

**STANDAR TEKSTUALITAS DALAM WACANA KAMPANYE PEMILU LEGISLATIF 2014
(STUDI KASUS DI BONDOWOSO)**

***THE TEXTUALITY STANDARD OF DISCOURSE IN LEGISLATIVE ELECTIONS CAMPAIGN
2014 (CASE STUDY IN BONDOWOSO)***

Arfandi, Bambang Wibisino, Kusnadi.

Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Jember,
Jalan Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto, Jember 68121, Telepon/Faks 0331-330224,
e-mail: arfandi.0909@yahoo.co.id

Abstrak

Iklan kampanye calon legislatif merupakan upaya untuk memperoleh dukungan sebanyak mungkin. Dengan menggunakan iklan kampanye para calon legislatif memberikan penjelasan mengenai visi dan misi mereka. Iklan kampanye hanya ada pada saat akan dilaksanakan pemilihan umum. Penelitian ini mengkaji standar tekstualitas wacana kampanye calon legislatif tersebut secara kualitatif. Tujuannya untuk mengetahui tingkat standar tekstualitas dalam wacana kampanye tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar iklan kampanye calon legislatif tidak memenuhi standar tekstualitas.

Kata Kunci: Iklan Kampanye, standar tekstualitas.

Abstract

Advertising campaigns of candidates is an attempt to gain as much support as possible. By using the advertising campaign of the candidates give an explanation of their vision and mission. Advertising campaign only when the elections will be held. This study examines the standards of textuality discourse candidates campaign is qualitatively. The goal is to determine the level of textuality standards in the campaign discourse. The results showed that most of the advertising campaigns of candidates do not meet the standards of textuality.

Key Words: Advertising Campaign, textuality standards.

1. Pendahuluan

Bahasa merupakan unsur yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam proses berbicara maupun dalam proses belajar-mengajar. Manusia senantiasa menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi sehari-hari dengan

sesamanya terlepas dari kepentingan pribadi. Selain itu, bahasa merupakan kebutuhan manusia yang bersifat absolut, karena bahasa merupakan wahana komunikasi antarmanusia.

Linguistik adalah ilmu bahasa, atau telaah ilmiah mengenai bahasa manusia. Ilmu linguistik sering juga disebut linguistik umum (general

linguistik). Artinya, ilmu linguistik itu tidak hanya mengkaji sebuah bahasa saja, seperti bahasa Jawa atau bahasa Arab, melainkan mengkaji seluk beluk bahasa pada umumnya, bahasa yang menjadi alat interaksi sosial milik manusia, yang dalam peristilahan Perancis disebut *langage* (Chaer, 2007:3). Linguistik umum adalah linguistik yang mempelajari : kaidah-kaidah bahasa secara umum, bukan bahasa tertentu. Kaidah-kaidah khusus atau spesifik mempelajari bahasa Arab atau bahasa Sunda.

Berkomunikasi dan berinteraksi sosial melalui bahasa dalam wujud kongkret berupa wacana (lisan atau tulis). Menurut Harimurti (dalam Sumarlan dkk, 2003:5) wacana adalah satuan bahasa yang terlengkap; dalam hierarki gramatikal merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Hal yang dipentingkan di dalam wacana menurut Harimurti adalah keutuhan atau kelengkapan maknanya. Adapun bentuk kongkretnya dapat berupa apa saja (kata, kalimat, paragraf, atau sebuah karangka yang utuh) yang penting makna, isi, dan amanatnya lengkap. Wacana lisan atau komunikasi secara langsung bisa terjadi jika tidak tercipta jarak yang memisahkan antara komunikator dengan mitra tutur. Wacana tulis atau komunikasi tak langsung bisa terjadi dengan bentuk alat-alat teknologi atau pesan-pesan yang coba diabadikan dalam sebuah tulisan atau gambar, baik yang bersifat umum (iklan berupa: banner, baliho, poster, sepanduk, dan lain-lain) atau yang bersifat pribadi (surat).

Iklan kampanye merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mengajak, meminta dukungan, upaya memperkenalkan diri kepada masyarakat luas dan supaya memilih calon legislatif. Menurut Nimmo (2006:195) kampanye adalah upaya untuk mempropagandakan pemberi suara yang potensial. Sedangkan Rogers dan Storey (dalam Venus, 2004:7) mengatakan bahwa kampanye yaitu: serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye politik di Indonesia telah lama ada. Seiring dengan perkembangan zaman kampanye politik yang dilakukan oleh para calon DPR RI maupun DPRD dan calon presiden dan wakil presiden berfareatif. Media iklan yang digunakan

pada saat ini antara lain televisi, radio, media cetak dan lain-lain. Kusus di Kabupaten Bondowoso media iklan yang digunakan para calon legislatif yaitu berupa media cetak dan radio. Iklan yang digunakan para calon legislatif yang sangat menarik dan diperlukan pemahaman lebih lanjut adalah media cetak. Media cetak yang digunakan berupa baliho, poster, stiker, dan lain-lain. Bukan hanya memuat foto dan nomor urut saja akan tetapi menggunakan kata-kata dalam bentuk wacana yang sangat berfareatif. Bahkan hampir semua calon yang ada di Bondowoso menggunakan kata-kata yang menarik agar masyarakat memilihnya.

