



Implikatur pada Iklan Politik Calon Anggota Legislatif Kabupaten Bojonegoro 2019

Implication in The Political Advertising of Prospective Legislative Members Bojonegoro District 2019

Fathia Rosyida*, Abdul Ghoni Asror

Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Pendidikan Bahasa
dan Seni, IKIP PGRI Bojonegoro

Corresponding author: fathia_rosyida@ikippgribojonegoro.ac.id*,
abdul_ghoni@ikippgribojonegoro.ac.id

Riwayat Artikel: Dikirim; Diterima; Diterbitkan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan: 1) bentuk-bentuk implikatur percakapan pada *Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019* dan 2) *tujuan implikatur percakapan pada Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019*. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *teknik simak dan catat*. Analisis data menggunakan teknik *content analysis* sedangkan teknik validasi datanya menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa ditemukan sebanyak tujuh tujuan dari implikatur dalam wacana *Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019*, yaitu, menyatakan harapan, memberikan usulan, memberikan saran, mengajak untuk melakukan sesuatu, menunjukkan perasaan, dan berjanji, sehingga calon legislatif tersebut dapat menarik simpati pemilihnya.

Kata kunci: Implikatur, iklan politik, *calon anggota legislatif 2019*

Abstract

This study aims to describe and explain: 1) the forms of conversational implicature in Political Advertising of Candidates for Legislative Members 2019 and 2) the purpose of the conversational implicature of Political Advertising for Candidates for Legislative Members in 2019. The data collection used in this research is the listening and note technique. Data analysis uses content analysis techniques while the data validation technique uses data source triangulation and theory triangulation. The results of the discussion show that there are Found as many as seven goals of the implicature in the Political Advertising Candidates for 2019 Legislative Members, namely, expressing hope, making proposals, giving advice, inviting to do something, showing feelings, and promising, so that the legislative candidates can attract the sympathy of their voters.

Keywords: *Implicature, political advertising, candidates for legislative members in 2019*



PENDAHULUAN

Pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu bahasa yang mengkaji wacana. Pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu bahasa yang mempelajari tentang makna. Pragmatik secara praktis dapat didefinisikan sebagai studi mengenai makna ujaran dalam situasi-situasi tertentu (Leech, 1993). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pragmatik merupakan studi tentang makna yang terkait dengan konteks.

Berkaitan dengan pragmatik, implikatur merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari ilmu tersebut. Yule (2006:69) dalam bukunya *Pragmatik* mengatakan bahwa implikatur merupakan makna tambahan dari suatu informasi yang disampaikan. Artinya, implikatur merupakan informasi lebih yang disampaikan dari sesuatu yang bisa disampaikan. Menurut Rohmadi & Wijana (2009:222) implikatur adalah ujaran atau pernyataan yang menyiratkan sesuatu yang berbeda dengan yang sebenarnya diucapkan.

Menurut Moeschler (2004) dalam jurnal internasional yang berjudul *Conversational And Conventional Implicatures*. Terdapat fakta mengejutkan bahwa dalam waktu kurang dari sepuluh tahun konsep implikatur menjadi konsep inti dari perspektif pragmatis baru pada makna. Berbagi hal memang tuturan seseorang sangat bervariasi implikturnya tergantung pada kesamaan pengetahuan antara penutur dan mitra tutur. Menurut Grice dalam Rohmadi (2009:38) bahwa sebuah tuturan dapat mengimplikasi preposisi yang bukan merupakan bagian dari tuturan yang bersangkutan. Preposisi yang diimplikasikan tersebut disebut "Implicatur". Dalam bertutur, peserta tutur dapat lancar berkomunikasi apabila diantara mereka telah terjadi satu pemahaman mengenai latarbelakang pengetahuan mengenai suatu hal yang sedang diputuskan. Di antara penuturan dan mitra tutur terdapat semacam kontrak percakapan tidak tertulis bahwa yang sedang diputuskan itu dapat saling dimengerti.

