

2.5 Gambaran Umum Kebahasaan Iklan-Iklan Capres-Cawapres Tahun 2014

Pada kumpulan iklan mengenai iklan capres dan cawapres tahun 2014 ini bahasa yang digunakan secara umum adalah bahasa indonesia namun dengan variasi baik formal maupun nonformal yang berkesan santai. Penggunaan bahasa pada iklan-iklan politik tersebut disesuaikan dengan konteks pembahasan dan konteks lainnya dalam iklan-klan tersebut berkaitan dengan bentuk konten iklan yang berupa dialog antar tokoh, pidato capres-cawapres tersebut, selogan, narasi ataupun kalimat kalimat yang bersifat persuasif.

Pada beberapa iklan-iklan tersebut juga terdapat penggunaan bahasa asing namun penggunaannya hanya pada hal-hal tertentu. Penggunaan kata tersebut antara lain adah istilah asing berupa bahasa jawa, belanda, dan arab. Sebagai contoh penggunaan kata “*gemah ripah loh jinawi*” istilah tersebut merupakan bahasa jawa atau istilah jawa yang memiliki arti tentram dan makmur serta subur tanahnya yang dihubungkan dengan konsep seorang pemimpin dalam iklan tersebut. Bentuk-bentuk dan penggunaan istilah yang beragam agaknya mejadi sesuatu hal yang menarik untuk dikaji.

BAB III

PEMBAHASAN

Pada bab ini disajikan hasil analisis data-data yang diperoleh di lapangan. Analisis dilakukan terhadap topik-topik yang telah diklassifikasikan, kemudian dilakukan penafsiran mengenai Implikatur dan penerapan prinsip kerjasama yang terdapat pada objek penelitian berupa iklan mengenai iklan kampanye capres dan cawapres pada tahun 2014.

3.1 Implikatur dalam Iklan Capres-Cawapres Tahun 2014

3.1.1 Impikatur Konvensional

Implikatur konvensional merupakan implikatur yang dihasilkan melalui penalaran logika. Makna dari implikatur konvensional lebih bersifat umum karena makna yang ada berkaitan dengan konteks yang umum atau universal.

(Data 1: iklan Prabowo-Hatta dan Peci)

Pada iklan pasangan nomor urut 1 (satu) berjudul “Iklan Prabowo-Hatta dan Peci” berikut ini berbentuk monolog yang dibawakan oleh narator. Iklan ini menjabarkan atau menceritakan mengenai “Peci” sebagai sebuah simbol dan penanda identitas bangsa indonesia terhadap kepungan politik yang mengangkat wacana mengenai suku, ras, dan agama pada masa pemerintahan kolonial Belanda

“Peci adalah salah satu yang khas dari bung Karno, Bung Karno lah yang bertekad mengenakan peci sebagai lambang pergerakan. Di sekolah doktor pribumi Stovia pemerintah kolonial belanda punya aturan, siswa *Inlander* atau pribumi tidak boleh memakai pakaian eropa maka para siswa memakai blangkon dan sarung batik jika ia dari Jawa, bagi siswa asal Manado atau Maluku yang biasanya beragama kristen boleh pakai pakaian eropa seperti; pantalon, jas, dasi, dan topi. Dari sejarah ini tampak usaha pemerintah kolonial Belanda untuk mengotak-ngotakan penduduk dari sisi asal-usul, etnis, dan agama. Maka banyak aktivis pergerakan nasional menolak memakai blangkon apalagi umumnya mereka mempunyai semangat kemajuan dan modernisasi. Jadi, penolakan atas kostum tradisi mengandung penolakan terhadap politik kolonial “*divide et impera*” dan penolakan terhadap adat lama, lalu apa gantinya?, memakai topi seperti Belanda-Belanda itu akan terasa menjauhkan diri dari rakyat. Juni 1921, Bung Karno menemukan solusi, bung karno datang dan dia memakai peci. Awalnya Bung Karno ragu, takut ditertawakan tapi ia berkata pada dirinya sendiri “ kalau mau jadi pemimpin, bukan pengikut harus berani memulai sesuatu yang baru”. Waktu itu menjelang rapat mulai hari sudah agak gelap bung karno berhenti sebentar ia berkata pada diri sendiri “ayo maju pakailah pecimu! Tarik napas dalam-dalam dan masuk sekarang kalau bukan sekarang kapan lagi, kalau bukan kita siapa lagi” lalu Bung Karno pun masuk ke ruang rapat, “setiap orang memandang heran padaku, diam seribu bahasa” kata Bung Karno mengenang saat itu. Untuk mengatasi kebekuan suasana Bung Karno bicara “ kita memerlukan suatu lambang daripada keberibadian bangsa indonesia Peci!!!” kata bung karno pula. Peci adalah jati diri bangsa indonesia dan itu asli milik rakyat indonesia. Karena itu kami capres-cawapres Prabowo-Hatta mengenakan peci, jati diri dan kebanggaan indonesia.

Konteks : tuturan yang dituturkan oleh narator yang berisi awal mula peci sebagai hal yang identik dengan Bung Karno dan keterkaitan dengan pasangan capres dan cawapres nomor urut 1 (satu).

Analalisis :

Pada data iklan tersebut ditemukan slogan atau ujaran berikut:

“Peci adalah jati diri bangsa indonesia dan itu asli milik rakyat indonesia. Karena itu kami capres-cawapres Prabowo-Hatta mengenakan peci, jati diri dan kebanggaan indonesia”.

Ujaran tersebut memiliki implikatur konvensional bahwa peci merupakan sesuatu yang identik dan melekat semua presiden maupun wakil presiden yang pernah memimpin Indonesia mengenakan peci terkecuali presiden ke lima Indonesia sekaligus presiden wanita pertama Indonesia yaitu Megawati Soekarno Putri. “Peci” selain sebagai simbol pemersatuan bangsa Indonesia juga secara tidak langsung menjadi sebuah baju kebesaran dari sebuah ideologi Bung Karno sebagai seorang Presiden Indonesia. Pasangan Nomor urut 1 (satu) paham dan mengangkat topik tersebut dalam iklan tersebut agar memperoleh simpati dari calon pemilih.

(Data 2: Iklan Para Tokoh NU dukung Prabowo, untuk Nusa & Bangsa)

Pada iklan pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu) dengan judul iklan “Para Tokoh Nu Dukung Prabowo, untuk Nusa & Bangsa” tersebut berisi tuturan berupa dukungan kepada capres nomor urut 1 (satu) yang diutarakan oleh beberapa tokoh NU (Nadathul Ullama) sebagai berikut:

- (1) “Dengan kemenangan Pak Prabowo, *insyaallah* Indonesia akan menjadi negara *gemah ripah loh jinawi*.” (Kh.Malmoenz Zubair :Ulama NU).
- (2) “Pemimpin itu harus berjiwa ksatria untuk menjaga agama dan martabat bangsa *insyaallah* itu ada pada Bapak Prabowo” (Habib Luthfi bin Yahya: pemimpin Thariqah Mu’tabarah NU).
- (3) “Saya, mendukung Prabowo Subianto karena Indonesia saat ini butuh pemimpin yang tegas dan ikhlas untuk mengangkat rakyat dari keterpurukan”.(Moh. Mahfud MD: Tokoh intelektual NU).

Konteks : penyampaian dukungan oleh tokoh-tokoh Ulama NU secara pribadi kepada capres nomor urut 1 (satu).

