

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa digunakan oleh individu untuk menyampaikan informasi, baik berupa ide, harapan, kritikan maupun opini untuk membentuk suatu wacana tertentu di dalam masyarakat. Proses penggunaan bahasa dalam berkomunikasi tersebut memungkinkan seseorang atau sekelompok orang menerima informasi bahkan membangun persepsi terhadap suatu hal. Penggunaan bahasa dalam bertutur atau berkomunikasi memainkan peranan yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat dan berbudaya. Dengan bertutur manusia dapat berhubungan antara manusia satu dengan yang lain, sehingga memungkinkan dirinya hidup bersama dalam berbagai tatanan masyarakat.

Pidato merupakan salah satu bentuk kegiatan bertutur. Melalui pidato, seseorang dapat menyebarluaskan idenya, dapat menanamkan pengaruhnya bahkan dapat memberikan arahan berpikir yang baik dan sistematis. Seseorang yang berpidato dengan baik akan mampu meyakinkan pendengarnya untuk menerima dan mematuhi pikiran, informasi dan gagasan atau pesan yang disampaikan.

Di lain hal, pidato menunjukkan upaya pemerolehan kekuasaan dari seseorang kepada orang lain baik secara tersurat maupun tersirat. Pidato harus dipahami secara utuh sehingga diketahui kepentingan yang disampaikan oleh pidato tersebut. Seringkali pendengarnya terlalu terpukau dengan pidato tersebut

sehingga tidak tahu bahwa ia sedang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung.

Bahasa yang digunakan pembicara pada saat berpidato adalah bahasa yang dapat dipahami dengan mudah oleh pendengar. Namun sering dijumpai pada saat pembicara berpidato, pendengar merasa tidak tertarik bahkan pidato sering dianggap kegiatan seremonial yang membuang-buang waktu. Padahal seseorang yang berpidato dapat dipastikan ingin menyampaikan pesan-pesannya kepada pendengar. Beberapa kemungkinan penyebab pendengar merasa tidak tertarik dengan pidato pembicara, misalnya; pembicara hanya membaca teks pidato dengan nada datar, gerak tubuh yang tidak dapat menarik perhatian pendengar, monoton, dan penggunaan bahasa, khususnya pilihan kata dan kalimat yang tidak tepat sehingga menimbulkan kerancuan makna.

Pidato sangat terasa penggunaannya di saat kampanye politik, baik kampanye legislatif hingga kampanye pemilihan presiden. Pidato mampu memberi kontribusi besar dalam strategi kampanye politik. Selama terlibat dalam politik, memberikan pidato merupakan hal yang tak terhindarkan. Tujuan dari setiap pidato saat kampanye politik adalah mempengaruhi, mendebat dan memperoleh simpati dari masyarakat.

Kampanye politik merupakan hal yang sering ditemukan dalam proses pertarungan politik di suatu negara. Melalui kampanye tersebut, aktor politik dengan leluasa mencari seluruh segmen pemilih untuk mendapatkan dukungan. Setiap kandidat berhak melakukan kampanye sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kampanye adalah 1) gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dsb); 2) kegiatan yg dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yg bersaing memperebutkan kedudukan di parlemen dsb untuk mendapat dukungan massa pemilih di suatu pemungutan suara.

Adapun dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, menurut UU No. 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden,

Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut Kampanye, adalah kegiatan untuk meyakinkan para Pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Pasangan Calon.

Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2014 (disingkat Pilpres 2014) dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2014 untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden Indonesia untuk masa bakti 2014-2019. Pemilihan umum ini diikuti oleh dua pasang calon Presiden dan Wakil Presiden yaitu Prabowo Subianto, mantan Panglima Kostrad yang berpasangan dengan Hatta Rajasa, mantan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian 2009 - 2014, serta Joko Widodo, Gubernur DKI Jakarta yang berpasangan dengan Jusuf Kalla, mantan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004-2009.

Penelitian ini difokuskan kepada calon presiden Joko Widodo atau yang akrab dipanggil dengan Jokowi. Calon presiden ini dipilih sebagai fokus penelitian karena memiliki wacana persuasif melalui gaya komunikasi khususnya berpidato yang sederhana dan merakyat, tidak menggunakan bahasa terlalu tinggi sehingga mudah dipahami oleh semua kalangan dan mampu mencuri dukungan

dari masyarakat. Disisi lain, Jokowi terkenal dengan kampanye *blusukan* sebagai bentuk tinjauan langsung terhadap masalah-masalah yang ada di lapangan atau masyarakat.

Menurut Lukmantoro (dalam www.jpnn.com, 2014), pakar komunikasi politik Universitas Diponegoro, menyatakan bahwa,

"Gaya komunikasi dan pidato Jokowi tidak meledak-ledak, tidak emosional, dan menggunakan bahasa sehari-hari, sederhana dan biasa digunakan banyak orang. Jokowi jauh lebih orisinal ketimbang Prabowo, karena tidak menjiplak gaya berpidato atau berbicara siapa pun. Jokowi menjadi dirinya sendiri."

Gaya dan cara komunikasi Jokowi yang menggunakan bahasa lebih sederhana dan merakyat, menjadi jauh lebih disukai. Sebab, masyarakat menjadi semakin memahami pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh Jokowi. Dari sisi fisik, mungkin Jokowi terlihat biasa dibandingkan dengan lawannya. Nada bicara yang disampaikan pun biasa. Namun, topik yang dibahas oleh Jokowi adalah masalah-masalah konkret, masalah sehari-hari yang dialami masyarakat. Misalnya, Jokowi membahas masalah pedagang di pasar dengan bahasa yang sederhana.