Iklan sebagai sebuah teks adalah satu sistem tanda terorganisir yang merefleksikan sikap, keyakinan dan nilai-nilai tertentu. Setiap pesan dalam iklan memiliki dua tingkatan makna, yaitu makna yang dikemukakan secara eksplisit di permukaan dan makna yang dikemukakan secara implisit di balik tampilan iklan (Noviani dalam Kusrianti, 2004; 1). *Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019* dengan daya pikat dan daya pengaruh yang tinggi dapat menggiring masyarakat luas mengambil keputusan atau tindakan yang sesuai dengan kehendak calon anggota legislatif, yakni memilih mereka. Kemasan iklan kampanye politik selalu dibuat untuk membuat citra tokoh yang ditawarkan sebagai pilihan paling tepat.

Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019 menarik untuk dicermati dan dikaji secara mendalam dengan pendekatan Implikatur sebagaimana layaknya pariwisata, Caleg memerlukan strategi dan metode beriklan yang tepat untuk memasarkan diri. Penggunaan bahasa oleh Caleg 2019 bukan hanya persoalan linguistik, tetapi ekspresi ideologi untuk membentuk pendapat umum dengan membenarkan pendapat satu pihak dan menyalahkan pihak lain (Jufri, 2005;1). Wacana iklan politik dapat dipandang sebagai upaya elit politik untuk membentuk pendapat umum mengenai pencitraan dirinya.

Di dalam penelitian ini permasalahan yang diambil yaitu, mendeskripsikan dan menjelaskan bentuk dan Tujuan implikatur yang terdapat dalam *Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019*. Berdasarkan dua permasalahan yang diangkat tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguak, dan menjelaskan bentuk-bentuk implikatur yang terjadi dalam *Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019* tersebut.

Hakikat implikatur adalah Dalam bertutur, peserta tutur dapat lancar berkomunikasi apabila diantara mereka telah terjadi satu pemahaman mengenai latarbelakang pengetahuan mengenai suatu hal yang sedang diputuskan. Di antara penuturan dan mitra tutur terdapat semacam kontrak percakapan tidak tertulis bahwa yang sedang diputuskan itu dapat saling dimengerti.

Mulyana (2005: 11) dengan merujuk ke Grice menyimpulkan bahwa implikatur ujaran yang menyiratkan sesuatu yang berbeda dengan yang sebenarnya diucapkan. Sesuatu



yang berbeda tersebut adalah maksud pembicara yang tidak dikemukakan secara eksplisit. Dengan kata lain, implikatur adalah maksud, keinginan, atau ungkapan-ungkapan hati yang tersembunyi.

Untuk memahami implikatur dalam suatu tindak tutur, kita harus mengetahui konteks tuturan yang ada di dalamnya. Menurut Leech (1993:20) konteks diartikan sebagai suatu pengetahuan latar belakang yang sama-sama dimiliki oleh penutur dan petutur dan yang membantu petutur menafsirkan makna tuturan. Konteks tuturan dalam pragmatik adalah semua latar belakang dan pengetahuan (*background knowledge*) yang dipahami bersama oleh penutur dan lawan tutur (Rohmadi, 2004: 24). Pemahaman konteks akan membuat pembaca atau mitra tutur dapat memahami maksud di balik tuturan yang diucapkan oleh penutur.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fakta secara objektif berkenaan dengan perilaku berbahasa dalam wacana iklan Kampanye. Data dikumpulkan dari Baliho yang terdapat di sepanjang jalan di wilayah Kabupaten Bojonegoro yang terbagi dalam 5 Dapil. Pada penelitian ini dijelaskan bentuk dan fungsi tindak tutur berimplikatur yang terdapat dalam wacana *Iklan Politik Calon Anggota Legislatif 2019*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *content analysis* sedangkan teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Triangulasi teori digunakan untuk mengetahui kebenaran data Berdasarkan prespektif teori yang berbeda. Validitas data melalui triangulasi sumber dilakukan dengan menggunakan beberapa informan, yaitu informan dari ahli bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian wacana iklan politik Caleg 2019 ini berupa deskripsi implikatur yang mengandung tujuan dalam iklan politik yang dipasang sepanjang jalan di Bojonegoro. Berikut akan disajikan beberapa contoh data dari baliho atau poster yang terdapat disebanjang jalan di Bojonegoro. Kemudian akan dianalisis dengan pendekatan yang sudah dijelaskan di atas.