Analisis:

Pada data iklan dengan judul “Para Tokoh NU Dukung Prabowo, untuk Nusa & Bangsa” tersebut terdapat implikatur konvensional yang berupa pendapat penutur pertama (1) yakni Kh. Malmoenz Zubair sebagai berikut “Dengan kemenangan Pak Prabowo, *insyaallah* Indonesia akan menjadi negara *gemah ripah loh jinawi*.”. Dalam kehidupan masyarakat Jawa yang sebagian besar bermatapencarian sebagai petani konsep negara *gemah ripah loh Jinawi* adalah istilah dalam bahasa jawa yang memiliki arti tentram dan makmur serta sangat subur tanahnya hal tersebut berhubungan juga dengan indonesia yang merupakan negara agraris atau berhubungan dengan pertanian dan perkebunan. sebagai ketua Perhimpunan Tani Indonesia capres nomor urut 1 (satu) tersebut diyakini dapat membawa Indonesia menuju konsep Negara yang *gemah ripah loh jinawi* tersebut. Pada penutur kedua (2) yakni Habib Luthfi bin Yahya mengatakan “Pemimpin itu harus berjiwa ksatria untuk menjaga agama dan martabat bangsa *insyaallah* itu ada pada Bapak Prabowo” pada penutur kedua menyampaikan pendapatnya mengenai bagaimana seorang pemimpin harus berjiwa kesatria dan menjaga agama serta martabat bangsa bila di kaitkan dengan konteks pendapat yang diutarakan terkait dengan konsep seorang pemimpin yang berdasar pada hukum islam ataupun *Al-Qur'an* sehingga diyakini capres nomor urut 1 (satu) merupakan pemimpin yang sesuai dan pantas. Pada penutur ketiga (3) yakni Moh. Mahfud MD mengemukakan “Saya, mendukung Prabowo

Subianto karena Indonesia saat ini butuh pemimpin yang tegas dan iklas untuk mengangkat rakyat dari keterpurukan”. Pada pendapat Moh. Mahfud MD tersebut secara tersirat bagaimana sosok capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) digambarkan merupakan sosok yang memiliki ketegasan sekaligus keikhlasan dalam memimpin walau pada dasarnya kedua aspek tersebut sangat berbeda namun merupakan suatu kesatuan. karena memiliki latar belakang sebagai mantan petinggi militer pada masa Orde Baru, sehingga sosok tegas adalah sesuatu hal yang melekat pada sosok capres pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut. Dengan ketegasan dan keikhlasan tersebut penutur menilai sosok capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut dapat memperbaiki keadaan rakyat seperti dengan menindak tegas kasus korupsi, memberantas kemiskinan, memberantas kebodohan, dan lain sebagainya yang merupakan masalah utama keterpurukan bangsa Indonesia. Pada penutur yang pertama (1) berisi implikatur konversasional bahwa capres pasangan nomor urut satu 1 (satu) merupakan sosok yang tepat dan meyakinkan sebagai seorang pemimpin. Pada tuturan (2) mengandung implikatur yang berisi pendapat penutur terhadap sosok capres nomor urut 1 (satu) tersebut sebagai solusi. Pada data tuturan (3) mengandung implikatur bahwa capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut sangat tepat untuk memimpin Indonesia yang dalam keadaan carut-marut pada saat itu.

Secara keseluruhan dari ketiga penutur tersebut memberi dukungannya sesuai dengan keyakinan ketiga penutur masing-masing mengenai gambaran seorang pemimpin yang sesuai, dan semua itu diyakini terdapat pada sosok capres pasangan nomor urut 1 (satu).

(Data 3: Iklan Prabowo & Hatta - Hary Tanoesoedibjo)

Pada iklan berikut yang berjudul “Prabowo & Hatta – Hary Tanoesoedibjo” berisi pernyataannya untuk mendukung capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) sebagai berikut:

“Sebagai pengusaha terjun kepolitik hanya dengan satu tujuan ikut membangun indonesia menjadi negara maju. Setelah berpikir dalam keyakinan saya mendukung Prabowo Subiyanto. Memiliki sikap tegas, terintegritas, tidak diskriminatif, dan memiliki hati tulus untuk mengabdikan dan membangun bangsa karena bangsa kita membutuhkan solusi. Indonesia hanya bisa maju dibawah kepemimpinan yang tepat di saat yang tepat dan pilihan itu adalah Prabowo Subianto.”

Konteks : Berisi dukungan untuk memilih capres dari pasangan nomor urut 1(satu) yang dituturkan oleh Hary Tanoesoedibjo sebagai penutur.

Analisis

Pada data iklan tersebut yang di tuturkan oleh Hary Tanoesoedibjo selaku penutur utama terdapat implikatur konvensional yang mana di ungkapkan oleh penutur yang merupakan seorang pengusaha yang terjun di dunia politik seperti yang diungkapkan “Sebagai pengusaha terjun ke politik hanya dengan satu tujuan ikut membangun indonesia menjadi negara maju”. Penutur yang merupakan pengusaha sekaligus politisi menjelaskan bagaimana keyakinannya sebagai seorang yang baru memasuki dunia politik dalam memilih sosok pemilih yang tepat yaitu capres pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut.

(Data 4: Iklan Prabowo ketua IPSI)

Pada iklan pasangan nomor urut 1(satu) berikut berisi ucapan selamat kepada tim pencak silat indonesia yang telah menjadi juara dunia dan juara asia tenggara (ASEAN). Pada iklan ini walau tidak menyangkut pautkan secara jelas mengenai atribut partai, penayangan iklan tersebut yang betepatan pada hari libur kampanye mengindikasikan iklan tersebut merupakan iklan kampanye terselubung sebagai berikut:

“Saya Prabowo Subianto ketua umum Ikatan Pencak Silat Indonesia. Pencak silat merupakan warisan budaya bangsa kita, lahir dari tradisi nenek moyang kita. Untuk menang kita harus memiliki kebersihan hati dan semangat yang kuat, kita harus teguh, kita harus berjiwa ksatria. Saya ucapkan selamat bagi tim pencak silat indonesia yang telah menjadi juara dunia juga menjadi juara asia tenggara, dengan mata setajam garuda mari membangun ekonomi yang kuat untuk rakyat, kita bersihkan korupsi, mendidik anak-anak muda yang sehat dan cerdas. Kita mampu membuat indonesia kuat, membuat macan asia mengaum kembali dan garuda melayang tinggi. Indonesia harus bangkit, indonesia harus menang.

Konteks : Ucapan selamat Prabowo Subianto selaku ketua umum Ikatan Pencak Silat indonesia atas kemenangan sebagai juara dunia dan juara asia tenggara.

Analisis :

Pada data kebahasaan berikut ditemukan implikatur konvensional mengenai Prabowo Subianto selaku Ketua Ikatan Pencak Silat Indonesia mengucapkan selamat atas keberhasilan yang diraih oleh tim pencak silat indonesia sebagai juara dunia dan juara asia tenggara selain itu Prabowo juga mengajak menuju keberhasilan dibidang lain seperti perekonomian, pendidikan, dan kesehatan mengikuti keberhasilan dibidang pencaksilat.

(Data 5 : Iklan Prabowo Hatta Bohri Rahman)

Pada iklan berjudul “Prabowo Hatta Bohri Rahman” mengangkat mengenai bagaimana perdebatan antara sepasang suami istri mengenai beberapa jumlah anak yang suami dan istri tersebut inginkan. Berikut dialog tersebut:

Suami : gimana kalo 2 (dua)?

Istri : 1(satu) ah!

Suami : aku pingin 2 (dua)

Istri : Hem...

Suami : 2 (dua) aja deh Ma.

