tertarik untuk memilih caleg dalam pemilu legislatif 2014.
- d. *Muhammad Rodli Kaelani Calon Anggota DPR RI Daerah Pemilihan Jawa Timur IV (Kab. Lumajang dan Kab. Jember)* Merupakan identitas diri caleg yang terletak di bagian bawah gambar foto caleg. Bahwasanya caleg merupakan calon anggota DPR RI Dapil IV.

## 2. Gambar

### a. Caleg

Dalam iklan politik tersebut terlihat pula foto caleg nampak dengan pose agak tersenyum dengan mengenakan pakaian kemeja berwarna putih lengkap dengan peci berwarna hitam. Hal tersebut identik dengan sosok religius dan berkepribadian baik.

### b. Logo Partai

Secara visual Di pojok kiri atas iklan terdapat logo dari partai PAN bernomor 8. Lambang PAN berupa matahari putih dengan 32 pancaran sinar, dengan latar belakang bujur sangkar berwarna biru tua dengan tulisan PAN dan nama partai di bawahnya. Secara umum, lambang tersebut merupakan simbolisasi bahwa PAN membawa suatu pencerahan baru menuju masa depan yang lebih baik. Matahari melambangkan sumber cahaya dan sumber kehidupan. Adanya logo Partai menandakan bahwa M. Rodli adalah caleg dari partai PAN yang siap menjadi anggota legislatif dari Jember.

#### 4.1.3 Wujud Wacana Campuran berupa Tulisan, Gambar Caleg, Logo Partai, dan Tokoh Masyarakat

Wujud wacana campuran berupa tulisan, gambar foto caleg, logo partai, dan tokoh meliputi; 1) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, jargon, ajakan memilih, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg, logo partai, disertai tokoh masyarakat. 2) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, visi dan misi, ajakan memilih, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg, logo partai, disertai tokoh masyarakat. Sebuah visualisasi iklan dengan wujud ini menampilkan rancangan grafis yang kreatif sesuai dengan partai dan tokoh pengusungnya. Wujud wacana terlihat pada gambar (10) dan

(30) yang dipaparkan sebagai berikut.



*Gambar 10.*

6

*PARTAI GERINDRA*

*PILIH GUS DHOHIR*

*Mantonah GUS DUR*

*Gitu aja kok repot..!*

*1. DHOHIR FARISI*

*CALEG DPR RI DAPIL JATIM IV*

Pada gambar 3, iklan dimunculkan pada bulan Februari 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Krajan Lor desa Rambigundam Kecamatan Rambipuji berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Dhoir Farisi atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Berikut rincian visualisasi iklan politik pada gambar 10.

(1) Tulisan

a. 6 PARTAI GERINDRA

Identitas partai terletak di sisi kiri pojok atas poster politik dengan latar belakang warna putih. Tulisan angka dan nama partai menginformasikan bahwasanya caleg di usung oleh partai Gerindra.

b. PILIH GUS DHOHIR Mantonah GUS DUR

Terletak di bagian tengah poster iklan politik tepatnya di bawah kedua foto tokoh masyarakat dengan warna orange. Tulisan *PILIH GUS DHOHIR* dengan huruf kapitak merupakan seruan untuk memilih caleg pada saat pemilu berlangsung. *Mantonah GUS DUR* ditulis menggunakan dialek Madura yang artinya informasi kepada pembaca iklan bahwasanya caleg merupakan menantu dari mantan presiden RI Gus Dur. Hal ini dikarenakan masyarakat di sekitar pemasangan iklan politik menggunakan bahasa Madura dalam kehidupan sehari-harinya, dengan begitu dapat menambah keakraban serta daya tarik iklan dimata masyarakat.

c. GITU AJA KOK REPOOT..!

Tulisan Jargon *Gitu aja kok repot..!* yang identik dengan sosok Gus Dur semakin menambah keunikan dari iklan caleg Dhohir Farisi. Dengan tampilan demikian masyarakat diperintah untuk memilih caleg Dhohir Farisi yang merupakan menantu Gus Dur.

d. 1. DHOHIR FARISI CALEG DPR RI DAPIL JATIM IV

Identitas caleg terletak di bagian bawah foto caleg dengan huruf kapital. Merupakan identitas caleg bahwasanya Dhohir F. adalah caleg DPR bernomor urut 1 dari dapil 4.

(2) Gambar

a. Caleg

Secara visual didapatkan poster politik dengan dominan warna merah mencolok. Foto caleg nampak beserta isitri dan keluarga mengenakan pakaian seragam berwarna putih. Caleg mengenakan peci menandakan bahwasanya caleg adalah sosok yang religius. Tampilan bersama keluarga menampilkan sebuah keharmonisan dalam membina keluarga, sehingga mampu mendongkrak citra positif diri caleg

b. Logo Partai

Di pojok kiri atas terdapat logo dari partai Gerindra bernomor 6. Hal ini menandakan bahwasanya caleg berasal dari partai Gerindra. Lambang Partai Gerindra berupa kepala Burung Garuda berwarna kuning keemasan di dalam bingkai segi lima berwarna merah, dan di dalam kotak segi empat berwarna putih dan bergaris hitam. Warna dasar putih melambangkan kesucian dan keikhlasan. Warna kuning emas melambangkan kemakmuran. Kepala Burung Garuda yang menghadap ke kanan dengan latar merah melambangkan keberanian dalam bersikap dan bertindak. Burung Garuda memiliki 17 helai bulu leher, 8 bulu jambul dan jengger, dan 4 bulu telinga; ditambah dengan bingkai segi 5, keseluruhannya melambangkan hari kemerdekaan Indonesia, 17-8-45.