Kegiatan kampanye yang melalui media iklan berupa: banner, baliho, poster, sepanduk, dan lain-lain, yang memuat tentang ajakan dan meyakinkan masyarakat untuk mendukung seseorang menjadi anggota DPR RI dan DPRD. Iklan ini hanya ada ketika ada pemilihan umum dan sebelum pemilihan umum berlangsung saja. Semua calon legislatif menggunakan media teknologi berupa iklan untuk mencari dukungan.

Bahkan jauh sebelum pemilihan umum berlangsung beberapa calon legislatif sudah melakukan kampanye. Poster dan baleho yang memuat calon legislatif sudah terpampang disepanjang jalan khususnya didaerah Bondowoso meskipun masa kampanye belum dimulai. Berkampanye dengan menggunakan media iklan dianggap sangat efektif bagi calon legislatif yang bertujuan untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat luas.

Iklan kampanye calon legislatif merupakan salah satu komonikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi dimana seseorang atau suatu benda menyampaikan pesan, pikiran, gagasan, atau keinginan kepada umum, khalayak banyak menggunakan media massa (Mustafa, 1989:32). Kampanye yang digunakan calon legislatif merupakan upaya untuk menyampaikan gagasan mereka demi memperoleh suara atau dukungan sebanyak-banyaknya. Iklan kampanye yang digunakan calon legislatif pada umumnya bertujuan untuk mencari dukungan dari masyarakat. Akan tetapi, masyarakat tidak memahami isi dari iklan kampanye itu, mereka hanya memahami bahwa seseorang itu mencalonkan diri untuk menjadi anggota DPR RI dan DPRD saja. Kenyataan yang ada di

masyarakat itu membuat peneliti sangat prihatin mengingat pemilu yang dilaksanakan lima tahun sekali ini menjadi penentu masadepan bangsa, yang tergantung pada masyarakat pemilih. Pemilih atau masyarakat belum memahami isi wacana dalam kampanye.

Dengan permasalahan itu, peneliti berusaha memahami isi wacana kampanye tersebut. Dengan melakukan penelitian ini, peneliti berharap agar masyarakat memahami maksud serta tujuan dari iklan kampanye yang dilakukan calon legislatif itu sendiri. Selain itu, penelitian ini akan lebih tepat guna bagi masyarakat pada umumnya. Masyarakat pada umumnya tidak memahami makna dari iklan kampanye calon legislatif, khususnya di Kabupaten Bondowoso. Dengan kenyataan yang ada di masyarakat itu, peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian tentang iklan kampanye calon legislatif yang ada di Bondowoso melalui pendekatan semantik. Agar masyarakat Bondowoso memilih calon legislatif yang berkualitas dan bisa memperjuangkan aspirasi rakyat Bondowoso.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini, menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif. Hal ini karena sifat masalah dalam penelitian ini mengarah pada fenomena sosial yang bersifat deskriptif. Di samping itu juga disebabkan penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mengenai wacana kampanye calon legislatif. Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu: (1) pengumpulan data dan (2) analisis data. Pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan tiga teknik, yaitu: (1) observasi lapangan; (2) wawancara mendalam; (3) penelusuran dokumen. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teori analisis wacana, tujuh standar tekstualitas.

Beaugrande & Dressler (dalam Santoso, 2008: 113) membagi tujuh standar tekstualitas yaitu: kohesi, koherensi, intensionalitas, keberterimaan, informativitas, situasionalitas, intertektualitas. Jika ketujuh standar tidak dipenuhi, sebuah teks tidak akan menjadi komunikatif. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori makna teks dalam analisis wacana. Teks merupakan proses dalam arti

merupakan proses pemilihan makna yang terus menerus, dengan setiap perangkat pilihan yang membentuk suatu lingkungan bagi perangkat yang lebih lanjut (Halliday, 1985 : 14).

3. Hasil dan Pembahasan

Wacana iklan kampanye calon legislatif jika dianalisis berdasarkan kohesinya, ada yang kohesif, ada yang tidak kohesif. Jika dikaji berdasarkan koherensi dapat dikatakan ada yang koherensif, ada yang tidak koherensif. Jika dikaji berdasarkan intensionalitas wacana iklan kampanye ada yang memberikan informasi ada yang ajakan. Wacana iklan kampanye dikaji berdasarkan keberterimaan dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima oleh penikmat teks, meskipun ada beberapa yang tidak dapat diterima. Jika dikaji berdasarkan informativitas wacana kampanye calon legislatif dapat dikatakan informatif karena wacana yang digunakan mudah dikenal dan diingat, meskipun ada beberapa yang tidak informatif. Jika dikaji berdasarkan situasionalitas dapat dikatakan wacana iklan kampanye dapat dikatakan relevan dengan situasi pada saat ini, meskipun ada yang tidak relevan situasi kejadian. Jika dikaji berdasarkan intertektualitas wacana iklan kampanye hanya beberapa wacana saja yang dapat dikatakan intertektualitas, sebagian besar wacana iklan kampanye tidak intertektualitas karena menggunakan kata-kata yang baru, tidak pernah digunakan sebelumnya.