Penggunaan bahasa yang sederhana dalam setiap pidato kampanye Jokowi membuat masyarakat menaruh harapan besar kepada Jokowi dan mendukung Jokowi sebagai presiden 2014-2019. Hal ini menarik untuk diteliti karena dengan penggunaan bahasa pidato yang sederhana oleh seseorang yang melakukan kampanye mampu membius perhatian masyarakat untuk memilihnya.

Pernyataan seseorang yang sedang melakukan kampanye selalu bernilai di mata publik, apakah untuk dipuji atau pun dikritik. Hal tersebut merepresentasikan bukan saja siapa dirinya, tetapi juga bagaimana kebijakan nasional dalam bidang politik, ekonomi, hankam, ideologis, dan sosial budaya kabinet pemerintahannya yang akan dibangunnya. Pernyataan seorang calon presiden misalnya, selalu menimbulkan pengaruh, setidaknya perhatian publik. Pernyataan-pernyataan tersebut yang dikomunikasikan melalui pidato, bernilai amat strategis-politis sebab lewat itulah bisa dibangun citra diri serbapositif dan bisa juga dimanfaatkan untuk mencitrakan para pesaingnya secara serbanegatif.

Namun di lain hal, penggunaan bahasa yang dituturkan Jokowi tidak lagi dimengerti sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan atau menjelaskan fenomena natural atau sosial lewat artikulasi kebahasaan, tetapi dimengerti sebagai sarana untuk memproduksi dan mereproduksi makna oleh subjek atas kepentingan tertentu. Pemahaman ini didasarkan kenyataan bahwa makna dalam wacana tidak pernah netral dari kepentingan subjek. Wacana selalu bermuatan makna sesuai dengan “kemauan” subjek walaupun dalam proses pembentukannya, subjek tidak senantiasa menyadari sepenuhnya atau tidak dalam pengendalian mutlak atas apa yang mereka lakukan.

Sebagaimana dikatakan oleh Foucault (dalam Eriyanto, 2003), “Apa yang bermakna dari sesuatu yang dikatakan orang tidaklah senantiasa tergantung dari apa yang menyistematiskan mereka sejak semula”. Oleh karena itu, wacana merupakan kaitan yang rumit antara tanda-tanda dan praktik yang pada gilirannya, mengatur eksistensi dan reproduksi sosial.

Wacana juga bisa memberikan perbedaan-perbedaan substansial terhadap individu-individu sebagai anggota suatu kelompok, kelas sosial, atau himpunan-himpunan sosial lainnya. Bahkan, wacana bisa berperan sebagai perantara bagi pembentukan rasa kebersamaan sesama anggota dan rasa berbeda dengan kelompok lain. Dalam wacana politik, “kemauan” subjek pada wacana ini lebih terasa. Produksi dan reproduksi makna dalam wacana politik ditentukan oleh kuasa-kuasa yang bermain dalam kehidupan politik pada masanya.

Dalam hal strategi komunikasi politik yang dijalankan, Jokowi patut mendapat acungan jempol. Kedekatannya dengan rakyat membuat ia dapat mengkomunikasikan segala kebijakannya yang akan dibangun dengan mudah. Namun, hal ini tidak terlepas dari sorotan media massa yang makin melambungkan citra Jokowi. Media massa berperan penting dalam menciptakan citra bahkan karakter merakyat dari seorang Jokowi. Segala bentuk pemberitaan positif tentang Jokowi, kebiasaan *blusukan* serta cara berbicaranya tak henti-hentinya diberitakan demi menarik simpati masyarakat khususnya dalam perpolitikan Indonesia. Hal ini yang menyebabkan Jokowi mempunyai tempat tersendiri di hati masyarakat baik dari masyarakat kelas bawah hingga kelas atas.

Analisis wacana kritis memandang bahasa sebagai suatu bentuk praktik sosial. Kajian analisis wacana kritis berusaha untuk membuat manusia sadar akan pengaruh timbal balik antara bahasa dan struktur sosial yang dalam kehidupan nyata sering tidak disadari. Analisis wacana kritis lebih mengutamakan pembahasan pada tujuan politis dalam bentuk teks, proses memproduksi teks, dan proses memahami struktur kekuasaan yang muncul dari teks tersebut.

Bedasarkan paparan di atas, penelitian ini menarik untuk dilakukan dengan menganalisis pidato kampanye Jokowi sebagai strategi penggunaan wacana persuasif. Dengan kajian ini peneliti berusaha memperoleh profil kebahasaan wacana pidato politik Jokowi dalam tataran struktur mikro. Selain itu, struktur makro yang lebih melibatkan konteks, proses produksi, dan kebermaknaan juga dianalisis, dengan pertimbangan bahwa pada kenyataannya sosok wacana persuasif tidak hanya terdiri dari aspek kebahasaan, tetapi juga bagaimana proses pemunculannya dan makna apa yang ada dibalikinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan penelitian ini berpusat pada

