



JURNAL ARTIKULA

ISSN (print) 2615-191X || ISSN (Online) 2615-1901

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA, SAstra INDONESIA DAN DAERAH
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MATHLA'UL ANWAR BANTEN



Analisis Wacana *Tagline* pada Pemilihan Bupati Pandeglang Periode 2020-2024

Saraswati¹, Nida Urohmah

¹. Universitas Mathla'ul Anwar, ². Universitas Mathla'ul Anwar

ARTICLE INFO

Article History:

Received 10.08.2020

Received in revised

form 19.08.2020

Accepted 15.09.2020

Available online

20.09.2020

ABSTRACT

Competition in politics is getting tighter, one of the most important points is marketing techniques or promotional concepts to attract voters. Through appropriate promotional techniques, the target will be netted with more maximum. One of the promotional techniques offered by prospective candidates is to use the tagline as a characteristic and identity. This study analyzed the form of tagline discourse used for promotional concepts using descriptive analysis methods. Documentation techniques and recording techniques. Based on the results of research and discussions that have been described, it can be concluded that the context of discourse on election slogans in Pandeglang Regency in 2020 covers social, cultural, political and religious contexts. The most commonly found context is social context. The types of modes used in discourse on election slogans include the mode of statement, prohibition, warning, solicitation, notice, and command. The most commonly found type of mode is statement. The act of *ilokusi* contained in the discourse on the most widely found election slogans is a persuasive act of *ilokusi*. *Ko-teks* found in the discourse on the election slogan in the form of symbols or signs, images, and colors that accompany the slogan *Ko-teks* most found is the co-text in the form of color.

Keywords: Discourse Analysis, Tagline, Pandeglang.

DOI: 10.30653/006.202032.43



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
© 2020 Saraswati

PENDAHULUAN

Pemilihan umum Kabupaten Pandeglang Tahun 2020 adalah pemilihan umum lokal yang akan diselenggarakan di Kabupaten Pandeglang, Banten. Pilbup Pandeglang 2020 diadakan dalam rangka memilih Bupati Pandeglang dan Wakil Bupati Pandeglang periode 2021-2024.

¹ Corresponding author's address: Universitas Mathla'ul Anwar. Email: saraswatimaulana@gmail.com

Setiap menghadapi pemilihan umum (Pemilu) banyak bermunculan wacana-wacana kecil yang berupa spanduk, baliho, dan umbul-umbul yang berisikan foto dan nomor peserta pemilu terkait. Bukan itu saja, selain foto dan nomor peserta pemilu terkait disisipkan juga *tagline* sebagai daya tarik tambahan calon bersangkutan. Pengertian *tagline* bukan hanya sebatas slogan namun juga identitas produk dan menjadi ciri khas pembedanya, Selain mampu menarik perhatian publik. Demikianlah, ajang lima tahunan ini memaksa secara kreatif peserta pemilu untuk menciptakan wacana-wacana kecil yang bersifat persuasif.

Persuasif termasuk dalam kategori wacana berdasarkan tujuannya. Persuasif adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Karena tujuan akhirnya adalah agar pembaca atau pendengar melakukan sesuatu, persuasi dapat dimasukkan pula dalam cara-cara untuk mengambil sesuatu.

Adapun wacana persuasi yang digunakan dalam slogan menjelang pemilu adalah persuasif politik. Persuasif politik dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan.

Tagline tersebut diciptakan dengan berbagai warna, makna dan pilihan kata (diksi). Walaupun memiliki makna yang berbeda-beda, wacana-wacana tersebut menghendaki satu tujuan yang sama yaitu *pilihlah saya!* *Tagline* yang diciptakan digunakan sebagai daya tarik agar masyarakat mengetahui, tertarik dan akhirnya memilih satu dari sekian banyak pilihan.

