



**ANALISIS WACANA KRITIS PADA SLOGAN CALEG
PERIODE 2014-2019 DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

oleh

**Nur Fitriana
NIM 100110201030**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**ANALISIS WACANA KRITIS PADA SLOGAN CALEG
PERIODE 2014-2019 DI KABUPATEN LUMAJANG**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Sastra Indonesia (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Sastra

oleh

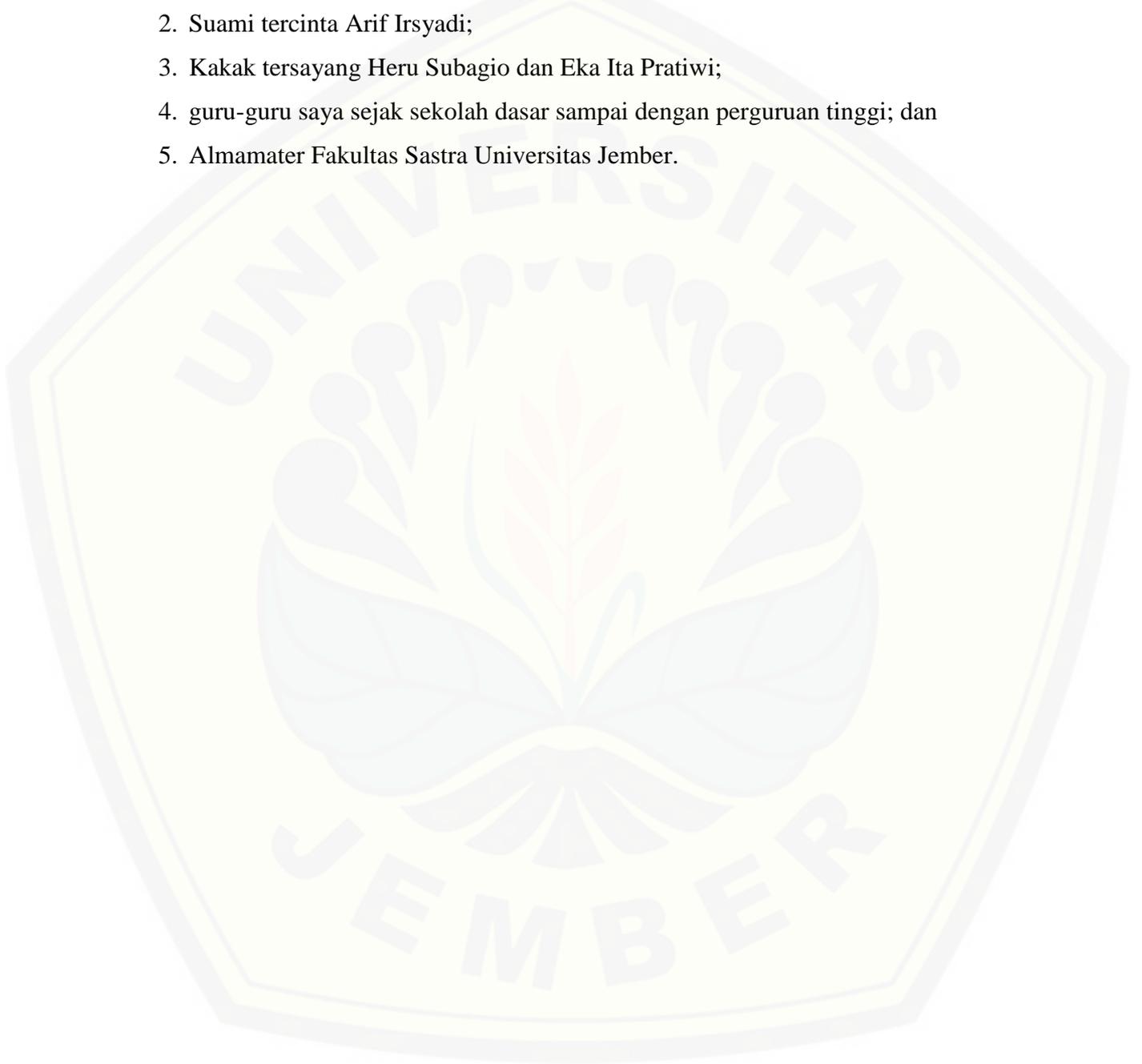
**Nur Fitriana
NIM 100110201030**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Almarhum Ayah tersayang Kliban dan Ibu tersayang Siti Fatimah;
2. Suami tercinta Arif Irsyadi;
3. Kakak tersayang Heru Subagio dan Eka Ita Pratiwi;
4. guru-guru saya sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi; dan
5. Almamater Fakultas Sastra Universitas Jember.



MOTO

“Tidak ada kesuksesan yang bisa dicapai seperti membalikkan telapak tangan.
Tidak ada keberhasilan tanpa kerja keras, keuletan, kegigihan, dan kedisiplinan”

(Chairul Tanjung)¹

“Hanya orang takut yang bisa berani, karena keberanian adalah melakukan
sesuatu yang ditakutinya. Maka, bila merasa takut, anda akan punya kesempatan
untuk bersikap berani”

(Mario Teguh)²

¹ Tanjung, Chairul. 2012. *Chairul Tanjung Si Anak Singkong*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, Penerbit Buku Kompas.

² <http://puisikatamutiarabijak524.blogspot.com/2014/07/kumpulan-koleksi-kalimat-kata-kata.html>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Nur Fitriana

NIM : 100110201030

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis pada Slogan Caleg Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang” adalah benar-benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan di instansi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 10 Juni 2015

Yang menyatakan,

Nur Fitriana
NIM 100110201030

SKRIPSI

**ANALISIS WACANA KRITIS PADA SLOGAN CALEG
PERIODE 2014-2019 DI KABUPATEN LUMAJANG**

oleh

Nur Fitriana
NIM 100110201030

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. Akhmad Sofyan, M.Hum.

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. A. Erna Rochiyati S., M.Hum.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Wacana Kritis pada Slogan Caleg Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 10 Juni 2015

tempat : Fakultas Sastra Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Dr. Akhmad Sofyan, M.Hum
NIP 196805161992011001

Dra. A. Erna Rochiyati S., M.Hum.
NIP 196011071988022001

Penguji I,

Penguji II,

Prof. Dr. Bambang Wibisono, M.Pd.
NIP 196004091985031003

Dr. Agus Sariono, M.Hum
NIP 196504171990021001

Mengesahkan

Dekan,

Dr. Hairus Salikin, M.Ed.
NIP 196310151989021001

RINGKASAN

Analisis Wacana Kritis pada Slogan Caleg Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang; Nur Fitriana, 100110201030; 2015: 74 halaman; Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

Analisis wacana kritis adalah sebuah upaya atau proses penguraian untuk memberi penjelasan dari sebuah teks yang akan dikaji oleh seseorang atau kelompok yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Banyak calon legislatif menggunakan iklan media cetak salah satu media cetak yang digunakan adalah *banner* yang terpampang di pinggir jalan raya dan tempat yang strategis. Kajian tekstual terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Kajian kontekstual didasarkan pada kajian konteks slogan caleg tersebut yang masing-masing bagian saling mendukung. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menjelaskan slogan caleg di Kabupaten Lumajang.

Penyediaan data dilakukan dengan melakukan observasi secara langsung pada objek yang diobservasi, yakni slogan calon legislatif di Kabupaten Lumajang dalam bentuk *banner* (spanduk) yang terdapat di tempat-tempat umum dengan menggunakan alat bantu pengamatan berupa kamera digital. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis konten atau analisis isi. Ada dua dimensi kajian analisis dalam model ini, yakni dimensi internal teks dan dimensi eksternal teks. Dimensi internal, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Dimensi eksternal teks yaitu pada konteks slogan caleg. Penyajian hasil analisis data menggunakan metode informal.

Dari penelitian ini, ditemukan tiga makna global atau umum slogan caleg di Kabupaten Lumajang, yakni himbauan, persuasif, dan informatif. Superstruktur dalam wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Skema slogan caleg terdiri atas skema lengkap dan tidak lengkap. Skema lengkap terdiri atas butir utama (*headline*), badan

(*body*), dan penutup (*close*). Skema tidak lengkap terdiri atas *headline* dan *body*, *headline* dan *close*.

Kajian unsur semantik dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang terdiri atas latar, detil, maksud, dan praanggapan. Kajian unsur sintaksis dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang terdiri atas bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti. Kajian leksikon dalam slogan caleg bertujuan untuk mengungkap pemilihan kata yang digunakan dianggap bukan merupakan sebuah kebetulan melainkan menunjukkan pemaknaan seseorang terhadap fakta dan realitas. Kajian unsur retorik dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang bertujuan untuk mengungkap bagaimana cara caleg dalam memberikan penekanan makna. Bagian yang menjadi kajiannya antara lain, grafis, metafora, dan ekspresi.

Konteks wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang dibentuk dari delapan unsur yang diakronimkan *speaking*. *Setting* dalam *banner* slogan yakni foto ketua umum partai dan gambar atau lambang bendera PDI Perjuangan, Gerindra, dan PAN. *Participant* yang ada di dalam *banner* slogan caleg tersebut adalah umat Islam, petani dan anak muda, masyarakat Jawa, masyarakat Madura serta organisasi NU. *Ends* ingin menyejahterakan rakyat dan menyelamatkan negeri bagi generasi penerus bangsa. *Act sequence* merupakan isi atau bentuk pesan slogan caleg yakni persuasif. *Key* dalam *banner* tersebut yaitu sikap tegas dan memberikan semangat kepada pembaca. *Instrumentatis* dalam slogan caleg tersebut dikemas dalam bentuk *banner* yang bersisi foto dan slogan-slogan inspiratif. *Norm* pada slogan caleg tersebut baik dan sopan. *Genre* wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang merupakan wacana politik, yaitu rangkaian tuturan yang isinya bersifat ajakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca supaya tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Tujuannya adalah sebagai pertimbangan yang dapat menjamin kepentingan kelompok atau individu untuk mewujudkan keinginan atau cita-cita yang dikehendaki oleh caleg tersebut.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Mahakuasa yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis pada Slogan Caleg Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang” dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu pada Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

Skripsi ini tidak akan tersusun tanpa adanya dukungan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hairus Salikin, M.Ed. selaku Dekan Fakultas Sastra;
2. Dra. Sri Ningsih, M.S. selaku Ketua Jurusan Sastra Indonesia;
3. Prof. Dr. Akhmad Sofyan, M.Hum., selaku Pembimbing I yang telah membimbing, memotivasi meluangkan waktu, dan memberi masukan demi sempurnanya skripsi ini;
4. Dra. A. Erna Rochiyati S., M.Hum. selaku Pembimbing II yang telah membimbing, memotivasi, dan meluangkan waktu serta pikiran demi sempurnanya skripsi ini;
5. Prof. Dr. Bambang Wibisono, M.Pd. selaku Penguji I yang telah memberi masukan demi sempurnanya skripsi ini;
6. Dr. Agus Sariono, M.Hum. selaku Penguji II yang telah membimbing dan memberi masukan demi sempurnanya skripsi ini;
7. para staf pengajar Jurusan Sastra Indonesia atas ketulusan dan keikhlasannya mengajarkan ilmunya kepada penulis;
8. Almarhum Ayah Kliban dan Ibu Siti Fatimah tersayang yang memberikan semangat dan doa dalam setiap langkah penulis;
9. Suami tercinta Arif Irsyadi yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta doa kepada penulis;
10. Kakak tersayang Heru Subagio dan Eka Ita Pratiwi terima kasih atas dukungan dan doa selama ini;

11. Sahabat tercinta Dita Amalia, Vivi Abraham, Dian Gabro, Reta Wibowo, Melyana, Devi Wardi, Maharani (Rani), Nur Hayati (Aya), Meta Armis, Chalis Cuke, Bobby Mahendra, Adit, dan Heri Susanto yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan masukan kepada penulis;
12. teman-teman seperjuangan Sastra Indonesia Angkatan 2010 yang selalu berbagi tawa dan perhatian bersama penulis;
13. guru-guru saya sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
14. Almamater Fakultas Sastra Universitas Jember; dan
15. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya, penulis yakin bahwa kesungguhan dan niat yang tulus akan menghasilkan sesuatu yang besar. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Jember, Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.3.1 Tujuan.....	5
1.3.2 Manfaat.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Bahasa	10
2.2.2 Slogan.....	10
2.2.3 Wacana	11
2.2.4 Analisis Wacana	17
2.2.5 Analisis Wacana Kritis (AWK).....	18
2.2.6 Karakteristik AWK	19
2.2.7 AWK Ideologi Politik	21
2.2.8 AWK Van Dijk.....	22
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Sumber Data dan Data	28

3.1.1 Sumber Data.....	28
3.1.2 Data	28
3.2 Tahap Penyediaan Data	28
3.3 Tahap Analisis Data	29
3.4 Metode dan Teknik Pemaparan Hasil Analisis Data.....	30
BAB 4. PEMBAHASAN	31
4.1 Struktur Makro Wacana.....	31
4.1.1 Slogan Caleg Himbauan.....	31
4.1.2 Slogan Caleg Informatif.....	34
4.1.3 Slogan Caleg Persuasif.....	36
4.2 Superstruktur Wacana.....	43
4.3 Struktur Mikro Wacana.....	48
4.3.1 Semantik.....	48
4.3.2 Sintaksis	53
4.3.3 Leksikon	57
4.3.4 Retoris	58
4.4 Konteks Wacana.....	60
BAB 5. PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa mempunyai peranan yang sangat penting sehingga dalam kenyataannya bahasa menjadi aspek dalam melakukan sosialisasi atau berinteraksi sosial. Dengan bahasa manusia dapat menuangkan berbagai berita, pikiran, pengalaman, gagasan, perasaan, dan keinginan kepada orang lain, Kurniawan (dalam Yoce, 2009:1). Ketika seseorang mengemukakan gagasan, yang perlu diperhatikan bukan hanya kebahasaan melainkan juga harus ada pemahaman. Dengan adanya pemahaman, maksud dan tujuan pun akan tersampaikan secara jelas. Adapun cara yang dilakukan untuk menyampaikan maksud tersebut dapat dilakukan dengan memunculkan suatu wacana, baik secara lisan maupun dalam bentuk tulisan.

Dalam pemilihan umum 9 April 2014 yang lalu, kita berhadapan dengan *banner* (spanduk) yang dipasang oleh calon legislatif untuk mencari simpati masyarakat atas pencalonannya. Dalam *banner* itu, tidak hanya memasang foto calon legislatif tetapi juga menonjolkan kata-kata inspiratif yang bermaksud untuk menambah yakin masyarakat bahwa mereka ini calon untuk dipilih nanti. Kata-kata inspiratif tersebut berupa slogan-slogan calon legislatif yang dapat mempengaruhi masyarakat. Slogan-slogan tersebut merupakan wacana, janji, harapan yang diberikan oleh calon legislatif untuk menunjukkan identitas diri kepada masyarakat. Sebagian masyarakat slogan calon legislatif merupakan salah satu referensi untuk membuat keputusan menentukan pilihan dalam pemilihan umum nanti. Semakin dekat bahasa slogan calon legislatif dengan kebutuhan masyarakat, semakin simpati masyarakat terhadap pencalonannya. Sebaliknya, semakin tinggi bahasa slogan yang dipakai apabila menyanjung setinggi-tingginya calon legislatif itu, semakin tidak komunikatif pesan itu sampai kepada masyarakat.

Banyak calon legislatif menggunakan media cetak untuk mendapatkan suara terbanyak supaya dapat memenangkan pemilihan umum. Salah satu media cetak yang digunakan adalah *banner* yang terpampang di pinggir jalan raya, pohon-pohon di pinggir jalan raya dengan slogan-slogan yang dapat mempengaruhi masyarakat. *Banner* memiliki dua fungsi, yakni fungsi memberikan informasi dan mempengaruhi atau memanipulasi. Pemberi informasi berarti memberi gambaran tentang siapa dan bagaimana calon legislatif yang mencalonkan diri, sedangkan fungsi persuasi berarti memanipulasi kesadaran, daya tarik, dan perilaku masyarakat supaya tergerak untuk mengikuti kehendak politisi.

Menurut UU Nomor 8 Tahun 2012 tentang pemilu anggota DPR, DPD, dan DPRD pada pasal 77 menyatakan bahwa kampanye pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab. Fungsi pedoman pelaksanaan kampanye pemilu anggota DPR, DPD, dan DPRD dijabarkan di peraturan KPU Nomor 15 Tahun 2013 menyatakan bahwa kampanye pemilu merupakan kegiatan caleg untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program caleg. Kampanye caleg berfungsi sebagai sarana partisipasi politik warga negara dalam membangun komitmen antara masyarakat dengan caleg.

Calon legislatif adalah orang-orang yang berdasarkan aspirasi, kemampuan atau adanya dukungan masyarakat, dan dinyatakan telah memenuhi syarat oleh peraturan diajukan partai untuk menjadi anggota legislatif dengan mengikuti pemilihan umum. Banyak orang mencoba mencalonkan dirinya menjadi pimpinan daerah mulai dari tingkat desa, kota atau kabupaten, provinsi hingga menduduki kursi DPR/MPR RI. Ke mana kita melangkah dan memandang, di pinggir-pinggir jalan pasti ada gambar wajah calon legislatif dan disertai dengan slogan-slogan inspiratif yang bermaksud untuk menambah yakin publik bahwa calon legislatif ini untuk dipilih.

Slogan adalah perkataan atau kalimat pendek yang menarik dan mudah untuk diingat untuk memberitahukan atau menyampaikan sesuatu. Slogan bertujuan untuk menyampaikan suatu informasi dan mempengaruhi pandangan

serta pendapat orang terhadap informasi tersebut. Slogan memiliki ciri bahasa yang menarik, mudah dipahami, bersifat persuasif, isinya singkat dan jelas, kalimatnya pendek, serta mudah diingat oleh pembaca.

Calon legislatif yang beriklan berupaya mempengaruhi pembaca melalui ide dan gagasan yang ditawarkan. Hasil akhir yang diharapkan adalah membujuk pembaca untuk mengambil tindakan dengan memilih calon anggota legislatif yang bersangkutan pada saat pemilihan anggota legislatif. Calon legislatif berupaya mempengaruhi masyarakat dengan menanamkan kepercayaan dan menunjukkan kepantasan melalui pencitraan yang dikemas dengan bahasa politik.

Pencitraan merupakan kesan, perasaan, gambaran terhadap diri calon legislatif. Pencitraan calon legislatif dalam wacana iklan kampanye dengan sengaja diciptakan bernilai positif, menarik, dan berkesan. Melalui iklan kampanye, calon legislatif berusaha mempengaruhi dan menyakinkan calon pemilih dengan menunjukkan kemampuannya yang terbaik sehingga layak untuk dipilih.

Istilah wacana mempunyai acuan yang lebih luas dari bacaan. Wacana merupakan satuan bahasa yang paling besar yang digunakan dalam komunikasi. Satuan bahasa yang di bawahnya secara berturut-turut adalah kalimat, frasa, kata, dan bunyi. Analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti atau menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik dalam bentuk tulis maupun lisan. Penggunaan bahasa secara alamiah ini berarti penggunaan bahasa seperti dalam komunikasi sehari-hari.

Yoce (2009:49) menyatakan bahwa analisis wacana kritis adalah sebuah upaya atau proses penguraian untuk memberi penjelasan dari sebuah teks yang akan dikaji oleh seseorang atau kelompok yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Artinya, dalam sebuah konteks harus disadari akan adanya kepentingan. Oleh karena itu, analisis yang terbentuk nantinya disadari telah dipengaruhi oleh si penulis dari berbagai faktor. Selain itu, harus disadari pula bahwa dibalik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan. Analisis wacana yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah sebagai upaya pengungkapan maksud

tersembunyi dari subjek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Teun Van Dijk (dalam Yoce, 2009:51) mengemukakan bahwa analisis wacana kritis digunakan untuk menganalisis wacana kritis, diantaranya politik, ras, gender, kelas sosial, dan lain-lainnya. Tujuan analisis wacana kritis adalah untuk mengembangkan asumsi-asumsi yang bersifat ideologis yang terkandung dibalik kata-kata dalam teks atau ucapan dalam berbagai bentuk kekuasaan. Analisis wacana kritis juga dilakukan pada ucapan, lambang, gambar visual, dan bentuk-bentuk lainnya.