c. Tokoh masyarakat/Berkedudukan Tinggi

1. Gus Dur
2. Prabowo Subianto
3. Istri (Yenny wahid)

Di samping logo tepatnya bagian atas terdapat foto dari dua sosok yang populer dan dikagumi masyarakat Indonesia yaitu sosok Gusdur dengan pose tersenyum dan Prabowo Subianto dengan pose tersenyum serta mengangkat tangan keatas. Pengiklan dari caleg Dhohir Farisi ini cukup kreatif dan komunikatif dalam mempromosikan kadernya kepada masyarakat. Penerapan unsur warna merah mencolok, tulisan yang khas, foto caleg beserta keluarga, logo partai dan tokoh masyarakat ditampilkan dengan desain grafis yang cukup sederhana namun terkesan nyentrik, sehingga dapat dengan mudah diingat oleh masyarakat. Isi pesan berupa informasi identitas diri caleg kepada masyarakat yang melihat poster politik ini bahwasanya caleg Dhohir Farisi merupakan caleg dari partai Gerindra bernomor urut 1 dan



merupakan menantu dari Gusdur serta caleg didukung oleh Prabowo Subiakto. Gusdur adalah mantan presiden RI ke-4 dari partai PKB, sedangkan Prabowo Subiakto adalah ketua umum dari partai Gerindra sekaligus calon presiden RI periode 2014-2019. Tujuannya agar masyarakat khususnya warga Rambigundam ataupun warga yang berlalu lalang disekitar pemasangan poster politik tersebut tertarik untuk memilih caleg Dhohir Farisi pada pemilu legislatif 2014.



Gambar 30.

*7 PARTAI DEMOKRAT*

*3 Dra. NANI WIDOWATI*

*COBLOSS...!!!*

*3*

*BERBENAH MAJU*

*TINGKATKAN KESEJAHTERAAN RAKYAT*

*3 Dra. NANI WIDOWATI*

*ANGGOTA DPRD PROV. JATIM*

*CALON LEGISLATIF DPRD PROV. JATIM*

*DAPIL IV: JEMBER-LUMAJANG*

Pada gambar 30, Iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Kaliwates berbentuk reklame politik. Penutur dalam

iklan tersebut ialah Dra. Nanik Widowati atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Berikut rincian visualisasi iklan politik pada gambar 30.

(1) Tulisan

a. 7 PARTAI DEMOKRAT

Identitas partai terlentak di bagian tengah atas iklan politik dengan huruf kapital. Pengiklan menginformasikan kepada konstituen bahwasanya caleg diusung oleh partai Demokrat dengan nomor partai 7.

b. 3 Dra.NANIK WIDOWATI

Identitas caleg terletak di bagian bawah gambar foto caleg dengan huruf kapital berwarna hitam. Tulisan serta tanda gambar paku coblos *3 Dra.NANIK WIDOWATI* menyuruh masyarakat untuk mencoblos caleg Nanik Widowati bernomor urut 3. Caleg juga memiliki gelar akademisi. Artinya caleg merupakan sosok terpelajar, sehingga menambah nilai positif dimata masyarakat.

c. COBLOSSS...!!! 3

Ajakan untuk memilih terletak di bagian kiri tepatnya pada gambar contoh surat suara dengan huruf kapital serta berwarna merah mencolok. Ini mempertegas bahwasanya pengiklan menyuruh masyarakat untuk mencoblos caleg Dra. Nanik Widowati pada saat pemilu berlangsung.

d. BERBENAH MAJU TINGKATKAN KESEJAHTERAAN RAKYAT

Visi dan misi terletak di bagian bawah foto caleg dengan huruf kapital. Pengiklan mengangkat visi dan misi dengan tulisan *BERBENAH MAJU TINGKATKAN KESEJAHTERAAN RAKYAT* untuk menarik perhatian masyarakat bahwasanya caleg mengangkat isu ekonomi dalam iklan politiknya, sehingga masyarakat tertarik untuk memilih caleg Nanik Widowati saat pemilu berlangsung.

(2) Gambar

a. Caleg

Terletak di bagian bawah iklan politik dengan ukuran besar. Caleg nampak dengan pose tersenyum mengenakan pakaian jas berwarna biru dengan kemeja putih dilengkapi krudung yang senada. Hal ini menginterpretasikan bahwasanya caleg adalah sosok yang sopan serta religus, tentu saja untuk menarik konstituen terhadap sosok caleg.

b. Logo Partai

Terletak di bagian atas iklan politik dengan nomor urut 7. Pengiklan menginformasikan kepada masyarakat bahwasanya caleg di usung oleh partai Demokrat dengan nomor urut 7. Lambang Partai Demokrat berupa gambar bintang bersinar tiga arah yang berwarna merah dan putih di masing-masing sisinya, dengan latar belakang warna biru tua di bagian atas dan bawah, dan biru laut di bagian tengah. Bintang bersinar tiga bermakna tiga kesatuan wawasan partai yang tidak dapat dipisahkan, yakni nasionalis-religius, humanisme, dan pluralisme. Warna biru laut melambangkan kesejukan penuh kedamaian dalam kehidupan. Warna biru laut juga melambangkan samudera yang luas sebagai akhir aliran dari berbagai sungai yang membaur dan menyatu, namun terlihat tenang dan damai. Warna biru tua melambangkan sikap tegas, mantap, percaya diri, dan penuh optimisme. Warna merah putih memberi arti kebangsaan atau nasionalisme. Secara umum, lambang tersebut bermaksud bahwa Partai Demokrat tampil sebagai partai politik yang mampu menghimpun segenap warga negara untuk hidup berdampingan secara damai dan saling menghormati antarsesama anak bangsa yang memiliki keanekaragaman suku, agama, ras, golongan.

