

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dalam kehidupan sehari-hari tak lepas dari aktivitas berinteraksi dengan orang lain, dengan hal itu manusia membutuhkan media untuk berkomunikasi, yaitu bahasa. Bahasa memiliki peran penting sebagai alat komunikasi sosial dan kontrol sosial. Fungsi bahasa dalam komunikasi adalah sebagai alat penghubung komunikasi. Berkomunikasi tidak hanya melibatkan satu orang saja sebagai penutur, tetapi juga membutuhkan mitra tutur. Tanpa bahasa manusia akan kesulitan dalam berkomunikasi dan berinteraksi sosial. Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri (Chaer, 2010: 12). Jadi, bahasa tidak bersifat wajib antara lambang dengan yang dilambangkan. Artinya, bahasa dan wujud bendanya hanya didasarkan pada kesepakatan antara masyarakat yang menggunakan suatu bahasa tersebut. Bahasa di dalam suatu masa tertentu mewadahi apa yang terjadi dalam masyarakat.

Saat ini berbahasa dalam kehidupan bermasyarakat kurang memperhatikan norma dan tatacara demi kelancaran dan tersampaikan pesan yang diinginkan. Bahasa sebagai sarana komunikasi di dalam masyarakat yang digunakan dalam berbagai konteks dan berbagai makna.

Selain sebagai sarana komunikasi, bahasa juga berfungsi sebagai penyampai pesan dan kesan kepada orang lain. Melalui bahasa, manusia mampu menyampaikan ide, gagasan, perasaan, dan maksud tertentu kepada orang lain. Proses penyampaian ide dan pikiran seseorang melalui bahasa dapat dijadikan ukuran untuk menilai suatu kepribadian yang tercermin dari diri seseorang. Kepribadian seseorang yang perlu dikembangkan merujuk pada ungkapan yang benar, baik, serta santun sehingga mencerminkan kepribadian yang bernilai positif. Penutur dapat membuat komunikasi menjadi lebih baik dan menyenangkan kepada mitra tutur dengan cara menjaga tuturan yang santun agar mitra tutur tidak tersinggung dengan tuturannya.

Kesantunan berbahasa pada saat ini kurang diperhatikan karena bagi penutur hal penting dalam berkomunikasi atau menyampaikan sebuah pesan adalah sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh penutur kepada penerima dan sasaran pesan tanpa memperhatikan kesantunan berbahasa yang digunakan. Berlangsungnya komunikasi yang melanggar kesantunan dalam berbahasa yang disampaikan oleh penutur sering memiliki maksud yang lebih dari sekedar makna kata-kata yang telah diucapkan. Hal ini dapat dikaji oleh ilmu pragmatik.

Pragmatik menurut Cruse (Cummings, 2007: 2) dapat dianggap berurusan dengan aspek-aspek informasi (dalam pengertian yang luas) yang disampaikan melalui bahasa yang (a) tidak dikodekan oleh konvensi yang diterima secara umum dalam bentuk-bentuk linguistik yang digunakan, namun yang (b) juga muncul secara alamiah dari dan tergantung pada makna-makna yang dikodekan secara konvensional dengan

konteks tempat penggunaan bentuk-bentuk tersebut (penekanan ditambahkan). Konsep dan teori pragmatik terdiri dari teori tindak tutur, teori implikatur, teori relevansi, dan deiksis. Jadi, melalui cara mengodekan suatu tuturan, maka dapat diketahui makna yang sesuai dengan konteks tuturan sehingga akan diperoleh suatu informasi. Kajian pada teori pragmatik adalah mengenai makna. Makna yang dituturkan oleh penutur kepada mitra tutur secara tersirat. Jadi, hubungan bahasa dengan konteks merupakan dasar pemahaman pragmatik. Pemahaman yang dimaksud adalah memahami maksud penutur yang telah dituturkan dengan makna tersirat yang melibatkan konteks. Tanpa adanya konteks akan sulit untuk dapat memaknai makna dalam suatu tuturan.

