

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

***CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS ON SLOGAN OF CALEG
PERIOD 2014-2019 IN LUMAJANG REGENCY***

Nur Fitriana, Akhmad Sofyan, Erna Rochiyati

Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Jember
Jl. Kalimantan 37 Kampus Bumi Tegal Boto
Telepon 085234220223
Email: nanafitrianor@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh analisis wacana kritis pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan struktur makro wacana slogan caleg, (2) mendeskripsikan superstruktur wacana slogan caleg, (3) mendeskripsikan struktur mikro wacana slogan caleg, dan (4) mendeskripsikan konteks wacana slogan caleg. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang terdapat tiga struktur makro wacana, yakni: 1) himbauan, 2) informatif, dan 3) persuasif. Deskripsi superstruktur wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang terdapat skema lengkap dan tidak lengkap. Skema lengkap meliputi, bagian utama, isi, dan penutup. Skema tidak lengkap meliputi, bagian utama dan isi, bagian utama dan penutup. Deskripsi struktur mikro wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang terdapat unsur semantik, sintaksis, leksikon, dan retorik. Deskripsi konteks wacana pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang terdapat latar dan suasana, peserta tutur, hasil atau tanggapan, amanat atau pesan, nada dan sikap, sarana percakapan, norma, dan jenis wacana.

Kata kunci: Slogan dan Analisis Wacana Kritis.

Abstract

This research is motivated by critical discourse analysis on the slogan of caleg in Lumajang Regency. This study aims to: (1) describe the macro-structure of discourse slogan of caleg, (2) describe the superstructure discourse slogan of caleg, (3) describe the microstructure of discourse slogan of caleg, and (4) describe the context of the discourse slogan of caleg. This research is qualitative. The results showed that the slogan of caleg in Lumajang Regency there are three macro-structure of discourse, namely: 1) an appeal, 2) informative, and 3) persuasive. Description superstructure discourse on the slogan of caleg in Lumajang Regency there is a complete schematic and incomplete. Complete scheme namely, headline, body, and close. Incomplete scheme namely, headline and body, and headline and close. Description microstructure discourse on the slogan of caleg in Lumajang Regency there are elements of semantics, syntax, lexicon, and rhetorical. Description of the context of the discourse on the slogan of caleg in Lumajang Regency are setting, participants, end, act sequence, key, instrumentaties, norms, and genre.

Key words: Slogan and Critical Discourse Critical.

PENDAHULUAN

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.

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 (ideologi, golongan, organisasi, dan sebagainya).

Dalam pemilihan umum 9 April 2014 yang lalu, kita berhadapan dengan *banner* (spanduk) yang dipasang oleh calon anggota legislatif untuk mencari simpati masyarakat atas pencalonannya. Dalam *banner* ini, tidak hanya dipasang foto calon anggota legislatif tetapi juga ditonjolkan kata-kata inspiratif yang bermaksud untuk menambah yakin masyarakat bahwa mereka ini calon untuk dipilih nanti. Kata-kata inspiratif tersebut berupa slogan-slogan calon anggota legislatif yang dapat mempengaruhi

masyarakat. Slogan-slogan tersebut merupakan wacana, janji, harapan yang diberikan oleh calon anggota legislatif untuk menunjukkan identitas diri kepada masyarakat.

Banyak calon anggota 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.

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 anggota 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. 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.

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, di antaranya politik, ras, gender, kelas sosial, dan lain-lainnya. Tujuan analisis wacana kritis adalah untuk mengembangkan asumsi-asumsi yang bersifat ideologis yang terkandung di balik kata-kata dalam teks atau ucapan dalam berbagai bentuk kekuasaan. Analisis wacana kritis juga dilakukan pada ucapan, lambang, gambar visual, dan bentuk-bentuk lainnya. Menurut 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.