1. Bagaimanakah analisis tekstual wacana persuasif pidato Jokowi pada kampanye PILPRES 2014?
2. Bagaimanakah analisis kognisi sosial wacana persuasif pidato Jokowi pada kampanye PILPRES 2014?
3. Bagaimanakah analisis konteks sosial wacana persuasif pidato Jokowi pada kampanye PILPRES 2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan tersebut, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan analisis tekstual wacana persuasif pidato Jokowi pada kampanye PILPRES 2014
2. Mendeskripsikan analisis kognisi sosial wacana persuasif pidato Jokowi pada kampanye PILPRES 2014
3. Mendeskripsikan analisis konteks sosial wacana persuasif pidato Jokowi pada kampanye PILPRES 2014

1.4 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini hanya dibatasi pada analisis pidato kampanye Jokowi pada pemilu presiden tahun 2014. Pidato yang dipilih adalah pidato kampanye baik yang dihadiri langsung oleh masyarakat kecil dan kampanye yang dihadiri oleh kalangan pengusaha dan partai koalisi. Sumber data yang didapatkan untuk diteliti adalah melalui *youtube*. Jadi, peneliti tidak akan meneliti selain dari *youtube*, dan hanya akan meneliti pidato kampanye Jokowi pada pemilu presiden tahun 2014 saja. Peneliti memilih permasalahan ini dengan tinjauan Analisis Wacana Kritis. Dalam menganalisis peristiwa ini, peneliti mempertimbangkan aspek-aspek yang melatarbelakanginya baik dari segi teks maupun konteks.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat penelitian teoritis dan praktis. Penelitian ini diharapkan mampu secara teoritis memberikan sumbangsih dalam perkembangan ilmu linguistik di Indonesia, dalam hal analisis wacana kritis sehingga dapat dijadikan acuan bagi penelitian sejenis selanjutnya.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi masyarakat Indonesia untuk mengetahui strategi politik penggunaan bahasa pidato yang dilakukan oleh Jokowi saat masa kampanye PILPRES 2014. Selain itu, penelitian juga diharapkan memberikan sudut pandang berbeda kepada masyarakat Indonesia terkait pemimpin Indonesia, khususnya Jokowi.

1.6 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai analisis wacana kritis pidato kampanye Jokowi pada PILPRES 2014 belum pernah diteliti sebelumnya, akan tetapi ada beberapa referensi penelitian serupa yang memiliki judul bahasan yang hampir sama dengan penelitian ini, diantaranya:

Mandarani (2009) meneliti tentang “Pencitraan Joko Widodo dan Fauzi Bowo dalam Media Harian *Kompas* pada Pilkada DKI Jakarta 2012”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ideologi wacana yang dibangun media harian *Kompas* menyajikan tema sosok dan strategi kampanye yang menggambarkan citra positif kedua calon gubernur. Wacana yang dibangun mengenai Joko Widodo mengarah kepada sosok yang rendah hati, suka terjun ke lapangan sehingga lebih dekat dengan rakyat sedangkan wacana yang dibangun mengenai Fauzi Bowo mengarah kepada sosok yang telah lama terjun di dunia politik,

sangat mengerti dengan keadaan Jakarta dan berpendidikan tinggi. Ideologi yang dibangun antara keduanya menghasilkan wacana yang berimbang mengenai kedua calon gubernur.

Penelitian tentang analisis wacana kritis yang lain pernah dilakukan oleh Wolly (2006) dengan judul “Analisis Wacana Kritis Pidato Soekarno 17 Agustus 1959”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna-makna yang tersirat dari pidato tersebut adalah pencitraan diri Soekarno sebagai pemimpin karismatik yang berdedikasi dan mencintai persatuan bangsa. Pidato Soekarno dapat membangun ranah kekuasaan semakin kuat. Namun di lain sisi, pidato tersebut dapat menimbulkan adanya pembelokan *non-alignment* dan kelemahan action plan bidang ekonomi yang mengakibatkan sebagian besar kekayaan Indonesia dijual kepada pihak asing.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya di atas mengenai harian *Kompas* dan Pidato Soekarno adalah penelitian ini menggunakan pidato yang disampaikan Jokowi sedangkan Mandarani lebih menekankan pada teks berita yang di buat oleh harian *Kompas* untuk menampilkan citra positif diantara Jokowi dan Fauzi Bowo. Penelitian ini menggunakan beberapa pidato kampanye Jokowi sebagai data, sedangkan Wolly menggunakan satu pidato Presiden Soekarno untuk dianalisis. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan teori Teun A. Van Dijk sebagai pisau analisis wacana yang ada.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Wacana Persuasif

Persuasi diambil dari istilah bahasa Inggris *persuasion*, yang berarti ‘bujukan atau rayuan’. Ada beberapa pendapat mengenai definisi persuasi. Menurut Sunarjo (1983:30), “persuasi merupakan suatu teknik mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis dari komunikasi yang hendak dipengaruhi”. Salah satu bentuk persuasi adalah penggunaan pengetahuan bahwa manusia dalam berhadapan dengan setiap usul atau ide baru selalu akan memperhitungkan terlebih dahulu apakah untung ruginya. Bentuk-bentuk persuasi yang dikenal oleh masyarakat adalah iklan, kampanye, propaganda dan sebagainya. Bentuk-bentuk persuasi itu biasanya menggunakan pendekatan emotif, yaitu berusaha membangkitkan dan merangsang perasaan khalayak.