Van Dijk (dalam Mulyana, 2005:224) Teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membagi menjadi tiga tingkatan, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Struktur makro merupakan makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks. Superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka teks. Struktur mikro adalah makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat, dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

Wacana politik merupakan bentuk wacana persuasi. Caleg yang beriklan berupaya mempengaruhi pembaca melalui ide dan gagasan yang ditawarkan. Hasil akhir yang diharapkan adalah membujuk pembaca untuk mengambil tindakan dengan memilih para calon legislatif yang beriklan. Dalam kondisi seperti ini wujud wacana adalah teks yang berupa rangkaian proposisi sebagai hasil pengungkapan ide atau gagasan. Dengan kata lain, wacana komunikasi tulis berupa teks yang dihasilkan oleh seorang penulis. Dalam hal ini, penulis (penyapa) adalah calon legislatif yang menuliskan ide atau gagasannya. Dengan kata lain, wacana komunikasi tulis berupa teks yang dihasilkan oleh seorang penulis. Berkaitan dengan uraian latar belakang di atas, peneliti menganalisis slogan-slogan yang ada pada *banner* calon legislatif sebagai kajian penelitian ini. Objek penelitiannya adalah slogan-slogan yang ada pada *banner* calon legislatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah yang akan dibahas pada skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis pada Slogan Caleg di Kabupaten Lumajang” sebagai berikut.

- (1) Bagaimana struktur makro wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang?
- (2) Bagaimana superstruktur wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang?
- (3) Bagaimana struktur mikro wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang?
- (4) Bagaimanakah konteks wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Setiap penelitian selalu didasarkan pada sesuatu yang hendak dicapai yakni tujuan. Dengan tujuan yang jelas, penelitian dapat terarah dan sesuai dengan apa yang diinginkan. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran bagi para pengguna dan peneliti bahasa, khususnya tentang analisis wacana. Tujuan skripsi ini adalah:

- (1) mendeskripsikan struktur makro wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang;
- (2) mendeskripsikan superstruktur wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang;
- (3) mendeskripsikan struktur mikro wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang;
- (4) mendeskripsikan konteks wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang.

1.3.2 Manfaat

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan pasti ada manfaat yang diperoleh yaitu manfaat yang bersifat teoritis dan praktis.

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk mengembangkan penggunaan model analisis wacana kritis dan memperluas bidang kajiannya pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran bagi pengguna dan peneliti bahasa, khususnya tentang analisis wacana. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa sastra yang ingin mengetahui bidang kewacanaan sebagai referensi utama atau tambahan terkait objek yang sama atau pun memperluas bidang kajian sejenis dengan objek yang berbeda.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pembaca tentang deskripsi “Analisis Wacana Kritis pada Slogan Caleg Periode 2014-2019 di Kabupaten Lumajang”.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan memberikan sumbangan pemikiran dan konsep-konsep dalam penelitian ini. Hasil kajian yang dilakukan sebelumnya bisa dijadikan sebagai referensi utama atau tambahan untuk lebih memperdalam dan memperluas bidang kajian yang dilakukan. Penelitian oleh Rizal Dhofir (2013) dalam (skripsi) yang berjudul “Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Instansi Kepolisian” merupakan kajian gambaran instansi kepolisian mengenai posisinya dalam penerbitan iklan layanan masyarakat terkait kewenangannya menentukan tema dan konteks yang dikehendaki. Di dalamnya dijelaskan bahwa Kepolisian Negara Republik Indonesia bertujuan untuk mewujudkan keamanan dalam negeri yang meliputi terpeliharanya keamanan dan ketertiban masyarakat, tertib dan tegaknya hukum, terselenggaranya perlindungan, pengayoman dan pelayanan masyarakat, serta terbinanya ketenteraman masyarakat dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia.

Analisis wacana iklan layanan masyarakat instansi kepolisian dengan menggunakan teori analisis wacana kritis merupakan upaya untuk menganalisis lebih komprehensif, karena kajiannya tidak hanya bersifat tekstual, melainkan juga bersifat kontekstual. Kajian tekstual didasarkan pada kajian struktur teks dan strategi wacana iklan layanan masyarakat yang digunakan, sedangkan kajian kontekstual didasarkan pada kajian konteks iklan layanan masyarakat tersebut diterbitkan, gambaran umum instansi kepolisian selaku penerbit. Kajian tekstual menjabarkan struktur teks wacana iklan layanan masyarakat dan skema penyampaian yang digunakan.

Struktur teks dibedakan menjadi tiga macam, yakni struktur makro yang merupakan makna global atau topik iklan layanan masyarakat, superstruktur merupakan skema yang digunakan dalam penyampaian iklan layanan masyarakat, dan stuktur mikro yang merupakan makna lokal iklan layanan masyarakat yang diamati dari bagian-bagian kecil wacana iklan layanan masyarakat. Tema iklan layanan masyarakat yang digunakan isntansi kepolisian meliputi peringatan,

himbauan, larangan, perintah, dan informatif. Skema iklan layanan masyarakat menunjukkan bagian-bagian iklan layanan masyarakat yang meliputi bagian *headline*, *body*, dan *close*. *Headline* berisikan hal-hal yang menarik, umum, dan penting sehingga dapat menarik perhatian pembaca. *Body* bertujuan untuk menarik minat dan kesadaran pembaca untuk lebih berfikir dan mempertimbangkan isi iklan layanan masyarakat, umumnya adalah penjabaran lebih detail bagian *headline*. *Close* umumnya berisi informasi-informasi yang berhubungan dengan topik iklan layanan masyarakat.

Kajian konteks sosial iklan layanan masyarakat diterbitkan untuk memberikan gambaran di luar iklan layanan masyarakat yang mempengaruhi wacana iklan layanan masyarakat. Pada umumnya konteks sosial tersebut meliputi situasi, partisipan, waktu, tempat, adegan, topik, peristiwa, bentuk, amanat, kode, dan saluran. Konteks sosial ini menjadi dasar utama dalam menentukan tema dan media yang digunakan dalam penerbitan iklan layanan masyarakat oleh instansi kepolisian.

Penelitian oleh Tomton (2001) dalam (skripsi) yang berjudul “Wacana Iklan Kosmetik di Televisi” menggunakan model analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun Van Dijk. Penelitian ini menekankan kajiannya pada konteks ideology produsen iklan yang memunculkan secara implisit dalam iklan kecantikan. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara tidak langsung iklan kecantikan tersebut memberikan gambaran bagi wanita untuk memiliki satu konsep yang sama dalam mendefinisikan kata cantik. Kecantikan yang dimaksud dalam iklan tersebut adalah wanita dengan kulit putih. Hal itu dipertegas lagi dengan model yang digunakan dalam iklan sebagai visualisasi yang lebih jelas. Selain itu, penelitiannya juga diarahkan pada konteks kewacanaan dan strategi yang digunakan oleh pihak produsen dalam upaya mempromosikan produk dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Jika dilihat dari model analisis dan pendekatan yang digunakan serta kajian tentang konteks wacana, penelitian ini memiliki kesamaan namun, pada tataran di luar teks wacana iklan yang dikaji, penelitian ini lebih membahas kognisi sosial dan konteks sosial.

Kognisi sosial dan konteks sosial merupakan kajian yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Diharapkan penelitian ini bisa lebih mendalam mengkaji hal-hal yang melatarbelakangi munculnya wacana iklan dan proses penciptaan iklan yang didasarkan pada ideology dan kepentingan produsen iklan sehingga menjadi sebuah iklan yang utuh.

Penelitian oleh Monika Wutun (2013) dalam (artikel ilmiah) yang berjudul “Analisis Berita Politik Tentang Gubernur Nusa Tenggara Timur di Media Massa Cetak” (Studi Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk Pada Headline Pemberitaan di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Dalam Perspektif *Public Relations* Politik Periode Agustus – September 2012). Penelitian ini bertujuan untuk menemukan tampilan citra gubernur Nusa Tenggara Timur, Frans Lebu Raya dalam berita politik di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express dalam perspektif *Public Relations* politik.

Model wacana Van Dijk mengamanatkan tiga langkah pengumpulan data dan analisis terhadap berita yang tampil di *headline* tiap edisi di Pos Kupang dan Timor Express. Pertama, analisis tekstual berita ditemukan adanya kecenderungan konstruksi tampilan citra Gubernur dalam berita politik secara positif lewat perangkat teks yakni tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik. Kedua, analisis kognisi sosial wartawan Pos Kupang dan Timor Express menunjukkan pemaknaan positif terhadap citra Gubernur dan ditampilkan pada berita mereka. Ketiga, analisis sosial yang bertujuan menemukan konteks yang berkembang di masyarakat lewat studi pustaka berita-berita dari media massa lain di NTT tentang citra Gubernur Frans Lebu Raya. Untuk melangkah ketiga ini, ditemukan adanya kecenderungan sebagian besar media massa di NTT menampilkan Gubernur dalam berita secara positif meskipun ada media yang juga menampilkan Gubernur secara negatif. Karena apa yang diberitakan akan menjadi rujukan bagi masyarakat NTT dalam menentukan pilihan untuk partisipasi politik.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Bahasa

Bloch dan Trater (dalam Lubis, 2010:1) menyatakan “*Language is a system of arbitrary vocal symbol*” maksudnya, bahasa adalah sebuah sistem lambang-lambang vokal yang bersifat arbiter. Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang arbiter, yang digunakan oleh anggota masyarakat atau kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Bahasa sebagai sistem artinya bahasa merupakan suatu hasil bentukan yang terdiri atas aturan-aturan yang sudah ditentukan. Bahasa bersifat arbiter artinya mana suka, tidak ada hubungan wajib antara satuan-satuan yang dilambangkannya. Berkaitan dengan fungsi bahasa sebagai alat komunikasi, (Sudaryanto 1992:15) menyatakan fungsi bahasa yang paling menonjol adalah sebagai alat komunikasi.

2.2.2 Slogan

Slogan adalah salah satu bagian dari propaganda yang dipergunakan sebagai alat komunikasi massa. Poerwardarminta (dalam Herawati, 1996:957) membagi pengertian slogan dalam bidang perdagangan dan politik menurut tujuannya. Dalam bidang perdagangan, slogan adalah semboyan yang berisi kata-kata atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat yang dipakai untuk mengiklankan sesuatu. Dalam bidang politik, slogan adalah kata-kata atau kalimat yang menarik, mencolok, dan mudah diingat yang dipakai untuk menjelaskan tujuan suatu partai politik (ideology, golongan, organisasi, dan sebagainya).

Dari definisi slogan yang dikemukakan di atas, tujuan slogan dapat dilihat dari makna atau maksud yang bergantung dari kata-kata tersebut, sehingga kata-kata tersebut mengandung interpretasi tersendiri. Setiap orang menginterpretasikan kata-kata itu berbeda-beda sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Begitu pula dengan calon legislatif banyak menciptakan dan menggunakan slogan-slogan untuk tujuan mempengaruhi pembacanya

2.2.3 Wacana

Dardjowidjojo (dalam Mulyana, 2005:1) menyatakan kajian wacana berkaitan dengan pemahaman tentang tindakan manusia yang dilakukan dengan bahasa (verbal) dan bukan bahasa (nonverbal). Hal ini menunjukkan, bahwa untuk memahami wacana dengan baik dan benar, diperlukan bekal pengetahuan kebahasaan. Pernyataan itu mengisyaratkan, betapa luas ruang lingkup yang harus ditelusuri dalam kajian wacana. Douglas (dalam Mulyana, 2005:3) menyatakan bahwa istilah wacana berasal dari Bahasa Sansekerta *wac*, *wak*, *wak*, yang artinya berkata, berucap. J.S Badadu (dalam Eriyanto, 2001:2) menyatakan wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan, yang menghubungkan preposisi yang satu dengan yang lainnya dan membentuk satu kesatuan sehingga terbentuklah makna yang serasi diantara kalimat-kalimat.

Kesatuan bahasa yang terlengkap dan tertinggi atau terbesar di atas kalimat atau klausa dengan koherensi dan kohesi yang tinggi dan berkesinambungan, yang mampu mempunyai awal dan akhir yang nyata, disampaikan secara lisan atau tertulis. Ditinjau dari kelengkapan unsurnya, wacana merupakan unit bahasa yang paling lengkap unsurnya. Harimurti Kridalaksana (dalam Yoce, 2009:3) dalam kamus linguistik yang mengemukakan bahwa wacana adalah satuan bahasa terlengkap dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. (Sobur 2004:3) mengungkapkan bahwa wacana adalah rangkaian ujaran atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (subjek) yang disajikan secara teratur dan sistematis. Jadi wacana adalah proses komunikasi menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa di dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Eksistensinya ditentukan oleh orang-orang yang menggunakannya, konteks peristiwa yang berkenaan dengannya, situasi masyarakat luas yang melatarbelakangi keberadaannya, dan lain-lain. Kesemuanya itu dapat berupa nilai-nilai ideologi, emosi, kepentingan-kepentingan, dan lain-lain. Konsep mengenai wacana mutakhir diperkenalkan oleh Michel Foucault.

Menurut Faucault (dalam Eriyanto, 2001:65) wacana adalah sesuatu yang memproduksi yang lain (sebuah gagasan, konsep, atau efek). Wacana tidaklah

dipahami sebagai serangkaian kata atau proposisi dalam teks semata. Wacana dapat dideteksi karena secara sistematis suatu ide, opini, konsep dan pandangan hidup dibentuk dalam suatu konteks tertentu sehingga mempengaruhi cara berpikir dan bertindak tertentu. (Lubis, 2010:23) menyatakan Ada dua kesatuan yang dapat dikaji, pertama yang abstrak yang digunakan untuk mengajarkan bahasa, untuk mengetahui bagaimana aturan-aturan bahasa dan yang kedua adalah yang digunakan untuk berkomunikasi. Kedua, yaitu bahasa untuk berkomunikasi, itulah yang dinamakan wacana. Halliday (dalam Lubis, 2010:23) menyatakan meskipun teks tampak seakan-akan terdiri atas kata-kata dan kalimat, sesungguhnya teks itu terdiri atas makna.

Teks pada dasarnya adalah satuan makna. Karena sifatnya sebagai satuan makna, maka teks harus dipandang dari dua sudut secara bersamaan, baik sebagai produk maupun sebagai proses. Teks merupakan sebagai produk dalam arti bahwa teks itu merupakan keluaran, sesuatu yang dapat direkam dan dipelajari karena mempunyai susunan tertentu dan dapat diungkapkan dengan peristilahan yang sistematis. Teks merupakan proses dalam arti bahwa teks merupakan proses pemilihan makna yang terus-menerus, suatu perubahan melalui jaringan makna.

Menurut Kridalaksana (dalam Chaer, 2008:5) wacana adalah satuan bahasa terbesar atau tertinggi, yang berisi satu satuan ujaran yang lengkap dan utuh dan dibangun oleh kalimat-kalimat yang dihubungkan secara kohesi dan koherensi.

Fower (dalam Eriyanto, 2001:2) berpendapat bahwa wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan nilai dan kategori yang masuk di dalamnya, kepercayaan di sini mewakili pandangan dunia, sebuah organisasi dari pengalaman. Hoed (dalam Bustanul, 2000:5) membedakan pengertian wacana dari teks berdasarkan pandangan de Saussure yang membedakan *langue* dan *parole*. Dikatan oleh Hoeld bahwa wacana adalah bangun teoritis abstrak yang maknanya dikaji dalam kaitannya dengan konteks dan situasi komunikasinya, yang dimaksud konteks adalah unsur bahasa yang dirujuk oleh suatu ujaran sedangkan situasi adalah unsur nonbahasa yang dirujuk

oleh suatu ujaran. Dengan demikian, wacana ada dalam tataran *langue* sedangkan teks adalah realisasi sebuah wacana dan pada tataran *parole*.

A. Jenis-jenis Wacana

Ada bermacam-macam cara untuk membuat klasifikasi wacana. Pengklasifikasian wacana bergantung pada sudut pandang yang digunakan. Pada dasarnya, klasifikasi diperlukan untuk memahami, mengurai, dan menganalisis wacana secara tepat. Klasifikasi atau pembagian wacana sangat bergantung pada aspek dan sudut pandang yang digunakan. Dalam hal ini, setidaknya dapat dipilah atas dasar beberapa segi, yaitu bentuk, media, jumlah penutur, sifat, dan isi.

1) Wacana Berdasarkan Bentuk

Dengan mendasarkan pada bentuknya, Robert E Longacre membagi wacana menjadi enam jenis yaitu wacana naratif, prosedural, ekspositori, hortatori, epistoleri, dramatik.

a) Wacana Naratif

Wacana naratif adalah tuturan yang menceritakan atau menyajikan suatu hal atau kejadian dengan menonjolkan tokoh pelaku, maksudnya untuk memperluas pengetahuan pendengar atau pembaca.

b) Wacana Prosedural

Wacana prosedural adalah rangkaian tuturan yang melukiskan sesuatu secara berurutan yang tidak boleh dibolak-balik unsurnya. Wacana ini biasanya disusun untuk menjawab pertanyaan bagaimana sesuatu bekerja atau terjadi. Wacana prosedural digunakan untuk memberikan petunjuk atau keterangan bagaimana sesuatu harus dilaksanakan. Oleh karena itu, kalimat-kalimatnya berisi persyaratan atau aturan tertentu agar tujuan kegiatan tertentu itu berhasil dengan baik.

c) Wacana Ekspositori

Wacana ekspositori adalah rangkaian tuturan yang bersifat memaparkan suatu pokok pikiran. Wacana ekspositori bersifat menjelaskan sesuatu secara informatif. Bahasa yang digunakan cenderung denotatif dan rasional. Termasuk dalam wacana ini adalah artikel di media massa.

d) Wacana Hortatori

Wacana hortatorik adalah rangkaian tuturan yang isinya bersifat ajakan atau nasehat. Wacana hortatori digunakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca agar tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Sifatnya persuasif. Tujuannya ialah mencari pengikut agar bersedia melakukan pada hal yang disampaikan dalam wacana tersebut.

2) Wacana Berdasarkan Media Penyampaian

Berdasarkan media penyampiannya, wacana dapat dipilah menjadi dua, yaitu wacana tulis dan wacana lisan.

a) Wacana Tulis

Wacana tulis adalah jenis wacana yang disampaikan melalui tulisan. Berbagai bentuk wacana sebenarnya dapat dipresentasikan atau direalisasikan melalui tulisan. Tulisan merupakan media yang sangat efektif dan efisien untuk menyampaikan berbagai gagasan, wawasan, ilmu pengetahuan, atau apapun yang dapat mewakili kreativitas manusia. Wacana tulis sering dipertukarkan maknanya dengan teks atau naskah. Wacana dapat direalisasikan dalam bentuk kata, kalimat, paragraf atau karangan yang utuh (buku, novel, dan lain-lainnya) yang membawa amanat yang lengkap dan cukup jelas berorientasi pada jenis wacana tulis.

b) Wacana Lisan

Wacana lisan adalah jenis wacana yang disampaikan secara lisan atau langsung dengan bahasa verbal. Jenis wacana ini sering disebut sebagai tuturan.

3) Wacana Berdasarkan Jumlah Penutur

Berdasarkan jumlah penuturnya, wacana dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu monolog, dialog, dan polilog. Dikatakan sebagai wacana monolog apabila jenis wacana yang dituturkan hanya ada satu orang dan tidak menghendaki atau menyediakan alokasi waktu terhadap respon pendengar atau pembacanya. Apabila jenis wacana yang dituturkan oleh dua orang jenis wacana ini bisa berbentuk tulisan atau lisan, maka wacana yang dibentuknya disebut dialog. Jika peserta dalam komunikasi lebih dari dua orang dan terjadi pergantian peran, maka wacana yang dihasilkan disebut polilog.