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah mengungkapkannya mengenai (1) struktur makro wacana slogan anggota caleg, (2) superstruktur wacana slogan anggota caleg, (3) struktur mikro wacana slogan caleg, dan (4) konteks wacana slogan caleg. Secara teoritis penelitian tentang analisis wacana kritis pada slogan anggota caleg diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran bagi pengguna dan peneliti bahasa, khususnya tentang analisis wacana kritis. Secara praktis penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pembaca tentang deskripsi analisis wacana kritis pada slogan caleg di Kabupaten Lumajang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi atau pengamatan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis konten atau analisis isi. Metode analisis isi digunakan untuk menganalisis isi dari suatu wacana. Carney (dalam Mulyana, 2005 : 83) mengungkapkannya 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, yaitu 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.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Makro Wacana Slogan Caleg

Struktur makro wacana slogan caleg merupakan upaya caleg untuk membuat struktur penyusunan wacana slogan. 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. Berdasarkan data yang diperoleh struktur makro wacana slogan caleg di Kabupaten Lumajang terbagi menjadi tiga, yakni himbauan, persuasif, dan informatif. Berikut penjelasan masing-masing makna global tersebut.

1) Slogan Himbauan

Slogan himbauan merupakan slogan 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

SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA
(NINIK HIDAYATI, S.Pi)

2. MARI TINGKATKAN EKONOMI

RAKYAT 1 DESA 1 USAHA
(Ir. H. ARTONO)

3. MARI KEMBALI KE RUMAH BESAR ISLAM

MOHON DO'A RESTU
& DUKUNGANNYA
SA'ATNYA YANG
MUDA BERKIPRAH!
(AHMAD KHOIRUL, S.Pd)

4. BERILAH KAMI DUKUNGAN

& PILIHANNYA
(Drs.ABD.KHOBIR ALY)

5. COBLOS NO 5

BERJUANG MEWUJUDKAN
RAKYAT SEJAHTERA
dan BERMARTABAT

6. (Ir. HADI PRAJOKO, SH. MH.)

7. COBLOS NO 10

TIDAK SIAP BERPERANG
TAPI SIAP BERJUANG
TIDAK UNTUK KEKUATAN
TAPI UNTUK KEBIJAKAN
& KESANTUNAN

(VENY WIDYAWATI)

Makna global tema slogan caleg himbauan dalam data slogan 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 himbuan terdiri atas himbauan permintaan, ajakan, dan perintah. Berikut penjelasan masing-masing himbauan slogan caleg.

c) Slogan himbauan permintaan

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

Slogan nomor (1) dan (4),

merupakan himbauan 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 (4) memuat tujuan yaitu meminta kepada masyarakat untuk mendukung dan memilih serta memberikan doa restu pada pemilu nanti. Himbauan permintaan tersebut berkaitan dengan keinginan caleg untuk dipenuhi.

a) Slogan himbauan ajakan

Slogan himbauan ajakan merupakan slogan 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 himbauan ajakan.

Slogan nomor (2) dan (3) merupakan slogan caleg himbauan ajakan. Slogan caleg nomor (2) dan (3) menghimbau masyarakat dengan kata *mari*. Kata *mari* memiliki makna ajakan kepada pembaca untuk melakukan suatu hal. Himbauan yang diterbitkan oleh caleg nomor (2), 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 menjahterakan perekonomian masyarakat desa supaya melakukan suatu usaha. Slogan caleg nomor (3) 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.

b) Slogan himbauan perintah

Slogan 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 nomor (5) dan (6) 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.

2) Slogan Informatif

Slogan 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

CALON DPD-RI JAWA TIMUR
MENYAMBUNG ASPIRASI
MASYARAKAT JAWA TIMUR
UNTUK KEPENTINGAN NASIONAL
(KH. M. HASIB CHASBULLAH)

2. INGAT 9 APRIL 2014

COBLOS CALEG DPRD LUMAJANG
JUJUR & AMANAH MENUJU
MASYARAKAT YANG CERDAS
dan BERMARTABAT
(AMINAH. HS)

3. INGAT!!! PEMILU 9 APRIL 2014

COBLOS CALEG
NO. 8

4. (HADI ZAINAL ABIDIN, S.Pd, MM)

Dari data di atas, slogan 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.