Menurut Yule (2014: 3) pragmatik sebagai makna yang disampaikan oleh penutur (atau penulis) dan ditafsirkan oleh pendengar (atau pembaca). Studi ini memerlukan penafsiran tentang apa yang dimaksudkan oleh penutur dalam suatu konteks khusus dan bagaimana konteks tersebut berperan dalam maksud yang ingin disampaikan kepada mitra tutur. Konteks tuturan sangat berpengaruh terhadap komunikasi antara penutur dan mitra tutur. Tanpa adanya konteks, maka maksud yang ingin disampaikan oleh penutur tidak jelas bahkan tidak dipahami oleh mitra tutur. Maksud dari sebuah tuturan dapat diketahui dengan menggabungkan antara konteks yang menyertai tuturan. Tuturan harus dipahami antara penutur dan mitra tutur sehingga menghasilkan sebuah kerja sama. Adanya kerja sama dalam berkomunikasi antara penutur dan mitra tutur akan menciptakan sebuah tuturan yang efektif dan efisien. Prinsip kerja sama dalam

sebuah tuturan terdapat dalam ilmu pragmatik. Selain prinsip kerja sama yang harus diperhatikan ketika berbahasa, yakni prinsip kesantunan.

Kesantunan dapat diartikan sebagai etika, atau sebuah aturan pada sebuah kehidupan di masyarakat. Kesantunan memperlihatkan sikap yang mengandung nilai sopan santun yang ada pada diri seseorang pada kehidupan bermasyarakat, salah satunya adalah ketika bertutur. Maka, secara tidak langsung akan mendapat timbal balik dari lawan tutur. Kesantunan berkaitan dengan hubungan sosial antara dua partisipan, yakni diri sendiri dan orang lain. Kesantunan berbahasa terdiri dari maksim-maksim. Maksim merupakan di dalam interaksi lingual, kaidah kaidah yang mengatur tindakan dalam berbahasa, dan interpretasi-interpretasinya terhadap tindakan dan ucapan lawan tuturnya. Jadi, maksim-maskim yang terdapat pada prinsip kesantunan berbahasa mengungkapkan keyakinan-keyakinan dengan santun dan menghindari ujaran yang tidak santun ketika bertutur. Sedangkan tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu dan juga menyatakan tindakan melakukan sesuatu. Adanya pengaruh sopan santun terhadap tindak tutur ilokusi adalah berkaitan dengan kategori bentuk tuturan, seperti menyatakan, memerintah, memohon, dan menjanjikan. Maka, kesantunan dalam berbahasa akan memiliki dua makna yakni positif dan negatif.

Penggunaan prinsip kesantunan sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada dunia politik demi memperoleh dan mempertahankan kekuasaan. Penelitian ini, penulis bermaksud untuk meneliti wacana kampanye pada *banner* calon legislatif 2019 di kota Sidoarjo. Pemilihan umum yang dilaksanakan secara nasional

yang terdiri dari pemilihan presiden, pemilihan gubernur, pemilihan kepala daerah, dan anggota legislatif tidak lepas dari penggunaan bahasa demi tercapainya suatu tujuan politik.

Pemilihan umum yang dilakukan serentak di seluruh Indonesia yang biasa disebut dengan istilah pemilu dianggap sebagai sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Sedangkan, pemilihan umum menurut Labolo (2015:45) diartikan sebagai proses, cara perbuatan memilih yang dilakukan serentak oleh seluruh rakyat suatu negara. Pemilihan umum sering kali dijadikan tolok ukur sistem demokrasi di sebuah negara. Pemilihan umum di Indonesia telah melalui berbagai sistem demokrasi. Secara tidak langsung sistem demokrasi memengaruhi iklim politik yang berkembang dan berubah di setiap pemilihan umum berlangsung. Menorehkan perhatian kepada publik adalah tujuan utama dari para partai dalam berkampanye.

Kampanye adalah sebuah tindakan dan usaha yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Pelaksanaan kampanye dapat dilakukan dengan perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan suatu pencapaian. Kampanye merupakan kegiatan peserta pemilu dengan tujuan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program peserta pemilu. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik. Interaksi dan partisipasi yang bisa dilakukan adalah melalui kampanye sebelum diadakannya pemilihan umum.

Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian kesan pesan dari pengirim kepada pembaca yakni publik. Kegiatan kampanye dilakukan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir dengan tujuan untuk menciptakan dampak atau efek tertentu kepada sasaran. Fungsi dari kampanye adalah sebagai informasi agar masyarakat lebih tanggap terhadap suatu pesan yang disampaikan oleh para kandidat dalam kegiatan kampanye. Pelaksanaan kampanye melalui beberapa cara yang dilakukan oleh politisi salah satunya yakni dengan menggunakan iklan politik.

Salah satu dari fenomena yang menarik dalam komunikasi politik adalah penggunaan bahasa dalam berpolitik. Bahasa dalam dunia politik merupakan hal yang penting dalam melancarkan berbagai strategi politik karena persuasi kandidat kepada masyarakat tidak akan tersampaikan tanpa adanya bahasa. Strategi tindak tutur dan kesantunan berbahasa dalam kampanye sangat menunjang pencitraan kandidat dalam menarik perhatian hati pemilih. Bahasa para pengguna politik dapat terlihat dari berbagai media disaat masa kampanye sebelum hari pemilihan umum berlangsung. Bahasa dengan unsur sebuah perjanjian, ungkapan menyuruh, memerintah, dan mengajak bisa membentuk kesadaran tertentu sesuai dengan yang dikehendaki penutur. Bahasa para politisi bertujuan menarik perhatian para pemilih yang dapat dilihat dari berbagai media kampanye, yaitu iklan politik. Iklan berguna untuk mengkomunikasikan gagasan-gagasan dan produk-produk melalui media massa tertentu dengan tujuan, menyampaikan informasi, meningkatkan ketanggapan seseorang untuk mempersuasi publik.

Iklan politik adalah senjata berharga bagi kandidat. Iklan politik merupakan sebuah wadah untuk menuangkan gagasan, pikiran, dan perasaan dalam bentuk bahasa sebagai pesan untuk disampaikan kepada sasaran yang diinginkan. Iklan politik berisikan muatan-muatan politik, seperti berisikan profil pribadi, bagian dari partai politik dengan tujuan membangun minat pilih masyarakat kepada calon legislatif tersebut agar lebih dikenal masyarakat sehingga nantinya suara atau hak pilih masyarakat akan diberikan kepada orang yang sering melihat dan tertarik dengan isi iklan tersebut.

Menurut Kinsey (dalam Mulyana, 2013: 80) iklan politik dapat mempengaruhi pemilih dalam mengenal kandidat, membantu mengidentifikasi prioritas, dan memengaruhi standar penilaian dan pemaknaan kesalahan. Maka, iklan-iklan politik dirancang sedemikian rupa dengan menawarkan kata-kata dan gambar untuk menciptakan atau merekayasa kesadaran (kebutuhan) khayalak akan produk (politisi) dan jasa (gagasan politik) yang diiklankan. Iklan politik merupakan alat utama dalam pemasaran politik, sehingga iklan politik telah menjadi bentuk dominan komunikasi antara politisi dan publik dengan sebuah tujuan yang ingin diraih.

Iklan politik merupakan sarana pragmatis yang memungkinkan kandidat mengkomunikasikan keunggulan sifat-sifatnya dibandingkan dengan kandidat lainnya kepada pemilih. Iklan politik dari seorang kandidat atau calon legislatif menimbulkan dampak penting atas penilaian mengenai rasa dan informasi mengenai isu dan sifat kandidat. Tugas dari iklan politik adalah menampilkan perasaan yang telah dimiliki

pemilih dan memberi arah dengan mengasosiasikan dengan nilai citra yang bermakna, termasuk dengan menciptakan hal negatif yang menyerang lawan politik. Isi dari iklan politik merupakan testimoni, perjanjian, dan slogan, misalnya pada sebuah partai politik yang berusaha mengunggulkan serta memuji partai, dengan itu tuturan yang berisikan perjanjian yang dituturkan oleh penutur yakni calon legislatif merupakan tindak tutur ilokusi kategori komisif.