Istri : 1 (satu)!

Suami : 2 (dua) ya ma?

Istri : 1 (satu)!

Suami : 2 (dua) aja ma

Istri : 1 (satu)!

Suami : 2 (dua) kan ma?

Istri : 1 (satu)!

Narator : Rencanakan pilihan anda dengan bijak perhatikan visi-misi kandidat Pilpres, tentukan pilihan anda pada Prabowo-Hatta kalau ada nomor 1 (satu) buat apa nomor 2 (dua), 3 (tiga), dan 4 (empat).

Istri : 1(satu) yah

Suami : iya 1 (satu) lagi.

Konteks: perdebatan antara suami dan istri mengenai jumlah anak.

Analisis:

Pada data iklan tersebut terdapat implikatur konvensional yang terdapat pada dialog dan narasi. (1) Pada dialog tersebut berisi implikatur konvensional

mengenai sang istri yang menginginkan sang suami mengikuti apa yang diinginkan oleh sang istri yaitu mengenai jumlah anak yang diinginkan. (2) Sedangkan pada tuturan narator terdapat implikatur konvensional mengenai ajakan secara persuasif sang narator untuk memilih pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu) yang menekankan pada nomor urut capres dan cawapres nomor urut 1 (satu) tersebut.

(Data 6: Iklan Jokowi JK Pemimpin yang Lahir dari Rakyat)

“Pria : Dapat banyak Pak ikannya?

Nelayan 1 : Ya lumayan Dik.

Pria : Padahal Indonesia memiliki laut yang kaya dan luas pak, seharusnya nelayan kita bisa hidup berkecukupan

Teks di layar (Kondisi : 6,5 juta ton potensi ikan Nasional)

Nelayan 2 : Sekarang ikan segar pun kita harus import.

Teks di layar (Kondisi : 2-3 juta ton ikan dicuri negara lain)

Nelayan 3 : Makanya Dek, sekarang ini kita harus mempunyai pemimpin yang tahu tentang kelautan kita dan tahu bagaimana menjaga potensinya.

Teks di layar (Solusi : memaksimalkan sistem ekspedisi dan logistik nusantara)

Pria : Betul kalau kekayaan laut indonesia bisa dijaga untuk kemakmuran rakyat, saya yakin bangsa ini jadi bangsa yang berdaulat.

Teks di layar (Solusi : Membangun 10 pelabuhan baru)

Narator : Coblos nomor 2 pemimpin yang lahir dari rakyat, Jokowi JK adalah kita.”

Konteks: Percakapan seorang Pria dengan beberapa nelayan

Analisis:

pada iklan ini pasangan nomor urut 2 (dua) dengan judul Iklan “Jokowi JK Pemimpin yang Lahir dari Rakyat” terdapat implikatur konvensional yaitu dengan

menunjukkan kepedulian mereka terhadap aspirasi rakyat indonesia dalam hal ini mengenai aspirasi rakyat yang bermatapencapaian sebagai nelayan dikarenakan latar belakang pasangan capres-cawapres nomor urut 2 (dua) yang sama berasal dari rakyat yang ditunjukan dengan adanya *tag line* atau selogan “pemimpin yang lahir dari rakyat, Jokowi JK adalah kita.” serta terhadap kondisi kelautan indonesia yang harus mengimpor ikan dan harapan terhadap pemertintah yang kompeten dalam bidang kelautan atau kemaritiman.

(Data 7: Iklan Lagu Coblos Jokowi-Kalla)

“Apa yang dibutuhkan indonesia
 Jujur sederhana dan bekerja
 Ayo kawan dukung Jokowi-Kalla
 Bersatu padu coblos nomor 2 (dua)
 Badanya kurus wajah kampungan
 Namun hatinya tulus sinar harapan
 Dengan kerja nyata kau jawab keraguan
 Karna janji-janji sudah membosankan
 Hijrah sederhana apa adanya
 Cerminan sikap dari nuraninya
 Lambang cinta untuk indonesia
 Jokowi adalah kita
 Ratu adil tak usah dicari
 Coba tanyakan di dalam hati
 Rekam jejaknya sudah pasti
 Jawabanya adalah jokowi
 Jika suara rakyat suara tuhan

Suara ini kami amanatkan

Dengan nurani tanpa bayaran

Demi martabat demi kedaulatan

Relawan bergerak dengan sukarela

Bukan berarti tak ada harganya

Justru karna tak ternilai harganya

Takkan ada yang sanggup membayarnya

Sekian lama reformasi hanya utopia

Sekian lama demokrasi tersandara

Pertiwi menangis berdoa

Jokowi jawabanya

Yang lebih penting dari politik, kawan

Adalah kemanusiaan

Guru bangsa mengajarkan

Kita saudara dalam kebinekaan

Setelah pilihan dan kemenangan

Kami akan mundur menarik dukungan

Membentuk barisan parlemen jalanan

Mengawasi amanah kekuasaan

Menang tak jumawa, kalah lapang dada

Siapapun dia presiden indonesia

Salam damai untuk indonesia

Konteks: dukungan berupa nyanyian yang dibawakan oleh Marzuki Mohamad,

Relawan pasangan nomor urut 2 (dua).

Analisis:

Pada iklan pasangan nomor urut 2 tersebut yang berjudul “Lagu Coblos Jokowi-Kalla” merupakan versi *full* dari yang terdapat di televisi. Dalam iklan tersebut terdapat implikatur konvensional mengenai ajakan yang diutarakan si penutur lewat nyayian untuk memilih pasangan nomor urut 2 (dua) tersebut. Mengenai sifat-sifat fisik maupun nonfisik capres dari pasangan nomor urut 2 (dua) tersebut diangkat sebagai sesuatu yang baru karena pada periode-periode sebelumnya hampir semua presiden memiliki latar belakang yang menunjukkan strata sosial yang tinggi baik dalam hal pendidikan, profesi, dan kedudukan di suatu organisasi. Hal tersebut merupakan gambaran atau cerminan masyarakat golongan menengah keatas. Capres dari pasangan nomor urut 2 (dua) dinilai dapat mewakili masyarakat golongan menengah kebawah baik dari sikap dan latar belakang yang dimilikinya.

(Data 8: Iklan Jokowi JK versi Cak Lontong, Denny Candra & Kawan Jokowi (Kawan Bukan Lawan))

Mc Danny : presiden tahun ini siapa ya?

Denny : malah pilih saja yang pandai orasi.

Cak lontong : loh waduh

Denny : *Ora ono isi.*

Cak lontong : kalau saya jelas

Denny : pilih siapa?

Cak lontong : yang pilih kasih

Denny : kok pilih kasih?

Mc Danny: nggak adil itu namanya.

Cak lontong : loh, dia kasih jaminan kesehatan, kasih jaminan pendidikan, yang merubah mental bangsa.

Denny : oh iya bener, tapi siapa?

Cak lontong : loh ini, ini

Mc Danny : mana?

Disaat dia berjalan turun ke lapangan, kayak belusukan

Tersita pandanganku hingga ku terpesona

Siapakah dirinya hatiku ingin tahu..., segera

Siapakah dirinya siapa namanya

Joko Widodo...

Kuingin berkenalan, terimalah salamku

Kuingin bersamanya membawa bangsa ini

Bersama kawan Jokowi

Jokowi dan JK, kami kawan bukan lawan

Optimis bergerak indonesia, indonesia hebat

Mc Danny : udahlah programnya jelas. Jokowi presidennya

Cak lontong : Loh jangan!

Denny : loh kok jangan sih? Katanya suruh pilih Jokowi

Mc Danny : gimana sih cak?