3) Slogan Persuasif

Slogan 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
MEMIMPIN
SIAP MUDA
MEMPERJUANGKAN
ASPIRASI RAKYAT
(EDI JUNAEDI, S.Sos)
2. MEMBANGUN
MASA DEPAN
MENJADI **LEBIH BAIK**
(Ir. AGOES SALIM)
3. GAJI POKOK
UNTUK RAKYAT
(ANANG TOHA FAUZAN)

Slogan nomor (1) diterbitkan oleh caleg merupakan slogan persuasif yang ditujukan kepada masyarakat. Kata *memperjuangkan* memiliki arti berjuang

untuk merebutkan sesuatu. 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 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 nomor (2) yang diterbitkan oleh caleg merupakan slogan caleg persuasif yang ditujukan kepada masyarakat. 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 (3) merupakan slogan persuasif yang diterbitkan oleh caleg dalam upaya merebut dukungan dan simpati publik, caleg tersebut menerbitkan slogan *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.

1. Superstruktur Wacana Slogan Caleg

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 penjabaran yang mendukung *headline*. *Close* merupakan bagian slogan yang memuat informasi-

informasi lain yang berhubungan dengan topik yang diiklankan. Berikut penjelasan bagian-bagian struktur slogan caleg di Kabupaten Lumajang.

I

1. AMINAH. HS
CALEG DPRD LUMAJANG

DAPIL 1
JUJUR & AMANAH

II

MENUJU MASYARAKAT
YANG CERDAS dan
BERMARTABAT

III

INGAT 9 APRIL 2014

COBLOS NOMOR 10

Bagian nomor (I) dalam data 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 penjelasan dari bagian-bagian slogan caleg yang lain.

Bagian nomor (II) 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 (III) 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*.

I

2. EKA TRI OKTAVIA, SPd
CALON ANGGOTA DPRD
KABUPATEN LUMAJANG 2014-2019

DAPIL 1 LUMAJANG

II

MAJU DENGAN MEMBAWA
ASPIRASI MASYARAKAT DESA

Bagian nomor (I) 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 pemimpinya.

Slogan nomor (II) 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*.

I

3. HADI ZAINALABIDIN, S.Pd, MM
CALEG DPR-RI DAPIL IV
(LUMAJANG-JEMBER)
INGAT!!!

III

PEMILU 9 APRIL 2014

COBLOS CALEG NO 8

Bagian nomor (I) 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 (III) 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*.

1. Struktur Mikro Wacana Slogan Caleg

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.

a) 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 MENGAWAI
PROGRAM-PROGRAM
BUPATI SJAHRASAD DI DPRD
KABUPATEN LUMAJANG
(H. GATOT MULJOHADI)
2. MARI TINGKATKAN
EKONOMI
RAKYAT I DESA I USAHA
(Ir. H. ARTONO)
3. MEMPERJUANGKAN
PENYELESAIAN
KONFLIK AGRARIA
4. (SIDIK HUSADA, S.Sos)

Data slogan di atas merupakan latar slogan caleg yang akan dilaksanakan apabila caleg tersebut bisa terpilih menjadi anggota legislatif. 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.

1) 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 nasional dan dalam keadaan formal. meminimalisir informasi yang dinilai merugikan caleg tersebut. Hal ini nampak jelas pada pemilihan kata yang digunakan. Berikut data dan penjelasannya.

1. TIDAK SIAP BERPERANG TAPI SIAP
BERJUANG
TIDAK UNTUK KEKUATAN TAPI
UNTUK KEBIJAKAN &
KESANTUNAN
(VENY WIDYAWATI)

Slogan 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.

1) 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
DEMI KEPENTINGAN BERSAMA
(SUDIRMAN HARIJANTO, SE)**
2. **MEMBANGUN MASA DEPAN
MENJADI LEBIH BAIK
(Ir. AGOES SALIM)**
3. **KITA WUJUDKAN BERSAMA
KITA RAIH BERSAMA
(ABDUL GHOFUR)**

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
OJO LALI DULURKU MAS NANEK
TRI DORA (tiga do'a rakyat)**
 - **PERUT KENYANG**
 - **HATI SENANG**
 - **PIKIRAN TENANG****(NANEKRAM HORUMAL. N)**

Pada slogan 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.

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

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.

2. 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.

b) 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 DEMI KEPENTINGAN BERSAMA

(SUDIRMAN HARIJANTO, SE)

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.

1. KITA WUJUDKAN BERSAMA KITA RAIH BERSAMA MAJU MEMBELA KEPENTINGAN RAKYAT (ABDUL GHOFUR)

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 membela 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.