Pengertian *tagline* jika mengacu pada kamus yakni ucapan pamungkas. Merujuk kepada kamus-kamus bahasa Inggris pengertian *tagline* identik dengan slogan yang juga sejalan dengan konteksnya dalam dunia marketing dan promosi. *Tagline* bisa diartikan slogan yang dikaitkan dengan individu atau produk tertentu.

Istilah *tagline* berasal dari bahasa Inggris. Kata ini belum ada padanan katanya dalam bahasa Indonesia, juga belum ada di KBBI. Merujuk kepada kamus-kamus bahasa Inggris, pengertian *tagline* identik dengan slogan. *Tagline* adalah rangkaian kalimat pendek yang dipakai untuk mengasosiasikan sebuah *brand* (merek) atau perusahaan di benak konsumen. Eric Swartzm, seorang penulis dan ahli *brand tagline* mendefinisikan *tagline* sebagai "susunan kata yang ringkas biasanya tidak lebih dari tujuh kata, diletakkan mendampingi logo dan mengandung pesan *brand* yang kuat ditujukan kepada *audience* tertentu".

A catchphrase or slogan, especially as used in advertising, or the punchline of a joke. (Oxford Dictionaries). Selanjutnya (Merriam-Webster) *a final line (as in a play or joke); especially : one that serves to clarify a point or create a dramatic effect; a reiterated phrase identified with an individual, group, or product.* Secara singkat *tagline* adalah kata atau frasa yang mudah diingat dan digunakan oleh kelompok atau bisnis untuk menarik perhatian (*a word or phrase that is easy to remember and is used by a group or business to attract attention.*)

Persaingan dunia politik semakin ketat, salah satu poin yang paling penting adalah teknik marketing atau konsep promosi untuk menarik pemilih nantinya. Dengan teknik promosi yang sesuai, maka sasaran pun akan terjaring dengan lebih maksimal. Salah satu teknik promosi yang ditawarkan bakal calon adalah dengan *tagline* sebagai ciri dan identitasnya.

Bakal calon pemimpin Pandeglang ke depan merupakan suatu hal yang mempunyai prioritas penting saat ini bagi masyarakat Pandeglang, sebab pemimpin

yang baik bisa dijadikan modal investasi masa depan untuk Pandeglang lebih baik lagi. Pelaksanaan Pilbup Pandeglang tengah memasuki masa kampanye. Dua pasangan calon yang bertarung yaitu petahana nomor urut satu Irna Narulita-Tanto Arban (Intan) dan penantanginya nomor urut dua Thoni Mukson-Miftahul Tamamy (Thoni-Imat) terus berlomba menjangar dukungan dengan visi misi yang dibawanya.

Berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki masing-masing bakal calon akan dikerahkan semaksimal mungkin, untuk menghadapi persaingan tersebut, jadi sangat penting bagi bakal calon untuk melakukan *branding* mengenalkan identitas dan ciri pembeda yang dimiliki. Salah satunya dengan kegiatan promosi. Hal ini menjadi komponen prioritas dari kegiatan *branding* dan pemasaran. Dengan adanya promosi maka calon pemilih akan mengetahui bahwa bakal calon pemimpin mempunyai banyak program yang bagus untuk masyarakat khususnya. Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan ke masyarakat. Strategi informasi ini ada beberapa cara yaitu seperti membuat *tagline* semenarik mungkin disertai dengan makna pesan yang positif di brosur, spanduk, umbul-umbul, stiker dan lain-lain.

METODE

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Arikunto (2000:309) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Bogdan dan Taylor (dalam Moelong, 2001:3) menyatakan bahwa "penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Data dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik dokumentasi dan teknik pencatatan. Data berasal dari slogan pemilu berupa spanduk, baliho, dan umbul-umbul yang berisikan foto dan nomor peserta pemilu terkait. Prosedur dalam penelitian ini terdiri dari tiga yaitu tahap persiapan, tahap penelitian atau pelaksanaan, dan tahap penyelesaian.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis wacana pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang Tahun 2020 berupa konteks, jenis modus, tindak ilokusi dan ko-teks.