Cak lontong : harus sama JK

Denny : oh iya Jokowi-JK

Mc Danny : Jokowi....

Cak & Denny : JK

Konteks: percakapan antara Mc Danny, Denny Chandra, dan Cak Lontong mengenai siapakah yang menjadi presiden tahun tersebut

Analisis :

Pada iklan pasangan nomor urut 2 (dua) berikut dibuat oleh simpatisan pasangan nomor urut 2 (dua) yang menghadirkan iklan dalam bentuk berupa dialog antar tokoh yang diselingi oleh nyayian yang mengacu pada pasangan nomor urut 2 (dua) yang di bawakan oleh Cak Lontong, Denny Candra dan simpatisan pasangan nomor urut 2 (dua) lainnya. iklan tersebut merupakan salah satu bentuk dukungan kepada capres dari pasangan capres nomor urut 2 (dua) yang di lakukan oleh relawan yang menamakan diri sebagai “Kawan Jokowi” dalam iklan tersebut secara singkat menjelaskan mengenai sosok pemimpin capres dari pasangan nomor 2 (dua) dan kinerja yang dinilai sudah tepat sasaran dan jelas.

3.1.2 Implikatur Konversasional

Implikatur konversasional merupakan implikatur yang diperoleh dari konteks-konteks yang mengelilingi suatu peristiwa kebahasaan.

(Data 1: iklan Prabowo-Hatta dan Peci)

Pada iklan pasangan nomor urut 1 (satu) berjudul “Iklan Prabowo-Hatta dan Peci” berikut ini berbentuk narasi yang dibawakan oleh narator. Iklan ini menjabarkan atau menceritakan mengenai “Peci” sebagai sebuah simbol dan penanda identitas bangsa Indonesia terhadap kepungan politik yang mengangkat wacana mengenai suku, ras, dan agama pada masa pemerintahan kolonial Belanda.

“Peci adalah salah satu yang khas dari bung Karno, Bung Karno lah yang bertekad mengenakan peci sebagai lambang pergerakan. Di sekolah doktor pribumi Stovia pemerintah kolonial belanda punya aturan, siswa *Inlander* atau pribumi tidak boleh memakai pakaian eropa maka para siswa memakai belangkon dan sarung batik jika ia dari Jawa, bagi siswa asal Manado atau Maluku yang biasanya beragama kristen boleh pakai pakaian eropa seperti; pantalon, jas, dasi, dan topi. Dari sejarah ini tampak usaha pemerintah kolonial Belanda untuk mengotak-ngotakan penduduk dari sisi asal-usul, etnis, dan agama. Maka banyak aktivis pergerakan nasional menolak memakai blangkon apalagi umumnya mereka mempunyai semangat kemajuan dan modernisasi. Jadi, penolakan atas kostum tradisi mengandung penolakan terhadap politik kolonial “*divide et impera*” dan penolakan terhadap adat lama, lalu apa gantinya?, memakai topi seperti Belanda-Belanda itu akan terasa menjauhkan diri dari rakyat. Juni 1921, Bung Karno menemukan solusi, bung karno datang dan dia memakai peci. Awalnya Bung Karno ragu, takut ditertawakan tapi ia berkata pada dirinya sendiri “ kalau mau jadi pemimpin, bukan pengikut harus berani memulai sesuatu yang baru”. Waktu itu menjelang rapat mulai hari sudah agak gelap bung karno berhenti sebentar ia berkata pada diri sendiri “ayo maju pakailah pecimu! Tarik napas dalam-dalam dan masuk sekarang kalau bukan sekarang kapan lagi, kalau bukan kita siapa lagi” lalu Bung Karno pun masuk ke ruang rapat, “setiap orang memandang heran padaku, diam seribu bahasa” kata Bung Karno mengenang saat itu. Untuk mengatasi kebekuan suasana Bung Karno bicara “ kita memerlukan suatu lambang daripada keperibadian bangsa indonesia Peci!!!” kata bung karno pula. Peci adalah jati diri bangsa indonesia dan itu asli milik rakyat indonesia. Karena itu kami capres-cawapres Prabowo-Hatta mengenakan peci, jati diri dan kebanggaan indonesia.

Konteks : informasi mengenai asal-usul penggunaan peci oleh Bung Karno sebagai lambang dari pada kepribadian bangsa indonesia di tengah politik “*divide et impera*” atau politik adu domba pada era pemerintahan kolonial belanda

Pada data iklan tersebut ditemukan selogan atau ujaran berikut:

“Untuk mengatasi kebekuan suasana Bung Karno bicara “ kita memerlukan suatu lambang daripada keperibadian bangsa indonesia Peci!!!” kata Bung Karno pula. Peci adalah jati diri bangsa Indonesia dan itu asli milik rakyat indonesia. Karena itu kami capres-cawapres Prabowo-Hatta mengenakan peci, jati diri dan kebanggaan Indonesia”.

Pada ujaran tersebut terdapat implikatur konversasional bahwa sebagai langka politik dalam menjalankan kampanye, iklan tersebut dibuat untuk memperoleh simpati dari calon pemilih karena pada iklan tersebut pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu) memasukan unsur yang penting dan berpengaruh bagi bangsa indonesia yaitu tokoh Ir Soekarno atau Bung Karno yang merupakan tokoh kemerdekaan sekaligus Presiden pertama bangsa indonesia. Pada iklan tersebut “Peci” yang merupakan hasil dari gagasan Bung Karno menjadi sebuah bentuk kongrit (fisik) jati diri bangsa atau sebuah simbol dari sebuah gagasan ideologi dari Bung Karno. Sehingga Ir Soekarno selalu diidentikan dengan peci. “Peci” dalam iklan tersebut merupakan gagasan politik atau tindakan politik yang digunakan oleh Ir Soekarno dalam mengatasi dan menanggulangi politik “*divide et impera*” yang kian berkembang pada masa kolonial Hindia Belanda. pada iklan tersebut pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu) seakan medeklarasikan diri sebagai penerus ataupun tokoh politik yang sejalan dengan gagasan-gagasan Bung Karno.

(Data 2: Iklan Para Tokoh NU dukung Prabowo, untuk Nusa & Bangsa)

Pada iklan pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu) dengan judul iklan “Para Tokoh Nu Dukung Prabowo, untuk Nusa & Bangsa” tersebut berisi tuturan berupa dukungan kepada capres nomor urut 1 (satu) yang diutarakan oleh beberapa tokoh NU (Nadathul Ullama) sebagai berikut:

- (1) “Dengan kemenangan Pak Prabowo, *insyaallah* Indonesia akan menjadi negara *gemah ripah loh jinawi*.” (Kh.Malmoenz Zubair :Ulama NU).

(2) “Pemimpin itu harus berjiwa ksatria untuk menjaga agama dan martabat bangsa *insyaallah* itu ada pada Bapak Prabowo” (Habib Luthfi bin Yahya: pemimpin Thariqah Mu’tabarrah NU).

(3) “Saya, mendukung Prabowo Subianto karena Indonesia saat ini butuh pemimpin yang tegas dan ikhlas untuk mengangkat rakyat dari keterpurukan”.(Moh. Mahfud MD: Tokoh intelektual NU).

Konteks : penyampaian dukungan oleh tokoh-tokoh Ulama NU kepada capres nomor urut 1 (satu) pada pemilu 2014.