4) Wacana Berdasarkan Isi

Klasifikasi wacana berdasarkan isi, relatif mudah dikenali. Hal ini disebabkan antara lain, tersedianya ruang dalam berbagai media yang secara khusus langsung mengelompokkan jenis-jenis wacana berdasarkan isinya yaitu, wacana politik, wacana ekonomi, wacana budaya, dan wacana militer.

a) Wacana Politik

Dunia politik sebagai dunia siasat, penuh strategi, dan mungkin kelicikan. Munculnya wacana tersebut antarlain disebabkan oleh banyaknya konflik internal di dalam tubuh partai politik. Ketika dunia reformasi dirasakan berhenti, banyak pihak kembali berteriak dan berkeluh.

b) Wacana Ekonomi

Wacana ekonomi berkaitan dengan persoalan ekonomi. Dalam wacana ekonomi, ada beberapa register yang hanya dikenal di dunia bisnis dan ekonomi. Ungkapan-ungkapan seperti persaingan pasar, biaya produksi tinggi, inflasi, devaluasi, mata uang, dan sejenisnya merupakan contoh register ekonomi.

c) Wacana Budaya

Wacana budaya berkaitan dengan aktivitas kebudayaan. Kebudayaan lebih dimaknai sebagai wilayah kebiasaan atau tradisi, adat, sikap hidup, dan hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia sehari-hari. Wilayah tersebut kemudian menghasilkan bentuk-bentuk kebahasaan sebagai representasi aktivitasnya, yang kemudian disebut sebagai wacana budaya.

d) Wacana Militer

Wacana jenis ini hanya dipakai, dikembangkan di dunia militer. Instansi militer dikenal sangat suka menciptakan istilah-istilah khusus yang hanya dikenal oleh kalangan militer. Istilah tersebut umumnya dibentuk dengan cara disingkat dan diakronimkan.

B. Keutuhan Struktur Wacana

Suatu wacana dituntut memiliki keutuhan struktur. Keutuhan itu sendiri dibangun oleh komponen-komponen yang terjalin di dalam suatu organisasi kewacanaan (Mulyana, 2005:25). Keutuhan tulisan ini dapat mencakup kohesi

dan koherensi. Kohesi dan koherensi merupakan bagian yang mutlak yang harus ada di dalam suatu tulisan. Kohesi dan koherensi ini akan mencerminkan isi dari tulisan yang akan dibaca oleh pembaca. Keutuhan struktur wacana lebih dekat maknanya sebagai kesatuan makna ketimbang kesatuan bentuk. Suatu rangkaian kalimat dikatakan menjadi struktur wacana bila di dalamnya terdapat hubungan antara bagian yang satu dengan yang lainnya.

1) Kohesi

Kohesi dalam wacana diartikan sebagai kepaduan bentuk yang secara struktural membentuk ikatan sintaksis. (Moeliono, 1988:34) menyatakan bahwa wacana yang baik dan utuh mensyaratkan kalimat-kalimat yang kohesif. Konsep kohesi pada dasarnya mengacu kepada hubungan bentuk. Artinya, unsur-unsur wacana (kata atau kalimat) yang digunakan untuk menyusun suatu wacana memiliki keterkaitan secara padu dan utuh.

2) Koherensi

Hubungan koherensi ialah keterkaitan antara bagian yang satu dengan bagian lainya, sehingga kalimat memiliki kesatuan makna yang utuh. (Brown dan Yule, 1996:224) menegaskan bahwa koherensi berarti kepaduan dan keterpahaman antarsatuan dalam suatu teks atau tuturan. Struktur wacana pada dasarnya bukanlah struktur sintaksis, melainkan struktur semantik, yakni semantik kalimat yang di dalamnya mengandung proposisi.

C. Konteks Wacana

Menurut Bustanul (dalam Halliday dan Hassan 1985:5), yang dimaksud dengan konteks wacana adalah teks yang menyertai teks lain. Pengertian hal yang menyertai teks itu meliputi tidak hanya yang dilisankan dan dituliskan, tetapi termasuk pula kejadian yang nonverbal lainnya keseluruhan lingkungan teks itu.

Hymes (dalam Mulyana, 2005:23) mengemukakan bahwa konteks dalam wacana dibentuk dari delapan unsur seperti yang terdapat dalam setiap komunikasi bahasa. Hymes menyebut kedelapan unsur tersebut dalam akronim *SPEAKING*.

- S : *setting and scense*, yaitu latar dan suasana. Latar (*setting*) lebih bersifat fisik, yang meliputi tempat dan waktu terjadinya tuturan. *Scene* adalah latar psikis yang lebih mengacu pada suasana psikologis yang menyertai peristiwa tuturan.
- P : *participants*, peserta tuturan, yaitu orang-orang yang terlibat dalam percakapan, baik langsung maupun tidak langsung. Hal-hal yang berkaitan dengan partisipan seperti, usia, latar belakang sosial, pendidikan dan sebagainya.
- E : *end*, hasil, yaitu hasil atau tanggapan dari suatu pembicaraan yang memang diharapkan oleh penutur dan tujuan akhir.
- A : *act sequence*, yaitu amanat mengacu pada bentuk pesan dan isi amanat.
- K : *key*, meliputi cara, nada, sikap atau semangat dalam melakukan percakapan. Semangat percakapan misalnya akrab, santai dan serius.
- I : *instrumentaities*, yaitu sarana percakapan. Maksudnya, dengan media apa percakapan tersebut disampaikan, misalnya dengan cara lisan, tertulis, surat, televise dan sebagainya.
- N: *norm*, atau norma, menunjukkan pada norma atau aturan yang membatasi percakapan. Misalnya, apa yang boleh dibicarakan dan tidak, bagaimana cara membicarakannya., halus, kasar, jorok dan sebaagainya.
- G: *genres*, yaitu jenis atau bentuk wacana. Hal ini langsung menunjukkan pada jenis wacana.

2.2.4 Analisis Wacana

Banyak para ahli memberikan definisi yang berlainan tentang wacana. Definisi yang muncul dari latar belakang disiplin ilmu dan karakteristik pemikirannya, terlebih istilah wacana tidak hanya digunakan dalam disiplin ilmu bahasa saja, melainkan disiplin ilmu yang lain juga menggunakannya. Meski ada beragam pendapat mengenai istilah wacana, akan tetapi pada dasarnya titik singgung yang utama adalah studi mengenai bahasa atau pemakaian bahasa.

Hikam (dalam Eriyanto, 2001:4) menjabarkan tiga pandangan mengenai bahasa dalam analisis wacana. Pandangan pertama diwakili oleh kaum

positivisme-empiris. Bahasa dilihat sebagai jabatan antara manusia dengan objek luar dirinya. Pemikiran ini memisahkan realitas dengan pemikiran. Konsekuensi logisnya adalah orang tidak perlu mengetahui makna-makna subjektif atau nilai yang mendasari pernyataannya, sebab yang penting adalah apakah pernyataan itu di lontarkan secara benar menurut kaidah sintaksis dan sematik.

Pandangan kedua, disebut sebagai *konstruktivisme*. Pandangan ini banyak dipengaruhi oleh pemikiran fenomenologi. Aliran ini menolak pandangan empirisme atau posifisme yang memisahkan subjek dan objek bahasa. Konstruktifisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan – hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan kontrol terhadap maksud-maksud dalam wacana. Oleh karena itu, analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk menganalisis maksud-maksud dan makna tertentu.

Selanjutnya, pandangan ketiga adalah kritis. Pandangan ini ingin mengoreksi pandangan konstrutifisme yang kurang sensitif pada proses produksi. Analisis wacana tidak dipusatkan pada kebenaran atau ketidakbenaran struktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti pada analisis konstruktivisme yang di tekankan adalah konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna.

2.2.5 Analisis Wacana Kritis (AWK)

Analisis wacana kritis lahir dari sebuah paradigma kritis dalam memaknai sebuah wacana untuk mengungkap dengan jelas maksud dan tujuannya dengan mengaitkan konteks sosial yang ada. Menurut Fairclugh dan Wodak, (dalam Eriyanto, 2001:7) analisis wacana kritis melihat wacana pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan sebagai bentuk dari praktik sosial. Analisis wacana kritis menyelidiki bagaimana melalui bahasa kelompok sosial yang ada saling bertarung dan mengajukan versinya masing-masing.

(Yoce, 2009:49) menyatakan bahwa analisis wacana kritis adalah sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang ingin dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang

kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Artinya, dalam sebuah konteks harus disadari akan adanya kepentingan. Oleh karena itu, analisis yang terbentuk nantinya disadari telah dipengaruhi oleh si penulis dari berbagai faktor. Selain itu harus disadari pula bahwa dibalik wacana itu terdapat makna dan citra yang diinginkan serta kepentingan yang sedang diperjuangkan.

Wacana adalah proses pengembangan dari komunikasi yang menggunakan simbol-simbol yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa di dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Jadi, analisis wacana yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah sebagai upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subjek (penulis) yang mengemukakan suatu pernyataan. Sementara dalam lapangan politik, analisis wacana kritis adalah praktik pemakaian bahasa, terutama politik bahasa. Karena bahasa adalah aspek sentral dari penggambaran suatu subjek, dan lewat bahasa ideologi terserap di dalamnya, maka aspek inilah yang dipelajari dalam analisis wacana kritis. Bahasa yang dianalisis oleh analisis wacana kritis bukan menggambarkan aspek bahasa saja, tetapi juga menghubungkannya dengan konteks. Konteks dalam hal ini berarti bahasa dipakai untuk tujuan tertentu termasuk di dalamnya praktik kekuasaan.

Teun Van Dijk (dalam Yoce, 2009:51) mengemukakan bahwa analisis wacana kritis digunakan untuk menganalisis wacana-wacana kritis, diantaranya politik, ras, gender, kelas sosial, dan lain-lainnya. Habermas (dalam Yoce, 2009:53) mengemukakan pendapatnya tentang analisis wacana kritis tujuannya adalah untuk mengembangkan asumsi-asumsi yang bersifat ideologis yang terkandung dibalik kata-kata dalam teks atau ucapan dalam berbagai bentuk kekuasaan. Analisis wacana kritis juga dilakukan pada ucapan, lambang, gambar visual, dan bentuk-bentuk lainnya.

2.2.6 Karakteristik Analisis Wacana Kritis

Ada lima karakteristik dari analisis wacana, yaitu tindakan, konteks, historis, kekuasaan, dan ideologi menurut Van Dijk, Fairclough, dan Wodak (dalam Eriyanto, 2001:8).

1) Tindakan

Wacana dipahami sebagai suatu tindakan. Seseorang berbicara dan menulis dengan menggunakan bahasa untuk berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain. Wacana dipandang sebagai sesuatu yang bertujuan membujuk, bereaksi, dan sebagainya. Seseorang membaca atau menulis mempunyai maksud tertentu. Wacana dipahami sebagai sesuatu yang dipahami sebagai sesuatu yang diekspresikan secara sadar, terkontrol, dan bukan sesuatu diluar kehendak.

2) Konteks

Analisis wacana kritis mempertimbangkan konteks dari wacana seperti latar, situasi, peristiwa, dan kondisi. Ada tiga sentral dalam pengertian wacana, teks, konteks, dan wacana. Teks adalah semua bentuk bahasa, bukan hanya kata-kata yang tercetak, tetapi semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra, dan sebagainya. Konteks adalah memasukkan semua hal situasi dan hal yang berada di luar untuk mempengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan bahasa, situasi di mana teks tersebut diproduksi. Wacana dimaknai sebagai teks dan konteks bersama-sama.

3) Historis

Salah satu aspek penting untuk bisa mengerti teks adalah dengan menempatkan wacana itu dalam konteks historis. Oleh karena itu, pada waktu melakukan analisis perlu tinjauan untuk mengerti mengapa wacana yang berkembang atau dikembangkan seperti itu, mengapa bahasa yang dipakai seperti itu, dan seterusnya.

4) Kekuasaan

Analisis wacana kritis mempertimbangkan elemen kekuasaan dalam setiap wacana yang muncul dalam bentuk teks, percakapan, atau apa pun tidak dipandang sebagai sesuatu yang alamiah tetapi merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Konsep kekuasaan adalah salah satu kunci hubungan antara wacana dengan masyarakat.

5) Ideologi

Ideologi adalah sebuah sistem nilai atau gagasan yang dimiliki oleh kelompok atau lapisan masyarakat tertentu, termasuk proses-proses yang bersifat

umum dalam produksi makna dan gagasan. Ideologi di sini bersifat umum antaranggota kelompok untuk menentukan dasar bagaimana masalah harus ditelaah. Dengan pandangan semacam ini, wacana lalu tidak dipahami sebagai sesuatu yang berlangsung secara alamiah, karena dalam setiap wacana selalu terkandung ideologi untuk mendominasi. Oleh karena itu, analisis wacana kritis tidak bisa menempatkan bahasa secara tertutup, tetapi harus melihat konteks terutama bagaimana ideologi dari kelompo-kelompok yang ada tersebut berperan dalam membentuk wacana.

2.2.7 Analisis Wacana Kritis Ideologi Politik.

Politik adalah interaksi atau hubungan timbal balik antara politisi dan masyarakat. Dalam menjalankan aktivitas politik, faktor kebahasaan memegang peranan penting. Bahasa politik adalah bahasa yang digunakan sebagai alat politik, misalnya bahasa-bahasa slogan pejabat pemerintah dalam berpidato atau bahasa yang digunakan dalam pidato pemimpin partai, dan tulisan-tulisan yang berbau politik yang tentu semua bahasa yang digunakan itu mengandung maksud untuk mencapai tujuan tertentu. Beard (dalam Yoce, 2009:92) bahasa politik adalah bahasa yang digunakan oleh tokoh-tokoh pemerintahan dan tokoh-tokoh politik untuk menggerakkan masyarakat banyak supaya mempunyai ideologi tertentu. (Anwar 1990:92) menyatakan bahwa ada tiga ciri dalam wacana politik yang perlu diperhatikan, yaitu (1) politik berkaitan dengan pengaturan masyarakat banyak; (2) bahasa politik bertujuan untuk membujuk dan merayu khalayak, dan (3) bahasa politik penuh dengan semboyan-semboyan dan kata-kata yang menghindari penggunaan bahasa berkonotasi dan objektif.

Menguasai jalan pikiran orang banyak diperlukan suatu alat komunikasi yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Pendapat ini memberikan pemahaman, bahwa bahasa mendapat tempat yang sangat penting dalam bidang politik. Proses politik adalah praksis komunikasi, yaitu bagaimana menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi politik yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat yang mempunyai latar belakang beragam. Kajian terhadap komunikasi tidak hanya tertarik kepada apa makna teks bahasa, tetapi lebih tertarik pada

bagaimana makna teks bahasa. Mueller (dalam Yoce, 2009:97) memunculkan istilah komunikasi terkendala, yakni komunikasi antara pemerintah dan masyarakat awam (publik) dan komunikasi publik berkenaan dengan persoalan-persoalan kemasyarakatan yang sering terjadi sistematis untuk kepentingan pemerintah dan pribadi yang membuat sulitnya menemukan pemahaman terhadap komunikasi.

2.2.8 Analisis Wacana Kritis Van Dijk

Model analisis wacana Van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis. Model ini sering disebut sebagai kognisi sosial. Menurut Van Dijk (dalam Mulyana, 2005:221) penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Munculnya sebuah teks itu tidak lepas dari struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat, dengan kata lain unsur tersebut yang memberi efek tersendiri dan melahirkan teks yang tidak independen.

Van Dijk (dalam Mulyana, 2005:224) memilah wacana menjadi tiga dimensi atau bangunan yaitu, teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Analisis Van Dijk adalah penggabungan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Ketiga dimensi tersebut merupakan bagian yang integral dan dilakukan secara bersama-sama.

a) Analisis Sosial

Analisis sosial merupakan cara memandang atau melihat suatu realitas sosial yang melahirkan suatu teks. Kognisi sosial merupakan dimensi untuk menjelaskan bagaimana suatu teks diproduksi oleh individu atau kelompok pembuat teks. Wacana dianggap sebagai bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat. Titik pentingnya adalah untuk menunjukkan bagaimana makna yang dihayati bersama, kekuasaan sosial diproduksi lewat

praktik diskursus dan legitimasi. Poin kekuasaan dan akses menjadi hal yang penting dalam menganalisis masyarakat.

1) Praktik kekuasaan

Kekuasaan merupakan kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok (atau anggotanya), suatu kelompok untuk mengontrol kelompok (atau anggota) dari kelompok lain. Kekuasaan ini umumnya didasarkan pada kepemilikan atas sumber-sumber yang bernilai, seperti uang, status dan pengetahuan. Selain kontrol yang bersifat langsung dan fisik, kekuasaan juga berbentuk persuasif, yakni tindakan seorang untuk secara tidak langsung mengontrol dengan jalan mempengaruhi kondisi mental, seperti kepercayaan, sikap, dan pengetahuan.

2) Akses mempengaruhi wacana

Dalam sebuah masyarakat, kelompok elit memiliki akses yang lebih baik dibanding dengan kelompok minoritas. Oleh karena itu, kelompok elit memiliki kesempatan lebih besar untuk mempengaruhi atau mengontrol kesadaran khalayak, menentukan topik apa dan isi wacana apa yang dapat disebar dan didiskusikan kepada khalayak. Khalayak hanya berperan sebagai konsumen, bahkan lebih dalam lagi khalayak bisa memperbesar melalui reproduksi wacana yang diterima dengan menyebarkan kepada khalayak yang lebih luas.

b) Analisis Teks

Teks terdiri dari beberapa struktur atau tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Van Dijk membagi menjadi tiga tingkatan, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Struktur makro merupakan makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik atau tema yang diangkat oleh suatu teks. Superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka teks, kerangka tersebut merupakan skema yang digunakan dalam penyampaian iklan. Skema iklan menunjukkan bagian-bagiannya yang meliputi *headline* berisikan hal-hal yang menarik, umum, dan penting sehingga dapat menarik perhatian pembaca. *Body* bertujuan untuk menarik minat dan kesadaran pembaca untuk lebih berfikir dan mempertimbangkan isi. *Close* umumnya berisi informasi-informasi yang berhubungan dengan topic iklan. Struktur mikro adalah makna lokal dari suatu

teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat, dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.

Menurut Littlejohn, (dalam Mulyana, 2005:226) antara bagian teks dalam model Van Dijk dilihat saling mendukung, mengandung arti yang koheren satu sama lain. Makna global dari suatu teks didukung oleh kata, kalimat, dan proposisi yang dipakai. Dengan kata lain, untuk mendapatkan pemahaman makna global yang ada, kita harus berangkat dari makna lokal dari suatu teks. Dalam urainnya, Van Dijk mengemukakan empat unsur yang perlu diamati beserta elemen-elemennya untuk memahami struktur makro dari sebuah teks. Pertama adalah semantik yang meliputi elemen latar, detil, maksud, praanggapan. Kedua adalah sintaksis yang meliputi elemen bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti. Ketiga adalah stilistik yang meliputi elemen leksikon, dan yang keempat adalah retorik yang meliputi elemen grafis, metafora, dan ekspresi.

1) Latar

Pemilihan latar menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Latar merupakan bagian berita yang mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan.

2) Detil

Elemen ini berhubungan dengan kontrol muatan informasi yang ingin disampaikan. Komunikator biasanya akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menyangkut kebaikan pribadi dan kelompoknya. Begitu juga sebaliknya, akan meminimalisir informasi yang dinilai merugikan pribadi atau kelompok.

3) Maksud

Elemen ini melihat informasi yang coba diuraikan secara eksplisit dan jelas atau implisit dan tersamar dari pola yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah informasi sesuai dengan kepentingannya.

4) Praanggapan

Elemen wacana ini menyangkut tentang pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks dengan cara memberikan premis yang dipercaya kebenarannya.