Sebagaimana dikatakan oleh Keraf (dalam Sunarjo, 1983), persuasi tidak mengambil bentuk paksaan atau kekerasan terhadap orang yang menerima persuasi. Oleh sebab itu wacana persuasi memerlukan upaya-upaya tertentu untuk merangsang orang mengambil keputusan sesuai dengan keinginannya. Upaya yang biasa digunakan adalah menyodorkan bukti-bukti, walaupun tidak setegas seperti yang dilakukan dalam argumentasi. Bentuk-bentuk persuasi yang dikenal umum adalah propaganda yang dilakukan oleh golongan-golongan atau badan-badan tertentu, iklan-iklan dalam surat kabar, majalah, atau media masa lainnya selebaran-selebaran, kampanye lisan, dan sebagainya. Semua bentuk persuasi tersebut biasanya mempergunakan pendekatan emotif, yaitu berusaha

membangkitkan dan merangsang emosi para pembaca persuasi yang bertujuan untuk mengubah pikiran orang lain. Ia berusaha agar orang lain dapat menerima dan melakukan sesuatu yang kita inginkan. Untuk menerima atau melakukan sesuatu yang kita inginkan, perlu diciptakan sesuatu dasar yaitu dasar kepercayaan. Persuasi itu sendiri adalah suatu usaha untuk menciptakan kesesuaian kesepakatan melalui kepercayaan. Orang yang menerima persuasi akan turut puas dan gembira karena ia tidak menerima keputusan itu berdasarkan ancaman

Dari beberapa pengertian wacana persuasi tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud wacana persuasi adalah suatu bentuk wacana yang berusaha membujuk atau meyakinkan orang lain atau para pembaca, agar melakukan sesuatu sesuai dengan yang dikehendaki oleh pembuat wacana tersebut.

1.7.2 Analisis Wacana Teun A. van Dijk

Analisis wacana van Dijk melihat penelitian analisis wacana tidak hanya didasarkan pada analisis atas teks semata. Selain daripada teks, perlu dilihat pula bagaimana suatu teks diproduksi, sehingga dapat diketahui bagaimana teks bisa seperti itu. Model yang sering digunakan dalam penelitian adalah model analisis wacana van Dijk. Hal ini dikarenakan model van Dijk adalah model paling lengkap karena mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga dapat digunakan secara praktis. Model van Dijk ini sering disebut sebagai kognisi sosial.

Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi/bangunan: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti dari model ini adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Analisis model

van Dijk melihat bagaimana struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu.

Dimensi teks meneliti bagaimana struktur teks serta strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan tema tertentu. Sedangkan tahap kognisi sosial diteliti terkait proses produksi teks yang melibatkan kognisi individu dari penyampai pesan. Sedangkan aspek ketiga yakni mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu persoalan.

Model analisis van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Model Analisis Wacana van Dijk



Struktur/elemen wacana yang dikemukakan Van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut.

1. Teks

Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia membaginya ke dalam tiga tingkatan. *Pertama*, struktur makro. Ini merupakan makna *global*/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang ditonjolkan dalam suatu teks pidato. *Kedua*, superstruktur. Ini merupakan struktur wacana

yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun kedalam pidato secara utuh. *Ketiga*, struktur mikro. Adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase, dan gambar. Berikut adalah gambaran struktur analisis van Dijk:

Tabel 1. Struktur Analisis van Dijk

<p>Struktur Makro</p> <p>Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks.</p>
<p>Superstruktur</p> <p>Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.</p>
<p>Struktur Mikro</p> <p>Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks.</p>

Sedangkan struktur/elemen wacana yang dikemukakan van Dijk dapat digambarkan sebagai berikut.

Tabel 2. Elemen Analisis Wacana van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik (apa yang dikatakan). Tema atau topik ini berupa hal yang diutamakan dalam suatu pidato.	Topik
Superstruktur	Skematik (bagaimana pendapat disusun dan dirangkai). Bagian dan urutan	Skema

yang disusun dalam teks pidato secara utuh.

Struktur Mikro	Semantik (makna yang ingin ditekankan dalam pidato). Misalnya memberikan detil di satu sisi, serta eksplisit atau mengurangi detil disisi yang lain.	Latar, detail, maksud, praanggapan
Struktur Mikro	Sintaksis (bagaimana pendapat disampaikan). Dengan kata lain bagaimana bentuk dan susunan kalimat dipilih.	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur Mikro	Stilistik (pilihan kata apa yang dipakai dalam suatu teks pidato).	Leksikon
Struktur Mikro	Retoris (bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan).	Grafis, Metafora Ekspresi

a. Tematik

Kategori elemen tematik menunjukkan gambaran umum dari suatu teks. Gagasan ini disebut juga sari atau inti ataupun ringkasan dari teks utama. Van Dijk menyebut topik ini sebagai properti dari arti atau isi teks. *Mainwords* atau topik penting dalam teks memiliki peran sentral. Karena tidak mungkin dapat memahami teks secara global tanpa topik utama tersebut. Tanpa topik utama, kita hanya dapat memahami fragmen lokal teks, dan tidak merupakan pemahaman secara keseluruhan, baik hierarki maupun organisasi.