Iklan kampanye calon legislatif tidak memperhatikan standar tekstualitas, kebanyakan menggunakan kata-kata yang menarik dan meyakinkan pemilih agar memilihnya.

A. Teks dalam Wacana Kampanye di Bondowoso

Teks adalah produk, dalam arti bahwa teks itu merupakan keluaran, sesuatu yang direkam dan dihasilkan, karena mempunyai susunan tertentu. Teks juga merupakan proses, dalam arti merupakan proses pemilihan makna yang terus-menerus, maksudnya ketika kita menerima atau memberi informasi dalam bentuk teks (lisan atau tulis), di dalam otak kita terjadi proses pemahaman (pemilihan makna) terhadap informasi tersebut, agar tidak terjadi kesalahpahaman. Berikut dideskripsikan beberapa

contoh teks wacana kampanye yang didapatkan pada pemilihan umum yang lalu (2014) di Kabupaten Bondowoso.

1. Teks : Meneruskan perjuangan untuk kemaslahatan umat.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI Drs. Zaini Rahman, M.H. dari PPP yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Pekalangan Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso.)
2. Teks : Utamakan kepentingan rakyat. Putra daerah asli.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI Drs.H. Adil Achmadiyahono, M.Hum dari partai Demokrat yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Kajar Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso.)
3. Teks : Partai NasDem gerakan perubahan. Sekarang..... saatnya perubahan.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPRD Provinsi Jawa Timur Dra. Wiwit Rahmawati dari partai NasDem yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Tamanan Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso).
4. Teks : Bersih. Peduli. Tegas. Dukung & pilih ananda yusub.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPRD Provinsi Jawa Timur Yusub, S.Ip dari partai Hanura yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Kelurahan Badian Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso).
5. Teks : Mohon doa restu dan dukungannya. Menuju perdamaian dan kesejahteraan ummat. Inshaallah sae.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPRD Bondowoso Abdul Haq. As, S.Pd.I dari PPP yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Pengarang Kecamatan Jambesari Darus Sholah Kabupaten Bondowoso).

Data (1) jika dikaji dari segi makna wacana tersebut memiliki makna meneruskan perjuangan untuk kepentingan rakyat. Menurut Misbeh sebagai tim suksesnya, pada dasarnya seorang DPR sebagai wakil rakyat sudah

sepetutnya bekerja untuk kesejahteraan rakyat, bukan mementingkan kepentingannya sendiri dan mengabaikan kepentingannya rakyat. Pada data (2) tersebut memiliki makna kepentingan rakyat diatas segala-galanya. Kerna asli putra daerah Bondowoso. Menurut Pak Holip sebagai tim suksesnya, jika Drs.H. Adil Achmadiyahono mendapat kepercayaan rakyat untuk mewakilinya, akan membela rakyat dan memperjuangkan hak rakyat serta bekerja untuk kepentingan rakyat karena Drs.H. Adil Achmadiyahono merupakan purta daerah Bondowoso sudah sepatutnya berjuang dan bekerja untuk mensejahterakan rakyat Bondowoso. Data (3) tersebut memiliki makna partai NasDem merupakan partai yang mengnginkan adanya perubahan. Sekarang sudah waktunya melakukan perubahan. Menurut Hadi sebagai tim suksesnya, Partai NasDem merupakan gerakan perubahan, sekarang adalah mumentum yang paling tepat untuk melakukan perubahan dengan pemilihan yang baru dan pemimpin yang baru. Sudah saatnya Indonesia berbenah diri dengan pemimpin yang baru. Data (4) jika dikaji dari segi makna wacana tersebut memiliki makna bersih dari korupsi. Peduli kepada kaum yang lemah. Memiliki sikap yang tegas dalam setiap hal. dengan mendukung dan memilih Yusub. Menurut Basuki sebagai tim suksesnya, Yusub menjamin bahwa dirinya tidak akan korupsi jika dipercaya oleh rakyat untuk menjadi DPRD Jawa Timur. Dia juga akan membela dan peduli kepada rakyat kecil, selain itu dia juga memiliki sifat yang tegas dan berani untuk membela hak-haknya rakyat. Yusub berharap masyarakat Jawa Timur Kususnya Kabupaten Bondowoso mendukung dan memilihnya agar menjadi DPRD Jawa Timur, tanpa dukungan rakyat dia tidak akan bisa menjadi DPRD Jawa Timur. Pada data (5) tersebut memiliki makna meminta doa dan izin serta dukungan rakyat. Agar tecipta perdamaian dan kesejahteraan rakyat. Menurut Saiful Bahri sebagai tim suksesnya, doa restu masyarakat merupakan harapan beliau namun tidak hanya doa restu saja yang dia harapkan melainkan dukungan dari masyarakat agar menjadi DPRD Bondowoso. Abdul Haq akan menciptakan perdamaian dan kedamaian dimasyarakat Bondowoso. Dia juga akan mensejahterakan rakyat Bondowoso karna masih banyak masyarakat Bondowoso yang tidak

mampu secara ekonomi dan masih banyak yang tidak memiliki pekerjaan.