5) Bentuk kalimat

Elemen ini berhubungan dengan cara berpikir dan nalar yang logis dengan konsep kausalitas. Logika bahasa di sisni menerangkan konsep kausalitas merupakan susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan) yang lebih lanjut akan menentukan makna yang terbentuk.

6) Koherensi

Koherensi merupakan pertalian atau jalinan antarmakna, kalimat dalam teks. Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Ada dua koherensi yang dipaparkan oleh Van Dijk, yaitu koherensi kondisional dan koherensi pembeda. Koherensi kondisional ditandai dengan anak kalimat sebagai penjelas atau keterangan dari proposisi pertama, yang dihubungkan dengan kata hubung (konjungsi). Koherensi kondisional berhubungan dengan pertanyaan bagaimana dua peristiwa dihubungkan atau dijelaskan. Koherensi pembeda berhubungan dengan pertanyaan bagaimana dua peristiwa atau fakta itu hendak dibedakan.

7) Kata ganti

Elemen ini digunakan untuk mengungkapkan di mana posisi komunikator memposisikan dirinya dalam sebuah wacana. Kata ganti bisa memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif.

8) Leksikon

Elemen ini menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Kata yang dipakai tidak sama hanya karena kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas.

9) Grafis

Elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan oleh seseorang yang dapat diamati dari teks.

10) Metafora

Metafora atau kiasan dimaksudkan dijadikan sebagai bumbu dari suatu berita atau teks. Metafora bisa juga dijadikan sebagai petunjuk utama dalam memahami suatu teks.

c) Kognisi sosial

Perlunya penelitian mengenai kognisi sosial adalah bentuk membongkar makna tersembunyi dari suatu teks. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian atas representasi dan strategi pengiklanan dalam memproduksi suatu teks. Peristiwa dipahami dan dimengerti didasarkan pada skema atau model. Skema dikonseptualisasikan sebagai struktur mental di mana tercakup di dalamnya bagaimana kita memandang manusia, peranan sosial, dan peristiwa. Ada beberapa model skema yang bisa digunakan, diantaranya:

1) Skema person

Skema ini menggambarkan bagaimana seseorang menggambarkan dan memandang orang lain.

2) Skema diri

Skema ini berhubungan dengan bagaimana diri sendiri dipandang, dipahami, dan digambarkan oleh seseorang.

3) Skema peran

Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang memandang dan menggambarkan peranan dan posisi yang ditempati seseorang dalam masyarakat.

4) Skema peristiwa

Skema ini berhubungan dengan bagaimana seseorang menafsirkan dan memberikan sesuatu makna berdasarkan peristiwa yang ada.

Selain skema atau model, ada hal penting lainnya dalam kognisi sosial, yakni memori. Dalam setiap memori terkandung di dalamnya pemasukan dan penyimpanan pesan-pesan, baik saat maupun dahulu yang terus-menerus yang digunakan seseorang dalam memandang suatu realita. Secara umum memori terdiri atas dua bagian. Pertama, memori jangka pendek, yakni memori yang dipakai untuk mengingat peristiwa, kejadian, atau hal yang akan kita alami yang terjadi beberapa waktu lalu. Kedua, memori jangka panjang, yakni memori yang dipakai untuk mengingat peristiwa, objek yang terjadi dalam kurun waktu yang lama.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Djajasudarma (2010:1) menyatakan bahwa metode adalah cara yang teratur dan terpikir baik-baik untuk mencapai maksud cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Kejelasan suatu penelitian dan keilmiahannya dapat dilihat dari metodologinya.

metode penelitian merupakan langkah yang harus ditempuh dalam melakukan sebuah penelitian. Penelitian akan berhasil dengan baik jika menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan permasalahan. Hal tersebut didasarkan pada pendapat (Sudaryanto, 1993:2), bahwa metode adalah cara yang harus ditempuh oleh seseorang linguis dalam menuju pembenaran atau penolakan hipotesis serta menemukan asas-asas yang mengatur kerja bahasa.

Penelitian dalam skripsi ini termasuk pada penelitian kualitatif. Kirk dan Miller (dalam Moleong, 1994:3) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya. metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode kualitatif yang dimaksud bersifat deskripsi, adalah data dideskripsikan dengan menggunakan kata-kata yang tepat dan sesuai, untuk menentukan kesalahan yang terdapat pada data asli.

Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam skripsi ini terdiri atas beberapa tahapan. Berdasarkan tahapan strategisnya, tahapan-tahapan yang digunakan dalam proposal ini, meliputi : (1) tahap penyediaan data; (2) tahap analisis data; dan (3) tahap penyajian hasil analisis data (Sudaryanto, 1993:7). Tahapan-tahapan tersebut menggunakan metode yang dijabarkan dalam teknik-teknik tertentu.

3.1 Sumber Data dan Data

3.1.1 Sumber Data

Arikunto (2010:172) menyatakan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari slogan yang ada pada *banner* (spanduk) yang diterbitkan oleh calon legislatif di Kabupaten Lumajang. Sebagian besar *banner* (spanduk) tersebut diterbitkan di tempat-tempat yang strategis di tempelkan di pohon-pohon sebelah kanan dan kiri jalan raya.

3.1.2 Data

Data sangat penting peranannya dalam suatu penelitian. Data adalah hasil pencatatan peneliti, baik berupa fakta maupun angka (Arikunto, 2010:161). Data yang diperoleh berupa dalam bentuk dokumentasi gambar visual dan catatan berisi wacana slogan calon legislatif yang didapatkan dari hasil observasi lapang. Unsur yang dibutuhkan adalah unsur wacana slogan calon legislatif di Kabupaten Lumajang.

3.2 Tahap Penyediaan Data

Dalam upaya pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian, penulis menggunakan metode observasi. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh penulis. Dalam arti bahwa, data tersebut dihimpun melalui pengamatan penulis melalui pancaindra (Bungin, 2001:143) penulis melakukan observasi secara langsung pada objek yang diobservasi, yakni slogan calon legislatif di Kabupaten Lumajang dalam bentuk *banner* (spanduk) yang terdapat di tempat-tempat umum dan tempat-tempat strategis. Untuk meningkatkan validitas hasil pengamatan, penulis menggunakan alat bantu pengamatan berupa kamera digital yang digunakan mengabadikan *banner* (spanduk) dalam bentuk gambar.

3.3 Tahap Analisis Data

Tahap analisis data merupakan upaya mencari dan menata data secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Metode deskriptif merupakan gambaran ciri-ciri data secara akurat sesuai dengan sifat alamiah itu sendiri. Data yang dikumpulkan mungkin berasal dari naskah, wawancara, catatan, lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, dan sebagainya (Djajasudarma, 2010 : 16).

Tahap analisis data memerlukan teknik-teknik dan teori analisis yang sesuai dengan karakteristik data yang ada dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis konten atau analisis isi. Metode analisis isi digunakan untuk menganalisis isi dari suatu wacana. Menurut Carney (dalam Mulyana, 2005 : 83) mengungkapkan dua tujuan analisis konten, yaitu tujuan deskriptif (mendeskripsikan struktur dan isi wacana) dan tujuan inferensial (menginferensikan atau membuat kesimpulan suatu maksud dan akibat dipakainya sebuah wacana). Untuk mewujudkan tujuan tersebut, peneliti menggunakan teori Analisis Wacana Kritis (AWK) yang dikembangkan oleh Van Dijk yang dikenal dengan model kognisi sosial. Ada dua dimensi kajian analisis dalam model ini, dimensi internal teks dan dimensi eksternal teks. Dimensi internal teks terbagi menjadi tiga struktur yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Dimensi eksternal teks yaitu pada konteks slogan caleg.

Analisis internal teks diimplementasikan dengan menganalisis teks wacana slogan caleg dianalisis menjadi tiga struktur wacana. Pertama, analisis struktur makro yang merupakan makna global atau umum yang diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu wacana. Kedua, analisis superstruktur yang merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun dalam wacana secara utuh. Skema tersebut berkaitan dengan kerangka suatu teks, yaitu bagian *headline*, *body*, dan *close*. Ketiga, analisis struktur mikro digunakan untuk mengetahui wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks, yaitu kata, kalimat, proposisi, anak kalimat dan parafrase.

Analisis dimensi eksternal teks diimplementasikan dengan menganalisis konteks wacana. Konteks wacana merupakan situasi di luar teks yang mempengaruhi pemakaian bahasa. Konteks tidak hanya berada pada tataran teks lisan atau teks yang ditulis saja, melainkan termasuk kejadian-kejadian non-verbal lainnya, keseluruhan teks itu. Konteks wacana merupakan suatu (lingkungan, keadaan, dan waktu) yang mempengaruhi atau melatarbelakangi munculnya sebuah teks. Pengaruh ini dikhususkan pada aspek kekuasaan yang merupakan legitimasi yang dimiliki oleh caleg dalam mempengaruhi masyarakat dalam menerbitkan slogan caleg.

3.4 Metode dan Teknik Pemaparan Hasil Analisis Data

Menurut Sudaryanto (1993:145) metode pemaparan analisis data ada dua macam yaitu metode penyajian formal dan metode penyajian informal. Metode penyajian formal adalah penyajian kaidah berupa perumusan dengan menggunakan simbol-simbol tertentu dan tanda-tanda matematis. Sedangkan metode penyajian informal adalah penyajian kaidah berupa perumusan dengan kata-kata biasa.

Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode informal. Penyajian informal yaitu berupa rumusan dengan menggunakan kata-kata biasa. Alasan digunakannya metode informal dalam penyajian hasil analisis karena penelitian ini bersifat deskriptif.

BAB 4. PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Struktur Makro Wacana Slogan Caleg di Kabupaten Lumajang

Struktur wacana slogan caleg merupakan upaya caleg untuk membuat struktur penyusunan wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang. Struktur penyusunan tersebut terdiri atas unsur makro yang merupakan tema wacana slogan caleg. Berikut penjelasan masing-masing struktur makro wacana slogan caleg tersebut.

Analisis struktur makro wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang dilakukan dengan menganalisis makna global atau biasa disebut tema atau topik slogan yang diterbitkan oleh caleg di Kabupaten Lumajang. Topik menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh caleg dalam slogannya dan menunjukkan konsep yang dominan serta yang paling penting dalam sebuah slogan. Makna global merupakan informasi yang memuat gagasan umum yang menjadi dasar tujuan dan pemikiran komunikator. Dalam konteks ini, makna global bisa dipahami dengan membaca keseluruhan wacana slogan caleg.

Berdasarkan data yang diperoleh, secara garis besar makna global slogan caleg di Kabupaten Lumajang terbagi menjadi tiga, yakni slogan caleg yang memuat himbauan, persuasif, dan informatif. Berikut penjelasan masing-masing makna global tersebut.

4.1.1 Slogan Caleg Himbauan

Slogan caleg himbauan merupakan slogan caleg yang berisikan tentang panggilan, permintaan (seruan), atau ajakan yang ditujukan kepada masyarakat. Himbauan merupakan tindakan untuk melakukan sesuatu yang tidak memiliki konsekuensi yang tegas apabila tindakan tersebut tidak dilakukan. Berikut data dan analisis slogan caleg memuat himbauan.

1. PESAN BUNDA → **NINIK HIDAYATI, S.Pi**
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA

2. MOHON DO'A RESTU & PILIHANNYA
PILIH CALEG YANG AMANAH
MAU BERJUANG
dan BAIK UNTUK RAKYAT → **Dra. NUR DUCHA, BS**
3. MARI TINGKATKAN EKONOMI RAKYAT 1 DESA 1 USAHA → **Ir. H. ARTONO**
4. MARI KEMBALI KE RUMAH BESAR ISLAM
MOHON DO'A RESTU & DUKUNGANNYA
SA'ATNYA YANG MUDA BERKIPRAH! → **AHMAD KHOIRUL, S.Pd**
5. KITA WUJUDKAN BERSAMA
KITA RAIH BERSAMA
MAJU MEMBELA
KEPENTINGAN RAKYAT → **ABDUL GHOFUR**
6. DUKUNGAN ANDA SANGAT BERARTI BAGI SAYA → **KEMAS ALI CHUZAIN**
7. COBLOS NO 5
BERJUANG MEWUJUDKAN RAKYAT SEJAHTERA
dan BERMARTABAT → **Ir. HADI PRAJOKO, SH. MH.**
8. COBLOS NO 10
TIDAK SIAP BERPERANG
TAPI SIAP BERJUANG
TIDAK UNTUK KEKUATAN
TAPI UNTUK KEBIJAKAN
& KESANTUNAN → **VENY WIDYAWATI**
9. BERILAH KAMI DUKUNGAN & PILIHANNYA → **Drs.ABD.KHOBIR ALY**

Makna global himbauan dalam data slogan caleg di atas terdapat dalam penggunaan kata yang bermakna menghimbau kepada masyarakat seperti ajakan,

permintaan, dan kata perintah untuk melakukan sesuatu yang tidak memiliki konsekuensi yang tegas apabila hal tersebut tidak dilakukan. Dalam slogan caleg himbuan terdiri atas himbuan permintaan, ajakan, dan perintah. Berikut penjelasan masing-masing himbuan slogan caleg.

1. Slogan caleg himbuan permintaan

Slogan caleg himbuan permintaan merupakan slogan caleg yang berisikan tentang permintaan atau seruan yang ditujukan kepada masyarakat, himbuan tersebut tidak memiliki konsekuensi yang tegas apabila tidak dilakukan. Berikut analisis slogan caleg yang memuat himbuan permintaan.

Slogan caleg nomor (1), (2), (6), dan (9) merupakan himbuan permintaan yang diterbitkan oleh caleg. Slogan caleg nomor (1) memuat tujuan yaitu meminta kepada masyarakat untuk menyelamatkan negeri ini bagi generasi-generasi penerus bangsa supaya menjadi bangsa yang bermartabat dan menjunjung masa depan bangsa. Sementara itu, slogan caleg nomor (2), (6), dan (9), memuat tujuan yaitu meminta kepada masyarakat untuk mendukung dan memilih serta memberikan doa restu pada pemilu nanti. Himbuan permintaan tersebut berkaitan dengan keinginan caleg untuk dipenuhi.

2. Slogan caleg himbuan ajakan

Slogan caleg himbuan ajakan merupakan slogan caleg yang berisikan tentang ajakan yang ditujukan kepada masyarakat untuk melakukan suatu tindakan yang tidak memiliki konsekuensi tegas apabila tindakan tersebut tidak dilakukan. Berikut penjelasan analisis slogan caleg himbuan ajakan.

Slogan caleg nomor (3), (4), dan (5) merupakan slogan caleg himbuan ajakan. Slogan caleg nomor (3) dan (4) menghimbau masyarakat dengan kata *mari*. Kata *mari* memiliki makna ajakan kepada pembaca untuk melakukan suatu hal. Himbuan yang diterbitkan oleh caleg nomor (3), yaitu ajakan caleg kepada masyarakat untuk meningkatkan perekonomian rakyat. Menurut caleg tersebut perekonomian rakyat harus ditingkatkan karena perekonomian rakyat merupakan sesuatu hal yang sangat penting bagi masyarakat. Tujuannya untuk menyejahterakan

perekonomian masyarakat desa supaya melakukan suatu usaha. Slogan caleg nomor (4) merupakan himbauan yang bertujuan untuk mengajak umat Islam menjadi umat yang lebih baik, khususnya pada kaum muda dalam melakukan tindakan harus memiliki semangat yang tinggi untuk memimpin suatu daerah. Slogan caleg nomor (5) merupakan himbauan ajakan yang bertujuan untuk mengajak masyarakat supaya maju dan membela kepentingan rakyat agar dapat mewujudkan kesejahteraan rakyat.

3. Slogan caleg himbauan perintah

Slogan caleg himbauan perintah merupakan slogan caleg yang berisikan tentang perkataan yang bermaksud menyuruh atau melakukan sesuatu yang ditujukan kepada masyarakat. Perintah tersebut tidak memiliki konsekuensi tegas apabila perintah tersebut tidak dilakukan. Berikut analisis slogan caleg himbauan perintah.

Slogan caleg nomor (7) dan (8) merupakan himbauan perintah yang diterbitkan oleh caleg. Himbauan tersebut memuat perintah yang ditujukan kepada masyarakat untuk mencoblos nomor urut caleg yang sudah tertera pada slogan dalam pemilu. Tujuan caleg tersebut ingin memperjuangkan dan mewujudkan rakyat yang sejahtera serta bermartabat dalam memimpin rakyat.

4.1.2 Slogan Caleg Informatif

Slogan caleg informatif merupakan slogan yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca. Informasi tersebut ditujukan kepada masyarakat yang bersifat menerangkan, seperti edukatif dan stimulatif. Berikut data dan analisis slogan caleg yang memuat informatif.

1. INGAT PEMILU 9 APRIL 2014 → **KH. M. HASIB CHASBULLAH**
CALON DPD-RI JAWA TIMUR **(GUS HASIB)**
MENYAMBUNG ASPIRASI
MASYARAKAT JAWA TIMUR
UNTUK KEPENTINGAN NASIONAL
2. INGAT 9 APRIL 2014 → **AMINAH. HS**
COBLOS CALEG DPRD LUMAJANG
JUJUR & AMANAH MENUJU
MASYARAKAT YANG CERDAS

dan BERMARTABAT

3. **INGAT!!!** → **HADI ZAINAL ABIDIN, S.Pd, MM**
PEMILU 9 APRIL 2014
COBLOS CALEG
NO. 8
4. **INGAT..** → **PANEL BARUS**
WAKILNYA PETANI
DAN ANAK MUDA

Dari data di atas, slogan caleg nomor (1), (2), dan (3) yang diterbitkan oleh caleg tersebut, merupakan slogan caleg informatif, artinya slogan tersebut memuat informasi dan sekaligus mengingatkan kepada masyarakat bahwa tanggal 9 April 2014 harus melaksanakan pemilu dan masyarakat berhak memilih caleg yang diinginkan menjadi wakil rakyat. Berbeda dengan slogan caleg nomor (1-3). Slogan caleg nomor (4) tidak menginformasikan kepada masyarakat tentang pelaksanaan pemilu nanti tetapi menginformasikan kepada masyarakat luas khususnya kepada para petani dan anak muda, karena caleg tersebut memiliki tujuan ingin menyejahterakan para petani dan anak muda.

Petani dianggap sebagai lumbung masyarakat yang berguna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya dalam bidang pangan, sedangkan anak muda merupakan generasi penerus bangsa yang harus ditingkatkan semangatnya dalam meneruskan pembangunan bangsa yang bermartabat.

4.1.3 Slogan Caleg Persuasif

Slogan caleg persuasif merupakan slogan yang berisikan strategi komunikasi yang penting dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal ini, komunikasi dapat membantu setiap individu dalam mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Tujuannya untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Berikut data dan analisis slogan caleg yang memuat tentang persuasif.