Dalam hal ini, suatu topik akan didukung oleh subtopik satu dan subtopik lain agar terbentuk satu topik umum. Kemudian subtopik juga didukung oleh

serangkaian fakta yang disuguhkan untuk menggambarkan subtopik lainnya. Ketika masing-masing subtopik sudah saling menguatkan maka teks secara keseluruhan membentuk teks yang koheren dan komprehensif.

b. Skematik

Elemen selanjutnya dalam teks atau wacana biasanya mempunyai skema atau kerangka dan alur dari awal hingga akhir. Dalam alur tersebut akan digambarkan bagian-bagian ataupun pola-pola dari teks yang disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti atau makna. Susunan ini juga menentukan suatu sudut pandang daripada teks itu sendiri.

Menurut van Dijk, ada arti penting dalam elemen skematik ini yaitu strategi komunikator untuk mendukung suatu topik atau isu tertentu dengan alur atau urutan tertentu pula. Karena skematik memberi tekanan pada titik mana yang mesti didahulukan dan bagian mana yang disembunyikan atau dikemukakan secara eksplisit saja. Upaya menyembunyikan dilakukan dengan menempatkan bagian akhir yang kurang menonjol.

Terkait susunan teks tersebut bisa disebut *story* yakni isi pidato secara keseluruhan. Isi pidato ini juga mempunyai dua subkategori. Pertama, berisi situasi yakni proses atau jalan terjadinya peristiwa, sedangkan yang kedua merupakan komentar yang ditampilkan dalam suatu teks. Subkategori situasi yakni suatu teks yang menggambarkan kisah suatu peristiwa pada umumnya terdiri dari dua bagian. Pertama kisah utama dari peristiwa tersebut. Kedua, latar untuk mendukung episode yang disuguhkan.

Selanjutnya subkategori komentar yakni suatu subkategori yang menggambarkan bagaimana pihak-pihak yang terlibat memberikan komentar atas suatu peristiwa terdiri dari dua bagian. Yang pertama, reaksi atau komentar verbal dari tokoh yang dikutip komunikator. Kedua, kesimpulan yang diambil oleh komunikator dari komentar beberapa tokoh untuk mengungkapkan gambaran suatu teks dari sudut pandang tokoh tersebut.

c. Semantik (Latar, Detil, Maksud, Pra-Anggapan)

Semantik dalam skema van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal (local meaning), yakni makna yang muncul dari hubungan antarkalimat, hubungan antarproposisi, yang membangun makna tertentu dari suatu teks. Analisis wacana memusatkan perhatian pada dimensi teks, seperti makna yang eksplisit maupun implisit.

Latar merupakan bagian pidato yang dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan. Latar yang dipilih menentukan ke arah mana pandangan masyarakat hendak dibawa. Latar umumnya ditampilkan di awal sebelum pendapat komunikator yang sebenarnya muncul dengan maksud mempengaruhi dan memberi kesan bahwa pendapat komunikator sangat beralasan. Oleh karena itu, latar membantu menyelidiki bagaimana seseorang memberi pemaknaan atas suatu peristiwa.

Elemen wacana detil berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang. Elemen detil merupakan strategi bagaimana komunikator mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit. Sikap atau wacana yang dikembangkan oleh komunikator kadangkala tidak perlu disampaikan secara

terbuka, tetapi dari detil bagian mana yang dikembangkan dan mana yang dikemukakan dengan detil yang besar, akan menggambarkan bagaimana wacana yang dikembangkan oleh komunikator.

Elemen wacana maksud, hampir sama dengan elemen detil. Bedanya, dalam detil, informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan dengan detil yang panjang. Elemen maksud melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi. Tujuan akhirnya adalah publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.

Elemen wacana pra-anggapan (*presupposition*) merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Kalau latar berarti upaya mendukung dengan jalan memberi latar belakang, maka pra-anggapan adalah upaya mendukung pendapat dengan memberikan premis yang dipercaya kebenarannya. Praanggapan hadir dengan pernyataan yang dipandang terpercaya sehingga tidak perlu dipertanyakan.

d. Sintaksis (Koherensi, Bentuk Kalimat, Kata Ganti)

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antarkata, atau kalimat dalam teks. Dua kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga tampak koheren. Sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika seseorang menghubungkannya. Koherensi merupakan elemen wacana untuk melihat bagaimana seseorang secara strategis menggunakan wacana untuk menjelaskan suatu fakta atau peristiwa. Apakah

peristiwa itu dipandang saling terpisah, berhubungan, atau malah sebab akibat. Pilihan – pilihan mana yang diambil ditentukan oleh sejauh mana kepentingan komunikator terhadap peristiwa tersebut.

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Di mana ia menanyakan apakah A yang menjelaskan B, atukah B yang menjelaskan A. Logika kausalitas ini jika diterjemahkan ke dalam bahasa menjadi susunan subjek (yang menerangkan) dan predikat (yang diterangkan). Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seseorang menjadi subjek dari pernyataannya, sedangkan dalam kalimat pasif seseorang menjadi objek dari pernyataannya.