c. Tokoh masyarakat/Berkedudukan Tinggi

1. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
2. Pak de Karwo

Di samping logo tepatnya bagian kiri terdapat foto dari Presiden SBY yang merupakan sosok penting dalam partai demokrat dan dari sisi sebelah kanan terdapat foto Gubernur Jawa Timur Pak De Karwo. Dengan tampilan dua sosok yang populer dan dikagumi masyarakat Indonesia yaitu sosok Presiden SBY dengan pose tersenyum dan Pak De Karwo juga dengan pose tersenyum. Pengiklan dari caleg ini cukup kreatif dan komunikatif dalam mempromosikan kadernya kepada masyarakat. Penerapan unsur warna biru pada latar belakang iklan, tulisan yang khas, foto caleg, logo partai dan tokoh masyarakat ditampilkan dengan desain grafis yang cukup sederhana namun terkesan nyentrik, sehingga dapat dengan mudah diingat oleh masyarakat. Isi pesan berupa seruan atau perintah untuk mencoblos caleg bernomor urut 3 dari partai demokrat. Adanya gambar dua sosok orang yang mempunyai kedudukan tinggi dalam ranah politik di Indonesia diharapkan menambah daya tarik caleg dimata masyarakat dan sekaligus mampu mendongkarak popularitas caleg.

## 4.2 Modus Tindak Berbahasa Iklan Kampanye Calon Legislatif

Modus adalah pengungkapan atau penggambaran suasana psikologis perbuatan menurut tafsiran si pembicara atau sikap si pembicara tentang apa yang diucapkannya. Modus merupakan strategi pengungkapan atau penggambaran tentang apa yang diucapkan oleh (caleg/timsukses) kepada konstituen untuk mendapatkan dukungan sebanyak-banyaknya. Modus dalam iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember ditemukan tiga kategori yang meliputi; (1) modus deklaratif; (2) modus optatif; (3) modus imperatif. Tidak jarang ditemukan dalam iklan penggabungan dari dua modus atau bahkan ketiganya, namun dalam pembahasan mengenai modus akan dijabarkan sesuai dengan kategori modus. Berikut pemaparan dari modus deklaratif, modus optatif, dan modus imperatif.

### 4.2.1 Modus Deklaratif

Modus deklaratif berisi pernyataan mengenai sesuatu yang merupakan berita atau informasi bagi konstituen. Pengiklan menggunakan modus ini untuk strategi menarik perhatian masyarakat akan informasi dari caleg yang diusung. Modus deklaratif yang diketemukan dalam wacana iklan pemilu legislatif 2014 di Kabupaten Jember meliputi caleg yang menyatakan identitas diri, caleg yang menyatakan visi dan misinya, caleg yang menyatakan citra positif diri caleg nampak pada data (12), (5), dan (25).

## a. Caleg yang Menyatakan Identitas Diri Caleg



Gambar 12.

Partai

GERINDRA

PRABOWO

**GUS FAWAID**  
**(Putra AL-QODIRI IV)**  
**Asli Putra Daerah**

**2 MUHAMMAD FAWAIT, SE, M.Sc**  
**CALEG DPRD PROVINSI JATIM**  
**(JEMBER-LUMAJANG)**

Pada gambar 4, iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Sukorambi berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Muhammad Fawaid atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Iklan politik pada gambar 4, menunjukkan sikap objektif atau netral. Caleg atau tim sukses menggunakan kata-kata netral dengan gaya bahasa singkat namun tetap mengandung unsur persuasif. Tindak berbahasa dalam poster ini hanya sebuah berita atau informasi kepada konstituen tentang identitas diri caleg.

Penyebutan asal daerah dan asal pendidikan digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap sosok caleg. Hal tersebut terlihat pada kalimat *asli putra daerah* dan *putra Al-Qodiri IV*. Asli putra daerah berarti caleg ini berasal dari Jember/Lumajang, sedangkan putra Al-qodiri IV berarti caleg lulusan dari pondok

pesantren Al-Qodiri tahun ke IV dan merupakan pengasuh pesantren Nurul Chotib Al-Qodiri. Penulisan asal usul daerah dan asal usul pendidikan dianggap sebagai cara tepat dalam menarik masyarakat Jember dan Lumajang untuk memberikan dukungannya dan akan lebih memberikan simpati terhadap caleg dalam pemilu legislatif.

b. Menyatakan Visi dan Misi Caleg



Gambar 5.  
8  
PAN

**JEMBER DI GAWE  
ORA KORUPSI &  
ORA NGAPUSI**

**3 RR. LILI SAFIANI, SE, MM**

Pada gambar 6, Iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Jl. Nias 1 Sumbersari berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah RR. Lili Safiani, SE, MM /tim sukses dari caleg tersebut. Iklan politik pada gambar 5 merupakan sebuah berita atau informasi kepada konstituen tentang program visi dan misi caleg. Pengiklan berusaha menginformasi kepada masyarakat yang melihat poster politik ini bahwasanya caleg RR. Lili Safiani,

SE, MM merupakan caleg DPRD RI dari partai PAN bernomor urut 3 yang mengangkat isu korupsi dalam kampanyenya.