Gambar 1.1

Konteks

Konteks wacana pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang Tahun 2020 merupakan konteks yang melatarbelakangi dirancangnya wacana pada slogan pemilu tersebut. Konteks wacana pada slogan pemilu di antaranya konteks situasi dan konteks budaya. Konteks wacana pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Konteks pada gambar 1.1 data 1. merupakan gambar data slogan pemilu yang digunakan oleh pasangan Irna Narulita dan Tanto Arban, calon Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang yang merupakan petahana menggunakan identitas personalnya dengan busana muslim serba putih. Selain busana muslim serba putih yang dikenakan, *background* atau latar belakang foto pasangan calon memilih tema putih sebagai dasar, dipadukan dengan empat warna (merah, kuning, hijau, biru) dengan motif abstrak. Keempat warna yang terlukis abstrak disesuaikan sedemikian rupa untuk menghasilkan kontras antara busana yang dipakai pasangan calon dengan latar belakang foto yang sama-sama berwarna putih sehingga perpaduannya menjadi begitu harmonis. Filosofi warna memiliki kekuatan untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan arti dan pesan tanpa kata sebab kekuatan warna merupakan emosional dan praktis. Putih menggambarkan kesederhanaan, kemurnian, tidak bersalah dan kesempurnaan. Warna putih juga mendefinisikan keabsolutan atau kesterilan yang sering digunakan oleh designer untuk menyampaikan estetika minimalis, bersih dan kualitas unggul.

Foto inilah yang dijadikan andalan *campaign* yang dilekatkan dalam berbagai macam bentuk komunikasi visual, mulai spanduk, banner hingga stiker oleh pasangan ini. Jadi peneliti hanya fokus pada *tagline* yang ada pada brosur, spanduk, baliho, stiker dan perangkat lainnya. Gambar hanya mewakili saja sebab secara umum gambar dan bentuk desain semua sama. Pada gambar 1.1 data 1 terdapat tulisan "INTAN" yang merupakan akronim dari kedua nama pasangan calon yaitu IRNA dan TANTO. Akronim INTAN menjadi jalur kreatif untuk mempermudah masyarakat mengingat dan mengenal nama calon pasangan ini. Selanjutnya terdapat tulisan "KERJA NYATA" yang merupakan *tagline* dari kedua pasangan calon bupati ini. Melalui tulisan tersebut kedua paslon mendeklarasikan diri bahwa selama kepemimpinannya banyak program dan prestasi yang sudah ditorehkan, dan akan terus berupaya membangun Kabupaten Pandeglang menjadi lebih maju. Hal ini ditegaskan dengan adanya tulisan "LANJUTKAN" sebagai bentuk persuasif untuk masyarakat agar memilih pasangan ini.

Pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Kabupaten Pandeglang Irna Narulita dan Tanto Warsono Arban yang merupakan petahana pada pilkada 2020 mendapat dukungan sembilan partai politik. Hal ini diperkuat dengan terpasangnya identitas sembilan partai pengusung di slogan tersebut. Adapun kesembilan parpol tersebut yakni Partai Keadilan Sejahtera, Partai Amanat Nasional, PDI Perjuangan, Partai Demokrat, Partai NasDem, Partai Golkar, Partai Gerindra, Partai Bulan Bintang dan Perindo.

Berdasarkan konteks tersebut, maka pengguna slogan tersebut berpesan kepada pembaca khususnya masyarakat Pandeglang untuk memilih pasangan calon INTAN dengan menonjolkan berbagai daya tarik, diantaranya penggunaan warna putih yang dominan dari busana yang digunakan maupun *background* (latar belakang) foto untuk mendefinisikan kepemimpinan yang bersih, transparan dan unggul. Dengan dipadukan warna mencolok dan kontras antara busana dan latar foto yang sama-sama berwarna putih. Dengan adanya sembilan logo partai hal ini menggambarkan bahwa kedua paslon

ini sudah mendapat restu dan dukungan dari sembilan partai tersebut sebagai upaya meyakinkan masyarakat.