Analisis:

Pada data iklan dengan judul “Para Tokoh Nu Dukung Prabowo, untuk Nusa & Bangsa” tersebut terdapat implikatur konversasional yang berupa pendapat penutur pertama (1) yakni Kh. Malmoenz Zubair sebagai berikut “Dengan kemenangan Pak Prabowo, *insyaallah* Indonesia akan menjadi negara *gemah ripah loh jinawi*.”. Dalam kehidupan masyarakat Jawa yang sebagian besar bermatapencaharian sebagai petani konsep negara *gemah ripah loh Jinawai* adalah istilah dalam bahasa jawa yang memiliki arti tentram dan makmur serta sangat subur tanahnya hal tersebut berhubungan juga dengan indonesia yang merupakan negara agraris atau berhubungan dengan pertanian dan perkebunan. sebagai ketua Perhimpunan Tani Indonesia capres nomor urut 1 (satu) tersebut diyakini dapat membawa Indonesia menuju konsep Negara yang *gemah ripah loh jinawi* tersebut. Pada penutur kedua (2) yakni Habib Luthfi bin Yahya mengatakan “Pemimpin itu harus berjiwa ksatria untuk menjaga agama dan martabat bangsa *insyaallah* itu ada pada Bapak Prabowo” pada penutur kedua menyampaikan pendapatnya mengenai bagaimana seorang pemimpin harus

berjiwa kesatria dan menjaga agama serta martabat bangsa bila di kaitkan dengan konteks pendapat yang diutarakan terkait dengan konsep seorang pemimpin yang berdasar pada hukum islam ataupun *Al-Qur'an* sehingga diyakini capres nomor urut 1 (satu) merupakan pemimpin yang sesuai dan pantas. Pada penutur ketiga (3) yakni Moh. Mahfud MD mengemukakan “Saya, mendukung Prabowo Subianto karena Indonesia saat ini butuh pemimpin yang tegas dan ikhlas untuk mengangkat rakyat dari keterpurukan”. Pada pendapat Moh. Mahfud MD tersebut secara tersirat bagaimana sosok capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) digambarkan merupakan sosok yang memiliki ketegasan sekaligus keikhlasan dalam memimpin walau pada dasarnya kedua aspek tersebut sangat berbeda namun merupakan suatu kesatuan. karena memiliki latar belakang sebagai mantan petinggi militer pada masa Orde Baru, sehingga sosok tegas adalah sesuatu hal yang melekat pada sosok capres pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut. Dengan ketegasan dan keikhlasan tersebut penutur menilai sosok capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut dapat memperbaiki keadaan rakyat seperti dengan menindak tegas kasus korupsi, memberantas kemiskinan, memberantas kebodohan, dan lain sebagainya yang merupakan masalah utama keterpurukan bangsa indonesia.

Selain itu secara garis besar ketiga penutur tersebut adalah tokoh-tokoh NU yang memiliki basis pengikut yang banyak ataupun sebagai “wajah” bagi NU. NU sendiri merupakan Organisasi keagamaan yang memiliki basis anggota yang terbilang cukup banyak dan tersebar diberbagai daerah di Indonesia. Dalam kancah politik, NU sendiri tergolong banyak melahirkan tokoh-tokoh politik

maupun Partai Politik yang berideologi NU, sebagai contoh PPP (Partai Persatuan Pembangunan). Pada tahun 2014, PPP beserta beberapa partai politik lainnya bergabung dalam koalisi “Merah Putih” dengan mengusung pasangan nomor urut 1 (satu) yaitu pasangan Prabowo-Hatta sebagai capres-cawapres untuk periode 2014-2019. Sehingga pernyataan ketiga penutur tersebut tidak lain merupakan bentuk dukungan politik PPP dan upaya politik PPP dalam menarik suara dari masa NU maupun umum.

(Data 3: Iklan Prabowo & Hatta - Hary Tanoesoedibjo)

Pada iklan berikut yang berjudul “Prabowo & Hatta – Hary Tanoesoedibjo” berisi pernyataannya untuk mendukung capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) sebagai berikut:

“Sebagai pengusaha terjun kepolitik hanya dengan satu tujuan ikut membangun indonesia menjadi negara maju. Setelah berpikir dalam keyakinan saya mendukung Prabowo Subiyanto. Memiliki sikap tegas, terintegritas, tidak diskriminatif, dan memiliki hati tulus untuk mengabdikan dan membangun bangsa karena bangsa kita membutuhkan solusi. Indonesia hanya bisa maju dibawah kepemimpinan yang tepat di saat yang tepat dan pilihan itu adalah Prabowo Subianto.”

Konteks : Berisi dukungan untuk memilih capres dari pasangan nomor urut 1(satu) yang dituturkan oleh Hary Tanoesoedibjo sebagai penutur.

Analisis

Pada data iklan tersebut yang di tuturkan oleh Hary Tanoesoedibjo selaku penutur utama terdapat implikatur konversasional yang mana diungkapkan oleh penutur yang merupakan seorang pengusaha yang terjun di dunia politik seperti yang diungkapkan “Sebagai pengusaha terjun ke politik hanya dengan satu tujuan

ikut membangun indonesia menjadi negara maju”. Indikator negara maju pada saat ini adalah berapa jumlah perkapita yang diperloh sebuah negara. Dengan latar belakang sebagai seorang pengusaha hal tersebut tidak akan jauh-jauh berhubungan dengan masalah ekonomi dengan naiknya tingkat perekonomian pada tahun 2014 yang sekitar 6%. Penutur melihat sebagai sudut pandang seorang pengusaha bahwa sosok capres pasangan nomor urut 1 (satu) mampu untuk meneruskan dan membawa indonesia menuju negara maju didasari oleh kesamaan pandangan penutur sebagai seorang pengusaha kepada capres nomor urut 1 (satu) tersebut didasari dengan latar belakang yang sama yaitu penguasaha. Selain latar belakang sebagai pengusaha yang berhubungan dengan ekonomi makro, selain itu terdapat latar belakang lain yaitu sebagai ketua asosiasi pedangang pasar tradisional (ekonomi mikro) dan seorang mantan petinggi militer, sehingga capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut dapat mengerti keadaan indonesia saat ini dan solusi dari berbagai bidang sehingga capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut merupakan sosok pemimpin yang tepat disaat yang tepat dalam hal ini dalam bidang ekonomi sesuai dengan latar belakang sang penutur sebagai seorang pengusaha dan anggota dari partai Hanura partai koalisi yang mengusung pasangan nomor urut 1 (satu) tersebut.

(Data 4: Iklan Prabowo ketua IPSI)

“Saya Prabowo Subianto ketua umum Ikatan Pencak Silat Indonesia. Pencak silat merupakan warisan budaya bangsa kita, lahir dari tradisi nenek moyang kita. Untuk menang kita harus memiliki kebersihan hati dan semangat yang kuat, kita harus teguh, kita harus berjiwa ksatria. Saya ucapkan selamat bagi tim pencak silat indonesia yang telah menjadi juara dunia juga menjadi juara asia tenggara, dengan mata setajam garuda

mari membangun ekonomi yang kuat untuk rakyat, kita bersihkan korupsi, mendidik anak-anak muda yang sehat dan cerdas. Kita mampu membuat indonesia kuat, membuat macan asia mengaum kembali dan garuda melayang tinggi. Indonesia harus bangkit, indonesia harus menang.

Konteks : Ucapan selamat Prabowo Subianto selaku ketua umum Ikatan Pencak Silat indonesia atas kemenangan sebagai juara dunia dan juara asia tenggara.