Isu korupsi memang selalu menjadi topik hangat dalam kancah politik Indonesia, sehingga penulisan *JEMBER DI GAWE ORA KORUPSI & ORA NGAPUSI* digunakan untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwasanya caleg mengusung visi dan misi pemberantasan korupsi. Padahal belum tentu setelah terpilih nanti kasus korupsi akan bersih total. Perlu kerja keras penegak hukum serta kejujuran dari para pejabat negara dalam menggunakan uang negara.

c. Menyatakan Citra Positif Caleg



*Gambar 25.*  
*CALEG DPR-RI / PUSAT*  
*PKB*

***M MUDA***  
***E ENERGIK***  
***N NASIONALIS***  
***A AGAMIS***  
***R RAMAH***  
***I INTELEK***  
***K KONSISTEN***

*CALEG DPR-RI PKB No. Urut 7*  
*DAPIL JAWA TIMUR IV*  
*JEMBER LUMAJANG*



*Jangan Lupa No. Urut*

*7*

*PUTRA*

*KH. IMRON S*

*ZAINUL HASAN*

Pada gambar 25, iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di desa Rambigundam berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Zainul Hasan atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Penyebutan citra positif diri nampak pada penulisan akronim *MENARIK* dari kata sifat muda, energik, nasionalis, agamis, ramah, intelek, dan konsisten. Penulisan informasi tersebut dianggap sebagai cara tepat dalam menarik masyarakat Jember dan Lumajang untuk memberikan dukungannya dan akan lebih memberikan simpati terhadap caleg dalam pemilu legislatif. Kata-kata sifat dimunculkan untuk menggambarkan seolah-olah caleg memiliki sifat-sifat yang disampaikan dalam iklannya, sehingga diharapkan rakyat menjadi tertarik dan memberikan dukungannya.

#### 4.2.2 Modus Optatif

Strategi dengan modus optatif yang menunjukkan harapan atau permohonan. Pengiklan menggunakan modus ini untuk strategi menarik perhatian masyarakat akan informasi dari caleg yang diusung dengan menggunakan tindak berbahasa memohon dukungan dalam iklan politiknya. Modus optatif yang ditemukan dalam wacana iklan pemilu legislatif 2014 di Kabupaten Jember meliputi permohonan dukungan dan pengharapan doa dari para konstituen yang nampak pada data 29.



Gambar 29.  
**MOHON DO'A  
DAN  
DUKUNGANNYA**

NO. URUT

4. Drs. M. MA'RUF MUCHTAR, MBA.  
Caleg DPRD Tk 1 Jawa Timur  
(DAPIL IV JEMBER DAN LUMAJANG)

Pada gambar 5, iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Sukorambi berbentuk baliho politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah M. Ma'ruf Muchtar atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Secara eksplisit modus optatif ditandai oleh verba *mohon* pada tulisan *Mohon Doa dan Dukungannya* yang berarti adanya harapan atau permohonan dari caleg agar masyarakat khususnya warga yang berlalu lalang disekitar pemasangan iklan tertarik untuk memilih caleg M. Ma'ruf Muchtar dalam pemilu legislatif 2014.

Masyarakat Indonesia identik dengan budayanya yang ramah tamah dan sopan santun dalam bermasyarakat, sehingga penggunaan verba/ kata *mohon* dianggap efektif untuk menjaring massa sebanyak-banyaknya bagi caleg. Tim sukses atau caleg menggunakan strategi modus optatif dalam iklannya, dikarenakan kata *mohon* merupakan pengungkapan permintaan, pengharapan atau permohonan secara halus terhadap apa yang diinginkan oleh penutur/penulis. Penulisan kalimat *Mohon Doa dan dukungannya* secara eksplisit caleg/ tim sukses memohon, meminta,

menharapkan doa dan dukungan dari masyarakat agar caleg dapat terpilih dalam pemilu legislatif 2014.

#### 4.2.3 Modus Imperatif

Strategi dengan modus imperatif yang menunjukkan adanya perintah untuk memilih/mencoblos caleg. Pengiklan menggunakan modus ini untuk memperjelas tujuan iklan kepada konstituen. Berdasarkan wujud wacana iklan para caleg modus imperatif yang diketemukan dalam wacana iklan pemilu legislatif 2014 di Kabupaten Jember meliputi modus imperatif yang ditandai dengan verba coblos/pilih dengan tanda (!) dan tanda non lingual berupa gambar paku mencoblos angka nomor urut dari kandidat yang terlihat pada data (30) dan (51).

- a. Modus imperatif dengan verba coblos disertai dengan tanda (!)



*Gambar 30.*

*7 PARTAI DEMOKRAT*

*3 Dra.NANI WIDOWATI*

*COBLOSS...!!!*

*3*

*BERBENAH MAJU*

*TINGKATKAN KESEJAHTERAAN RAKYAT*

*3 Dra. NANIK WIDOWATI  
ANGGOTA DPRD PROV. JATIM  
CALON LEGISLATIF DPRD PROV. JATIM  
DAPIL IV: JEMBER-LUMAJANG*

Pada gambar 30, Iklan dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Kaliwates berbentuk reklame politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Dra. Nanik Widowati atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Secara eksplisit modus imperatif pada gambar 30, ditandai dengan adanya tanda (!) sebanyak tiga kali dan verba *coblos* yang berarti penutur menyatakan perintah terhadap masyarakat/konstituen yang berlalu lalang disekitar lokasi iklan untuk melanjutkan perjuangan caleg sebagai wakil rakyat dengan memilih atau mencoblos Dra. Nanik Widowati pada pemilu legislatif 2014. Tanda (!) merupakan sebuah penanda perintah untuk melakukan sesuatu hal yang diinginkan oleh penutur/penulis terhadap apa yang diutarakannya.

Dilihat dari wujud wacana caleg memasang iklannya menggunakan tanda paku mencoblos. Hal ini tentu merupakan sebuah perintah untuk mencoblos caleg dari partai demokrat dengan nomor urut 30 tersebut. Tim sukses atau caleg menggunakan strategi modus imperatif berupa perintah untuk mencoblos caleg dengan mencoblos no urut 30 dalam iklannya. Strategi dengan modus imperatif secara ekplisit terlihat pada tulisan *COBLOSSS...!!!* dan tanda paku mencoblos angka 30.