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
DEMI KEPENTINGAN BERSAMA
(SUDIRMAN HARIJANTO, SE)

Slogan 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.

2)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
INSYAALLAH ASPIRATIF &
AMANAH
(EKO WAHYUDI, SH)
2. KITA WUJUDKAN BERSAMA
KITA RAIH BERSAMA
(ABDUL GHOFUR)

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 oraganisasi NU yang melatarbelakangi caleg tersebut.

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 TAPI SIAP BERJUANG
TIDAK UNTUK KEKUATAN TAPI
UNTUK KEBIJAKAN &
KESANTUNAN
(VENY WIDYAWATI)

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
INSYAALLAH ASPIRATIF &
AMANAH
(EKO WAHYUDI, SH)

2. KITA WUJUDKAN BERSAMA KITA
RAIH BERSAMA
(ABDUL GHOFUR)

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.

c)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
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA
(NANIK HIDAYATI)

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.

d)Retoris

Kajian unsur retorika 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
MOHON DO'A RESTU &
DUKUNGANNYA
**SA'ATNYA YANG
MUDA BERKIPRAH!**
(AHMAD KHOIRUL, Spd)

Slogan 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.

1. *Insyallah*:

Peduli
Amanah
Santun

(Drs. H. SUHERMIN A. MUHAIMIN, M.Pd)

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** MOHON DO'A RESTU & DUKUNGANNYA SA'ATNYA YANG MUDA BERKIPRAH!

(AHMAD KHOIRUL, Spd)

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.

1. Konteks Wacana Slogan Caleg

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.

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
SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA
(**NANIK HIDAYATI**)

2. COBLOS NO 5
BERJUANG MEWUJUDKAN
RAKYAT SEJAHTERA
dan BERMARTABAT
(**Ir. HADI PRAJOKO, SH. MH.**)

3. SAYA SIAP BEKERJA KERAS

DEMI KEPENTINGAN BERSAMA
(SUDIRMAN HARIJANTO,SE)

4. WAKIL RAKYAT PILIHAN KITA
INSYAALLAH ASPIRATIF &
AMANAH
(EKO WAHYUDI, SH)
5. SETENGAH GAJI SAYA
UNTUK RAKYAT
(MUHAMMAD RODLI KAELANI)

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.

Bagian nomor (1) dan (2) dalam *banner* tersebut dipasang foto ketua umum Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (selanjutnya disebut PDIP) yaitu Soekarno, Jokowi, dan Megawati. Selain itu, caleg mempertegas *banner* tersebut dengan pemberian gambar atau lambang bendera PDIP. Bagian nomor (3) dan (4) dalam *banner* tersebut dipasang foto ketua umum partai Gerakan Indonesia Raya (selanjutnya disebut Gerindra) yaitu Prabowo Subianto. Selain itu, caleg mempertegas dengan pemberian gambar atau lambang bendera partai Gerindra. Bagian nomor (5) dalam *banner* dipasang foto ketua umum dari Partai Amanat Nasional (selanjutnya disebut PAN) yaitu Hata Rajasa. Selain itu, caleg mempertegas dengan pemberian gambar atau lambang bendera PAN. Dalam *banner* slogan caleg tersebut caleg lebih menekankan pada pembaca yang

dikhususkan kepada masyarakat Lumajang yang mendukung partai PDIP, Gerindra, dan PAN.

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 BESAR
ISLAM
MOHON DO'A RESTU &
DUKUNGANNYA
SA'ATNYA YANG MUDA
BERKIPRAH!
(AHMAD KHOIRUL, S.Pd)
2. INGAT..WAKILNYA PETANI
DAN ANAK MUDA
(PANEL BARUS)
3. GAK ONO SING GAK MUNGKIN
(SAMUEL JD WATTIMENA)

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) yang menjadi komunikan ditujukan kepada pihak yang terkait, yaitu umat Islam di Kabupaten Lumajang. Pada data nomor (2) 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 (3) merupakan peserta tuturan yang ditujukan kepada masing-masing daerah yang bersangkutan yaitu masyarakat etnik Jawa.