Analisis :

Pada data iklan yang berjudul Iklan “Prabowo ketua IPSI” tersebut terdapat implikatur konversasional hal ini terlihat dari tututan capres pasangan nomor urut 1 (satu). Pada iklan pasangan nomor urut 1(satu) berikut berisi ucapan selamat kepada tim pencak silat indonesia yang telah menjadi juara dunia dan juara asia tenggara (ASEAN). Pada iklan ini walau tidak menyangkut pautkan secara jelas mengenai atribut partai, penayangan iklan tersebut yang betepatan pada hari libur kampanye mengindikasikan iklan tersebut merupakan iklan kampanye terselubung. Hal ini karena terdapat konteks lain dalam tuturan iklan tersebut yaitu adanya janji-janji ataupun ajakan secara persuasif layaknya iklan politik lainnya dibalik konteks utama yaitu pemberian selamat kepada tim pencak silat indonesia oleh Ketua Umum Ikatan Pencak Silat Indonesia.

(Data 5 : Iklan Prabowo Hatta Bohri Rahman)

Pada iklan berjudul “Prabowo Hatta Bohri Rahman” mengangkat mengenai bagaimana perdebatan antara sepasang suami istri mengenai beberapa jumlah anak yang suami dan istri tersebut inginkan. Berikut dialog tersebut:

Suami : gimana kalo 2 (dua)?

Istri : 1(satu) ah!

Suami : aku pingin 2 (dua)

Istri : Hem...

Suami : 2 (dua) aja deh Ma.

Istri : 1 (satu)!

Suami : 2 (dua) ya ma?

Istri : 1 (satu)!

Suami : 2 (dua) aja ma

Istri : 1 (satu)!

Suami : 2 (dua) kan ma?

Istri : 1 (satu)!

Narator : Rencanakan pilihan anda dengan bijak perhatikan visi-misi kandidat Pilpres, tentukan pilihan anda pada Prabowo-Hatta kalau ada nomor 1 (satu) buat apa nomor 2 (dua), 3 (tiga), dan 4 (empat).

Istri : 1(satu) yah

Suami : iya 1 (satu) lagi.

Konteks: perdepatan anantara suami dan istri mengenai jumlah anak.

Analisis:

Pada iklan berjudul “Prabowo-Hatta, Bohri Rahman” secara garis besar merupakan kampanye politik dalam memilih nomor urut pemilihan layaknya iklan-iklan lainnya namun terdapat implikatur konversasional yakni mengenai bagaimana seorang tokoh suami-istri yang berdebat dalam memutuskan jumlah momongan yang diinginkan, sang suami yang menginginkan momongan 2 (dua) dan sang istri yang tetap kukuh menginginkan cukup 1 (satu) momongan saja. Implikatur konversasional yang dihadirkan pada dialog tersebut berhubungan atau berkonteks pada posisi sang istri yang melahirkan dan susahnyanya mengurus

anak bayi apalagi bila berjumlah 2 (dua) atau kembar. Dalam konteks kampanye nomor urut merupakan sebuah atribut yang dapat digunakan dalam berkampanye dengan fungsi sebagai atribut dalam mengingat partai maupun calon tertentu. Dengan begitu iklan tersebut secara implisit mengatakan untuk memilih pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu) sebagai pilihan yang tepat dengan berbagai dampak dan sebab-akibat yang dianalogikan oleh pasangan suami-istri tersebut.

(Data 6: Iklan Jokowi JK Pemimpin yang Lahir dari Rakyat)

Pria : Dapat banyak Pak ikannya?

Nelayan 1 : Ya lumayan Dik.

Pria : Padahal Indonesia memiliki laut yang kaya dan luas pak, seharusnya nelayan kita bisa hidup berkecukupan

Teks di layar (Kondisi : 6,5 juta ton potensi ikan Nasional)

Nelayan 2 : Sekarang ikan segar pun kita harus import.

Teks di layar (Kondisi : 2-3 juta ton ikan dicuri negara lain)

Nelayan 3 : Makanya Dek, sekarang ini kita harus mempunyai pemimpin yang tahu tentang kelautan kita dan tahu bagaimana menjaga potensinya.

Teks di layar (Solusi : memaksimalkan sistem ekspedisi dan logistik nusantara)

Pria : Betul kalau kekayaan laut indonesia bisa dijaga untuk kemakmuran rakyat, saya yakin bangsa ini jadi bangsa yang berdaulat.

Teks di layar (Solusi : Membangun 10 pelabuhan baru)

Narator : Coblos nomor 2 pemimpin yang lahir dari rakyat, Jokowi JK adalah kita.”

Konteks: Percakapan seorang Pria dengan beberapa nelayan tentang keadaan laut saat ini.

Iklan pasangan capres-cawapres nomor urut 2 (dua) dengan judul “Jokowi JK Pemimpin yang Lahir dari Rakyat” tersebut menjelaskan mengenai percakapan seorang pria dengan beberapa nelayan tentang pendapat mereka terhadap kondisi kelautan indonesia yang harus mengimpor ikan dan harapan mereka terhadap pemerintah yang kompeten dari sudut pandang mereka yaitu dalam bidang kelautan atau kemaritiman. Wacana yang dihadirkan pada iklan tersebut adalah mengenai kebijakan maritim indonesia pada periode sebelumnya yaitu indonesia yang merupakan negara maritim dengan luar wilayah laut terluas di dunia serta letak geografis yang strategis diantara samudra pasifik dan samudra hindia sehingga menjadi wilayah bertemunya segala jenis biota laut dengan jumlah yang banyak dengan berbagai potensinya. Relevansi hubungan iklan tersebut adalah dengan luasnya wilayah laut tersebut pemerintah masih belum bisa menjaga daerah perbatasan laut secara maksimal dikarenakan minimnya kapal patroli yang tersedia sehingga mengakibatkan mudahnya kapal-kapal asing mencuri ikan baik dari arah laut cina selatan maupun arah australia memasuki wilayah laut indonesia yang kemudian berimbas pada minimnya jumlah pendapatan negara dari sektor maritim serta hasil tangkapan nelayan yang berimbas terhadap kebijakan mengimpor ikan. Konteks yang dihadirkan pada iklan ini adalah belum maksimalnya kebijakan kelautan pada periode sebelumnya. Sehingga perlu pemimpin yang menegerti dan paham tentang masalah kelautan dan kemaritiman dalam rangka menjaga kestabilan negara dan iklan tersebut mengangkat konteks tersebut sebagai sebuah bentuk janji terhadap agenda kepemimpinan capres-cawapres nomor 2 (dua) bila terpilih.

(Data 7: Iklan Lagu Coblos Jokowi-Kalla)

“Apa yang dibutuhkan indonesia

Jujur sederhana dan bekerja

Ayo kawan dukung Jokowi-Kalla

Bersatu padu coblos nomor 2 (dua)

Badanya kurus wajah kampungan

Namun hatinya tulus sinar harapan

Dengan kerja nyata kau jawab keraguan

Karna janji-janji sudah membosankan

Hijrah sederhana apa adanya

Cerminan sikap dari nuraninya

Lambang cinta untuk indonesia

Jokowi adalah kita

Ratu adil tak usah dicari

Coba tanyakan di dalam hati

Rekam jejaknya sudah pasti

Jawabanya adalah jokowi

Jika suara rakyat suara tuhan

Suara ini kami amanatkan

Dengan nurani tanpa bayaran

Demi martabat demi kedaulatan

Relawan bergerak dengan sukarela

Bukan berarti taka ada harganya

Justru karna tak ternilai harganya

Takkan ada yang sanggup membayarnya

Sekian lama reformasi hanya utopia

Sekian lama demokrasi tersandara

Pertiwi menangis berdoa

Jokowi jawabanya

Yang lebih penting dari politik, kawan

Adalah kemanusiaan

Guru bangsa mengajarkan

Kita saudara dalam kebinekaan

Setelah pilihan dan kemenangan

Kami akan mundur menarik dukungan

Membentuk barisan parlemen jalanan

Mengawasi amanah kekuasaan

Menang tak jumawa, kalah lapang dada

Siapapun dia presiden indonesia

Salam damai untuk indonesia

Konteks: dukungan berupa nyanyian yang dibawakan oleh Marzuki Mohamad, Relawan pasangan nomor urut 2 (dua).