B. Deskripsi Standar Tekstualitas Wacana

Kampanye

Berikut dideskripsikan wacana kampanye yang didapatkan di Kabupaten Bondowoso berdasarkan tujuh standar tekstualitas wacana yaitu: kohesi, koherensi, intensionalitas, keberterimaan, informativitas, situasionalitas, intertekstualitas. Berikut merupakan data iklan wacana kampanye calon legislatif yang dianalisis berdasarkan standar tekstualitas.

1. Teks : PKB anak tunggal NU. Balai rakyat.

Menanam kebaikan, meraih kesejahteraan.

(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI Susono Yusuf dari PKB yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Pekalangan Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).

2. Teks : PKB dari NU untuk bangsa.

(Konteks Kampanye calon anggota DPR RI Hj. Nihayatul Wafiroh. Ma dari PKB yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Sumbersalam Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).

3. Teks : Bersama memajukan daerah & mencerdaskan ummat yang berakhlak. Satukan hati, dukungan dan pilihan, raih suara terbanyak. Salam & salawat, maaf & doa bi doa.

(Konteks Kampanye calon anggota DPR RI Ir. M. Nasim Khan dari PKB yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Lojajar, Kecamatan Tenggarang, Kabupaten Bondowoso).

4. Teks : Meneruskan perjuangan untuk kemaslahatan umat.

(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI Drs. Zaini Rahman, M.H. dari PPP yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Pekalangan Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).

5. Teks : wahai tuhanku hanya engkau yang saya tuju dan hanya ridio-mu yang saya cari. Mohon do'a dan dukungannya.

(Konteks : kampanye calon anggota DPR RI LH. Achmad Fadil Muzakki dari PKB yang

ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Sumbersalam Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).

Data (1) jika dianalisis berdasarkan kohesinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut tidak kohesif karena kalimat pertama tidak ada perpautan bentuk dengan kalimat kedua maupun kalimat ketiga. Data (2) dan (3) berdasarkan kohesinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut kohesif karena bentuk kalimatnya memiliki keserasian antara unsur yang satu dengan unsur yang lainnya. Pada data (2) terdapat konjungsi *dari* dan *untuk* sehingga acuannya jelas bahwa PKB bersal dari NU dan untuk bangsa. Data (3) pada kalimat pertama ada perpautan bentuk dengan kalimat kedua maupun kalimat ketiga. Data (4) dan (5) dianalisis berdasarkan kohesinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut kohesif karena bentuk kalimatnya memiliki keserasian antara unsurnya. Pada data (4) terdapat konjungsi *untuk* sehingga antara *meneruskan perjuangan* dan *kemaslahatan umat* memiliki keserasian antara unsur. Data (5) dapat dikatakan kohesi karena pada kalimat pertama ada keserasian hubungan antara kalimat kedua.

Data (1) dianalisis berdasarkan koherensinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut tidak koheren karena maknanya tidak berkaitan. Kalimat pertama mengatakan PKB anak tunggal NU dan kalimat kedua mengatakan Balai rakyat sedangkan kalimat ketiga mengatakan Menanam kebaikan, meraih kesejahteraan; ketiga kalimat tersebut tidak ada keterkaitan maknanya. Pada data (2) jika dianalisis berdasarkan koherensinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut koheren dikarenakan adanya keterkaitan makna. Kalimat tersebut dapat dikatakan berisi bahwa PKB berasal dari NU dan untuk bangsa. Pada data (3) dapat dikatakan tidak koheren dikarenakan maknanya tidak berkaitan, karena *Bersama memajukan daerah & mencerdaskan ummat yang berakhlak. Satukan hati, dukungan dan pilihan, raih suara terbanyak. Salam & salawat, maaf & doa bi doa.* Kalimat pertama dengan kalimat kedua tidak memiliki keterkaitan makna. Data (4) dianalisis berdasarkan

koherensinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut tidak koheren karena tidak adanya keterkaitan makna, kalimat *Meneruskan perjuangan untuk kemaslahatan umat* tidak memiliki keterkaitan makna. Data (5) dikatakan tidak koheren karena tidak memiliki keterkaitan makna. Kalimat *wahai tuhanku hanya engkau yang saya tuju dan hanya ridio-mu yang saya cari* dengan kalimat *Mohon do'a dan dukungannya*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa wacana tersebut tidak memiliki keterkaitan antara kalimat pertama dengan kalimat kedua.