Ko-teks

Ko-teks pada slogan pemilu Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Pandeglang periode 2020-2024 di antaranya berupa gambar, warna, dan lambang/tanda. Ko-teks pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Pada gambar 1.1 data 1. terdapat gambar atau foto. Warna yang digunakan adalah warna dominan putih sebagai dasar, dipadukan dengan beberapa warna mencolok. Lambang/tanda berupa logo partai pengusung berjumlah sembilan. Adapun gambar, warna, dan lambang/tanda merupakan ko-teks yang mendukung pesan yang disampaikan slogan pemilu tersebut.

Gambar atau foto yang terdapat pada slogan pemilu tersebut merupakan poin utama yang mengisyaratkan pesan agar masyarakat memilih kedua pasangan ini sebagai calon Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang periode 2020-2024. Dengan kriteria calon Bupati berjenis kelamin wanita dengan nama Irna Narulita Dimiyati dan Wakil Bupati bernama Tanto Arban, untuk memudahkan masyarakat mengingat dan menghafal nama kedua calon ini dengan unik diakronimkan menjadi "INTAN".

Lambang partai pengusung berjumlah sembilan partai pada slogan pemilu tersebut merupakan tanda yang mengisyaratkan bahwa kedua pasangan calon ini telah mendapat restu dan dukungan dari sembilan partai ini. Melekatkan identitas partai pengusung ini biasanya sebagai upaya dalam meyakinkan masyarakat untuk memilih.

Warna putih pada slogan pemilu tersebut mengisyaratkan bersih, dan berkualitas unggul. Biasanya warna putih serupa dipergunakan untuk mengisyaratkan sesuatu yang suci dan tidak bersalah. Berdasarkan ko-teks tersebut, pengguna slogan berusaha mengajak orang lain agar memilih kedua pasangan ini untuk menjadi Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang Periode 2020-2024 dengan menampilkan beberapa daya tarik yang ditawarkan kepada masyarakat.

Tindak Ilokusi

Tindak ilokusi pada slogan di ajang pemilihan umum Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang periode 2020-2024 merupakan cara pengguna slogan (simpatisan) untuk menyampaikan maksud atau pesan melalui tuturan yang tertulis pada stiker pemilu yang dipasang di baliho, spanduk, umbul-umbul dan atribut pendukung lainnya.

Tindak ilokusi yang digunakan adalah persuasif. Persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Karena tujuan akhirnya adalah agar pembaca atau pendengar melakukan sesuatu, persuasi dapat dimasukkan pula dalam cara-cara untuk mengambil sesuatu. Adapun wacana persuasif pada analisis ini digolongkan persuasi politik, yaitu yang dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan.

Tindak ilokusi pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Pada gambar 1.1 data 1. slogan pemilu tersebut menggunakan akronim "INTAN" yang merupakan gabungan kedua nama calon, hal ini untuk memudahkan penyebutan nama calon sehingga masyarakat mudah mengingat dan menghafal nama pasangan calon (paslon) ini. Selanjutnya terdapat *tagline* unggulan dari kedua pasangan calon ini

yaitu “KERJA NYATA, LANJUTKAN” slogan tersebut mengandung sebuah pesan bahwa kedua calon pasangan Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang yang merupakan petahana ini telah membuktikan kinerja yang terdahulu selama kepemimpinannya banyak program dan prestasi yang sudah ditorehkan, dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi melanjutkan program-program selanjutnya.

Berdasarkan hal tersebut, tindak ilokusi pada slogan pemilu tersebut adalah menyuruh pembaca khususnya masyarakat Pandeglang untuk memilih pasangan “INTAN” untuk menjadi Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang 2020-2024.