Analisis: Sebagai seorang pekerja seni yang bertempat di Yogyakarta, penutur mengetahui bagaimana keadaan dan situasi yang melanda masyarakat Jawa menengah kebawah. Sebagai seorang putra daerah, capres pasangan nomor urut 2 (dua) merupakan representasi masyarakat Jawa non-priyayi dengan sikap politik yang mencerminkan masyarakat menengah kebawah. Selain itu PDIP yang merupakan Partai yang mengusung capres dari pasangan nomor urut 2 (dua) memiliki basis politik yang besar di Jawa Tengah sejak lama sehingga berpengaruh terhadap pandangan politik masyarakat di Jawa Tengah dan sekitarnya.

(Data 8: Iklan Jokowi JK versi Cak Lontong, Denny Candra & Kawan Jokowi
(Kawan Bukan Lawan))

Mc Danny : presiden tahun ini siapa ya?

Denny : halah pilih saja yang pandai orasi.

Cak lontong : loh waduh

Denny : *Ora ono isi.*

Cak lontong : kalau saya jelas

Denny : pilih siapa?

Cak lontong : yang pilih kasih

Denny : kok pilih kasih?

Mc Danny: nggak adil itu namanya.

Cak lontong : loh, dia kasih jaminan kesehatan, kasih jaminan pendidikan, yang merubah mental bangsa.

Denny : oh iya bener, tapi siapa?

Cak lontong : loh ini, ini

Mc Danny : mana?

Disaat dia berjalan turun ke lapangan, kayak belusukan

Tersita pandanganku hingga ku terpesona

Siapakah dirinya hatiku ingin tahu..., segera

Siapakah dirinya siapa namanya

Joko Widodo

Kuingin berkenalan, terimalah salamku

Kuingin bersamanya membawa bangsa ini

Bersama kawan Jokowi

Jokowi dan JK, kami kawan bukan lawan

Optimis bergerak indonesia, indonesia hebat

Mc Danny : udahlah programnya jelas. Jokowi presidennya

Cak lontong : Loh jangan!
Denny : loh kok jangan sih? Katanya suruh pilih Jokowi
Mc Danny : gimana sih cak?
Cak lontong : harus sama JK
Denny : oh iya Jokowi-JK
Mc Danny : Jokowi....
Cak & Denny : JK

Analisis :

Iklan tersebut memiliki beberapa pesan yang hendak disampaikan yang pertama adalah masyarakat sudah enggan dengan politik yang berisi orasi-orasi yang di plesetkan menjadi “*ora ono isi*” dalam bahasa jawa yang bermakna dalam bahasa indonesia adalah “tidak ada isi” bila dihubungkan dengan konteks percakapan dialog tersebut adalah politisi yang pandai berorasi namun tak ada isinya. Dalam kehidupan masyarakat jawa sering menggunakan “*ora ono isi*” sebagai sebuah ledakan atau sikap skeptis terhadap seseorang yang pandai berbicara namun tak ada kandungan makna atau informasi dalam percakapan, bila dianalogikan seperti halnya “tong kosong nyaring bunyinya”.

Pesan yang kedua pada iklan tersebut adalah mengenai belusukan yang sering dilakukan oleh capres nomor urut 2 (dua) tersebut baik pada saat masih menagani dalam pemerintahan daerah atau pada saat menangani ibu kota jakarta yang kemudian diteruskan sebagai ciri khas capres nomor urut 2 (dua) tersebut. banyaknya simpatisan jokowi dari berbagai kalangan baik dari kalangan artis sampai masyarakat biasa yang bersatu dalam gerakan simpatisan yang dinamakan

kawan jokowi yang selalu mendukung program-program jokowi seperti blusukan, kartu indonesia sehat, kartu indonesia pintar, dan revolusi mental yang selalu digadang-gadangkan. serta menegaskan posisi simpatisan sebagai kawan jokowi serta memilih Jokowi-JK sebagai satu paket dan JK bukan sebagai pelengkap.

3.2 Pelanggaran Prinsip Kerjasama pada Iklan Politik Capres-Cawapres Tahun 2014

Dalam iklan politik capres-cawapres ditemukan beberapa bentuk pelanggaran pada prinsip kerja sama. Bentuk pelanggaran pada prinsip kerja sama yang ditemukan adalah maksim kuantitas, maksim kualitas, maksim hubungan dan maksim pelaksanaan. Berikut akan dijelaskan lebih rinci bentuk pelanggaran prinsip kerja sama dalam iklan capres-cawapres tahun 2014 tersebut.

3.2.1 Pelanggaran Maksim Kuantitas

Maksim kuantitas menghendaki setiap peserta pertuturan untuk memberikan kontribusi yang secukupnya atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawan bicaranya. Tetapi dalam informasi yang dituturkan oleh penutur terdapat pelanggaran pada maksim ini. Pelanggaran maksim kuantitas dalam iklan tersebut adalah memberikan sumbangan informasi melebihi yang dibutuhkan.

Sumbangan Informasi Melebihi yang Dibutuhkan

Pelanggaran maksim kuantitas dalam iklan capres-cawapres artinya si penutur memberikan informasi yang berlebihan dari yang dibutuhkan oleh lawan tutur. Informasi yang diberikan si penutur benar tapi berlebihan. Berikut ini data pelanggaran maksim kuantitas.

Data (1)

Juni 1921, Bung Karno menemukan solusi, bung karno datang dan dia memakai peci. *Awalnya Bung Karno ragu, takut ditertawakan tapi ia berkata pada dirinya sendiri “ kalau mau jadi pemimpin, bukan pengikut harus berani memulai sesuatu yang baru”.*

Pada data (1) penutur yaitu narator telah melanggar prinsip kerjasama yaitu dengan memberikan informasi yang berlebihan “Awalnya Bung Karno ragu, takut ditertawakan tapi ia berkata pada dirinya sendiri “ kalau mau jadi pemimpin, bukan pengikut harus berani memulai sesuatu yang baru”.”. informasi yang diberikan terlalu berlebihan menyangkut situasi emosional seorang tokoh. Narator secara tidak kooperatif telah melanggar batasan sebagai seorang penutur karena telah memberikan informasi yang melebihi kebutuhan. Hal tersebut dilakukan oleh penutur untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya dalam meyakinkan lawan tutur dalam konteks ini calon pemilih walupun informasi yang diberikan melebihi kebutuhan.

Data (2)

Waktu itu menjelang rapat mulai hari sudah agak gelap bung karno berhenti sebentar ia berkata pada diri sendiri “ayo maju pakailah pecimu! Tarik napas dalam-dalam dan masuk sekarang kalau bukan sekarang kapan lagi, kalau bukan kita siapa lagi” lalu Bung Karno pun masuk ke ruang rapat, *“setiap orang memandang heran padaku, diam seribu bahasa” kata Bung Karno mengenang saat itu.* Untuk mengatasi kebekuan suasana Bung Karno bicara “ kita memerlukan suatu lambang daripada keperibadian bangsa indonesia Peci!!!” kata bung karno pula. Peci adalah jati diri bangsa indonesia dan itu asli milik rakyat indonesia. Karena itu kami capres-cawapres Prabowo-Hatta mengenakan peci, jati diri dan kebanggaan indonesia.