Data (1) dan (2) jika dianalisis berdasarkan intensionalitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut merupakan sebuah informasi kepada penikamat teks bahwa PKB benar-benar berasal dari NU. Selain itu, pembuat teks juga menyakinkan penikamat teks untuk mendukung partai PKB tersebut karena orang-orang dari partai PKB merupakan orang NU. Data (3) dan (4) dapat dikatakan bahwa wacana tersebut bersifat ajakan dan informasi yang bertujuan untuk meyakinkan penikamat teks untuk mendukungnya. Data (3) berisi ajakan untuk mewujutkan daerah dan mencerdaskan masyarakat, serta meminta dukungan kepada masyarakat agar memilihnya. Data tersebut juga mengajak untuk memajukan daerahnya serta membangun SDM yang mampu bersaing. Selain itu, wacana tersebut berisi sebuah ajakan agar masyarakat mendukung dan memilihnya untuk menjadi anggota DPR RI. Pada data (4) berisi meneruskan perjuangan untuk kemaslahatan umat, kalimat tersebut merupakan sebuah ajakan untuk berjuang demi kepentingan rakyat. Data tersebut juga memberikan informasi untuk memperjuangkan kepentingan masyarakat, jika dipercaya oleh rakyat untuk menjadi DPR RI. Data tersebut menyampaikan tentang perjuangan untuk mensejahterakan rakyat. Data (5) dapat dikatakan bahwa wacana tersebut untuk meyakinkan penikamat teks tentang sesuatu hal. Meyakinkan penikamat teks bahwa melakukan sesuatu haruslah disertai berdoa, dengan berdoa dapat mencapai apa yang diinginkan.

Data (1) jika dianalisis berdasarkan keberterimaannya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima karena mudah dipahami bahwa PKB berasal dari NU sedangkan masyarakat Bondowoso sebagian besar warga NU.

Pada data (2) lebih mudah diterima karena terdapat konjungsi *dari* dan *untuk* sehingga acuannya jelas bahwa PKB bersal dari orang-orang NU dan untuk orang-orang NU, namun tidak menutup kemungkinan bahwa selain warga NU juga memilihnya. Data (3) dapat diterima karena pemilihan kata yang sangat tepat untuk mempengaruhi penikmat teks. Ada kata yang menyatakan bahwa *bersama memajukan daerah & mencerdaskan ummat yang berakhlak* dengan kata lain bahwa kata tersebut mengajak untuk bersama-sama memajukan dan mencerdaskan rakyat. Pada data (4) jika dianalisis berdasarkan keberterimaannya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima karena memperjuangkan kemaslahatan umat dengan memperjuangkan kepentingan rakyat. Data (5) jika dianalisis berdasarkan keberterimaannya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima karena bersifat mengajak untuk berdoa ketika melakukan setiap hal, dengan demikian pembuat teks berharap penikmat teks mengikuti konsepnya.

Data (1), (2) dan (3) dianalisis berdasarkan informativitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat dikatakan informatif. Data (1) dikatakan informatif karena masyarakat sudah mengetahui bahwa PKB dibentuk oleh orang-orang NU dan sudah sepatutnya membela rakyat. Pada data (2) dikatakan informatif karena kata *PKB dari NU untuk bangsa* memang merupakan sebuah informasi pada rakyat bahwa PKB berasal dari NU dan dibentuk untuk memperjuangkan kepentingan rakyat. Data (3) dikatakan informatif karena wacana tersebut memang diharapkan oleh masyarakat, masyarakat membutuhkan pemimpin yang membela kepada rakyat dan memperjuangkan hak-hak rakyat. Data (4) dan (5) dianalisis berdasarkan informativitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut informatif. Pada data (4) dikatakan lebih informatif karena sesuai dengan harapan rakyat, rakyat pada saat ini membutuhkan pemimpin yang membela dan memperjuangkan untuk kesejahteraan rakyat. Pada data (5) dikatakan

informatif karena penggunaan bahasanya tidak terlalu belit-belit sehingga masyarakat mudah mengingatnya.

Data (1), (2) dan (3) dianalisis berdasarkan situasionalitasnya dapat dikatakan bahwa wacana (2) lebih sesuai dengan situasi dari pada wacana (1) dan (3). Data (1) dikatakan tidak sesuai dengan situasi dan kondisi karena terlalu detail tidak simpel dalam penggunaan bahasanya. Kalimat *Balai rakyat* dan *Menanam kebaikan, meraih kesejahteraan* tidak sesuai dengan situasi kejadian. Pada data (2) lebih sesuai dengan situasi dan kondisi karena menggunakan kata yang simpel, kata *PKB dari NU untuk bangsa* memang sesuai situasi kejadian pada pemilihan umum yang membutuhkan pemimpin yang membela rakyat. Data (3) tidak sesuai dengan situasi dan kondisi meskipun menggunakan bahasa yang lebih rinci dan jelas. Meskipun demikian ketiga wacana tersebut merupakan bentuk dari kampanye politik yang bertujuan untuk memperoleh dukungan dan suara sebanyak mungkin. Data (4) dan (5) dianalisis berdasarkan situasionalitasnya dapat dikatakan bahwa wacana (4) lebih sesuai dengan situasi dari pada wacana (5). Pada data (4) dikatakan lebih sesuai dengan situasi karena penggunaan bahasanya lebih singkat, *meneruskan perjuangan untuk kemaslahatan umat* itu merupakan harapan rakyat kepada pemimpin yang baru. Pada data (5) dikatakan tidak sesuai dengan situasi karena penggunaan bahasanya terlalu belit-belit dan tidak langsung pada intinya. Meskipun demikian kedua wacana tersebut bagian dari kampanye politik yang bertujuan untuk memperoleh dukungan sebanyak mungkin.