1. SA'ATNYA YANG MUDA
MEMIMPIN SIAP
MEMPERJUANGKAN
ASPIRASI RAKYAT → **EDI JUNAEDI, S.Sos**
2. **MEMPERJUANGKAN**
PENYELESAIAN
KONFLIK AGRARIA → **SIDIK SUHADA, S.Sos**
3. **BERJUANG, BEKERJA**
DAN MENGABDI
UNTUK RAKYAT → **H. FATIHUL UMAM S.Ag**
4. **BERJUANG UNTUK**
KESEJAHTERAAN RAKYAT → **UMAR BASOR, SE**
5. TAK KAN KHIANAT HIDUP
MATI BERSAMA RAKYAT → **H. HERU SUYANTO, SH MH**
6. PROGRAM KERAKYATAN
YANG SELALU
DILAKUKAN: → **ALI MUSLIMIN**
 - OPERASI GRATIS, BIBIR SUMBING,
CACAT TUBUH MENLOKE DAN TUMOR MATA
 - BANTUAN GRATIS PROTHESE (KAKI TANGAN MATA PALSU)
 - BRACE (PENGUAT KAKI)
 - ALAT BANTU DENGAR
 - OPERASI SUBSIDI KATARAK & PTG
7. MAJU DENGAN MEMBWA
ASPIRASI MASYARAKAT DESA → **EKA TRI OKTAVIA, SPd**
8. RUMAH BESAR
UMAT ISLAM → **Drs. H. SUHERMIN A. MUHAIMIN, M.Pd**

Insyallah:
PEDULI
AMANAH
SANTUN
9. MEMBANGUN MASA DEPAN
MENJADI **LEBIH BAIK** → **Ir. AGOES SALIM**

10. LEBIH BERMANFAAT
LEBIH BAIK → **M. ZAMRONI**
11. GAK ONO SING GAK MUNGKIN → **SAMUEL JD WATTIMENA**
12. APA CA'NA NU → **H. THORIQUL HAQ, M. ML**
13. SAYA SIAP BEKERJA KERAS
DEMI KEPENTINGAN BERSAMA → **SUDIRMAN HARIJANTO,SE**
14. BERBENAH MAJU TINGKATKAN
KESEJAHTERAAN RAKYAT → **DrA. NANIK WIDOWATI**
15. WAKIL RAKYAT PILIHAN KITA
INSYAALLAH ASPIRATIF & AMANAH → **EKO WAHYUDI, SH**
16. SUDAH TERBUKTI DAN TERUJI
PROGRAM YANG PRO RAKYAT
BERBUAT MEMBERI MANFAAT → **H. HERY PRASETYO, S.Pd**
17. SIAP MENGAWAL
PROGRAM-PROGRAM
BUPATI SJAHRASAD DI
DPRD KAB. LUMAJANG → **H. GATOT MULJOHADI**
18. SETENGAH GAJI SAYA
UNTUK RAKYAT → **MUHAMMAD RODLI KAELANI**
19. GAJI POKOK UNTUK RAKYAT → **ANANG TOHA FAUZAN**
20. SIAP MENGEMBAN AMANAT → **H. THORIQ**

Slogan caleg nomor (1-4) yang diterbitkan oleh caleg merupakan slogan persuasif yang ditujukan kepada masyarakat. Slogan tersebut memiliki satu kesamaan dari slogan yang dituliskan pada banner yang terpampang di pinggir jalan raya yakni kata *memperjuangkan* dan kata *berjuang*. Kata *memperjuangkan* memiliki arti berjuang untuk merebutkan sesuatu, sedangkan kata *berjuang* memiliki arti berusaha sekuat tenaga untuk mencapai suatu tujuan. Slogan tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu ingin memperjuangkan kepentingan rakyat supaya menjadi masyarakat yang sejahtera. Caleg berupaya mempengaruhi masyarakat dengan menanamkan

kepercayaan dan menunjukkan kepantasan melalui pencitraan yang dikemas dengan bahasa iklan. Pencitraan dalam slogan caleg dengan sengaja diciptakan bernilai positif dan menarik perhatian calon pemilih dengan menunjukkan kompetensi yang baik sehingga layak untuk dipilih. Hasil akhir yang diharapkan adalah untuk membujuk pembaca supaya mengambil tindakan dengan memilih calon anggota legislatif yang menerbitkan slogan tersebut.

Slogan caleg nomor (5) merupakan persuasif yang ditujukan kepada pembaca. Slogan yang diterbitkan oleh caleg tersebut mempengaruhi pembaca dengan kalimat *tak kan khianat hidup mati bersama rakyat*. Caleg tersebut mengklaim seolah-olah paling dekat dengan rakyat (tidak terpisahkan) dan tidak akan mengingkari rakyat. Selain itu, menciptakan pencitraan dan membela kepentingan rakyat dengan tujuan untuk mempengaruhi pembaca supaya bersimpati dan memilihnya saat pemilu nanti.

Slogan caleg nomor (6) merupakan persuasif yang ditujukan kepada masyarakat. Slogan yang diterbitkan oleh caleg mempengaruhi pembaca dengan melakukan program kesehatan gratis. Masyarakat tentu memimpikan tingkat kesejahteraan yang lebih, misalnya layanan kesehatan yang murah bahkan gratis. Jumlah masyarakat miskin yang besar dijadikan oleh caleg sebagai target perolehan suara dengan pencitraan diri sebagai pejuang kepentingan mereka. Penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan gratis merupakan kebutuhan bagi masyarakat yang membutuhkan sehingga dengan menerbitkan slogan tersebut caleg dengan mudah mempengaruhi pembaca.

Slogan caleg nomor (7) diterbitkan oleh caleg dalam slogannya *maju dengan membawa aspirasi masyarakat desa*. Slogan tersebut mempengaruhi pembaca khususnya masyarakat desa yang lebih diutamakan kepentingannya. Tujuan caleg tersebut adalah ingin menyejahterakan masyarakat khususnya masyarakat desa.

Slogan caleg nomor (8) merupakan persuasif yang ditujukan kepada masyarakat khususnya umat Islam. Slogan caleg yang diterbitkan bertujuan untuk mempengaruhi pembaca khususnya umat Islam untuk membangun suatu keyakinan bahwa caleg yang bersangkutan bercita-cita mulia dalam mengemban tugas sebagai

anggota legislatif jika terpilih nanti. Caleg menunjukkan keinginannya untuk membangun hubungan dengan masyarakat secara sungguh-sungguh dalam mengerjakan tugasnya sebagai wakil rakyat dengan menciptakan kesan peduli terhadap masyarakat, citra rendah hati, dan kesan amanah.

Slogan caleg nomor (9) dan (10) yang diterbitkan oleh caleg merupakan slogan caleg persuasif yang ditujukan kepada masyarakat. Slogan caleg tersebut memiliki kesamaan kata yakni kata *lebih baik*. Kata *lebih baik* mempengaruhi pembaca dalam kelayakan caleg untuk dipilih, upaya untuk mempengaruhi masyarakat sebagai calon yang memiliki visi yang kuat, caleg menginginkan adanya perubahan menjadi lebih baik dari yang sebelumnya. Ketegasan atas sikap yang dimiliki merupakan suatu kepastian yang ingin ditunjukkan melalui slogan yang diterbitkan oleh caleg. Caleg yang bersangkutan memiliki kompetensi yang memadai dan kelak jika terpilih mampu menjalankan tanggung jawabnya untuk menjadi lebih baik.

Slogan caleg nomor (11) dan (12) merupakan slogan caleg persuasif yang diterbitkan untuk berupaya mempengaruhi pembaca. Dalam upaya merebut dukungan dan simpati publik, caleg menggunakan pencitraan diri dari etnik tertentu dan menarik simpati pemilih. Caleg berupaya mencitrakan diri dengan menggunakan slogan yang bernuansa kedaerahan yaitu bahasa Jawa dan bahasa Madura. Dengan menggunakan slogan bernuansa kedaerahan tersebut, caleg ingin menunjukkan latar belakang budaya kepada masyarakat. Etnik mencakup karakteristik yang dianggap penting untuk mendefinisikan siapa caleg tersebut. Dengan melalui slogan tersebut caleg menjadi representasi ideologi untuk menarik dukungan melalui identifikasi etnik.

Slogan tersebut berbunyi *gak ono sing gak mungkin*, maksudnya adalah tidak ada yang tidak mungkin. Slogan tersebut sengaja menggunakan bahasa Jawa untuk menarik pembaca khususnya masyarakat Jawa. Caleg berupaya mempengaruhi masyarakat Jawa bahwa dalam menjalankan suatu pekerjaan itu tidak ada yang tidak

mungkin, semua permasalahan dapat terselesaikan khususnya masalah yang dapat menghambat pembangunan masyarakat dalam menyejahterakan rakyat.

Slogan yang berbunyi *apa ca'na NU*, maksudnya adalah apa katanya NU. Slogan tersebut bernuansa kedaerahan dan menunjukkan bahwa identitas caleg tersebut beretnik Madura, sehingga caleg tersebut dapat menarik simpati pembaca khususnya masyarakat Madura. Caleg tersebut bertujuan untuk membangun suatu keyakinan bahwa caleg tersebut bercita-cita dalam mengemban tugas sebagai anggota legislatif jika terpilih dalam pemilu nanti. Caleg menunjukkan keinginan untuk menyejahterakan masyarakat dalam membangun masa depan yang lebih baik.

Slogan caleg nomor (13-14) yang diterbitkan oleh caleg merupakan slogan persuasif. Slogan tersebut diterbitkan kepada masyarakat untuk menarik simpati pembaca dalam pemilu nanti. Dalam upaya merebut dukungan dan simpati masyarakat, caleg menggunakan pemilihan kata untuk mengidentifikasi dirinya. Pemilihan kata bertujuan memberikan ciri atas diri caleg yang dapat membedakannya dengan calon lain. Pemilihan kata seperti, *kepentingan rakyat*, *aspiratif*, dan *kesejahteraan* tersebut dimanfaatkan secara sengaja oleh caleg untuk membentuk citra yang baik atas dirinya. Pada dasarnya tujuan caleg hanya ingin mempengaruhi pembaca, bahwa caleg yang bersangkutan memiliki kemampuan yang sesuai dengan aspirasi rakyat dan kelak jika terpilih mampu menjalankan tanggung jawabnya sebagai anggota legislatif.

Slogan caleg nomor (15) yang diterbitkan oleh caleg merupakan slogan persuasif. Dalam upaya merebut dukungan dan simpati pembaca, caleg tersebut menerbitkan slogan yang berbunyi *wakil rakyat pilihan kita insyaallah aspiratif dan amanah*. Caleg memanfaatkan bentuk pronomina *kita* untuk mencitrakan dirinya, yakni digunakan untuk mengacu kepada diri caleg dan masyarakat calon pemilih atau pembaca. Kata ganti *kita* merupakan representasi dan wujud sikap bersama dalam satu komunitas. Pronomina ini digunakan dalam aktivitas yang bermakna ajakan untuk melakukan tindakan bersama. Secara tidak langsung, caleg telah menggunakan kekuasaan dan mendominasi pemilih.

Slogan caleg nomor (16) dan (17) merupakan slogan caleg persuasif yang diterbitkan oleh caleg kepada masyarakat. Caleg tersebut mencitrakan diri sebagai calon yang layak dipilih oleh masyarakat. Caleg tidak hanya berupaya mencitrakan diri secara positif, tetapi juga berupaya memarginalkan orang lain, artinya memberikan kesan positif pada diri sendiri secara implisit dengan mencitrakan calon lain dengan kesan negatif. Dengan memarginalkan orang lain, caleg berharap memperoleh kesan baik yang bertolak belakang dari calon yang dimarginalkan.

Caleg dapat mempengaruhi pembaca dengan menyodorkan bukti mengenai kebenaran. Upaya menyodorkan bukti yang dilakukan caleg terlihat pada slogan *sudah terbukti dan teruji program yang pro rakyat*. Dalam slogan tersebut, terlihat bahwa caleg berupaya meraih kekuasaan dengan cara memarginalkan anggota legislatif sebelumnya dengan menyebut program yang pro rakyat. Pemarginalan orang lain ini bertujuan untuk mencitrakan diri sebagai caleg yang mendukung atau menyetujui aspirasi rakyat. Ekspresi ideologis tersebut berfungsi untuk membentuk pendapat umum dan membenarkan pihak sendiri, selain itu caleg berupaya membentuk pendapat umum bahwa kandidat lain tidak layak dipilih, sebaliknya caleg ingin meneguhkan bahwa dirinyalah yang layak dipilih.

Slogan yang berbunyi *siap mengawal program-program bupati Sjahrasad di DPRD Kab. Lumajang* dalam slogan tersebut caleg berupaya meraih kekuasaan dengan cara memarginalkan caleg lainnya. Pemarginalan ini bertujuan untuk mencitrakan diri sebagai caleg yang mendukung program-program Bupati Sjahrasad. Caleg berupaya membentuk pendapat umum bahwa dirinyalah yang siap membantu menjalankan program Bupati Sjahrasad.

Slogan caleg nomor (18) dan (19) merupakan slogan persuasif yang diterbitkan oleh caleg dalam upaya merebut dukungan dan simpati publik, caleg tersebut menerbitkan slogan *setengah gaji untuk rakyat* dan *gaji pokok untuk rakyat*. Slogan tersebut bertujuan memberikan ciri atas diri caleg yang membedakan dengan caleg yang lainnya. Slogan tersebut menunjukkan bahwa caleg yang bersangkutan memiliki kemampuan dan tanggung jawab kepada masyarakat sebagai

calon anggota legislatif khususnya dalam menyejahterakan perekonomian rakyat. Slogan tersebut sengaja ditulis oleh caleg supaya masyarakat merasa diperhatikan dengan cara menyejahterakan perekonomian rakyat. Persoalan yang ada di masyarakat saat ini yaitu tentang perekonomian. Pencitraan diri caleg melalui slogan yang diterbitkannya merupakan wujud caleg kepada masyarakat untuk meraih kekuasaan. Jumlah anggota masyarakat yang berada pada tingkat ekonomi menengah ke bawah sangat besar. Mereka tentu mengimpikan tingkat kesejahteraan yang lebih baik, sehingga mereka dijadikan caleg sebagai target perolehan suara dengan pencitraan diri sebagai pejuang perekonomian rakyat.

Slogan caleg nomor (20) merupakan slogan persuasif. Slogan tersebut berbunyi *siap mengemban amanat*. Modalitas didayagunakan caleg dalam wacana slogan kampanye untuk mempengaruhi pembaca dalam mencitrakan ketegasan atas sikap yang dimiliki caleg. Ideologi yang ingin ditunjukkan adalah upaya untuk mencitrakan diri sebagai calon yang memiliki tujuan yang kuat dan program-program yang jelas. Slogan caleg tersebut seolah-olah memberikan keyakinan kepada pembaca bahwa caleg tersebut mampu melaksanakan tugas dalam membela kepentingan rakyat.

4.2 Deskripsi Superstruktur Wacana Slogan Caleg di Kabupaten Lumajang

Superstruktur dalam wacana slogan caleg adalah teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian-bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk satu kesatuan arti. Skema adalah bentuk siap pakai yang dapat disesuaikan dengan konteks peristiwa atau pesan yang disampaikan. Wacana slogan caleg memiliki penyampaian pesan kepada masyarakat umum yang cukup beragam.

Pada dasarnya, skema slogan caleg terdiri atas struktur yang umum, di antaranya butir utama (*headline*), badan (*body*), dan penutup (*close*). *Headline* merupakan bagian slogan caleg yang memuat hal-hal yang menarik dan penting. *Headline* berisikan muatan pesan utama yang ingin disampaikan oleh caleg kepada

masyarakat. *Headline* bisa berupa kata, frasa atau kalimat yang mendapatkan penekanan lebih di antara bagian-bagian slogan yang lainnya.

Body merupakan bagian slogan caleg yang bertujuan untuk menarik minat dan kesadaran pembaca untuk lebih berfikir dan mempertimbangkan isi slogan caleg. Berdasarkan tujuan tersebut, biasanya bagian *body* berisi penjabaran penjelas yang mendukung *headline*. *Close* merupakan bagian slogan yang memuat informasi-informasi lain yang berhubungan dengan topik yang diiklankan.

Setiap bagian struktur memiliki maksud, tujuan, dan muatan pesan yang berbeda-beda. Setiap bagian struktur memiliki keterkaitan antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya saling mendukung terciptanya slogan caleg yang utuh yang memuat informasi. Berikut penjelasan bagian-bagian struktur slogan caleg di Kabupaten Lumajang.

1. AMINAH. HS CALEG DPRD LUMAJANG DAPIL 1	} 1
JUJUR & AMANAH MENUJU MASYARAKAT YANG CERDAS dan BERMARTABAT	} 2
INGAT 9 APRIL 2014 COBLOS NOMOR 10	} 3

Bagian nomor (1) dalam data slogan caleg di atas merupakan bagian *headline*. yang memuat informasi penting, yaitu informasi identitas penerbit yakni calon anggota legislatif Kabupaten Lumajang. Dengan kata lain, *headline* ini masih membutuhkan penjelas dari bagian-bagian slogan caleg yang lain.

Bagian nomor (2) adalah bagian *body* slogan, yang memuat penjelasan bagian *headline*. Pada bagian ini dijelaskan tentang kata-kata yang inspiratif yaitu mempengaruhi masyarakat dengan cara memanipulasi kesadaran daya tarik pembaca supaya tergerak untuk memilih caleg tersebut saat pemilu nanti dengan diterbitkannya slogan caleg tersebut. Penjelasan tersebut berisikan tentang hal-hal yang positif dari caleg yang bermaksud menambah yakin masyarakat bahwa caleg ini calon kuat untuk dipilih.

Bagian nomor (3) adalah bagian *close*, yang memuat informasi yang berkaitan dengan topik. Bagian ini memuat tanggal pemilu. Caleg memberikan informasi dengan cara mengingatkan masyarakat bahwa pada tanggal tersebut diadakan pemilihan umum. Berdasarkan bagian-bagiannya, slogan tersebut menggunakan skema penyampaian slogan yang lengkap yakni *headline*, *body*, dan *close*.

2. KH. M. HASIB WAHAB CHASBULLAH (GUS HASIB)	} 1
PENYAMBUNG ASPIRASI MASYARAKAT JAWA TIMUR UNTUK KEPENTINGAN NASIONAL	} 2
INGAT PEMILU 9 APRIL 2014 PILIH!! CALON DPD-RI JAWA TIMUR NO URUT 24	} 3

Bagian nomor (1) dalam data slogan caleg di atas merupakan bagian *headline* yang merupakan bagian yang memuat hal-hal yang menarik dan penting. *Headline* pada umumnya mengandung isi utama atau global dalam slogan. *Headline* tersebut memuat informasi penting, yaitu tentang identitas caleg yang bernama KH. M. HASIB WAHAB CHASBULLAH. *Headline* ini memuat informasi yang masih umum dan membutuhkan penjelasan bagian-bagian lainnya.

Bagian nomor (2) dalam data slogan caleg di atas adalah bagian *body* slogan caleg. *Body* merupakan bagian slogan yang bertujuan untuk menarik minat dan kesadaran pembaca untuk lebih berpikir dan mempertimbangkan isi. Topik pada bagian ini menjelaskan tentang persuasif yang mengacu pada *headline*. Penjelasan tersebut berisikan usaha caleg mempengaruhi atau memanipulasi kesadaran masyarakat dalam membaca slogan yang telah diterbitkan oleh caleg supaya masyarakat berpartisipasi untuk memilih caleg tersebut.

Bagian nomor (3) dalam data di atas adalah bagian *close*, yang memuat tentang informasi yang berkaitan dengan topik. *Close* merupakan bagian slogan caleg yang memuat informasi-informasi lain yang berhubungan dengan topik yang diterbitkan. Bagian *close* ini memuat informasi yang ditujukan kepada masyarakat untuk mengingatkan masyarakat pada tanggal tersebut akan diselenggarakan pemilihan umum. Berdasarkan bagian-bagiannya, slogan caleg tersebut menggunakan skema penyampaian yang lengkap, yakni *headline*, *body*, dan *close*.

- | | | |
|------------------------------|---|---|
| 3. EKA TRI OKTAVIA, SPd | } | 1 |
| CALON ANGGOTA DPRD | | |
| KABUPATEN LUMAJANG 2014-2019 | | |
| DAPIL 1 LUMAJANG | | |
| MAJU DENGAN MEMBAWA | } | 2 |
| ASPIRASI MASYARAKAT DESA | | |

Bagian nomor (1) dalam data slogan caleg di atas merupakan bagian *headline* slogan caleg. *Headline* tersebut memuat informasi penting yaitu identitas caleg. Identitas caleg merupakan informasi penting bagi masyarakat karena dengan adanya identitas maka masyarakat dapat mengenali calon pemimpinnya.

Bagian nomor (2) dalam data slogan caleg di atas merupakan bagian *body* slogan caleg yang memuat penjelasan bagian *headline*. Pada bagian ini caleg bertujuan untuk menarik minat dan kesadaran pembaca. Dengan menggunakan klasifikasi masyarakat desa, caleg tersebut berupaya mempengaruhi pembaca melalui slogan

yang diterbitkan. Hasil akhir yang diharapkan adalah membujuk pembaca untuk memilih caleg tersebut. Namun, slogan tersebut tidak terdapat bagian 3 sehingga slogan tersebut menggunakan skema penyampaian slogan caleg yaitu *headline* dan *body*.