Implikatur Yang Mengandung Tujuan Meyakinkan

Berikut ini akan dijelaskan bentuk-bentuk implikatur yang memiliki tujuan persuasif yaitu meyakinkan masyarakat dalam memilih dirinya sebagai calon legislatif. Hal ini tersirat dalam data berikut ini.

Sudah terbukti bukan janji

Kerja untuk Rakyat

Pada tuturan di atas mengandung implikatur memberi penjelasan yang menyatakan apa yang penutur yakini itu benar “Sudah terbukti bukan janji” dan “Kerja untuk rakyat”. Kalimat di atas memiliki implikatur bahwa apa yang penutur katakan merepresentasikan dari dirinya yaitu memiliki bukti bukan hanya sekadar janji. Hal ini dilakukan penutur untuk mencitrakan dirinya dengan menggunakan kalimat tersebut sehingga masyarakat yakin bahwa penutur benar-benar sudah terbukti bekerja untuk rakyat. Tujuan pada Implikatur percakapan pada iklan tersebut yang dilakukan oleh caleg yaitu memberikan penjelasan dan meyakinkan kepada khalayak bahwa sipenutur adalah representatif dari bekerja untuk rakyat.

Implikatur Yang Mengandung Tujuan Permohonan

Salah satu strategi caleg dalam meraih simpati adalah melakukan permohonan dan permintaan dukungan kepada masyarakat. Hal ini banyak dilakukan karena mengingat masyarakat kita masih tergolong masyarakat yang ramah dan mudah simpatik.

Berikut ini adalah implikatur yang memiliki permintaan dan permohonan yang terdapat dalam data penelitian.



*Mohon do'a restu dan dukunganya untuk perubahan yang lebih baik!
Ojo lali, Coblos nomor 2 (jangan lupa coblos nomor 2)*

Bentuk implikatur yang berupa Permohonan terhadap orang lain atau khalayak terdapat pada kalimat "**Mohon do'a restu dan dukunganya untuk perubahan yang lebih baik!**". Kalimat yang ditemukan pada iklan di atas memiliki implikatur permohonan kepada khalayak atau masyarakat untuk memilih dirinya dengan kata mohon doa dan dukungannya. Ini ditujukan untuk pemilih atau masyarakat yang melewati daerah tersebut. Strategi ini dapat digunakan dalam pemilihan karena untuk menarik simpati pemilih.

Sedangkan calon lain menggunakan kalimat permintaan dengan kalimat seruan yakni kalimat "**Ojo lali, Coblos nomor 2 (jangan lupa coblos nomor 2)**"

Kalimat tersebut memiliki implikatur permintaan kepada khalayak untuk memilih dirinya dengan pendekatan bahasa jawa. Yang dipilih bukan kata ayo tetapi jangan lupa. Ini berimplikasi bahwa penutur yakin bahwa dirinya sudah bisa mempengaruhi dan hanya mengingatkan saja.

Implikatur Yang Menyatakan Ketidaksukaan Atau Kekecewaan

Adapula bentuk implikatur yang meyatakan ketidaksukaan, dan kekecewaan yaitu seperti yang terdapat pada kutipan data berikut ini.