Melalui media, iklan politik mudah tersampaikan, mudah ditemui, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, yakni melalui media elektronik, media cetak, media komunikasi kelompok, media luar ruangan, dan media digital. Namun, pada kehidupan bermasyarakat jenis media kampanye yang menonjol dan seringkali dijumpai di kalangan masyarakat adalah media luar ruangan. Media luar ruangan yang terdiri dari poster, baliho, *banner*, *billboard*, papan nama. Media ini merupakan media yang cukup efektif, karena banyak muncul dan terpasang di berbagai ruas jalan dengan penempatan di tikungan, pepohonan, tanjakan, jembatan, hingga tiang listrik.

Jenis media yang akan diteliti pada penelitian ini adalah media luar ruangan dengan jenis *banner*. *Banner* adalah bentuk suatu media untuk promosi yang dicetak dengan menggunakan print digital yang umumnya berbentuk horizontal maupun vertikal. Masa kampanye pemilihan umum calon legislatif yang diadakan lima tahun sekali semarak menggunakan iklan politik *banner*. Para calon legislatif memanfaatkan media *banner* untuk mempromosikan dan mengunggulkan diri dengan beragam foto, gambar, dan jargon yang tertera di baliho dengan tujuan agar mudah dikenal oleh

masyarakat. Penyampaian kesan dan pesan oleh para calon legislatif dalam tuturannya menggunakan tindak tutur ilokusi, yang mencerminkan bentuk dari kesantunan berbahasa.

Tindak tutur merupakan entitas yang bersifat sentral di dalam pragmatik sebagai dasar analisis mengenai topik dalam bidang praaggapan, perikutan, implikatur, prinsip kerjasama, dan prinsip kesantunan. Tindak tutur mengkaji aspek bahasa dalam pemakaian dengan mengaitkan makna dengan siapa berbicara, kepada siapa, dimana, bilamana, dan bagaimana. Tindak tutur dibagi menjadi tiga jenis, yakni tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu dan juga menyatakan tindakan melakukan sesuatu (Chaer, 2010: 28). Menurut Searle dalam Leech (1993: 164) membagi ilokusi menjadi lima kategori yang berpengaruh pada teori sopan santun, (1) Asertif, (2) Direktif, (3) Komisif, (4) Ekspresif, (5) Rogatif. Klasifikasi tindak tutur ilokusi tersebut merupakan bagian dari prinsip kesantunan berbahasa Leech yang terdiri dari enam maksim.

Kesantunan seseorang dapat dilihat dari tuturannya, karena bahasa merupakan cerminan dari kepribadian seseorang. Melalui tuturan seseorang dapat diketahui bagaimana kepribadiannya. Mitra tutur akan senang jika penutur dalam bertutur menggunakan bahasa yang santun. Pemakai bahasa yang santun hingga kini masih belum banyak mendapat perhatian. Banyak ditemukan, pemakaian yang baik dari ragam bahasa yang digunakan namun masih melukai perasaan pembaca dan pendengar,

karena suatu rasa yang terkandung di dalam tuturan lisan dan tulis. Hal ini terjadi karena pemakai bahasa kurang mengerti adanya prinsip kesantunan dalam berbahasa.