## b. Modus imperatif dengan tanda non lingual gambar paku



) Gambar 51.

*CALON DPD - RI (INDEPENDEN)  
(DAPIL SELURUH JAWA TIMUR)*

33

*SITI AMINAH, SE, MM.  
Nanti COBLOS Fotonya  
(Kerudung Putih)*

Pada gambar 51, iklan disampaikan oleh caleg Siti Aminah atau bisa saja tim sukses dari caleg tersebut. Iklan dimunculkan pada bulan Februari 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di sekitar Jl. Lumba-lumba Kaliwates berbentuk poster politik. Berikut rincian visualisasi iklan politik pada gambar 51. Dilihat dari wujud wacana caleg memasang iklannya menggunakan tanda paku mencoblos. Di sisi gambar caleg nampak gambar paku tanda mencoblos foto caleg diharapkan oleh pengiklan agar masyarakat mencoblos caleg berkerudung putih seperti tampilan dalam iklan. Ditonjolkannya tulisan “COBLOS” dengan huruf kapital berwarna hitam masyarakat diarahkan untuk mencoblos sosok caleg perempuan dengan tampilan berkerudung putih bernomor urut 33.

### 4.3 Implikatur Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif

Ketika massa kampanye banyak dijumpai pemasangan iklan dari para calon legislatif dengan wujud dan modus tertentu. Dari hal tersebut diperoleh implikatur. Implikatur adalah beberapa proposisi makna berupa satuan pragmatis dari suatu tuturan, baik lisan maupun tulisan. Implikatur dalam iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten dikategorikan menjadi implikatur dari calek laki-laki dan implikatur dari caleg perempuan.

#### 4.3.1 Implikatur dari Caleg Laki-laki



Gambar 6.

***BERJUANG MEMBUKA LOWONGAN PEKERJAAN SEBANYAK-BANYAKNYA!!!***

8

PAN

*Ayo Bantu Saya  
"Perjuangkan Nasib"  
Wong Cilik*

*-ALUMNI SDN RAMBIJAYA  
RAMBIPUJI 1985*

*-ALUMNI SMP NEGERI 1 RAMBIPUJI 1989*

*-PUTRA GURU SMP NEGERI 1 RAMBIPUJI & PGRI 1 & 2  
Bpk. RM EDY SUTJIPTO (Alm)*

*-ALUMNI SMT PERTANIAN NEGERI JUBUNG 1992*

*-SUAMI DARI CUCUT MASTITAH  
(GURU SMP NEGERI 1 PANTI)*

*-MENANTU DARI Bpk. GURU SUNARYO  
(MANTAN KEPALASEKOLAH SDN RAMBIGUNDAM 1)  
-PENYIAR RADIO MIKO  
RADIO RGT FM BALUNG-BASS FM RAMBIPUJI*

*Coblos Nomor  
7 DIDIK SUJATMIKO  
(MIKO)  
DAPIL IV NO. URUT 7*

Iklan pada gambar 6, dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di desa Rambigundam berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Didik Sujatmiko/tim sukses dari caleg tersebut. Isi pesan berupa informasi kepada masyarakat yang melihat poster politik ini bahwasanya caleg Didik Sujatmiko merupakan caleg DPRD dari partai PAN berjanji akan membuka lapangan pekerjaan sebanyak-banyaknya jika terpilih menjadi anggota legislatif kelak. Implikatur pada gambar 6 meliputi; (1) implikatur mengumbar janji, (2) implikatur membohongi, (3) implikatur Implikatur orientasi visi dan misi memperjuangkan rakyat kecil ; dan (4) implikatur memamerkan diri.

Masalah ketenagakerjaan di Indonesia sekarang ini sudah mencapai kondisi yang cukup memprihatinkan ditandai dengan jumlah penganggur, pendapatan relatif rendah dan kurang merata. Besarnya jumlah pengangguran di Indonesia lambat-laun akan menimbulkan banyak masalah sosial yang nantinya akan menjadi suatu krisis sosial. Pembangunan bangsa Indonesia ke depan sangat tergantung pada kualitas sumber daya manusia Indonesia yang sehat fisik dan mental serta mempunyai keterampilan dan keahlian kerja, sehingga mampu membangun masyarakat Indonesia pekerja dan mempunyai penghasilan tetap dan layak, sehingga mampu memenuhi kebutuhan hidup, kesehatan, dan pendidikan anggota keluarganya. Kebijakan pemerintah pusat dengan kebijakan pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota harus merupakan satu kesatuan yang saling mendukung untuk penciptaan dan perluasan kesempatan kerja. Oleh karena itu caleg jangan hanya

menebar janji-janji saat berkampanye. Namun harus memahami langkah-langkah nyata yang akan dilakukan saat terpilih menjadi anggota legislatif.

Kesejahteraan rakyat meliputi berbagai macam hal yang kompleks. Mulai dari kepentingan ekonomi, pendidikan, kesehatan, lapangan pekerjaan dan masih banyak lagi. Anggota legislatif sebagai wakil rakyat di pemerintahan, memang berkewajiban menyalurkan aspirasi rakyat. Kesejahteraan rakyat menjadi tujuan utama, dengan membuat kebijakan-kebijakan yang berpihak kepada rakyat.