Data (1) dianalisis berdasarkan intertekstualitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut intertekstualitas dikarenakan wacana tersebut pernah digunakan sebelumnya. Pada pemilihan sebelumnya parati PKB berasal dari NU. Pada data (2) dianalisis berdasarkan intertekstualitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut intertekstualitas karena pernah digunakan

sebelumnya. Pada data (3) dapat dikatakan intertekstualitas karena wacana tersebut terdapat kata *bersama memajukan daerah & mencerdaskan ummat yang berakhlak*. Kususnya di kabupaten Bondowoso ada daerah yang tertinggal selain itu ada sebagian pemuda-pemuda di daerah Bondowoso tidak memiliki akhlak yang baik. Data (4) dianalisis berdasarkan intertekstualitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut intertekstualitas dikarenakan wacana tersebut pernah digunakan sebelumnya. Pada data (5) dapat dikatakan intertekstualitas dikarenakan wacana tersebut pernah digunakan sebelumnya.

6. Teks : Biarkan rakyat memilih sesuai hati nurani.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI Djamal Aziz, B, Sc, SH. MH dari partai Hanura yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Kajar Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).
7. Teks : Pilih ka'bah insya-allah berkah.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI SY. Anas Thahir dari PPP yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Sumbersalam Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).
8. Teks : Utamakan kepentingan rakyat. Putra daerah asli.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPR RI Drs.H. Adil Achmadiyahono, M.Hum dari partai Demokrat yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Kajar Kecamatan Tenggarang Kabupaten Bondowoso).
9. Teks : Partai NasDem gerakan perubahan. Sekarang..... saatnya perubahan.
(Konteks Kampanye calon anggota DPRD Provinsi Jawa Timur Dra. Wiwit Rahmawati dari partai NasDem yang ditayangkan pada kain di tepi jalan Desa Tamanan Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso).
10. Teks : Bersih. Peduli. Tegas. Dukung.
(Konteks : Kampanye calon anggota DPRD Provinsi Jawa Timur Yusub, S.Ip dari partai Hanura yang ditayangkan pada kain di tepi jalan

Kelurahan Badian Kecamatan Bondowoso Kabupaten Bondowoso).

Data (6), (7) dan (8) dianalisis berdasarkan kohesinya bahwa wacana tersebut tidak kohesi. Pada data (6) tidak kohesi karena kata *biarkan rakyat memilih sesuai hati nurani* tidak ada keserasian hubungan antara unsur yang satu dengan yang lainnya. Data (7) tidak kohesi karena kalimat *pilih ka'bah insya-allah berkah* tersebut tidak ada keserasian hubungan antara unsurnya. Pada data (8) dikatakan tidak kohesi karena kalimat pertama tidak ada perpautan bentuk dengan kalimat kedua. Kalimat *utamakan kepentingan rakyat* dengan *putra daerah asli* karena tidak memiliki acuan yang jelas dan tidak memiliki hubungan antar kalimat. Data (9) dianalisis berdasarkan kohesinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut kohesif dari pada data (10), karena pada data (9) bentuk kalimatnya memiliki keserasian antara unsur yang satu dengan unsur yang lainnya, sedangkan pada data (10) tidak memiliki keserasian antara unsur yang satu dengan unsur yang lainnya. Pada data (9) dikatakan kohesi karena kalimat pertama ada perpautan bentuk dengan kalimat kedua. Data (10) dikatakan tidak kohesi karena kalimat pertama dengan kalimat berikutnya tidak memiliki keterkaitan, kata *bersih* dan *peduli* serta *tegas* tidak memiliki hubungan antar kalimat.