Pada tuturan Narator dalam data (2) hampir sama dengan data sebelumnya yakni penutur tidak kooperatif dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan seperti yang diperoleh dalam data (2) penutur memberikan informasi-informasi yang berlebih dengan mengangkat situasi emosional kedalam tuturannya walupun

dengan maksud memberikan sebanyak-banyaknya informasi mengenai Tokoh bung karno dan peci yang menjadi bahan atau isi dalam tuturan narator sebagai penutur. Dalam data (1) dan Data (2) penutur hendak memberitahukan bagaimana sikap seorang pemimpin yakni bung karno dalam mengatasi masalah namun agaknya berlebihan dalam penggambarannya. Hal ini dilakukan guna mendapatkan suara dalam pemilihan capres-cawapres yang dilakukan oleh pasangan capres-cawapres nomor urut 1 (satu).

3.2.2 Pelanggaran Maksim Kualitas

Pada maksim kualitas menghendaki setiap peserta pertuturan mengatakan hal yang sebenarnya. Tetapi dalam tuturan bentuk pelanggaran pada maksim ini. Pelanggaran maksim kualitas dalam iklan capres-cawapres pada tahun 2014 adalah sumbangan informasi bukti kebenarannya kurang meyakinkan.

Sumbangan Informasi Bukti Kebenaran Kurang Meyakinkan

Pelanggaran maksim kualitas bersifat bukti kebenarannya kurang meyakinkan artinya memberikan informasi yang salah dan tidak masuk akal karena tidak memiliki bukti kebenaran yang meyakinkan. Informasi yang diberikan masih perlu dibuktikan lagi kebenarannya.

Data (3)

*Awalnya Bung Karno ragu, takut ditertawakan tapi ia berkata pada dirinya sendiri “ kalau mau jadi pemimpin, bukan pengikut harus berani memulai sesuatu yang baru”. Waktu itu menjelang rapat mulai hari sudah agak gelap **bung karno berhenti sebentar ia berkata pada diri sendiri “ayo maju pakailah pecimu! Tarik napas dalam-dalam dan masuk sekarang kalau bukan sekarang kapan lagi, kalau bukan kita siapa lagi”** lalu Bung Karno pun masuk ke ruang rapat, **“setiap orang memandang heran padaku, diam seribu bahasa” kata Bung Karno mengenang saat itu.** Untuk mengatasi kebekuan suasana Bung Karno*

bicara “ kita memerlukan suatu lambang daripada keperibadian bangsa indonesia Peci!!!”

Pada data (3) penutur memberi kontribusi yang agaknya kurang meyakinkan dengan memberikan tuturan yang bukti kebenarannya kurang meyakinkan artinya memberikan informasi yang salah dan tidak masuk akal karena tidak memiliki bukti kebenaran yang meyakinkan. Informasi yang diberikan masih perlu dibuktikan lagi kebenarannya. Pada data (3) penutur menuturkan hal yang sama dengan data (1) dan data (2) mengenai kondisi emosional yang bersifat abstrak (nonfisik) yang bisa jadi merupakan suatu rekaan dan belum diketahui kebenarannya.

3.2.3 Pelanggaran Maksim Hubungan

Pada maksim hubungan menghendaki setiap peserta pertuturan memberikan kontribusi yang relevan dengan masalah pembicaraannya. Tetapi dalam iklan politik capres-cawapres pada tahun 2014 ditemukan beberapa bentuk pelanggaran pada maksim ini, yang artinya terdapat tuturan-tuturan yang tidak relevan.

Data (4)

Untuk menang kita harus memiliki kebersihan hati dan semangat yang kuat, kita harus teguh, kita harus berjiwa ksatria. ***Saya ucapkan selamat bagi tim pencak silat indonesia yang telah menjadi juara dunia juga menjadi juara asia tenggara, dengan mata setajam garuda mari membangun ekonomi yang kuat untuk rakyat, kita bersihkan korupsi, mendidik anak-anak muda yang sehat dan cerdas. Kita mampu membuat indonesia kuat, membuat macan asia mengaum kembali dan garuda melayang tinggi. Indonesia harus bangkit, indonesia harus menang***”.

Pada data (4) penutur sekaligus capres dari pasangan nomor urut 1 (satu) memberikan kontribusi yang melanggar maksim hubungan karena penutur

menuturkan tuturan yang tak berkaitan dengan tuturan pada kalimat sebelumnya yang berupa pemberian selamat dan beralih ketuturan ajakan. Pelanggaran maksim hubungan tersebut dilakukan dalam rangka untuk memperoleh suara dalam pemilihan capres dan cawapres pada tahun 2014.

3.2.4 Pelanggaran Maksim Pelaksanaan

Pada maksim pelaksanaan menghendaki setiap peserta pertuturan memberikan kontribusi secara langsung, tidak kabur, tidak taksa, tidak bermakna ambigu, serta runtut. Tetapi dalam iklan capres dan cawapres tahun 2014 ditemukan bentuk pelanggaran pada maksim ini.

Data (5)

“Sebagai pengusaha terjun kepolitik hanya dengan satu tujuan ikut membangun indonesia menjadi negara maju. *Setelah berpikir dalam keyakinan saya mendukung Prabowo Subiyanto.* Memiliki sikap tegas, terintegritas, tidak diskriminatif, dan memiliki hati tulus untuk mengabdikan dan membangun bangsa karena bangsa kita membutuhkan solusi. *Indonesia hanya bisa maju dibawah kepemimpinan yang tepat di saat yang tepat* dan pilihan itu adalah Prabowo Subianto.”

Pada data (5) penutur memberikan kontribusi yang melanggar maksim pelaksanaan karena dalam tuturan tersebut terdapat tuturan yang bersifat ambigu yakni “setelah berpikir dalam keyakinan saya mendukung Prabowo Subianto”. Hal mengenai “keyakinan” sangat ambigu karena berhubungan dengan SARA. Selain itu selogan “Indonesia hanya bisa maju dibawah kepemimpinan yang tepat di saat yang tepat” agaknya sedikit membingungkan karena kaburnya penanda yang menunjukkan keterangan waktu seperti “sekarang, dulu, saat ini” dan lain sebagainya.

Data (6)

“Pria : Dapat banyak Pak ikannya?”

Nelayan 1 : ***Ya lumayan Dik.***

Pria : Padahal Indonesia memiliki laut yang kaya dan luas pak, seharusnya nelayan kita bisa hidup berkecukupan

Pada Data (6) tuturan Pria mengenai berapa jumlah ikan yang diperoleh oleh nelayan tersebut yang dijawab ”Ya lumayan Dik.” Pada data (6) tersebut jawaban yang dituturkan oleh Nelayan 1 merupakan sebuah jawaban atau kontribusi yang bersifat ambigu atau kabur.

Data (7)

Denny : pilih siapa?

Cak lontong : ***yang pilih kasih***

Denny : kok pilih kasih

Mc Danny : nggak adil itu namanya.

Cak lontong :loh, dia kasih jaminan kesehatan, kasih jaminan pendidikan, yang merubah mental bangsa.

Pada data (7) Cak lontong memberikan kontribusi tuturan yang kabur dan ambigu bagi rekan-rekannya. pelanggaran Maksim pelaksanaan dilakukan Cak lontong untuk memberikan kesan lucu.