Selanjutnya *tagline* yang digunakan oleh pasangan Irna dan Tanto yaitu penggunaan kata BERSATU yang merupakan nomor urut yang mereka peroleh yaitu nomor urut satu. Irna mengatakan bahwa nomor urut satu adalah isyarat dari Allah untuk melanjutkan kepemimpinan di Kabupaten Pandeglang satu periode lagi.

“Nomor 1 ini diberikan Allah untuk kami melanjutkan satu periode lagi, kami merasa senang. Semoga ini menjadi langkah baik untuk menjadi Pandeglang satu demi menuntaskan pembangunan di Pandeglang” ujar Irna kepada wartawan, Kamis (24/09/2020). Sumber : <http://www.lensametro.com/2020/09/24/sumringah-dapat-nomor-urut-1-irna-sebut-isyarat-dari-allah/>

Berdasarkan tindak ilokusi tersebut kata SATU memiliki makna harapan kedua pasangan ini bisa melanjutkan kepemimpinan satu periode lagi, dengan satu arah dukungan dari masyarakat Pandeglang untuk “Bersatu” memilih kedua calon ini.

Jenis Modus

Jenis modus pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang merupakan cara pengguna slogan untuk menyampaikan ide, pikiran, dan perasaan melalui tuturan yang tertulis pada slogan pemilu yang dipasang. Jenis modus yang digunakan di antaranya meliputi pernyataan, larangan, peringatan, permohonan, perintah, pemberitahuan, dan perintah. Adapun jenis modus yang digunakan pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Pada gambar 1.1 data 1 memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Bentuk penyampaian tersebut disebut juga bentuk modus. Pada slogan pemilu tersebut terdapat tulisan “INTAN” yang merupakan pernyataan atau sebuah bentuk penegasan bahwa gambar yang ada di slogan tersebut memiliki identitas unik yaitu “INTAN”. INTAN merupakan akronim dari gabungan kedua nama pasangan calon. Selanjutnya tulisan “KERJA NYATA” merupakan pemberitahuan yang digunakan paslon (pasangan calon) untuk mendeskripsikan keunggulannya dalam memimpin. Tulisan “LANJUTKAN” merupakan perintah dengan tujuan orang lain melakukan sesuatu. Pengguna slogan berusaha mengajak pembaca khususnya masyarakat Pandeglang untuk ikut berpartisipasi dengan cara memilih kedua pasangan calon ini.

Selanjutnya penggunaan kata BERSATU yang merupakan nomor urut yang mereka peroleh yaitu nomor urut satu. Kata SATU memiliki makna harapan kedua pasangan ini bisa melanjutkan kepemimpinan satu periode lagi, dengan satu arah dukungan dari masyarakat Pandeglang untuk “Bersatu” memilih kedua calon ini.



Gambar 1.2

Konteks pada gambar 1.2 data 2. merupakan gambar dan slogan pemilu yang digunakan oleh pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang nomor urut dua, Thoni Fathoni Mukson dan Miftahul Tamamy (Thoni-Imat). Konteks merupakan yang melatarbelakangi dirancangnya wacana pada slogan pemilu tersebut. Konteks wacana pada slogan pemilu di antaranya konteks situasi dan konteks budaya. Konteks wacana pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Hampir sama dengan pasangan petahana, kedua pasangan Thoni dan Imat menggunakan identitas personalnya dengan busana muslim serba putih. Selain busana muslim serba putih yang dikenakan, *background* atau latar belakang foto pasangan calon memilih tema putih sebagai dasar, dipadukan warna kontras dengan motif abstrak. Filosofi warna memiliki kekuatan untuk menyampaikan dan mengkomunikasikan arti dan pesan tanpa kata sebab kekuatan warna merupakan emosional dan praktis. Putih memiliki makna tersirat sebagai lambang kesucian dan bersih.