Data (6) dianalisis berdasarkan koherensinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut tidak koheren karena maknanya tidak berkaitan. Kalimat *Biarkan rakyat memilih sesuai hati nurani* tidak ada keterkaitan maknanya. Pada data (7) jika dianalisis berdasarkan koherensinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut koheren dikarenakan adanya keterkaitan makna. Kalimat tersebut menganjurkan untuk memilih yang ber lambang Ka'bah, dengan memilihnya Insya-Allah akan mendapat keberkahan. Pada data (8) dapat dikatakan tidak koheren dikarenakan maknanya tidak berkaitan. Kalimat *Utamakan kepentingan rakyat* dan kalimat *Putra daerah asli*. Tidak memiliki keterkaitan makna. Data (9)

dikatakan koheren karena kalimat *Partai NasDem gerakan perubahan* dan kalimat *Sekarang..... saatnya perubahan* memiliki keterkaitan makna. Partai NasDem merupakan partai gerakan perubahan dan saat ini adalah momentum yang tepat untuk melakukan perubahan. Data (10) dianalisis berdasarkan koherensinya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut tidak koheren karena tidak adanya keterkaitan makna.

Data (6) jika dianalisis berdasarkan intensionalitasnya dapat dikatakan bahwa pembuat teks secara tidak langsung mempengaruhi penitak teks agar mendukung dan memilihnya. Kalimat tersebut juga memberikan sebuah larangan agar para calon legislatif tidak mempengaruhi masyarakat, biarkan rakyat menentukan pilihannya. Pada data (7) dapat dikatakan wacana tersebut berisi sebuah perintah agar memilihnya, dengan memilih yang ber lambang ka'bah akan memperoleh keberkahan. Pada data (8) wacana tersebut merupakan sebuah perintah untuk mengutamakan kepentingan rakyat daripada kepentingannya sendiri. Data (9) merupakan wacana yang memberikan sebuah informasi bahwa partai NasDem merupakan partai yang menginginkan perubahan, dengan demikian partai NasDem mengajak masyarakat untuk melakukan perubahan pada momentum pemilihan legislatif dengan pilihan baru dan pemimpin baru. Data (10) merupakan wacana yang berisi informasi dan ajakan, dikatakan sebuah informasi teks tersebut memberikan sebuah informasi bahwa dia bersih dari korupsi dan peduli kepada rakyat kecil serta memiliki sikap yang tegas, sedangkan kalimat selanjutnya dikatakan berisi ajakan meminta dukungan dan memilihnya.

Data (6) jika dianalisis berdasarkan keberterimaannya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima karena mudah dipahami oleh penitak teks. Pemilihan kata yang tidak memaksa namun secara tidak langsung meminta dukungan dan agar memilihnya. Pada data (7) bagi sebagian penitak teks tidak mudah diterima karena diperlukan pemahaman lebih lanjut mengenai *ka'bah* dan *berkah*, *ka'bah* merupakan

tempat yang sakral bagi umat muslim, dengan demikian penggunaan kata tersebut tidak tepat. Pada data (8) jika dianalisis berdasarkan keberterimaannya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima karena menggunakan kata-kata yang mudah dipahami oleh penikmat teks. Data (9) dan (10) jika dianalisis berdasarkan keberterimaannya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut dapat diterima. Pada data (9) dapat diterima karena mudah dipahami oleh penikmat teks. Kata yang digunakan sesuai dengan keinginan rakyat yang menginginkan perubahan untuk menjadi lebih baik lagi. Data (10) dapat diterima karena pemilihan katanya sangat tepat dan mudah dipahami. Kata *bersih* maksudnya bersih dari korupsi karena akhir-akhir ini banyak pejabat tersangkut korupsi, kata *peduli* maksudnya peduli kepada rakyat yang lemah, dan kata *tegas* maksudnya tegas dalam setiap hal baik berupa kebijakan maupun didalam pekerjaannya.

Data (6), (7) dan (8) dianalisis berdasarkan informativitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut informatif. Pada data (6) dikatakan informatif karena kata-kata yang mudah dihafal dan dipahami oleh masyarakat, kata *biarkan rakyat memilih sesuai hati nurani* sangat tepat karena sesuai dengan harapan rakyat. Data (7) dikatakan informatif karena menggunakan bahasa yang mudah diingat. Kata *pilih ka'bah insya-allah berkah* merupakan sebuah informasi dengan memilih yang berlambang ka'bah akan mendapatkan keberkahan. Data (8) dikatakan informatif karena wacana tersebut diharapkan oleh rakyat, rakyat membutuhkan pemimpin yang memperjuangkan kepentingan rakyat tidak mementingkan kepentingannya sendiri apalagi kepentingan kelompoknya. Pada data (9) dan (10) dianalisis berdasarkan informativitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut informatif. Data (9) dikatakan informatif karena sesuai dengan harapan rakyat yang menginginkan adanya perubahan. Pada data (10) dikatakan informatif karena menggunakan bahas yang lebih mudah

dihafal. Kata *Bersih. Peduli. Tegas* merupakan harapan rakyat, rakyat membutuhkan pemimpin yang peduli kepada rakyat dan memiliki sikap yang tegas serta tidak korupsi.