Namun pada kenyataannya caleg terpilih lebih mementingkan kepentingan partai politik dan kesejahteraan dirinya sendiri. Banyak kebijakan-kebijakan yang justru menyengsarakan rakyat. Janji-janji yang caleg ucapkan saat kampanye untuk memperjuangkan kesejahteraan rakyat, justru terlupakan saat caleg telah menjadi anggota legislatif. Contohnya masih banyaknya angka kemiskinan, gizi buruk, masyarakat kecil yang tidak mendapatkan pelayanan kesehatan dengan baik, tidak mendapatkan pendidikan dengan layak, banyaknya tingkat pengangguran, dan lain-lain. Padahal hal tersebut merupakan kesejahteraan dasar bagi masyarakat. Semoga kinerja anggota legislatif sesuai dengan apa yang mereka janjikan saat kampanye berlangsung. Janji benar-benar berjuang untuk kesejahteraan rakyat.

Dilain sisi seorang caleg tentu saja juga dapat dilihat dari sisi positifnya. Dengan menampilkan semua identitas diri caleg secara lengkap diharapkan masyarakat percaya dengan kemampuan yang dimiliki caleg, sehingga masyarakat/konstituen memberikan dukungannya saat pemilu legislatif berlangsung. Meskipun beberapa jabatan dan gelar tidak menjamin kinerja caleg ketika terpilih kelak, namun dari beberapa keterangan identitas caleg masyarakat dapat memperoleh informasi secara jelas riwayat caleg dan pertimbangannya ketika menentukan pilihan saat pemilu berlangsung. Mungkin saja caleg memang mempunyai tujuan untuk memperjuangkan rakyat kecil. Selain itu upaya untuk menarik simpati massa juga dilakukan dengan implikatur menyindir. Implikatur menyindir yang diketemukan



dalam wacana iklan calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember meliputi implikatur menyindir dengan isu religi. Hal tersebut dipaparkan pada data (44).



Gambar 44.

*PARTAI PERSATUAN PEMBANGUNAN*

*ISIN WONG ISLAM GAK  
MBELANI KA'BAH*

*5. H. ISWINARSO, SE*

*pilih gambar KA'BAH  
COBLOS no. URUT Lima*

*MANTAB*

Iklan pada gambar 9, dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Sumbersari berbentuk reklame politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Iswinarso/tim sukses dari caleg tersebut. Pesan iklan kampanye caleg H. Iswinarso, SE menyampaikan bahwasanya orang Islam harus malu apabila tidak memilih partai PPP dengan logo Ka'bah. Pesan disampaikan menggunakan bahasa Jawa. Implikatur pada gambar 9 adalah implikatur menyindir dan implikatur memamerkan diri.

Isu religi diangkat pada iklan kampanye di atas, Kabupaten Jember dan Lumajang mayoritas penduduknya beragama islam, sehingga caleg menyatakan sindirannya terhadap masyarakat atau orang yang berlalu lalang disekitar pemasangan iklan yang tidak memilih dirinya atau partai PPP. Padahal masyarakat Jember terdiri

dari bermacam-macam suku dan agama. Sudah banyak pejabat tinggi ataupun bawahannya yang duduk di kursi pemerintahan yang pada awalnya berkedok mengatasnamakan agama, namun pada kenyataannya tingkah lakunya banyak menyimpang dari agama.

Masyarakat Indonesia berazas demokrasi, setiap orang berhak menentukan pilihannya masing-masing. Tidak peduli apapun agamanya, jika dapat membawa pemerintahan Indonesia menjadi lebih baik serta berlaku selayaknya orang beragama pastilah masyarakat menentukan pilihannya. Masyarakat berharap semoga anggota legislatif yang terpilih selain religius tetapi juga peduli terhadap aspirasi rakyat Indonesia yang heterogen dengan berlaku adil dan bijaksana.

#### 4.3. 2 Implikatur dari Caleg Perempuan

Tidak jauh berbeda dari caleg laki-laki, caleg perempuan pun menggunakan strategi obral janji dalam iklan politiknya. Obral janji banyak bertebaran diantara iklan para caleg baik laki-laki maupun perempuan pada massa kampanye. Berbagai janji digunakan untuk menarik perhatian konstituen. Hal ini menimbulkan beberapa implikatur dibenak para konsituen. Seperti yang nampak pada data gambar 46 dan gambar 5.



Gambar 46.

***TEGAKKAN KEADILAN DAN KEPASTIAN HUKUM***

***14***

***PARTAI BULAN BINTANG***

*4 SITI HARTUTIK  
(Bu Bambang)  
CALON ANGGOTA DPRD KAB. JEMBER  
DAPIL IV NO. URUT 4  
(Balung-Rambipuji-Jenggawah-Ambulu-Wuluhan*

Iklan pada gambar 46, dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di desa Rambigundam berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah Siti Hartutik/tim sukses dari caleg tersebut. Isi pesan berupa informasi kepada masyarakat yang melihat poster politik ini bahwasanya caleg Siti Hartutik merupakan caleg DPRD dari partai Bulan Bintang yang berjanji akan menegakkan keadilan dan kepastian hukum. Implikatur pada gambar 46 meliputi; (1) implikatur mengumbar janji, (2) implikatur membohongi, (3) implikatur orientasi dan misi pnegakkan hukum; dan (4) implikatur memamerkan diri.