Foto ini menjadi andalan *campaign* yang dilekatkan dalam berbagai macam bentuk komunikasi visual, mulai spanduk, banner hingga stiker oleh pasangan ini. Jadi peneliti hanya fokus pada *tagline* yang ada pada brosur, spanduk, baliho, stiker dan perangkat lainnya. Gambar hanya mewakili saja sebab secara umum gambar dan bentuk desain semua sama.

Di setiap gambar pada pasangan ini terdapat tulisan "Thoat" yang merupakan akronim dari kedua nama pasangan calon yaitu Thoni dan Imat. Akronim. Bentuk akronim ini menjadi daya tarik tersendiri kedua calon untuk mempermudah masyarakat mengingat dan mengenal nama calon pasangan ini.

Selanjutnya terdapat tulisan "BUPATI BARU PANDEGLANG MAJU" yang merupakan *tagline* dari kedua pasangan calon bupati ini. Melalui tulisan tersebut kedua paslon optimis dengan adanya pergantian pemimpin baru akan membuat Pandeglang menjadi maju dari kepemimpinan sebelumnya. Hal ini merupakan harapan sekaligus itikad dari kedua pasangan ini. Tulisan ini mengandung makna cara meyakinkan masyarakat untuk melakukan perubahan di Pandeglang yaitu dengan pergantian pemimpin.

Kemudian *tagline* yang diusung dari kedua pasangan ini adalah tulisan berbahasa Sunda yaitu "KUWARI NU MIMPIN PAMUDA" yang memiliki arti sekarang sudah waktunya yang memimpin laki-laki. Hal ini melihat sebelumnya Pandeglang memiliki seorang Bupati perempuan yang tidak lain merupakan calon petahana.

"Saya meyakini sebagian besar masyarakat menghendaki perubahan. Ini saatnya pimpinan Pandeglang diganti oleh laki-laki," tandasnya. Sumber :

<https://www.satelitnews.id/20292/pilkada-pandeglang-tak-jadi-lawan-kotak-kosong/>. (diakses pada 5 September 2020).

Tulisan *Kuari Nu Mimpin Pemuda* yang diusung oleh pasangan ini memiliki nada optimis yang sangat kuat bahwa pemimpin selayaknya adalah seorang laki-laki. Berdasarkan konteks tersebut, maka pengguna *tagline* berpesan kepada simpatisan khususnya masyarakat Pandeglang untuk memilih kedua pasangan ini.

Pasangan calon Bupati-Wakil Bupati, Toni Fathoni Mukson dan Imat Miftahul Tamami mendapatkan nomor dua di pemilihan kepala daerah (Pilkada) Kabupaten Pandeglang 2020. Toni menilai angka dua menggambarkan pasangan Toni-Imat.

"Nomor dua, artinya kami laki-laki berdua siap membangun [Kabupaten Pandeglang](#)," jelasnya saat ditemui usai pengambilan nomor di Hotel Horison, Jalan Kadumerak, Kabupaten Pandeglang, Sumber : <https://banten.tribunnews.com/2020/09/24/nomor-urut-dua-toni-imat-gambaran-dua-laki-laki-pimpin-pandeglang>.

Selanjutnya Toni menilai, angka dua merupakan keseimbangan.

"Ada siang-malam, ada istri-suami, ada jelek-bagus dan ada jahat-baik," tuturnya. Sumber : <https://banten.tribunnews.com/2020/09/24/nomor-urut-dua-toni-imat-gambaran-dua-laki-laki-pimpin-pandeglang>.

Berdasarkan konteks tersebut, maka pengguna *tagline* berpesan kepada simpatisan khususnya masyarakat Pandeglang untuk memilih kedua pasangan ini dengan menawarkan keunikan dan kriterianya tersendiri.