Elemen kata ganti merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan dimana posisi seseorang dalam wacana. Dalam mengungkapkan sikapnya, seseorang dapat menggunakan kata ganti “saya” atau “kami” yang menggambarkan bahwa sikap tersebut merupakan sikap resmi komunikator semata. Akan tetapi, ketika memakai kata ganti “kita” menjadikan sikap tersebut sebagai representasi dari sikap bersama dalam suatu komunitas tertentu. Batas antara komunikator dengan khalayak sengaja dihilangkan untuk menunjukkan apa yang menjadi sikap komunikator juga menjadi sikap komunitas secara keseluruhan. Pemakaian kata ganti yang jamak

seperti “kita” atau “kami” mempunyai implikasi menumbuhkan solidaritas, aliansi serta mengurangi kritik dan oposisi.

e. Stilistik (Leksikon)

Elemen ini menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atas berbagai kemungkinan kata yang tersedia. Pemilihan kata tersebut bukan dilakukan secara kebetulan, tetapi juga secara ideologis menunjukkan bagaimana pemaknaan seseorang terhadap fakta/realitas. Pemilihan kata-kata yang dipakai menunjukkan sikap dan ideologi tertentu. Peristiwa sama dapat digambarkan dengan pilihan kata yang berbeda-beda.

f. Retoris (Grafis, Metafora)

Elemen grafis ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam wacana teks pidato, grafis ini muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain dibandingkan tulisan lain. Bagian-bagian yang ditonjolkan ini menekankan kepada khalayak pentingnya bagian tersebut. Bagian yang dicetak berbeda adalah bagian yang dipandang penting oleh komunikator, disana ia menginginkan khalayak menaruh perhatian lebih pada bagian tersebut.

Dalam suatu wacana, seorang komunikator tidak hanya menyampaikan pesan pokok lewat teks, tetapi juga kiasan, ungkapan, metafora yang dimaksudkan sebagai ornamen atau bumbu dari suatu teks pidato. Akan tetapi, pemakaian metafora tertentu bisa jadi menjadi petunjuk utama untuk mengerti makna suatu teks. Metafora tertentu dipakai oleh komunikator secara strategis sebagai landasan berpikir, alasan pembenar atas pendapat atau gagasan tertentu kepada publik.

2. Kognisi Sosial

Dalam pandangan van Dijk, analisis wacana tidak dibatasi hanya pada struktur teks, karena struktur wacana itu sendiri menunjukkan atau menandakan sejumlah makna, pendapat, dan ideologi. Van Dijk menyebut sebagai kognisi sosial. Untuk mengetahui bagaimana makna tersembunyi dari teks, diperlukan analisis kognisi dan konteks sosial. Pendekatan kognitif didasarkan pada asumsi bahwa teks tidak mempunyai makna, tetapi makna itu diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya proses kesadaran mental dari pemakai bahasa. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu penelitian atas representasi kognisi dan strategi komunikator dalam memproduksi suatu teks pidato.

Disini komunikator tidak dikategorikan sebagai individu yang netral, namun individu dengan ideologi dan prinsip serta nilai tertentu yang ia pegang. Selain itu pengalaman, pengaruh dan hal lain dari kehidupannya. Dengan demikian van Dijk menyebutkan skema dikonseptualkan berdasarkan sktruktur mental. Skema ditentukan oleh pengalaman dan sosialisasi. Sosok komunikator atau peneliti sendiri merupakan individu yang tidak terlepas dari nilai dan pandangan hidup yang membantunya mereduksi serta mengkonstruksikan dan menjelaskan realitas menjadi sesuatu yang dapat kita pahami.

3. Analisis Sosial

Dimensi ketiga dari analisis van Dijk adalah analisis sosial. Wacana adalah bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti teks perlu dilakukan analisis intertekstual dengan meneliti bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi dan dikonstruksi dalam masyarakat.

Menurut van Dijk, dalam analisis mengenai masyarakat ini, ada dua poin yang penting: kekuasaan (*power*), dan akses (*access*).

a. Praktik Kekuasaan

Van Dijk mendefinisikan kekuasaan tersebut sebagai kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok (atau anggotanya) untuk mengontrol kelompok (atau anggota) dari kelompok lain. Kekuasaan dalam hal ini bisa dalam hal politik, nilai, prinsip dan ideologi. Karenanya kekuasaan ini umumnya didasarkan pada kepemilikan atas sumber-sumber yang bernilai seperti uang, status, dan pengetahuan. Selain berupa kontrol yang bersifat langsung dan fisik, kekuasaan itu dipahami oleh van Dijk, juga dapat berbentuk persuasif; tindakan seseorang untuk secara tidak langsung mengontrol dengan jalan mempengaruhi kondisi mental, seperti kepercayaan, sikap, dan pengetahuan. Dari sini analisis wacana dapat memberikan perhatian pada hegemoni. Hal ini dikarenakan dominasi direproduksi oleh pemberian suatu akses khusus pada kelompok lain (diskriminasi). Dengan demikian faktor untuk menelaah dan menganalisis proses dan produksi kekuasaan yang pada akhirnya membentuk konsensus sangatlah penting.

b. Akses mempengaruhi Wacana

Analisis wacana van Dijk melibatkan analisa pada akses, bagaimana akses di antara masing-masing kelompok dalam masyarakat. Umumnya, kelompok elit memiliki akses lebih besar dibandingkan dengan kelompok yang tidak berkuasa. Hal ini menyebabkan mereka yang lebih berkuasa mempunyai kesempatan lebih besar untuk mempengaruhi kesadaran khalayak. Peran penting akses juga pada

tahap selanjutnya yakni kontrol khalayak yang lebih besar. Selain itu juga menentukan topik apa dan isi wacana apa yang dapat disebar dan didiskusikan kepada khalayak tersebut. Semisal ideologi komunisme, negara memiliki akses yang lebih besar untuk menjangkau masyarakat melalui institusi dan kelembagaan untuk menentukan diskursus mengenai komunisme. Van Dijk menyebutkan peran besar pemerintah dalam komunisme menjadi suatu diskursus dalam negara tersebut lebih besar ketimbang kelompok-kelompok lain yang memiliki akses yang lebih terbatas ketimbang pemerintah.