Penegakan hukum di Indonesia, baik dalam lembaga kepolisian, kejaksaan, pengadilan, dan kepengacaraan harus nyata tindakannya. Era reformasi sudah cukup lama berjalan (lebih dari satu dasawarsa) namun sampai sekarang penegakan hukum memang sulit dilaksanakan. Hal ini terjadi karena terdapat beberapa hal yang memerlukan pembenahan hukum seperti masalah pelaksanaan hukum. Masalah pelaksanaan hukum di Indonesia belum dijalankan seutuhnya, sehingga keadilan belum bisa diwujudkan. Lambatnya penegakan kasus pelanggaran hukum serius, khususnya pelanggaran HAM dan kejahatan birokrasi (kasus korupsi BUMN, BLBI, Perpajakan, dll). Meskipun sebenarnya pada massa reformasi penegakan hukum sudah memiliki awal yang baik, dengan meningkatnya reformasi hukum dan reformasi struktural di lintas sektoral seperti kejaksaan, peradilan, kepolisian dan kepengacaraan.

Reformasi hukum akan terwujud bila ada kerjasama dan komitmen yang benar-benar dijunjung tinggi antara pemerintah, pelaksana hukum (hakim, jaksa, pengacara, dan polisi) dan masyarakat secara keseluruhan untuk mematuhi dan menegakkan hukum sesuai dengan aturan hukum yang berlaku di indonesia.



Gambar 5.  
8  
PAN

***JEMBER DI GAWA  
ORA KORUPSI &  
ORA NGAPUSI***

***3 DR. LILI SAFIANI, SE, MM***

Iklan pada gambar 8, dimunculkan pada bulan Maret 2014 pada masa kampanye pemilu legislatif di Jl. Jawa Sumbersari berbentuk poster politik. Penutur dalam iklan tersebut ialah RR. Lili Safiani, SE, MM /tim sukses dari caleg tersebut. Isi pesan berupa informasi kepada masyarakat yang melihat poster politik ini bahwasanya caleg RR. Lili Safiani, SE, MM merupakan caleg DPRD RI dari partai PAN bernomorurut 3 yang mengangkat isu korupsi. Penulisan *Jember digawe ora Korupsi dan ora ngapusi* dalam iklan bermaksud agar para pemilih dalam pemilu legislatif 2014 memilih caleg RR. Lili Safiani, SE, MM yang tidak korupsi dan tidak berbohong/ berbicara janji-janji palsu kepada masyarakat semasa kampanye. Namun siapa yang dapat menjamin bahwa perkataan yang ditulis dalam iklan politiknya benar-benar terbukti ketika telah terpilih menjadi anggota legislatif. Biaya kampanye yang besar adalah salah satu faktor praktik korupsi semakin marak. Implikatur pada gambar 5 meliputi (1) implikatur mengumbar janji, (2) implikatur membohongi, (3) implikatur orientasi visi dan misi pemberantasan korupsi di kota Jember; dan (4) implikatur memamerkan diri.

Kasus korupsi merupakan salah satu isu politik. Isu-isu politik klasik ini sedang berkembang di masyarakat, sehingga dapat dijadikan topik utama yang selalu diangkat dalam setiap komunikasi politik dan kampanye. Caleg dari kader partai PAN ini mengangkat isu *Jember digawe ora Korupsi dan ora ngapusi*. Padahal pada kenyataannya korupsi sudah mengakar kuat dalam pemerintahan di Indonesia. Mulai pejabat tinggi sampai paling bawah sebagai besar diindikasikan terkait dengan kasus korupsi. Begitu pula di Kabupaten Jember kasus korupsi ada yang sudah dijatuhi sanksi, namun masih banyak yang terbengkalai atau berlarut-larut proses hukumnya (kasus korupsi APBD, kasus dana perbaikan jalan, dan sebagainya). Periode tahun 2010, Kejari Jember menangani kasus korupsi terbanyak dibandingkan kejari lainnya di Jawa Timur, dengan total kasus korupsi sebanyak 44 perkara. Kalau pejabat memiliki semangat antikorupsi, seharusnya ada perbaikan dan jumlah kasus korupsi yang ditangani aparat penegak hukum semakin sedikit

Selain itu selama ini caleg terpilih terkesan tidak memperjuangkan nasib rakyat. Rakyat hanya dijadikan suatu obyek untuk diperjuangkan kesejahteraannya, namun tidak pernah terbukti pada kenyataannya. Seolah-olah hubungan antara wakil rakyat dan rakyatnya telah terputus. Anggota legislatif hanya terkesan mementingkan partai politik yang mempromosikan caleg. Hal inilah yang membuat masyarakat tidak percaya lagi dengan obral janji caleg. Ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dalam memberantas korupsi membuat masyarakat semakin selektif dalam memilih wakilnya. Namun, caleg RR. Lili Safiani berasal dari keluarga mapan dan telah memiliki gelar kebangsawanan Jawa. Mungkin saja caleg memang benar-benar mempunyai niatan untuk memberantas korupsi di kota Jember. Sebagai konstituen kita wajib mendukung segala tindakan dalam memberantas korupsi.

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan wacana iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember dapat disimpulkan sebagai berikut.

Kajian tentang wacana iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember menghasilkan temuan yang bervariasi. Wujud wacana yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi: 1) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas diri dan ajakan memilih disertai tanda non lingual gambar foto caleg , 2) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, visi dan misi, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg disertai logo partai, 3) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, jargon, visi dan misi, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg disertai logo partai. 4) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, jargon, ajakan memilih, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg, logo partai, disertai tokoh masyarakat. 5) wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, visi dan misi, ajakan memilih, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg, logo partai, disertai tokoh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wujud iklan politik yang paling banyak ditemukan yakni wujud wacana campuran berupa tanda lingual tulisan identitas partai, visi dan misi, identitas diri dan tanda non lingual gambar foto caleg disertai logo partai.