Data (6) dan (7) dianalisis berdasarkan situasionalitasnya dapat dikatakan bahwa wacana tersebut sesuai dengan situasi. Pada data (6) dikatakan sesuai dengan situasi dan kondisi karena menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh penikmat, tidak menggunakan bahasa yang berbelit-belit. Pemilihan kata yang tepat dan sesuai dengan kondisi pada saat ini, kata *biarkan rakyat memilih sesuai hati nurani* sangat tepat karena pada saat ini terjadi pemilihan umum. Data (7) menggunakan bahasa yang lebih praktis dan mudah dipahami. Kata *pilih ka'bah insya-allah berkah* merupakan pemilihan kata yang sangat tepat dengan situasi kejadian pada saat ini. Data tersebut merupakan bagian dari kampanye politik yang bertujuan untuk memperoleh dukungan dan suara sebanyak mungkin. Pada data (8), (9) dan (10) dianalisis berdasarkan situasionalitasnya dapat dikatakan bahwa wacana (9) dan (10) lebih sesuai dengan situasi dari pada wacana (8). Pada data (8) dikatakan tidak sesuai dengan situasi karena penggunaan bahasa yang kurang tepat, kata *puta daerah asli* kurang sesuai digunakan pada saat ini. Pemilihan saat ini, masyarakat menginginkan pemimpin yang memiliki karakter yang tegas. Data (9) dikatakan sesuai dengan situasi kejadian karena menginginkan perubah yang sejalan dengan keinginan masyarakat yang menginginkan perubahan. Kalimat *partai NasDem gerakan perubahan. Sekarang.... saatnya perubahan* merupakan harapan masyarakat pada umumnya. Pada data (10) penggunaan bahas yang singkat dan lebih mudah dipahami. Kata *dukung & pilih ananda yusub* sangat tepat digunakan pada saat ini karena sakarang akan melaksanakan pemilihan umum. Meskipun demikian wacana tersebut merupakan bentuk dari kampanye politik untuk memperoleh dukungan sebanyak mungkin.

Data (6) dianalisis berdasarkan intertektualitasnya dapat dikatakan bahwa wacana

tersebut intertekstualitas, karena pernah digunakan sebelumnya. Kata yang digunakan yaitu *hati nurani*. Pada data (7) wacana tersebut dapat dikatakan intertekstualita karena wacana tersebut pernah digunakan pada pemilihan umum sebelumnya. Data (8) dapat dikatakan intertekstualita karena wacana tersebut pernah digunakan sebelumnya. Pada data (9) dikatakan intertekstualita karena wacana tersebut pernah digunakan sebelumnya. Pada data (10) dapat dikatakan wacana tersebut intertekstualita karena pernah digunakan pada pemilihan umum sebelumnya.

5. Kesimpulan

Kajian gambaran iklan kampanye calon legislatif memberikan penjelasan mengenai visi dan misi pasangan calon legislatif. Iklan kampanye tersebut merupakan upaya para calon legislatif untuk menyampaikan gagasan dan janji-janjinya jika terpilih nanti. Menggunakan media iklan merupakan cara yang efektif untuk memperkenalkan dan menyapaikan gagasannya dengan tujuan memperoleh dukungan sebanyak mungkin. Pada iklan tersebut tidak hanya terdapat gambar calon legislatif saja akan tetapi terdapat wacana yang berisi pemikirannya serta janji-janji visi dan misinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar iklan kampanye calon legislatif tidak memenuhi standar tekstualitas. Wacana yang digunakan oleh calon legislatif tidak memperhatikan standar tekstualitas, sebagian besar wacana yang digunakan menggunakan kata-kata yang menarik. Wacana kampanye calon legislatif yang memenuhi tujuh standar tekstualitas hanya pada wacana Hj. Nihayatul Wafiroh. Ma dari PKB dan Dra. Wiwit Rahmawati dari partai NasDem. Wacana yang memenuhi lima standar tekstualitas yaitu wacana Drs. Zaini Rahman, M,H, dari PPP; SY. Anas Thahir dari PPP; Yusub, S.Ip dari partai Hanura. Wacana yang memenuhi empat standar tekstualitas yaitu wacana Susono Yusuf dari PKB; Ir. M. Nasim Khan dari PKB; LH. Achmad Fadil Muzakki dari PKB; Djamal Aziz, B, Sc, SH. MH dari partai Hanura. Wacana yang memenuhi tiga standar tekstualitas yaitu wacana Drs.H. Adil Achmadiyono, M.Hum dari partai Demokrat.

6. Daftar Pustaka

- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Halliday, M.A.K, Ruqaiya Hasana. 1985. *Bahasa, Konteks, dan Teks: aspek-aspek bahasa dalam pandangan semiotika sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mustafa, Bachsan. 1989. *Sistem Hukum Komunikasi Massa Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Nimmo, Dan. 2006. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, anang. 2008. *Jurnal Ilmiah Kebahasaan. Teori Wacana: dari Deskriptif ke Kritis*. Volume 3, Nomor 2. Medan Bahasa.
- Sumarlam, dkk. 2003. *Teori dan Praktis Analisis wacana*. Solo: Pustaka Cakra Surakarta.
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.