Ora lali, Ora Ngapusi, Ora Korupsi. (tidak lupa, tidak membohongi, dan tidak korupsi)

Kutipan data tersebut memiliki implikatur yang memiliki tujuan tidak suka, mengungkapkan kekecewaan, dan ketidaksenangan terhadap perilaku seseorang yang sudah di pilih seperti "**lali atau lupa**" "**Ngapusi atau membohongi** " dan tentunya "**Korupsi**". Penggunaan diksi tersebut memiliki implikatur yang menunjukkan penutur tidak suka terhadap perilaku-perilaku tersebut yang juga kebanyakan khalayak atau masyarakat tidak menyukainya. Sehingga dengan menggunakan diksi tersebut maka penutur memiliki tujuan untuk menarik simpati kepada calon pemilihnya. Jika ingin mendapat simpati dari masyarakat kita harus menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri.

Implikatur Yang Memiliki Tujuan Untuk Menawarkan

Implikatur yang bertujuan untuk menawarkan dan menjanjikan. Tindak tutur komisif yang berwujud penawaran dan menjanjikan dapat kita lihat pada data sebagai berikut.

*Berjuang untuk perubahan lebih baik
Membangun Bojonegoro dan tuban lebih maju
Menuju kesempurnaan*

Implikatur menawarkan terdapat pada kalimat di atas "**Berjuang untuk perubahan lebih baik**". Kalimat tersebut memiliki implikatur bahwa calon legislatif mengajak berjuang bersama untuk melakukan perubahan yang lebih baik lagi kedepannya. Hal ini menjadi perhatian dan dapat digunakan strategi untuk menarik simpati sebagai sebuah penawaran tentang kondisi yang lebih baik kedepannya. Ada pula calon yang menggunakan kata "**Menuju Kesempurnaan**" ini menjadi menarik karena calon ini menawarkan sesuatu yang menurut peneliti tidak bisa terukur dengan jelas. Kata kesempurnaan ini bermakna sangat luas sehingga apa yang ditawarkan oleh penutur tersebut mengandung implikatur yang sangat luas pula yakni kesempurnaan dalam menggapai keinginan setiap orang.

Kalimat lain mengandung implikatur menjanjikan terdapat dalam kata "**Membangun Tuban dan Bojonegoro lebih baik**". Tuturan ini menjadi memiliki implikasi janji karena penutur menggunakan kata membangun. Ini bermakna kata kerja yang mengimplikasikan



bahwa penutur siap bekerja dan menjajikan kepada pemilihnya untuk lebih baik.

SIMPULAN

Terdapat implikatur dalam tuturan-tuturan Iklan yang dilakukan oleh calon legislatif pada Pemilu Legislatif tahun 2019. ditemukan beberapa tuturan yang mengandung implikatur kemudian digolongkan ke dalam empat jenis tindak tutur, yaitu tindak tutur representatif, direktif, ekspresif, dan komisif. Terdapat tujuh fungsi sebagai tujuan terjadinya tindak tutur tersebut, yaitu memberikan penekanan dan keyakinan kepada masyarakat. Menarik simpati, menyatakan ketidaksukaan terhadap sesuatu sebagai bagian dari masyarakat itu, dan menjanjikan atau memberikan harapan kepada masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada IKIP PGRI Bojonegoro karena telah memberikan suport penelitian saya ini. Saya juga mengucapkan terimakasih kepada teman sejawat dan mahasiswa yang telah pula memberikan masukan dalam proses penelitian. Ucapan trimakasih saya sampaikan pula untuk reviewer yang telah memberi masukan untuk artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaer, A. & Agustina, L. (1995). *Sosiolinguistik: Pengenalan Awal*. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Carston, Robyn. (2000). *The Theory Of Generalized Convensional Implicatures*. Jurnal Of Linguistic. Cambridge: mit press. Diakses 20 Januari 2013
- Leech, G. (1993). *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Terj.M.D.D.Oka. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moeschler, Jacques (2002). *Conversational And Conventional Implicatures*. Department of linguistics, University of Geneva, Vol 5. Hal 117-130
- Wijana, I Dewa Putu dan Rohmadi, Muhammad. 2011. *Analisis Wacana Pragmatik*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik* (Terj.Wahyuni). Yogyakarta: Pustaka Pelajar