4. Ir. H. ARTONO
 CALEG DPRD PROVINSI
 DAPIL JATIM IV LUMAJANG-JEMBER } 1
- MARI TINGKATKAN EKONOMI RAKYAT
 DENGAN PROGRAM 1 DESA-1 USAHA } 2

Bagian nomor (1) dalam data slogan caleg di atas merupakan *headline* yang memuat informasi penting yaitu identitas caleg yang berupa nama caleg, jabatan caleg, dan daerah pilihan caleg. Identitas tersebut penting untuk diketahui oleh masyarakat supaya masyarakat dapat mengenal caleg tersebut.

Bagian nomor (2) dalam data slogan caleg merupakan bagian *body* yang memuat penjelasan bagian *headline*. Pada bagian ini memuat topik tentang himbauan atau ajakan yang diterbitkan oleh caleg. Penjelasan tersebut berisikan himbauan caleg atau ajakan caleg kepada masyarakat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan program yang akan dijalankan apabila terpilih menjadi anggota legislatif. Slogan di atas juga tidak terdapat bagian 3, sehingga caleg di atas hanya menggunakan skema penyampaian yang terdiri dari *headline* dan *body*.

5. ANANG TOHA FAUZAN
 CALEG DPRD LUMAJANG
 PERIODE 2014-2019 } 1
- GAJI POKOK UNTUK
 RAKYAT } 2

Bagian nomor (1) dalam data slogan caleg di atas merupakan bagian *headline* yang memuat informasi penting yaitu, *Headline* tersebut memuat informasi penting yaitu identitas caleg berupa nama caleg dan jabatan caleg. Identitas caleg sangat

penting untuk diketahui oleh masyarakat supaya masyarakat dapat mengetahui caleg tersebut.

Bagian nomor (2) adalah bagian *body* slogan caleg yang memuat penjelasan *headline*. Pada bagian ini dijelaskan tentang topik persuasif. Penjelasan tersebut mempengaruhi masyarakat pembaca dengan slogan yang penuh harapan. Supaya masyarakat bersimpati dengan slogan yang diterbitkan. Slogan di atas juga tidak terdapat bagian 3, sehingga caleg di atas hanya menggunakan skema penyampaian yang terdiri dari *headline* dan *body*.

6. HADI ZAINALABIDIN, S.Pd, MM CALEG DPR-RI DAPIL IV (LUMAJANG-JEMBER)	}	1
INGAT!!! PEMILU 9 APRIL 2014 COBLOS CALEG NO. 8	}	3

Bagian nomor (1) dalam data slogan caleg di atas merupakan bagian *headline* yang memuat informasi penting yaitu identitas caleg berupa nama caleg, jabatan caleg, dan daerah pilihan caleg. Identitas sangat penting untuk diketahui oleh masyarakat supaya masyarakat dapat mengenal caleg tersebut.

Bagian nomor (3) adalah bagian *close*, yang memuat informasi dan berkaitan dengan topik. *Close* merupakan bagian slogan caleg yang memuat informasi-informasi dan berhubungan dengan topik yang ada pada slogan. Bagian ini memuat tentang informasi yang ditujukan kepada masyarakat untuk memberikan informasi atau mengingatkan kepada masyarakat pada tanggal tersebut akan diselenggarakan pemilihan umum, setiap masyarakat wajib untuk mencoblos caleg yang diharapkan menjadi wakil rakyat. Slogan caleg di atas juga tidak terdapat bagian 2, sehingga caleg di atas hanya menggunakan skema penyampaian yang terdiri atas *headline* dan *close*.

4.3 Deskripsi Struktur Mikro Wacana Slogan Caleg di Kabupaten Lumajang

Struktur mikro merupakan tekstual wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang. Dalam hal ini, pemahaman makna secara detil akan didapatkan dengan kajian unsur-unsur linguistik yang ada dalam wacana tersebut. Unsur-unsur linguistik tersebut adalah unsur semantik, sintaksis, leksikon, dan retorik. Berikut deskripsi unsur-unsur tersebut secara detail.

4.3.1 Semantik

Kajian unsur semantik dalam slogan caleg bertujuan untuk mengungkapkan makna yang ingin ditekankan dalam slogan caleg. Penekanan dilakukan untuk menunjukkan hal yang penting pada bagian tertentu yang terdapat dalam slogan caleg. Elemen yang menjadi objek kajian untuk mengungkap makna yang ingin ditekankan di antaranya: latar, detail, maksud, dan praanggapan. Berikut penjabaran kajian terhadap elemen-elemen tersebut.

1) Latar

Latar merupakan unsur wacana slogan yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin disampaikan. Wacana slogan caleg dipengaruhi oleh latar yang digunakan. Dalam menerbitkan slogannya, caleg mengemukakan latar belakang atas penerbitan slogan tersebut. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana masyarakat hendak dibawa. Latar slogan caleg didasarkan pada kebutuhan caleg untuk mengkampanyekan program-program kerjanya kepada masyarakat apabila menjadi anggota legislatif nanti. Berikut data dan penjelasannya.

1. SIAP MENGAWAL
PROGRAM-PROGRAM
BUPATI SJAHRASAD DI DPRD
KABUPATEN LUMAJANG → **H. GATOT MULJOHADI**
2. PROGRAM KERAKYATAN YANG SELALU → **ALI MUSLIMIN**
DILAKUKAN:
 - OPERASI GRATIS, BIBIR SUMBING,
CACAT TUBUH MENLOKE DAN TUMOR MATA

- BANTUAN GRATIS PROTHESE (KAKI TANGAN MATA PALSU)
 - BRACE (PENGUAT KAKI)
 - ALAT BANTU DENGAR
 - OPERASI SUBSIDI KATARAK & PTG
3. MARI TINGKATKAN EKONOMI RAKYAT I DESA 1 USAHA → **Ir. H. ARTONO**
4. MEMPERJUANGKAN PENYELESAIAN KONFLIK AGRARIA → **SIDIK HUSADA, S.Sos**

Data slogan caleg nomor (1) merupakan latar slogan caleg yang akan dilaksanakan apabila caleg tersebut bisa terpilih menjadi anggota legislatif. Latar program caleg tersebut yaitu ingin menjalankan program-program yang sudah dijalankan oleh Bupati Sjahrasad. Slogan caleg nomor (2) latar caleg tersebut ingin menjalankan program kesehatan gratis yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Slogan caleg nomor (3) latar program kerja yang ingin dijalankan yaitu meningkatkan perekonomian rakyat dengan cara mendirikan lapangan pekerjaan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat desa. Slogan caleg nomor (4) latar caleg tersebut ingin membantu masyarakat yang bermasalah dalam bidang agrarian atau tanah. Program kerja caleg menjadi latar utama wacana slogan caleg tersebut diterbitkan. Dengan kata lain, latar tersebut lahir dari kepentingan pihak caleg dalam menjalankan program yang dapat menyejahterakan kehidupan rakyat. Latar program kerja tersebut merupakan janji caleg kepada masyarakat yang wajib dijalankan jika terpilih nanti.

2) Detil

Elemen ini berhubungan dengan kontrol informasi yang ingin disampaikan oleh caleg. Caleg sebagai komunikator menyampaikan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik atas dirinya. Kontrol informasi tersebut berhubungan dengan adanya penekanan pada bagian yang menguntungkan caleg. Caleg akan meminimalisir informasi yang dinilai merugikan caleg tersebut. Hal ini nampak jelas pada pemilihan kata yang digunakan. Berikut data dan penjelasannya.

1. TIDAK SIAP BERPERANG → **VENY WIDYAWATI**
 TAPI SIAP BERJUANG
 TIDAK UNTUK KEKUATAN
 TAPI UNTUK KEBIJAKAN & KESANTUNAN

Slogan caleg di atas diterbitkan oleh VENY WIDYAWATI caleg Dapil 1. Pada slogan tersebut caleg ingin menciptakan citra baik dalam kampanyenya. Kalimat negatif dapat digunakan untuk mengekspresikan ideologi tertentu mengenai kepribadian, kompetensi, ataupun program caleg hanya sebatas kalimat persuasif yang sangat umum. Hal ini dilakukan dengan meminimalisir informasi yang dinilai merugikan caleg pada pernyataan *tidak siap berperang* dan *tidak untuk kekuatan* upaya caleg dalam meminimalisir informasi yang merugikan, caleg berupaya untuk *siap berjuang dalam kebijakan dan kesantunan*. Hal ini adanya kepentingan pencitraan yang ingin ditanamkan kepada pembaca melalui muatan nilai positif. Informasi yang dianggap bisa memberikan citra positif yaitu caleg berupaya mempengaruhi pembaca dengan harapan dapat membujuk pembaca untuk mengambil tindakan dengan memilih caleg yang berkampanye.

3) Maksud

Elemen maksud dalam slogan caleg bertujuan untuk menunjukkan bagaimana caleg secara implisit dan tersembunyi menggunakan praktik bahasa tertentu untuk menonjolkan kepentingan dan menyajikan kebenaran. Kebenaran yang bertentangan dan dianggap merugikan bagi caleg sedapat mungkin untuk diminimalisasikan, sedangkan kebenaran yang bersifat menguntungkan akan ditampilkan dengan jelas. Berikut data dan penjelasannya.

1. SAYA SIAP BEKERJA KERAS → **SUDIRMAN HARIJANTO, SE**
 DEMI KEPENTINGAN BERSAMA
2. MEMBANGUN MASA DEPAN → **Ir. AGOES SALIM**
 MENJADI LEBIH BAIK
3. LEBIH BERMANFAAT → **M. ZAMRONI**
 LEBIH BAIK

**4. KITA WUJUDKAN BERSAMA → ABDUL GHOFUR
KITA RAIH BERSAMA**

Pada slogan caleg di atas penekanan dalam wacana tersebut adalah MENJADI LEBIH BAIK dan KEBERSAMAAN. Dalam upaya pencitraan melalui penekanan kata tersebut, nampak bahwa caleg berupaya menunjukkan kreativitas yang dimiliki caleg. Oleh karena itu, caleg berupaya membangun realitas subjektif atas dirinya. Dalam hal ini, tampak bahwa ungkapan-ungkapan yang disampaikan caleg tersebut mengandung pemikiran yang ideologis. Hal ini merupakan praktik politik pencitraan yang dilakukan oleh caleg, tentunya dengan penekanan tersebut dimunculkan kalimat penjelas untuk lebih menyakinkan bahwa caleg benar-benar akan memenuhi janjinya sesuai dengan slogan yang diterbitkan.

4) Praanggapan

Praanggapan merupakan alat rekayasa politik komunikator untuk menciptakan kesadaran mental publik yang dimaksudkan dalam slogan caleg. Praanggapan dalam slogan caleg bertujuan untuk mendukung makna suatu teks. Berikut data dan penjelasannya.

**1. MENUJU INDONESIA BARU 2014 → NANEKRAM HORUMAL. N
OJO LALI DULURKU MAS NANEK
TRI DORA (tiga do'a rakyat)**

- PERUT KENYANG
- HATI SENANG
- PIKIRAN TENANG

Pada slogan caleg di atas, praanggapan yang dipakai adalah apabila rakyat ingin kenyang, senang, dan tenang maka pilih caleg tersebut. Pada frasa pertama, ditekankan mengingatkan masyarakat jangan lupa pilih caleg tersebut pada saat pemilu nanti. Pada frasa kedua, dijabarkan kondisi yang bisa menjadi konsekuensi pada frasa pertama untuk diperhatikan. Secara implisit, slogan caleg tersebut menjelaskan bahwa pada saat pemilu nanti masyarakat memberikan dukungannya dengan cara memilih caleg tersebut pada saat pemilu nanti supaya masyarakat hidup

sejahtera perut kenyang, hati senang, dan pikiran tenang. Dengan pengandaian seperti itu, seolah-olah caleg mampu mensejahterakan rakyatnya apabila menjadi anggota legislatif nanti. Dukungan memilih caleg tersebut diterbitkan untuk menyampaikan janji caleg kepada masyarakat sehingga memunculkan asumsi di masyarakat bahwa konsekuensi jika rakyat memilih caleg tersebut maka masyarakat akan sejahtera. Hal ini menjadi sebuah kebenaran yang bisa diterima oleh masyarakat secara sadar ataupun tidak.

2. PESAN BUNDA → **NINIK HIDAYATI, S.Pi**
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA

Dalam slogan caleg tersebut, premis yang digunakan untuk mendukung kalimat tersebut adalah menyelamatkan bangsa. Pengandaian yang digunakan dalam slogan caleg di atas adalah keselamatan bisa tercipta apabila premis tersebut dilaksanakan. Pada slogan di atas ditekankan bahwa keselamatan negeri ini bisa tercipta apabila anak-anak bangsa sebagai generasi penerus bangsa dapat menjunjung tinggi norma bangsa.

3. GAK ONO SING GAK MUNGKIN → **SAMUEL JD WATTIMENA**

Pada slogan caleg di atas, praanggapan yang dipakai adalah sesuatu yang tidak mungkin terjadi pasti bisa terjadi. Pada kalimat di atas ditekankan bahwa semua hal yang tidak mungkin terjadi pasti akan terjadi. Secara implisit, slogan caleg di atas menjelaskan bahwa apabila caleg terpilih menjadi anggota legislatif maka caleg akan menjalankan tugasnya dengan tidak adanya kemungkinan-kemungkinan yang dapat menghambat program kerjanya. Dengan pengandaian seperti itu, seolah-olah program kerja yang dijalankan pasti terjadi atau terlaksana tanpa ada kemungkinan.

4. APA CA'NA NU → **H. THORIQUUL HAQ, M. ML**

Pada slogan caleg di atas, praanggapan yang dipakai adalah semua kebijakan dapat dilakukan oleh NU. Secara implisit, slogan caleg tersebut menjelaskan bahwa NU merupakan lembaga yang berkuasa sehingga semua kebijakan dapat dijalankan atas kehendak NU. Dengan pengandaian tersebut, seolah-olah yang memegang

kekuasaan dalam menentukan kebijakan adalah NU. Hal ini menjadi sebuah premis yang kebenarannya dapat diterima atau tidak oleh masyarakat.

4.3.2 Sintaksis

Kajian unsur sintaksis dalam slogan caleg bertujuan untuk mengungkapkan pemilihan kalimat dari segi bentuk dan susunannya. Elemen yang menjadi objek kajian untuk mengungkapkan pemilihan bentuk dan susunan kalimat yang digunakan di antaranya bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti. Berikut penjelasan kajian terhadap elemen-elemen tersebut.

1) Bentuk Kalimat

Bentuk kalimat yang dimaksud berkaitan dengan cara berfikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Prinsip kausalitas dalam konteks ini adalah susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan). Berikut data dan penjelasannya.

1. SAYA SIAP BEKERJA KERAS → **SUDIRMAN HARIJANTO, SE** DEMI KEPENTINGAN BERSAMA

Wacana tersebut memiliki hubungan yang integral antarkalimatnya. Hubungan kausalitas ditunjukkan dengan hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi tiap kalimat. Kata *saya* yang mengacu pada kepentingan bersama, maka kepentingan bersama tersebut memiliki kewajiban diwujudkan oleh *saya* untuk mensejahterakan masyarakat. Dalam kalimat di atas *saya* menjadi subjek dari pernyataan. Penekanan dilakukan terhadap subjek tersebut yang mengacu pada kepentingan bersama (dalam konteks slogan caleg) sepenuhnya menjadi tanggung jawab *saya* dalam mensejahterakan masyarakat.

2. KITA WUJUDKAN BERSAMA → **ABDUL GHOFUR** KITA RAIH BERSAMA MAJU MEMBELA KEPENTINGAN RAKYAT

Slogan tersebut memiliki hubungan yang integral antarakalimatnya. Hubungan kausalitas ditunjukkan dengan hubungan timbal balik yang saling

mempengaruhi. Kata *kita* yang mengacu kepada semua masyarakat pembaca termasuk kepada caleg yang bersangkutan ingin memperjuangkan hak-hak rakyat, maka masyarakat pembaca slogan tersebut memiliki kewajiban untuk mendukung program yang sudah direncanakan oleh caleg. Pada kalimat *kita wujudkan bersama* dan *kita raih bersama* merupakan bentuk kalimat yang memiliki prinsip kausalitas. Loginya konteks kalimat ini adalah susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan). Kalimat selanjutnya *maju mebelah kepentingan rakyat* kalimat tersebut menjadi pernyataan untuk memperjuangkan aspirasi rakyat.

2) Koherensi

Koherensi berkaitan dengan jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Dua bentuk kata atau kalimat yang berbeda dihubungkan, sehingga tampak koheren. Dalam slogan caleg terdapat beberapa koheren, yakni sebagai berikut.

a) Koherensi Sebab-Akibat

Koherensi sebab-akibat menggunakan penekanan kata penghubung yang menghubungkan kata atau kalimat yang berbeda sehingga tampak koheren. Berikut data dan penjelasannya.

1. SAYA SIAP BEKERJA KERAS → SUDIRMAN HARIJANTO, SE
DEMI KEPENTINGAN BERSAMA

Slogan caleg di atas, terdiri atas dua kalimat yang memiliki hubungan sebab-akibat. Pada kalimat pertama dijelaskan informasi dampak yang ditumbuhkan untuk perbuatan, yakni berjuang untuk rakyat. Pada kalimat kedua, dijelaskan perbuatan yang menjadi sebab terjadinya suatu hal, yakni mewujudkan kepentingan rakyat.

b) Generalisasi-Spesifikasi

Koherensi generalisasi-spesifikasi merupakan pemahaman terhadap suatu peristiwa atau fakta secara subjektif seolah-olah dilakukan oleh semua orang (generalisasi) atau seolah-olah peristiwa tersebut hanya bagian kecil saja (spesifikasi). Berikut data dan penjelasannya.

1. WAKIL RAKYAT PILIHAN **KITA** → **EKO WAHYUDI, SH**
 INSYAALLAH ASPIRATIF & AMANAH

2. **KITA** WUJUDKAN BERSAMA → → **ABDUL GHOFUR**
KITA RAIH BERSAMA

Pada slogan caleg di atas, kata yang dicetak tebal merupakan generalisasi subjek yang menjadi himbauan dalam slogan caleg tersebut. Kata *kita* menunjukkan bahwa bukan hanya masyarakat (pembaca) saja yang menjadi subjeknya, melainkan persona pertama jamak yaitu caleg yang menerbitkan slogan tersebut.

3. BERILAH **KAMI** DUKUNGAN & PILIHANNYA

Kata *kami* dalam slogan caleg yang diterbitkan oleh caleg Drs. ABD. KHOBIR ALY di atas merupakan generalisasi yang merujuk pada caleg yang bersangkutan di dalam banner tersebut. Kata *kami* mewakili lembaga caleg yang bersangkutan yakni oraginas NU yang melatarbelakangi caleg tersebut

4. INGAT WAKILNYA **PETANI** → **PANEL BARUS**
 DAN **ANAK MUDA**

5. MAJU DENGAN MEMBAWA → **EKA TRI OKTAVIA, SPd**
 ASPIRASI **MASYARAKAT DESA**

Bagian slogan caleg nomor (4), merupakan iklan kampanye slogan caleg yang dispesifikasikan kepada petani dan anak muda. Meskipun slogan caleg tersebut ditempatkan di tempat umum yang memungkinkan semua masyarakat pembaca bisa mengaksesnya, dengan tujuan dan maksud tertentu yang ingin dicapai oleh caleg tersebut.

Slogan caleg nomor (5) merupakan slogan caleg yang hanya dispesifikasikan kepada masyarakat desa. Meskipun slogan tersebut dikampanyekan pada tempat umum yang memungkinkan semua masyarakat pembaca bukan hanya masyarakat desa saja bisa mengaksesnya, dengan tujuan ingin mensejahterakan masyarakat desa.