Struktur bahasa yang santun adalah struktur yang disusun penulis atau penutur dengan tujuan untuk tidak menyinggung dan melukai hati pendengar atau pembacanya (Pranowo, 2009:4). Kaidah yang sering digunakan dalam berkomunikasi adalah berbahasa dengan kaidah yang baik dan benar. Berbahasa yang baik adalah mampu menggunakan bahasa secara baik, sesuai dengan ragam dan situasi. Sedangkan berbahasa dengan benar adalah berbahasa sesuai dengan kaidah yang berlaku. Namun ada salah satu kaidah yang harus diperhatikan adalah kaidah kesantunan dalam berbahasa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada bagian terdahulu, rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk dan jenis pelanggaran kesantunan berbahasa dalam tindak tutur ilokusi wacana kampanye pada *banner* calon legislatif 2019 di kota Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah Mendeskripsikan bentuk dan jenis pelanggaran kesantunan berbahasa dalam tindak tutur ilokusi wacana kampanye pada *banner* calon legislatif 2019 di kota Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoretis, yaitu menambah referensi penelitian dalam bidang kebahasaan, khususnya mengenai bentuk pelanggaran kesantunan berbahasa dalam tindak tutur ilokusi wacana kampanye pada *banner* calon legislatif. Sehingga dapat memperkaya kajian pragmatik bagi pemerhati bahasa. Selanjutnya penelitian ini dapat memberi sambungan bagi perkembangan studi tentang pelanggaran kesantunan berbahasa dan tindak tutur ilokusi dalam pragmatik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis. Pertama, bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia mengenai kajian pragmatik tentang pelanggaran kesantunan berbahasa dan tindak tutur ilokusi. Kedua, bagi masyarakat dapat memberikan pengetahuan umum mengenai pelanggaran kesantunan berbahasa dalam tindak tutur ilokusi wacana kampanye pada *banner* calon legislatif. Ketiga, dapat memberikan kontribusi kepada peneliti berikutnya yang akan membahas dan mengkaji bentuk pelanggaran kesantunan berbahasa dalam tindak tutur ilokusi.

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian ini bersumber dari teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Sehingga dapat memberikan jawaban sementara atas rumusan masalah. Peneliti memiliki asumsi bahwa wacana kampanye pada *banner* calon legislatif 2019 terdapat pelanggaran kesantunan berbahasa dalam tindak tutur ilokusi. Menurut Leech ada enam maksim (1) maksim kebijaksanaan, (2) maksim kemurahan, (3) maksim penerimaan, (4) maksim kerendahan hati, (5) maksim kesimpatian, (6) maksim maksim kecocokan, serta adanya tindak tutur ilokusi berdasarkan kesantunan berbahasa (1) asertif, (2) direktif, (3) komisif, (4) ekspresif, (5) rogatif.

1.6 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan istilah-istilah pada judul penelitian yang perlu diberikan penegasan, penjelasan, dan keterangan. Adapun judul penelitian yaitu “Analisis Pelanggaran Kesantunan Berbahasa dalam Tindak Tutur Ilokusi wacana kampanye pada *banner* Calon Legislatif 2019 di Kota Sidoarjo: Kajian Pragmatik”, dengan ini maka definisi operasioanl yang ditampilkan adalah sebagai berikut:

1. Pragmatik adalah cabang linguistik yang mempelajari bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam situasi tertentu. Leech (dalam F.X. Nadar, 2013: 2).
2. Kesantunan berbahasa yang diuraikan menurut Leech prinsip kesantunan terdiri dari enam maksim yang meliputi (1) maksim kebijaksanaan, (2)

- maksim kemurahan, (3) maksim penerimaan, (4) maksim kerendahan hati, (5) maksim kesimpatian, (6) maksim kecocokan (Wijana, 2011: 53).
3. Tuturan diartikan sebagai bentuk tindak verbal yang mengacu pada maujud-maujud gramatikal (Leech: 1993: 20).
 4. Tindak tutur adalah gejala individual yang bersikap psikologis dan keberlangsungannya ditentukan oleh kemampuan bahasa yang dilakukan penutur dalam menghadapi situasi bertutur (Chaer, 2010: 50).
 5. Tindak tutur ilokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu dan juga menyatakan tindakan melakukan sesuatu (Chaer, 2010: 28).
 6. Wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan dengan suatu hubungan antara proposisi satu dengan proposisi yang lain dan membentuk satu kesatuan makna yang disampaikan secara lisan atau tertulis (Wijana, 2011: 68)
 7. Kampanye adalah sebuah tindakan dan usaha yang dilakukan oleh peserta pemilu dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan dari pemilih (Labolo, 2015:46)
 8. *Banner* adalah sebuah proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang untuk membeli dan menggunakan apa yang dipublikasikan yang berisikan promosi sebuah produk, jasa, ataupun visual manusia yang didesain semenarik mungkin untuk menarik minat pembaca (Yourdan dan Utomo, 2018:501).
 9. Calon Legislatif adalah calon anggota dewan perwakilan rakyat atau dewan perwakilan daerah (Mulyana, 2013: 47).