1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena dengan metode ini akan memberikan gambaran yang sejelas mungkin mengenai objek yang menjadi penelitian. Menurut Sudaryanto (1988:2) istilah deskriptif menyarankan bahwa penelitian yang dilakukan semata-mata hanya berdasarkan pada fakta yang ada atau fenomena yang secara empiris hidup pada penutur-penuturnya sehingga data yang dihasilkan atau yang dicatat berupa bahasa yang sifatnya seperti potret atau paparan. Metode deskriptif kualitatif dibagi dalam tiga tahapan strategi, yaitu metode pengumpulan data, metode penganalisisan, dan metode penyajian hasil analisis data. Berikut akan dijabarkan penggunaan metode dalam penelitian ini.

1.8.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini digunakan dalam pengertian mengumpulkan dan sekaligus mengklasifikasikan data penelitian. Pengumpulan data ini dilakukan sesudah rancangan penelitian disusun. Dalam pelaksanaan penelitian,

pengumpulan data dinyatakan selesai jika data yang terjaring sudah diklasifikasi dan siap dianalisis. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui percakapan dan penyimakan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa pidato Jokowi saat kampanye PILPRES 2014 yang bersumber dari website *Youtube*. Data yang dikumpulkan sebanyak empat pidato yang berjudul, Pidato Maklumat Jokowi, Revolusi Mental, Pemaparan Platform Ekonomi dan Jokowi Bersama Pengungsi Sinabung. Data video yang bersumber dari *Youtube* tersebut diunduh dan kemudian dilakukan penyimakan. Metode pengumpulan data dengan cara ini disebut metode simak atau metode observasi. Dalam pelaksanaan pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik yaitu, teknik simak, teknik rekam dan teknik catat.

a. Teknik Simak

Penjaringan data dapat dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa tanpa ikut berpartisipasi dalam proses pembicaraan. Penjaringan data dengan teknik ini disebut teknik simak bebas libat cakap. Dalam teknik ini, peneliti tidak dilibatkan langsung untuk menentukan pembentukan dan pemunculan calon data kecuali hanya sebagai pemerhati – pemerhati terhadap calon data yang terbentuk dan muncul dari peristiwa kebahasaan yang berada di luar dirinya (Sudaryanto, 1988:4).

Data yang disimak dalam penelitian ini berupa empat video yang telah diunduh dari *Youtube* yaitu video pidato kampanye dengan judul Maklumat

Jokowi, Revolusi Mental, Pemaparan Platform Ekonomi dan Jokowi Bersama Pengungsi Sinabung. Video-video tersebut disimak tanpa ikut berpartisipasi dalam proses pembicaraan.

b. Teknik Rekam

Teknik rekam adalah teknik penjaringan data dengan merekam penggunaan bahasa. Rekam itu dilakukan dengan menggunakan *tape recorder*, *handphone*, atau alat perekam sejenis. Alat-alat tersebut digunakan untuk merekam penggunaan bahasa dalam bentuk lisan terutama yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan tidak dengan cara merekam pidato, namun mengunduh secara langsung video pidato kampanye Jokowi dari situs *Youtube*.

c. Teknik Catat

Teknik catat adalah teknik menjaring data dengan mencatat hasil penyimakan yang sesuai dengan masalah peneliti. Data berupa video pidato kampanye Jokowi yang telah terjaring dari *Youtube*, dicatat dalam kartu data. Kartu data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kertas HVS. Kartu data tersebut berisi pidato kampanye Jokowi yang telah diunduh dari situs *Youtube* yang kemudian ditranskripsikan dalam bentuk tulisan untuk mempermudah menemukan masalah yang diteliti.

1.8.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan cara kerja yang sistematis dalam penelitian bahasa dengan bertolak dari data yang dikumpulkan berdasarkan teori

linguistik (Djajasudarma, 1993:57). Analisis penelitian ini berdasarkan penafsiran peneliti pada pidato Presiden Joko Widodo dalam membentuk wacana politik. Peneliti dalam menganalisis pembentukan wacana persuasif menggunakan analisis wacana kritis dimana posisi peneliti sangat menentukan bagaimana data di analisis dan ditafsirkan.

1.8.3 Metode Pemaparan Hasil Analisis Data

Metode pemaparan hasil analisis data didasarkan pada penemuan data pada tahapan sebelumnya. Dalam penelitian ini digunakan satu cara penyajian hasil analisis data yaitu metode penyajian informal. Metode penyajian informal adalah perumusan dengan menggunakan kata-kata biasa walaupun dengan terminologi yang sifatnya teknis (Sudaryanto, 1988: 145). Data yang telah dikumpulkan, selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian-uraian kualitatif tentang analisis pidato kampanye Jokowi pada PILPRES 2014.