3) Peningkaran

Peningkaran digunakan untuk membandingkan dua kondisi yang pada dasarnya berbeda dan dihubungkan menggunakan kata penghubung pertentangan. Berikut data dan penjelasannya.

1. TIDAK SIAP BERPERANG → **VENY WIDYAWATI**
TAPI SIAP BERJUANG
TIDAK UNTUK KEKUATAN
TAPI UNTUK KEBIJAKAN & KESANTUNAN

Slogan caleg di atas terdiri atas dua kalimat yang dihubungkan dengan kata *tapi*. Kata penghubung tersebut menunjukkan penegasan pertentangan terhadap subjek. Penggunaan kata penghubung *tapi* memiliki tujuan yang menguntungkan bagi subjek dalam slogan tersebut. Makna yang termasuk dalam kalimat pertama menjadi berbeda, begitu juga dengan maksud dan tujuannya.

4) Kata Ganti

Kata ganti berkaitan dengan posisi seseorang dalam wacana. Kata ganti dapat digunakan oleh kelompok atau perorangan untuk mempengaruhi perilaku, sikap, dan pendapat orang lain tanpa orang itu menyadarinya.

1. WAKIL RAKYAT PILIHAN **KITA** → **EKO WAHYUDI, SH**
INSYAALLAH ASPIRATIF & AMANAH
2. **KITA** WUJUDKAN BERSAMA → **ABDUL GHOFUR**
KITA RAIH BERSAMA

Kata ganti *kita* mempunyai keterlibatan menumbuhkan solidaritas kepada masyarakat. Penggunaan kata ganti *kita* menciptakan komunitas antara caleg selaku produsen slogan caleg dengan masyarakat pembaca, tujuannya adalah untuk mendapatkan dukungan dan simpati masyarakat yang ada. Seolah-olah apa yang menjadi sikap dan pola berpikir caleg nampak sama dengan masyarakat.

3. BERILAH **KAMI** DUKUNGAN → **Drs. ABD. KHOBIR ALY**
& PILIHANNYA

Kata ganti *kami* merupakan kata ganti orang pertama jamak yang mengacu pada pembicara atau penulis. Kata ganti *kami* mempunyai implikasi menumbuhkan solidaritas kepada diri sendiri. Tujuannya adalah untuk mendapatkan dukungan dan meminimalisasi oposisi yang ada. Kata *kami* lebih dispesifikasikan kepada caleg dan lembaga yang bersangkutan.

4. DUKUNGAN ANDA → KEMAS ALI CHUZAN
SANGAT BERARTI BAGI SAYA

Kata ganti *anda* mengacupada kata ganti orang kedua jamak. Kata *anda* memposisikan caleg (pihak penerbit) sebagai pihak pertama dalam proses komunikasi tersebut dan kata *anda* menunjuk pada pihak kedua tunggal. Akan tetapi, meskipun pihak kedua merupakan subjek yang tunggal, kata *anda* tidak menunjuk secara spesifik pada subjek tertentu. Kata *anda* menunjuk kepada siapa saja yang membaca slogan tersebut. Dengan kata lain, kata *anda* memiliki makna yang tunggal tetapi ditujukan pada subjek (khalayak) yang luas.

4.3.3 Leksikon

Kajian unsur leksikon dalam slogan caleg bertujuan untuk mengungkap pemilihan kata yang digunakan caleg dalam menerbitkan slogan, yang menjadi elemen kajiannya adalah leksikon. Leksikon berkaitan dengan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia dilakukan oleh caleg. Pemilihan kata yang dipakai dianggap bukan merupakan sebuah kebetulan melainkan menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas. Berikut data dan penjelasannya.

1. PESAN BUNDA → NANIK HIDAYATI
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA

Kata *bunda* dalam slogan di atas memiliki keterkaitan. Kata *bunda* bisa diartikan orang tua perempuan atau ibu. Kata *bunda* memiliki keterkaitan dengan kata yang lain dalam slogan tersebut, yakni *anak bangsa*. Kata *anak bangsa*

memiliki arti anak yang berasal dari bangsa atau negeri. Keterkaitan kedua kata tersebut dapat diartikan bahwa seorang caleg tersebut ingin menyelamatkan bangsa dari kejahatan yang dapat merusak generasi-generasi penerus bangsa.

4.3.4 Retoris

Kajian unsur retorik dalam slogan caleg bertujuan untuk mengungkap bagaimana cara yang digunakan caleg dalam memberikan penekanan makna. Bagian yang menjadi kajiannya antara lain, grafis dan metafora. Berikut penjabaran kajian terhadap bagian-bagian tersebut.

1) Grafis

Grafis berkaitan dengan metode yang digunakan oleh produsen iklan dalam mengemas wacana iklan dengan sedemikian rupa sehingga hal-hal yang menjadi pokok informasi ditampilkan dengan format yang menonjol. Biasanya ditandai dengan penggunaan huruf tebal, pemakaian garis bawah, huruf dengan ukuran yang lebih besar, gambar, grafik, dan lainnya. Berikut data dan penjelasannya.

1. MARI KEMBALI KE RUMAH BESAR ISLAM → AHMAD KHOIRUL, Spd MOHON DO'A RESTU & DUKUNGANNYA

SA'ATNYA YANG MUDA BERKIPRAH !

Slogan caleg di atas ditujukan kepada masyarakat khususnya umat Islam untuk memberikan doa dan dukungannya saat pemilu nanti. Slogan yang dicetak dengan huruf warna kuning, *background* yang berwarna merah, dan hurufnya menggunakan huruf kapital semua yang bertujuan untuk memberikan penekanan atau menonjolkan slogan tersebut. Maksud dari ini adalah supaya pembaca menaruh perhatian yang lebih terhadap pokok slogan ini dibandingkan dengan slogan yang lain.

2. MENUJU INDONESIA BARU 2014 → NANEKRAM HORUMAL

Ojo Lali Dularku Mas Nanek
TRI DORA “ Tiga Do'a Rakyat”

- PERUT KENYANG
- HATI SENANG
- PIKIRAN TENANG

Slogan caleg di atas untuk mempengaruhi pembaca dengan mesejahterakan masyarakat dengan memberikan penekanan perut kenyang, hati senang, dan pikiran tenang. Slogan tersebut dicetak dengan huruf yang tebal berwarna hitam, menggunakan huruf besar semua, dan *background* warna merah yang bertujuan untuk menonjolkan slogan tersebut. Maksud dari menonjolkan slogan tersebut adalah supaya pembaca menaruh perhatian lebih dari slogan tersebut, selain itu pembaca supaya merasa terpengaruhi oleh kata-kata yang ditonjolkan oleh caleg.

3. *Insyallah:* → **Drs. H. SUHERMIN A. MUHAIMIN, M.Pd**

Peduli
Amanah
Santun

Slogan yang diterbitkan caleg di atas berusaha memanipulasi kesadaran pembaca supaya pembaca merasa simpati kepada caleg tersebut. Penekanan slogan caleg tersebut dilakukan dengan mencetak tebal dan menggunakan dua warna. Pada huruf pertama menggunakan huruf kapital warna merah dan warna selanjutnya menggunakan warna biru. Pada slogan tersebut dapat diakronimkan dengan kata **PAS** hanya mengambil huruf depan. Maksud dari penekanan menggunakan akronim pas supaya caleg dapat memanipulasi pembaca dan memilihnya saat pemilu nanti. Selain itu, supaya pembaca dengan mudah mengingat slogan yang diterbitkan caleg.

2) Metafora

Slogan tidak hanya menggunakan teks yang bermakna leksikal saja dalam menyampaikan pesan pokoknya, tetapi juga menggunakan kiasan dan ungkapan. Metafora yang dimaksudkan sebagai sesuatu yang menghidupkan slogan tersebut. Pemakaian metafora selain untuk membuat lebih menarik, juga bisa digunakan sebagai acuan utama untuk mengerti dan menangkap makna atau pesan utama yang ingin disampaikan dalam slogan caleg. Berikut data dan penjelasannya.

1. MARI KEMBALI KE **RUMAH BESAR ISLAM**→ **AHMAD KHOIRUL, Spd**
MOHON DO'A RESTU & DUKUNGANNYA
SA'ATNYA YANG MUDA BERKIPRAH!

Kata yang dicetak tebal dalam slogan caleg di atas merupakan ungkapan yang bermakna kias yang bermakna tempat untuk menyatukan aspirasi umat Islam untuk bernaung dan berlindung dalam berbangsa dan bernegara sehingga aspirasi umat Islam dapat terwujud dalam kehidupan masyarakat. Ungkapan tersebut merupakan ungkapan yang digunakan caleg supaya masyarakat bisa mencerna pesan implisit yang terkandung di dalamnya. Ungkapan tersebut menjadi penekanan terhadap masyarakat khususnya umat Islam.

4.4 Deskripsi Konteks Wacana Slogan Caleg di Kabupaten Lumajang

Konteks wacana merupakan faktor di luar teks yang mempengaruhi atau melatarbelakangi munculnya teks. Pengguna bahasa harus memperhatikan konteks bahasa dan menentukan makna secara tepat. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis konteks wacana di balik slogan caleg yang diterbitkan oleh caleg. Konteks dalam wacana dibentuk dari delapan unsur seperti yang terdapat dalam setiap komunikasi bahasa. Kedelapan unsur tersebut dapat diakronimkan *speaking*. Di mana setiap fonem mewakili faktor penentu yang dimaksudkan. Berikut penjelasannya.

(1) *S* : *setting and scene* (latar dan suasana)

Setting lebih bersifat fisik, yang meliputi foto ketua umum partai dan gambar atau lambang partai tersebut. *Scane* adalah latar psikis yang lebih mengacu pada suasana psikologis yang menyertai *banner* slogan caleg. Berikut data dan penjelasannya.

1. PESAN BUNDA → **NINIK HIDAYATI, S.Pi**
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA
2. COBLOS NO 5 → **Ir. HADI PRAJOKO, SH. MH.**
BERJUANG MEWUJUDKAN
RAKYAT SEJAHTERA
dan BERMARTABAT

3. COBLOS NO 10 → **VENY WIDYAWATI**
TIDAK SIAP BERPERANG
TAPI SIAP BERJUANG
TIDAK UNTUK KEKUATAN
TAPI UNTUK KEBIJAKAN
& KESANTUNAN
4. SAYA SIAP BEKERJA KERAS → **SUDIRMAN HARIJANTO,SE**
DEMI KEPENTINGAN BERSAMA
5. WAKIL RAKYAT PILIHAN KITA → **EKO WAHYUDI, SH**
INSYAALLAH ASPIRATIF & AMANAH
6. SETENGAH GAJI SAYA → **MUHAMMAD RODLI KAELANI**
UNTUK RAKYAT

Data di atas menunjukkan bahwa *banner* slogan caleg tersebut terdapat *setting* yang meliputi foto ketua umum partai dan gambar atau lambang partai tersebut. Faktor utama pemilihan ketua umum partai tersebut disarankan pada kondisi yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk lebih meyakinkan masyarakat bahwa caleg tersebut layak untuk dipilih. Hal tersebut dipertegas dengan pemberian gambar atau lambang partai politik yang dapat menentukan caleg tersebut akan terpilih menjadi anggota legislatif.

Banner bagian nomor (1-6) merupakan *banner* slogan caleg yang terdapat *setting*, meliputi foto ketua umum partai dan gambar atau lambang partai tersebut. Bagian nomor (1), (2), dan (3) dalam *banner* tersebut dipasang foto ketua umum partai PDI Perjuangan yaitu bapak Soekarno, bapak Jakawidodo, dan ibu Megawati. Selain itu, caleg mempertegas *banner* tersebut dengan pemberian gambar atau lambang bendera partai PDI Perjuangan. Bagian nomor (4) dan (5) dalam *banner* tersebut dipasang foto ketua umum partai Gerindra yaitu bapak Prabowo Subianto. Selain itu, caleg mempertegas dengan pemberian gambar atau lambang bendera partai Gerindra. Bagian nomor (6) dalam *banner* dipasang foto ketua umum dari partai PAN yaitu bapak Hatarajasa. Selain itu, caleg mempertegas dengan pemberian gambar atau lambang bendera partai PAN. Dalam *banner* slogan caleg tersebut

caleg lebih menekankan pada pembaca yang dikhususkan kepada masyarakat Lumajang yang mendukung partai PDI Perjuangan, Gerindra, dan PAN.

(2) **P** : *partisipants* (peserta tuturan)

Partisipan merupakan orang-orang yang terlibat dalam percakapan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi yang terjadi adalah komunikasi satu arah antara caleg melalui slogan dengan masyarakat luas. Berikut data dan penjelasannya.

1. MARI KEMBALI KE RUMAH → **AHMAD KHOIRUL, S.Pd**
 BESAR ISLAM
 MOHON DO'A RESTU
 & DUKUNGANNYA
 SA'ATNYA YANG
 MUDA BERKIPRAH!
2. RUMAH BESAR → **Drs. H. SUHERMIN A. MUHAIMIN, M.Pd**
 UMAT ISLAM
 Insyallah:
 PEDULI
 AMANAH
 SANTUN
3. INGAT.. → **PANEL BARUS**
 WAKILNYA PETANI
 DAN ANAK MUDA
4. GAK ONO SING GAK MUNGKIN → **SAMUEL JD WATTIMENA**
5. APA CA'NA NU → **H. THORIQUL HAQ, M. ML**

Komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Dalam konteks ini, yang menjadi komunikator adalah caleg, sedangkan yang menjadi komunikan adalah kelompok peserta tuturan. *Banner* pada slogan caleg nomor (1) dan (2) yang menjadi komunikan ditujukan kepada pihak yang terkait, yaitu umat Islam di Kabupaten Lumajang. Pada data nomor (3) yang menjadi peserta tuturan atau komunikan adalah para petani dan anak muda. Petani dianggap sebagai lumbung masyarakat yang dapat menyejahterakan rakyat. Sedangkan, anak muda merupakan generasi penerus bangsa. Pada bagian nomor (4) dan (5) merupakan peserta tuturan

yang ditujukan kepada masing-masing daerah yang bersangkutan yaitu masyarakat etnik Jawa dan Madura. Selain itu, pada *banner* nomor (5) dipertegas dengan menambahkan keorganisasian yang didirikan yaitu NU.

(3) *E* : *ends* (hasil atau tanggapan)

Ends merupakan hasil yang mengacu pada hasil percakapan atau pembicaraan yang memiliki tujuan percakapan. Dalam konteks slogan tersebut, hasil atau tanggapan dari pembicaraan diharapkan oleh caleg. Tujuan caleg tersebut berkomunikasi dengan menggunakan banner yang berisi slogan. Berikut data dan penjelasannya.

1. PESAN BUNDA → **NINIK HIDAYATI, S.Pi**
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA

2. MEMPERJUANGKAN → **SIDIK SUHADA, S.Sos**
PENYELESAIAN
KONFLIK AGRARIA

3. PROGRAM KERAKYATAN → **ALI MUSLIMIN**
YANG SELALU
DILAKUKAN:
 - OPERASI GRATIS, BIBIR SUMBING,
CACAT TUBUH MENLOKE DAN TUMOR MATA
 - BANTUAN GRATIS PROTHESE (KAKI TANGAN MATA PALSU)
 - BRACE (PENGUAT KAKI)
 - ALAT BANTU DENGAR
 - OPERASI SUBSIDI KATARAK & PTG

4. MEMBANGUN MASA DEPAN → **Ir. AGOES SALIM**
MENJADI LEBIH BAIK

Pada slogan nomor (1-4) merupakan komunikasi satu arah yang terjadi menggunakan media cetak *banner*. Caleg tersebut memiliki hasil percakapan atau pembicaraan yang memiliki tujuan percakapan yang berbeda-beda. Bagian slogan nomor (1) tanggapan tersebut bertujuan ingin menyelamatkan negeri ini bagi

generasi-generasi penerus bangsa supaya menjadi bangsa yang bermartabat dan menjunjung masa depan bangsa. Bagian slogan nomor (2) hasil percakapan komunikasi tersebut ingin membantu rakyat yang mengalami permasalahan dalam bidang tanah. Bagian slogan nomor (3) hasil komunikasi tersebut caleg ingin melakukan program kesehatan gratis. Masyarakat tentu memimpikan tingkat kesejahteraan yang lebih, misalnya layanan kesehatan yang murah bahkan gratis. Penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan gratis merupakan kebutuhan bagi masyarakat yang membutuhkan. Bagian slogan nomor (4) hasil komunikasi satu arah tersebut caleg menginginkan adanya perubahan menjadi lebih baik dari yang sebelumnya. Ketegasan atas sikap yang dimiliki merupakan suatu kepastian yang ingin ditunjukkan melalui slogan yang diterbitkan oleh caleg. Caleg yang bersangkutan memiliki kompetensi yang memadai dan kelak jika terpilih mampu menjalankan tanggung jawabnya untuk menjadi lebih baik.

(4) *A* : *act sequence* (pesan atau amanat)

Act sequence merupakan bentuk pesan dan isi pesan. Pesan hendak disampaikan secara tepat, karena bentuk pesan bersifat fundamental dan penting. Isi dan bentuk pesan harus sesuai karena apabila keduanya tidak sesuai maka pesan atau informasi yang disampaikan akan susah dipahami pendengar. Pada dasarnya isi pesan slogan caleg tersebut adalah informasi yang berkaitan dengan pemilu. Berikut data dan penjelasannya.

1. PESAN BUNDA → **NINIK HIDAYATI, S.Pi**
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA
2. KITA WUJUDKAN BERSAMA → **ABDUL GHOFUR**
KITA RAIH BERSAMA
MAJU MEMBELA
KEPENTINGAN RAKYAT
3. MARI TINGKATKAN EKONOMI → **Ir. H. ARTONO**
RAKYAT 1 DESA 1 USAHA

4. MARI KEMBALI KE RUMAH → AHMAD KHOIRUL, S.Pd
BESAR ISLAM
MOHON DO'A RESTU
& DUKUNGANNYA
SA'ATNYA YANG
MUDA BERKIPRAH!

Bagian slogan nomor (1) merupakan wacana slogan caleg yang berisi pesan caleg kepada masyarakat. Pesan tersebut berisi tentang meminta kepada masyarakat untuk menyelamatkan negeri ini bagi generasi-generasi penerus bangsa supaya menjadi bangsa yang bermartabat dan menjunjung masa depan bangsa. Bagian slogan nomor (2) merupakan slogan caleg berisi pesan yaitu berpesan untuk mewujudkan kepentingan rakyat dengan cara mendukung program caleg yaitu membela dan maju dalam meraih kepentingan bersama.

Bagian slogan nomor (3) merupakan slogan caleg yang berisi pesan bahwa caleg yang bersangkutan mengajak kepada masyarakat untuk meningkatkan perekonomian rakyat. Menurut caleg tersebut perekonomian rakyat harus ditingkatkan karena perekonomian rakyat merupakan sesuatu hal yang sangat penting bagi masyarakat. Tujuannya untuk menyejahterakan perekonomian masyarakat desa dengan cara menciptakan lapangan pekerjaan di desa tersebut. Bagian slogan nomor (4) merupakan slogan caleg yang berisi pesan bahwa caleg tersebut mengajak umat Islam supaya menjadi umat yang lebih baik, khususnya pada kaum muda dalam melakukan tindakan harus memiliki semangat yang tinggi untuk memimpin suatu daerah. Melalui pesan-pesan yang disampaikan caleg tersebut masyarakat dengan mudah memahami pesan dan amanat caleg sehingga apa yang diinginkan caleg dapat tercapai dengan dukungan rakyat.

(5) **K** : *key* (kunci)

Key merupakan cara, nada, sikap, atau semangat dalam melakukan percakapan, diantaranya serius, santai, akrab. *Key* di implementasikan dalam slogan caleg berbeda-beda sesuai dengan muatan atau isi pesan yang termasuk dalam slogan caleg. Berikut data dan penjelasannya.