Ko-teks

Ko-teks pada slogan pemilu Bupati dan Wakil Bupati di Kabupaten Pandeglang periode 2020-2024 di antaranya berupa gambar, warna, dan lambang/tanda. Ko-teks pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Pada gambar 1.2 data 2. terdapat gambar atau foto. Adapun gambar, warna, dan lambang/tanda merupakan ko-teks yang mendukung pesan yang disampaikan slogan pemilu tersebut. Gambar atau foto yang terdapat pada slogan pemilu tersebut merupakan hal penting yang memuat pesan agar simpatisan memilih kedua pasangan ini sebagai calon Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang periode 2020-2024. Warna yang digunakan pada pasangan Thoni dan Imat dominan putih memiliki makna bersih dan suci. Lambang partai pengusung berjumlah dua, nomor urut dua, dan mengaitkan kata dua dengan dua laki-laki calon pemimpin. Identitas atau gambar partai pengusung ditampilkan di slogan ini sebagai upaya dalam meyakinkan masyarakat untuk memilih.

Berdasarkan ko-teks tersebut, pengguna slogan berusaha mengajak orang lain agar memilih kedua pasangan ini untuk menjadi Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang Periode 2020-2024 dengan menampilkan beberapa daya tarik yang ditawarkan kepada masyarakat.

Tindak Ilokusi

Tindak ilokusi pada slogan merupakan cara pengguna slogan atau simpatisan untuk menyampaikan maksud atau pesan melalui tuturan yang tertulis pada slogan pemilu yang dipasang di baliho, spanduk, umbul-umbul dan atribut pendukung lainnya.

Tindak ilokusi yang digunakan adalah persuasif. Persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu ini atau pada waktu yang akan datang. Karena tujuan akhirnya adalah agar pembaca atau pendengar melakukan sesuatu, persuasi dapat dimasukkan pula dalam cara-cara untuk mengambil sesuatu. Adapun wacana persuasif pada analisis ini digolongkan persuasi politik, yaitu yang dipakai dalam bidang politik oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik dan kenegaraan.

Tindak ilokusi pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Pada gambar 1.2 data 2. slogan pemilu tersebut menggunakan akronim "THOAT" yang merupakan gabungan kedua nama calon, hal ini untuk memudahkan penyebutan nama calon sehingga masyarakat mudah mengingat dan menghafal nama bakal calon pasangan ini. Selanjutnya terdapat *tagline* unggulan dari kedua pasangan calon ini yaitu "PEMIMPIN BARU PANDEGLANG MAJU" slogan tersebut mengandung sebuah makna optimis dari kedua bakal calon pasangan Bupati dan Wakil Bupati Pandeglang ini, dengan adanya pergantian pemimpin maka Pandeglang akan maju.

Selanjutnya *tagline* yang digunakan oleh pasangan Thoni dan Imat yaitu penggunaan kalimat berbahasa Sunda "KUWARI NU MIMPIN PAMUDA" yang memiliki arti sekarang yang memimpin laki-laki. Hal ini merupakan bentuk optimis kedua bakal pasangan calon bahwa Pandeglang akan maju apabila dipimpin oleh laki-laki. Kedua pasangan ini mendapatkan nomor urut dua, selanjutnya kata dua dikaitkan asosiasikan sebagai dua orang pemuda (laki-laki) yang siap memimpin Pandeglang ke depan.

Berdasarkan tindak ilokusi tersebut maka dapat disimpulkan pengguna slogan berusaha mengajak masyarakat Pandeglang untuk memilih kedua pasangan calon dengan keunikan dan elektabilitas yang dimiliki.

Jenis Modus

Jenis modus pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang merupakan cara pengguna slogan untuk menyampaikan ide, pikiran, dan perasaan melalui tuturan yang tertulis pada slogan pemilu yang dipasang. Jenis modus yang digunakan di antaranya meliputi pernyataan, larangan, peringatan, permohonan, perintah, pemberitahuan, dan perintah. Adapun jenis modus yang digunakan pada slogan pemilu lebih lengkap akan dipaparkan sebagai berikut.