Berdasarkan wujud iklan politik calon legislatif diperoleh modus. Modus dalam iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember ditemukan tiga kategori yang meliputi; (1) modus deklaratif; (2) modus optatif; (3) modus imperatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa modus yang paling banyak ditemukan yakni modus deklaratif. Banyak dari iklan para caleg yang menggunakan modus deklaratif untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Dari wujud iklan dan modus diperoleh implikatur. Dalam iklan kampanye calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember ditemukan lima kategori yang meliputi; (1) implikatur mengumbar janji; (2) implikatur membohongi; (3) implikatur menyindir; dan (4) implikatur memamerkan diri; (5) implikatur orientasi visi dan misi. Implikatur yang banyak ditemukan adalah implikatur mengumbar janji dan implikatur orientasi visi dan misi caleg di mata masyarakat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

- 1) Mahasiswa FKIP Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, hasil penelitian ini disarankan menjadi bahan referensi dalam diskusi dan pendalaman mata kuliah Analisis Wacana.
- 2) Guru bahasa Indonesia, sebaiknya menggunakan penelitian ini sebagai referensi dalam mengungkapkan informasi dari rangkuman teks berita, slogan/poster.
- 3) Peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti wacana iklan kampanye calon legislatif, penelitian ini sebaiknya dicermati atau dikembangkan lebih lanjut untuk menemukan fokus kajian lain (rumusan masalah lain) secara lebih rinci, misalnya dari sisi ragam bahasanya dan tindak bahasanya yang predikatif.
- 4) Masyarakat dalam melihat iklan kampanye caleg seyogyanya lebih logis dan kritis sesuai dengan hati nurani dan realita ketika memilih caleg periode tahun 2014 dan periode selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abizard, Muhammad. 1988. *Komunikasi organisasi*. Jakarta: Depdikbud, Dirjen Dikti, P2LPTK.
- Andianto, M R. 2004. *Tindak Direktif Bahasa Indonesia dalam Peristiwa Tutar Acara Pendalaman Iman Umat Katolik*. Tidak Diterbitkan. Tesis. Malang: Program Pascasarjana Pendidikan Bahasa Indonesia.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek..* Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyono, Bambang Yudi. 1995. *Kristal-Kristal Ilmu Bahasa*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Djajasudarma, Fatimah. 2006. *Wacana: Pemahaman dan Hubungan Antar Unsur*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana; Pengantar Analisis teks media*. Yogyakarta: LkiS
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Kosep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarata: Pustaka Utama Grafiti.
- Kridalaksana, H. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lubis, Hamid Hasan. 1993. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: Angkasa
- Moleong, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.



Mulyana. 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Nimmo, D. 1993. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali.

Rani dkk. 2006. *Analisis Wacana Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayu Media Publishing.

Sulistyningtyas, Tri. 2009. *Bahasa Indonesia dalam Wacana Propaganda Politik Kampanye Pemilu 2009 Suatu Kajian Sosiopragmatik*.

Sastropetro, Santoso. 1991. *Propaganda Salah Satu bentuk Komunikasi massa*. Bandung: Alumni.

Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Edisi Ketiga. Jember: Jember University Press.

(<http://lisadypragmatik.blogspot.com/2007/07/pragmatik-oleh-sidon.html>). 3 Oktober Januari 2014

(<http://www.ohon.vcl.ac.uk/home/robyn/workshop/paper/caston.htm>). 1 November 2014

Lampiran 1

MATRIKS PENELITIAN

Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metodologi Penelitian					
		Rancangan dan Jenis penelitian	Data dan Sumber Data	Pengumpul Data	Analisis Data	Instrumen Penelitian	Prosedur Penelitian
Wacana Iklan Kampanye Calon Legislatif 2014 Kabupaten Jember: Wujud, Modus, dan Implikatur	(1) Bagaimanakah wujud wacana iklan para calon legislatif periode 2014-2019 Kabupaten Jember? (2) Bagaimanakah modus tindak bahasa dalam wacana iklan para calon legislatif periode 2014-2019 Kabupaten Jember? (3) Bagaimanakah implikatur wacana iklan para calon legislatif periode 2014-2019 Kabupaten Jember?	Rancangan Penelitian : Kualitatif  Jenis Penelitian : Deskriptif	(1)Data : Berupa tulisan, gambar dan konteks iklan kampanye luar ruang calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember yang diindikasikan mengandung wujud, modus dan implikatur (2)Sumber Data : Berupa iklan kampanye luar ruang calon legislatif 2014 di Kabupaten Jember dengan jumlah 50 iklan	Metode Pengumpul Data : (1) Metode Observasi (2) Metode dokumentasi (3) Metode Pencatatan	Metode Analisis Data : (1) Seleksi Data (data diseleksi dan diberi kode) (2) Pengolahan data (dibagi menjadi dua yaitu pengkodean dan interpretasi)	(1) Kamera (2) Alat pencatat (alat tulis dan laptop) (3) Tabel pemandu pengumpul data. (4) Tabel pemandu analisis data.	(1) Tahap persiapan. (2) Tahap pelaksanaan. (3) Tahap penyelesaian .

**LAMPIRAN 6****Autobiografi**

Disi Murdiana lahir di Samarinda pada tanggal 02 Desember 1991, dari pasangan Muhammad Bahrim dan Murani. Pendidikan saya dimulai dari SDN 01 Rambigundam. Setelah menyelesaikan SD saya diterima di SMP Negeri 1 Rambipuji untuk mencari pengalaman di luar desa dan melanjutkan SMA yakni SMA Negeri Rambipuji. Bersekolah di SMA Negeri Rambipuji saya sempat aktif dalam organisasi PMR

(*Palang Merah Remaja*), KIR (*Karya Ilmiah Remaja*) dan ECC (*English Conversation Club*). Beberapa organisasi tersebut mengajarkan saya tentang berorganisasi, memberikan pengalaman dan teman-teman yang beragam.