1. SIAP MENGEMBAN AMANAT
2. SAYA SIAP BEKERJA KERAS
DEMI KEPENTINGAN BERSAMA
3. BEKERJA DAN BERKARYA
UNTUK RAKYAT!
4. GAK ONO SING GAK MUNGKIN
5. APA CA'NA NU
6. KITA WUJUDKAN BERSAMA
KITA RAIH BERSAMA
7. DUKUNGAN ANDA
SANGAT BERARTI BAGI SAYA

Semangat dalam menyampaikan informasi yang digunakan dalam data slogan caleg di atas berbeda-beda. Perbedaan tersebut didasarkan pada isi slogan caleg yang mempengaruhi semangat pembaca. Slogan caleg nomor 1-3 disampaikan dengan serius dengan sikap yang tegas dan nada yang untuk memberikan semangat kepada pembaca, guna pembaca tidak ragu dengan caleg tersebut. Slogan caleg nomor 4 dan 5 disampaikan dengan akrab menggunakan bahasa daerah yaitu Bahasa Jawa dan Bahasa Madura. Penggunaan bahasa tersebut dianggap caleg sudah akrab dengan masyarakat Jawa yang menggunakan Bahasa Jawa dan masyarakat Madura yang menggunakan Bahasa Madura. Slogan tersebut menggunakan nada santai, sikap santai untuk menyampaikan isi kepada pembaca supaya pembaca merasa akrab dengan slogan tersebut. Slogan caleg nomor 6 dan 7 disampaikan dengan akrab, dengan nada yang santai dan sikap yang tegas menunjukkan kebersamaan antara caleg dan masyarakat pembaca.

7. *I : instrumentaties* (sarana)

Instrumentaties merupakan sarana percakapan, maksudnya dengan media apa percakapan tersebut disampaikan. Media yang digunakan untuk mengemas pesan slogan caleg dalam penelitian ini adalah media tulis yang dikemas dalam bentuk *banner*. Dalam *banner* tersebut terdapat gambar atau foto caleg dan tulisan slogan-

slogan yang inspiratif yang dapat mempengaruhi daya tarik pembaca untuk memilih caleg tersebut.

8. *N* : *norms* (norma)

Norms merujuk pada norma atau aturan yang membatasi percakapan yang boleh dibicarakan dan tidak, yaitu halus, sopan, baik, terbuka, dan sebagainya. Topik pembicaraan dalam slogan caleg adalah hal-hal yang baik dan menggunakan kata-kata yang sopan. Penggunaan kalimat tidak terlalu memperhatikan aturan penulisan kalimat yang baku. Penggunaan kalimat lebih ditekankan pada aspek muatan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Berikut data dan penjelasannya.

1. LEBIH BERMANFAAT, LEBIH BAIK
2. SIAP MENGEMBAN AMANAT
3. SETENGAH GAJI SAYA UNTUK RAKYAT
4. SIAP BEKERJA, BERJUANG UNTUK
KEPENTINGAN RAKYAT

Pada slogan caleg di atas menggunakan percakapan yang baik dan sopan. Topik pembicaraan menarik dan mudah dipahami serta dapat mempengaruhi pembaca dalam memilih calon yang akan dipilih.

9. *G* : *genre* (jenis)

Genre merupakan jenis atau bentuk wacana. Hal ini langsung merujuk pada jenis wacana yang disampaikan. Dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang, wacana yang terdapat di dalamnya adalah wacana yang berjenis wacana politik. Wacana politik pada dasarnya mengandung unsur persuasif, karena tujuan utama adalah untuk membujuk, menghimbau, atau memanipulasi kesadaran pembaca untuk melakukan suatu tindakan yang dikehendaki dalam wacana politik tersebut. Berikut data dan analisis.

1. BERJUANG, BEKERJA
DAN MENGABDI
UNTUK RAKYAT → **H. FATIHUL UMAM S.Ag**
2. BERJUANG UNTUK
KESEJAHTERAAN RAKYAT → **UMAR BASOR, SE**

3. COBLOS NO 5 → **Ir. HADI PRAJOKO, SH. MH.**
BERJUANG MEWUJUDKAN
RAKYAT SEJAHTERA
dan BERMARTABAT
4. INGAT 9 APRIL 2014 → **AMINAH. HS**
COBLOS CALEG DPRD LUMAJANG
JUJUR & AMANAH MENUJU
MASYARAKAT YANG CERDAS
dan BERMARTABAT

Data nomor (1-5) merupakan jenis wacana politik, wacana politik pada dasarnya mengandung unsur persuasif karena tujuan utama adalah untuk membujuk atau memanipulasi kesadaran pembaca untuk melakukan suatu tindakan yang dikehendaki dalam wacana politik tersebut. Pada slogan nomor (1) dan (2) Slogan tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu ingin memperjuangkan kepentingan rakyat supaya menjadi masyarakat yang sejahtera. Caleg berupaya mempengaruhi masyarakat dengan menanamkan kepercayaan dan menunjukkan kepantasan melalui pencitraan yang dikemas dengan bahasa iklan. Pencitraan dalam slogan caleg dengan sengaja diciptakan bernilai positif dan menarik perhatian calon pemilih dengan menunjukkan kompetensi yang baik sehingga layak untuk dipilih. Pada slogan nomor (3) caleg tersebut memuat perintah yang ditujukan kepada masyarakat untuk mencoblos nomor urut caleg yang sudah tertera pada slogan dalam pemilu. Tujuan caleg tersebut ingin memperjuangkan dan mewujudkan rakyat yang sejahtera serta bermartabat dalam memimpin rakyat. Pada slogan nomor (4) bagian ini dijelaskan slogan tersebut memuat informasi dan sekaligus mengingatkan kepada masyarakat bahwa tanggal 9 April 2014 harus melaksanakan pemilu dan masyarakat berhak memilih caleg yang diinginkan menjadi wakil rakyat. Kata-kata inspiratif caleg mempengaruhi masyarakat dengan cara memanipulasi kesadaran daya tarik pembaca supaya tergerak untuk memilih caleg tersebut saat pemilu nanti dengan diterbitkannya slogan caleg tersebut.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian slogan caleg di Kabupaten Lumajang dapat disimpulkan bahwa analisis wacana kritis adalah sebuah upaya atau proses (penguraian) untuk memberi penjelasan dari sebuah teks (realitas sosial) yang ingin dikaji oleh seseorang atau kelompok dominan yang kecenderungannya mempunyai tujuan tertentu untuk memperoleh apa yang diinginkan. Dalam kajiannya tidak bersifat tekstual saja melainkan juga bersifat kontekstual. Kajian tekstual didasarkan pada kajian struktur teks sedangkan kajian kontekstual didasarkan pada kajian konteks slogan caleg tersebut diterbitkan. Struktur teks dibedakan menjadi tiga, yakni struktur makro yang merupakan makna global atau tema slogan caleg, superstruktur merupakan skema yang digunakan dalam penyampaian slogan caleg, dan struktur mikro merupakan makna lokal slogan caleg yang bisa diamati bagian-bagian kecil wacana slogan caleg. Konteks wacana adalah teks yang menyertai teks lain, maksudnya hal yang menyertai teks itu meliputi tidak hanya yang dilisankan dan dituliskan, tetapi termasuk pula kejadian yang nonverbal lainnya keseluruhan lingkungan teks itu.

Struktur makro slogan caleg di Kabupaten Lumajang, terdiri atas himbauan, informatif, dan persuasif. Slogan caleg himbauan merupakan slogan caleg yang berisikan tentang panggilan, permintaan (seruan), atau ajakan yang ditujukan kepada masyarakat. Himbauan merupakan tindakan untuk melakukan sesuatu yang tidak memiliki konsekuensi yang tegas apabila tindakan tersebut tidak dilakukan. Dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang himbuan terdiri atas himbauan permintaan, ajakan, dan perintah.

Superstruktur dalam wacana slogan caleg adalah teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Pada dasarnya, skema slogan caleg terdiri atas struktur yang umum, di antaranya butir utama (*headline*),

badan (*body*), dan penutup (*close*). *Headline* merupakan bagian slogan caleg yang memuat hal-hal yang menarik dan penting. *Body* merupakan bagian slogan caleg yang bertujuan untuk menarik minat dan kesadaran pembaca untuk lebih berfikir dan mempertimbangkan isi slogan caleg. *Close* merupakan bagian slogan yang memuat informasi-informasi lain yang berhubungan dengan topik yang diiklankan. Skema slogan caleg di Kabupaten Lumajang meliputi unsur lengkap dan tidak lengkap. Unsur lengkap terdiri atas *headline*, *body*, dan *close*. Unsur yang tidak lengkap terdiri atas *headline* dan *body*, *headline* dan *close*.

Struktur mikro merupakan tekstual wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang. Pemahaman makna secara detil akan didapatkan dengan kajian unsur-unsur linguistik yang ada dalam wacana tersebut. Unsur-unsur linguistik tersebut adalah unsur semantik, sintaksis, leksikon, dan retorik. Kajian unsur semantik dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang, terdiri atas latar, detail, maksud, dan praanggapan. Kajian unsur sintaksis dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang di antaranya bantu kalimat, koherensi, dan kata ganti. Kajian unsur leksikon dalam slogan caleg bertujuan untuk mengungkap pemilihan kata yang digunakan caleg dalam menerbitkan slogan. Pemilihan kata yang dipakai dianggap bukan merupakan sebuah kebetulan melainkan menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta atau realitas. Kajian unsur retorik dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang, terdiri atas grafis dan metafora.

Konteks wacana merupakan faktor di luar teks yang mempengaruhi atau melatarbelakangi munculnya teks. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis konteks wacana di balik slogan caleg yang diterbitkan oleh caleg. Konteks dalam wacana dibentuk dari delapan unsur meliputi, latar, partisipan, hasil atau tanggapan, pesan atau amanat, kunci, sarana, norma, dan jenis.

Setting yang meliputi foto ketua umum partai dan gambar atau lambang partai. *Partisipants* merupakan orang-orang yang terlibat dalam percakapan, pihak yang terkait, yaitu umat Islam di Kabupaten Lumajang, para petani dan anak muda, masyarakat etnik Jawa dan Madura serta keorganisasian yang didirikan yaitu NU.

Ends merupakan hasil yang mengacu pada hasil percakapan yang memiliki tujuan yaitu ingin menyejahterakan rakyat dan menyelamatkan negeri bagi generasi penerus bangsa. *Act sequence* merupakan bentuk pesan dan isi pesan yakni persuasif.

Key merupakan cara, nada, sikap, atau semangat dalam melakukan percakapan, yaitu sikap tegas dan memberikan semangat kepada pembaca. *Instrumentaties* merupakan sarana percakapan yaitu dalam bentuk *banner* yang terdapat foto caleg dan tulisan slogan-slogan yang inspiratif serta gambar atau bendera partai tersebut. *Norms* merujuk pada norma atau aturan yang membatasi percakapan, yaitu baik dan sopan. *Genre* wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang merupakan wacana politik, yaitu rangkaian tuturan yang isinya bersifat ajakan untuk mempengaruhi pendengar atau pembaca supaya tertarik terhadap pendapat yang dikemukakan. Tujuannya adalah sebagai pertimbangan yang dapat menjamin kepentingan kelompok atau individu untuk mewujudkan keinginan atau cita-cita yang dikehendaki oleh caleg tersebut.

Slogan caleg di Kabupaten lumajang dikaitkan dengan ideologi politik yaitu sebagai interaksi atau hubungan timbal balik antara caleg dengan masyarakat dalam menjalankan aktivitas politik. Faktor kebahasaan memegang peranan penting dalam ideologi politik. Bahasa politik adalah bahasa yang digunakan sebagai alat politik oleh caleg dalam berkampanye. Bahasa yang digunakan caleg tersebut mengandung maksud untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu untuk menggerakkan masyarakat banyak supaya mempunyai ideologi tertentu.

5.2 Saran

Saran yang disampaikan penulis kepada caleg supaya lebih memperhatikan dalam membuat dan menerbitkan slogan. Pembuatan slogan yang berlebihan dibuat bukan hanya untuk mempengaruhi kesadaran khalayak pembaca melainkan menjalankan program yang sudah dijanjikan dalam slogan tersebut. Hal ini bertujuan supaya pembaca merasa tidak dibohongi dengan slogan yang sudah diterbitkan caleg.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Khaidir. 1990. *Fungsi dan Peranan Bahasa (Sebuah Pengantar)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Arifin, Bustanul dan Rani, Abdul. 2000. *Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brown, G. dan Yule, G. 1996. *Analisis Wacana ; Alih Bahasa Sutikno*. Jakarta: Gramedia.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chaer, Abdul. 2008. *Morfologi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darma, Aliah Yoce. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Yrama Widya
- Djajasudarma, T. Fatimah. 2010. *Metode Linguistik (Ancangan Metode Penelitian dan Kajian)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana (Pengantar Analisis Teks Media)*. Yogyakarta: LKiS.
- Herawati. 1996. *Bahasa Slogan Sebagai Etos Kerja*. Bandung: HPBI dan Yayasan Pustaka Wina.
- Lexy, J, Moleong. 1994. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Lubis. A. Hamis Hasan. 2010. *Analisis Wacana Pragmatik*. Bandung: ANGKASA anggota IKAPI.
- Moeliono, M. Anton. 1988. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai pustaka
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana (Teori, Metode dan Aplikasi Prinsip Analisis Wacana)*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sobur, Alex. 2004. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sudaryanto. 1992. *Metode Linguistik ke Arah Memahami Metode Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: DWUP.

Skripsi

Dhofir, Rizal. 2013. "Analisis Wacana Iklan Layanan Masyarakat Instansi Kepolisian". Tidak Diterbitkan. Skripsi. Jember: Fakultas Sastra Jurusan Sastra Indonesia Universitas Jember.

Wutun, Monika. 2013. "Analisis Berita Politik Tentang Gubernur Nusa Tenggara Timur Di Media Massa Cetak". Artikel Ilmiah. Bandung: Universitas Padjajaran.

Internet

http://books.google.co.id/books?id=cpDAPMAmimcC&pg=PA8&lpg=PA8&dq=analisi+wacana+kritis+oleh+Van+Dijk&source=bl&ots=CcptrE6lZj&sig=-JxuZYsBHu3jT-wapEzd7IOY_wE&hl=id&sa=X&ei=vXm3U47KPM-fugTWoIDoAw&ved=0CB0Q6AEwAg#v=onepage&q=analisi%20wacana%20kritis%20oleh%20Van%20Dijk&f=false [Rabu, 30/4/2014]

https://www.google.co.id/search?q=ANALISIS+BERITA+POLITIK+TENTANG+GUBERNUR+NUSA+TENGGARA+TIMUR+DI+MEDIA+MASSA+CETAK&oq=ANALISIS+BERITA+POLITIK+TENTANG+GUBERNUR+NUSA+TENGGARA+TIMUR+DI+MEDIA+MASSA+CETAK&aqs=chrome..69i57j69i59.5331j0j1&sourceid=chrome&es_sm=122&ie=UTF-8 [Rabu, 30/4/2014]

http://www.kpu.go.id/dmdocuments/UU%20No%208%20thn%202012%20Pemilu%20Leg_oke.pdf [Rabu, 30/4/2014]

LAMPIRAN



PESAN BUNDA
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA



MOHON DO'A RESTU &
PILIHANNYA
PILIH CALEG YANG
AMANAH
MAU BERJUANG
Dan BAIK UNTUK
MASYARAKAT



Mari Tingkatkan Ekonomi
Rakyat dengan PROGRAM 1
Desa-1 usaha



Mari Kembali...
Ke Rumah Besar Islam
Mohon Do'a Restu &
Dukungannya
SA'ATNYA YANG MUDA
BERKIPRAH!



KITA WUJUDKAN BERSAMA
KITA RAIH BERSAMA
MAJU, MEMBELA
KEPENTINGAN RAKYAT



Dukungannya Anda Sangat Berarti
Bagi Saya



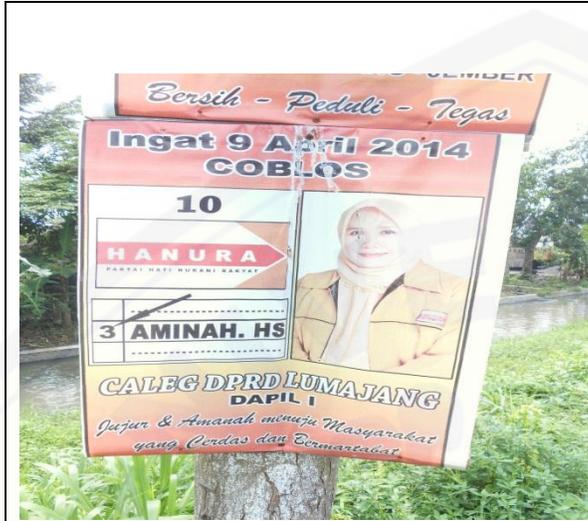
COBLOS NO 5
Berjuang Mewujudkan Rakyat
Sejahtera dan Bermartabat



COBLOS NO 10
Tidak Siap Berperang Tapi Siap
Berjuang
Tidak Unjuk KEKUATAN



INGAT PEMILU 9 APRIL 2014
PILIH!!
CALON DPD- RI
JAWA TIMUR
NO URUT 24
Pengambung Aspirasi
Masyarakat Jawa Timur Untuk
Kepentingan Nasional



INGAT 9 APRIL 2014
COBLOS
CALEG DPRD LUMAJANG
DAPIL 1
Jujur & Amanah menuju
Masyarakat yang Cerdas dan
Bermartabat



INGAT...
Wakilnya Petani dan Anak Muda



SA'ATNYA YANG MUDA
MEMIMPIN
SIAP MEMPERJUANGKAN
ASPIRASI MASYARAKAT



MEMPERJUANGKAN
Penyelesaian
Konflik Agraria



Berjuang, Bekerja, & Mengabdikan
untuk Rakyat



BERJUANG UNTUK
KESEJAHTERAAN RAKYAT

	<p>Tak kan khianat, hidup mati bersama rakyat</p>
	<p>PROGRAM KERAKYATAN YANG SELALU DILAKUKAN:</p> <ul style="list-style-type: none">• OPERASI GRATIS, BIBIR SUMBING, CACAT TUBUH MENKLOKE DAN TUMOR MATA• BANTUAN GRATIS PROTHESE (KAKI TANGAN MATA PALS)• BRACE (PENGUAT KAKI) & ALAT BANTU DENGAR <p>OPERASI SUBSIDI KATARAK & PTG</p>
	<p>MEMBAWA ASPIRASI MASYARAKAT DESA</p>



RUMAH BESAR
UMAT ISLAM
InsyaAllah:
PEDULI
AMANAH
SANTUN



MEMBANGUN
MASA DEPAN
MENJADI LEBIH
BAIK



LEBIH
BERMANFAAT,
LEBIH BAIK



GAK ONO SING
GAK MUNGKIN



APA CA'NA NU



SAYA SIAP
BEKERJA KERAS
DEMI
KEPENTINGAN
BERSAMA
CALEG DPRD
KAB. LUMAJANG
DAPIL 1 NO URUT
9



BERBENAH MAJU
TINGKATKAN
KESEJAHTERAAN
RAKYAT



WAKIL RAKYAT
PILIHAN KITA
INSYA ALLAH
ASPIRATIF &
AMANAH



SUDAH TERBUKTI
DAN TERUJI
PROGRAM YANG
PRO RAKYAT
BERBUAT
MEMBERI
MANFAAT



SIAP MENGAWAL
PROGRAM-
PROGRAM BUPATI
SJAHRASAD DI
DPRD KAB.
LUMAJANG



SETENGAH GAJI
SAYA UNTUK
RAKYAT



GAJI POKOK UNTUK
RAKYAT



MENUJU INDONESIA BARU
2014
OJO LALI DULURKU MAS
NANEK
TRI DORA
- PERUT KENYANG
- HATI SENANG
- PIKIRAN TENANG



Siap Mengemban Amanat



BANGKIT
BERKARYA
SATU HATI



INGAT!!!
PEMILU 9 APRIL 2014
COBLOS CALEG
NO. 8



BERILAH KAMI
DUKUNGAN &
PILIHANNYA