Pada gambar 1.2 data 2 memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain. Bentuk penyampaian tersebut disebut juga bentuk modus. Pada slogan pemilu tersebut terdapat tulisan "THOAT" yang merupakan pernyataan atau sebuah bentuk penegasan bahwa gambar yang ada di slogan tersebut memiliki identitas unik dengan tujuan agar mudah diingat oleh masyarakat. THOAT merupakan akronim dari gabungan kedua nama pasangan calon yaitu Thoni dan Imat. Selanjutnya tulisan "PEMIMPIN BARU PANDEGLANG MAJU" merupakan ajakan bakal pasangan calon kepada masyarakat untuk melakukan perubahan di Pandeglang yaitu dengan cara mengganti kepemimpinan yang lama.

Selanjutnya tulisan "KUWARI NU MIMPIN PAMUDA" merupakan bentuk penegasan kembali kalimat sebelumnya bahwa pemimpin Pandeglang yang baru harus seorang laki-laki. Hal ini melihat pemimpin sebelumnya adalah seorang perempuan dan sekarang menjadi calon petahana.

Penggunaan kata dua yang merupakan nomor urut pasangan calon ini seringkali diasosiasikan sebagai bentuk keseimbangan antara kolaborasi Thoni dan Imat yang merupakan dua *pamuda* (laki-laki) yang siap memimpin Pandeglang ke depan. Dua laki-laki yang optimis membawa perubahan dan kemajuan di Pandeglang.

Berdasarkan jenis modus di atas maka dapat disimpulkan pengguna slogan ingin menyampaikan ide, pikiran, dan perasaan melalui tuturan yang tertulis pada slogan pemilu yang dipasang. Adapun jenis modus yang digunakan di antaranya meliputi pernyataan, larangan, peringatan, permohonan, perintah, pemberitahuan, dan perintah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa konteks wacana pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang tahun 2020 meliputi konteks sosial, budaya, politik dan agama. Konteks yang paling banyak ditemukan adalah konteks sosial. Jenis modus yang digunakan dalam wacana pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang tahun 2020 meliputi modus pernyataan, larangan, peringatan, permohonan, pemberitahuan, dan perintah. Jenis modus yang paling banyak ditemukan adalah pernyataan. Tindak ilokusi yang terkandung dalam wacana pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang tahun 2020 yang paling banyak ditemukan adalah tindak ilokusi persuasif. Ko-teks yang ditemukan pada wacana pada slogan pemilu di Kabupaten Pandeglang tahun 2020 diantaranya berupa lambang atau tanda, gambar, dan warna yang menyertai slogan tersebut. Lambang atau tanda, gambar, dan warna yang menyertai slogan tersebut mendukung pembentukan makna dalam wacana. Ko-teks yang paling banyak ditemukan adalah ko-teks yang berupa warna.

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian analisis data pada penelitian ini hanya terbatas pada konteks, jenis modus, tindak ilokusi dan ko-teks. Apabila ingin lebih baik lagi sebaiknya melakukan analisis lain mengenai tindak tutur dan wacana seperti lokusi dan perlokusi. Analisis juga hanya terbatas pada analisis data saja tanpa melakukan kontak langsung dengan pengguna stiker pemilu dan pembacanya. Hasil penelitian akan jauh lebih baik jika dilakukan observasi mengenai dampak psikologis baik dari pengguna maupun pembaca slogan pemilu yang diteliti dengan metode tanya jawab.

REFERENSI

- Arikunto, S. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Baryadi, I. P. 2002. *Dasar-dasar Analisis Wacana dalam Ilmu Bahasa*. Yogyakarta: Pustaka Gondho Suli
- Moleong, L. J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Kencana.
- Rani, A. 2004. *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia Publishing.

Syamsuddin, dkk. 1997. *Studi Wacana Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Tarigan, H. 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.