1.9 Operasionalisasi Konsep

Peneliti ingin menjelaskan beberapa konsep agar terdapat persamaan pandangan dalam menyikapi analisis wacana kritis pidato kampanye Jokowi. Operasionalisasi konsep pertama adalah wacana persuasif. Wacana persuasif merupakan suatu bentuk wacana yang berusaha membujuk atau meyakinkan orang lain untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang dikehendaki oleh pembuat wacana tersebut. Wacana persuasif ini sering digunakan pada saat Jokowi berkampanye, seperti turun langsung ke masyarakat untuk melakukan *blusukan*.

Operasionalisasi konsep kedua adalah pidato kampanye Jokowi. Pidato kampanye Jokowi merupakan kegiatan berbicara di depan umum atau berorasi saat masa kampanye PILPRES 2014 berlangsung, guna menyatakan pendapat atau membersihkan gambaran tentang suatu hal tentang Jokowi. Pidato Jokowi yang dimaksud dalam pengertian ini yaitu pidato yang tidak meledak-ledak, sederhana, dan dengan pemilihan kata-kata yang mudah dipahami.

Operasionalisasi konsep ketiga adalah analisis wacana kritis model Van Dijk. Analisis wacana Van Dijk melihat teks pidato yang dihasilkan Jokowi tidak hanya didasarkan pada teks semata, namun juga melihat bagaimana teks pidato tersebut diproduksi, wacana yang dibangun dalam teks tersebut dan kekuasaan yang ditunjukkan diluar teks pidato. Tiga dimensi yang digunakan dalam analisis Van Dijk adalah teks, kognisi, dan konteks sosial.

1.10 Sumber Data

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah video yang berisi pidato Jokowi yang telah diunggah ke situs *Youtube*. Kemudian peneliti mengunduh video tersebut dari situs *Youtube*. Pada tayangan pidato Jokowi ditemukan berbagai wacana persuasif dengan cara pembentukan yang berbeda, sehingga tercipta sebuah wacana yang segar dan menjanjikan di kalangan politik. Sumber data rekaman video pidato kampanye Jokowi yang dipakai sebagai objek penelitian sebagai berikut:

1. Data pertama berupa video bertema “Maklumat Jokowi”. Pidato tersebut diterbitkan pada tanggal 05 Juli 2014 oleh Tahukah Kamu Channel,

dengan durasi 8 menit 10 detik, serta tertulis judul dalam video tersebut 'Maklumat Jokowi pada Konser Salam 2 Jari' Video tersebut telah ditonton sebanyak 4.999 pengunjung *Youtube*.

2. Data kedua, pidato bertema "Revolusi Mental". Video pidato tersebut diunggah oleh SOLO TheSpiritOfJava, pada tanggal 27 Mei 2014 dengan durasi 12 menit 49 detik. Video tersebut diunggah ke situs *Youtube* dengan judul Pidato Politik Capres Jokowi di Rakernas Partai NasDem dan telah ditonton sebanyak 17.222 pengunjung *Youtube*.
3. Data ketiga, pidato bertema "Pemaparan Platform Ekonomi Jokowi". Video ketiga ini diunggah oleh metrotvnews, pada tanggal 06 Juni 2014 dengan durasi video sepanjang 13 menit 39 menit. Video yang diberi judul Pemaparan Platform Ekonomi Jokowi tersebut telah ditonton sebanyak 3.937 pengunjung.
4. Data keempat, pidato bertema kunjungan Jokowi ke pengungsi korban letusan Gunung Sinabung. Video ini diunggah oleh Jokowi-JK Channel pada tanggal 10 Juni 2014 dengan durasi video selama 14 menit 51 detik. Video yang diberi judul Jokowi Kampanye di Tanah Karo Sumatera Utara tersebut telah ditonton sebanyak 3.736 pengunjung.

Empat pidato diatas dipilih karena terdapat wacana persuasif yang kental pada saat Jokowi berkampanye. Wacana tersebut terlihat dari pemilihan kata dan penggunaan bahasa pada keseluruhan isi pidato. Selain itu, masing-masing pidato dari keempat pidato tersebut mewakili berbagai program yang akan dijalankan

Jokowi ketika terpilih sebagai presiden Indonesia. Pidato pertama mewakili program kebersamaan yang akan dibangun antar masyarakat untuk mewujudkan kemajuan Indonesia. Pidato kedua mewakili program pembenahan karakter manusia Indonesia dengan revolusi mental, pidato ketiga mewakili rencana ekonomi yang dijalankan Jokowi untuk mengurangi inflasi, meningkatkan ekonomi Indonesia serta memberantas kemiskinan dengan subsidi yang akan dilakukan. Sedangkan video keempat, mencitrakan sosok Jokowi yang peduli dengan permasalahan korban pengungsi letusan Gunung Sinabung. Keempat pidato tersebut sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini dan akan dianalisis secara kritis menggunakan teori Van Dijk.

1.11 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam melengkapi dan menganalisa Penulisan Ilmiah ini maka dalam penyajiannya penulis menguraikan ke dalam 4 bab, yaitu:

BAB I adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, operasionalisasi konsep, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II adalah gambaran umum dan deskripsi kebahasaan objek penelitian.

BAB III adalah hasil analisis data yang berupa pembahasan tentang analisis wacana kritis Wacana Persuasif Pidato Kampanye Jokowi pada PILPRES 2014.

BAB IV berisi tentang kesimpulan dan saran.