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

SELAMATKAN NEGERI INI
UNTUK ANAK BANGSA
(**NANIK HIDAYATI**)

2. KITA WUJUDKAN

BERSAMA KITA RAIH BERSAMA
MAJU MEMBELA KEPENTINGAN
RAKYAT
(**ABDUL GHOFUR**)

Data nomor (1) dan (2) merupakan komunikasi satu arah yang terjadi menggunakan media cetak *banner*. Tanggapan tersebut merupakan bentuk penyadaran berpikir yang diharapkan nantinya akan diimplementasikan dalam tindakan yang sesuai dengan pesan hal tersebut yang menjadi tujuan akhir slogan caleg diterbitkan. Tujuan slogan tersebut ingin menyelamatkan negeri ini bagi generasi-generasi penerus bangsa supaya menjadi bangsa yang bermartabat dan menjunjung masa depan bangsa. Selain itu, caleg mengajak masyarakat supaya maju dan membela kepentingan rakyat agar dapat mewujudkan kesejahteraan rakyat. Sehingga, masyarakat pembaca memiliki kesadaran berpikir yang dapat mempengaruhi pilihannya.

A : act sequence (pesan atau amanat)

Act sequence merupakan bentuk pesan dan isi pesan. Berdasarkan data yang diteliti, bentuk pesan slogan caleg yang menjadi data kajian adalah berbentuk

wacana atau teks slogan. Hal ini berkaitan dengan reduksi atau pengurangan data yang didapatkan melalui observasi lapang, dengan memilah wacana yang dibutuhkan sebagai bahan kajian. Isi atau muatan pesan slogan caleg berdasarkan data yang diteliti, yakni persuasif. Pada dasarnya isi pesan slogan caleg tersebut adalah informasi yang berkaitan dengan pemilu. Berikut data dan penjelasannya.

1. MEMBANGUN

MASA DEPAN
MENJADI LEBIH BAIK
(**Ir. AGOES SALIM**)

2. GAJI POKOK UNTUK RAKYAT

(**ANANG TOHA FAUZAN**)

3. PROGRAM KERAKYATAN 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

(**ALI MUSLIMIN**)

Bagian slogan nomor (1-3) merupakan wacana slogan caleg yang berisi slogan persuasif yaitu mempengaruhi pembaca supaya pembaca merasa simpatik dan dapat memanipulasi kesadaran masyarakat dalam membaca slogan tersebut sehingga pembaca dapat dengan mudah terpengaruh untuk memilih caleg tersebut. Data nomor (3) 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.

Bagian nomor (1) yaitu upaya caleg untuk mempengaruhi masyarakat sebagai calon yang memiliki visi yang kuat, caleg menginginkan adanya perubahan menjadi lebih baik dari yang sebelumnya. Bagian nomor (2) 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. Pencitraan diri caleg melalui slogan yang diterbitkannya merupakan wujud caleg kepada masyarakat untuk meraih kekuasaan.

K : key (kunci)

Key merupakan cara, nada, sikap, atau semangat dalam melakukan percakapan, diantaranya serius, santai, akrab. *Key* diimplementasikan 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. 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.

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 cetak 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.

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. 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.

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. INGAT 9 APRIL 2014
COBLOS CALEG DPRD LUMAJANG
JUJUR & AMANAH MENUJU
MASYARAKAT YANG CERDAS
dan BERMARTABAT
(AMINAH. HS)

Data nomor (1-3) 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 (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. Penjelasan tersebut berisikan tentang hal-hal yang positif dari caleg yang bermaksud menambah yakin masyarakat bahwa caleg ini calon kuat untuk dipilih.

KESIMPULAN DAN SARAN

Struktur makro slogan caleg di Kabupaten Lumajang, terdiri atas himbauan, informatif, dan persuasif. 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. 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. Kajian unsur retorik dalam slogan caleg di Kabupaten Lumajang, terdiri atas grafis dan metafora. Konteks dalam wacana dibentuk dari delapan unsur meliputi, latar, partisipan, hasil atau tanggapan, pesan atau amanat, kunci, sarana, norma, dan jenis.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Darma, Aliah Yoce. 2009. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Yrama Widya.

Etos Kerja. Bandung: HPBI dan Yayasan Pustaka Wina.

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

Herawati. 1996. *Bahasa Slogan Sebagai*