

ILOKUSI PADA IKLAN LAYANAN POLITIK PILKADA 2024 DI PEKALONGAN DAN IMPLIMENTASINYA PADA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMA

Bintang Agustina Pratiwi, Fahrudin Eko Hardiyanto

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Pekalongan

bintangagustinap@gmail.com, fahrudineko2@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap berbagai bentuk tindak tutur ilokusi yang terdapat dalam iklan layanan politik pada Pilkada 2024 di Kota Pekalongan. Tindak tutur ilokusi merupakan jenis ujaran yang mencerminkan maksud atau tujuan pembicara terhadap lawan bicara. Dalam dunia politik, bentuk tutur ini dimanfaatkan secara cermat untuk menyampaikan ajakan, memberikan informasi, membuat janji, hingga menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan mengandalkan data berupa kutipan tuturan dari media kampanye seperti baliho, spanduk, dan media sosial. Dari total 30 kutipan yang dianalisis, ditemukan sembilan dari sepuluh jenis verba ilokusi, yaitu: melaporkan, mengumumkan, bertanya, menyarankan, berterima kasih, mengusulkan, mengakui, berjanji, dan mendesak. Sementara itu, verba "mengucapkan selamat" tidak ditemukan dalam data. Temuan dalam penelitian ini memiliki kaitan langsung dengan pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA, khususnya dalam topik analisis teks persuasi dan strategi komunikasi dalam wacana politik.

Kata kunci: tindak tutur, ilokusi, iklan politik, Pilkada, pragmatik

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi berupa sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer dan disepakati bersama. Dalam praktik sehari-hari, fungsi bahasa jauh melampaui sekadar penyampai informasi. Bahasa juga memainkan peran penting dalam kehidupan sosial, politik, dan budaya. Melalui bahasa, seseorang dapat membentuk persepsi, memengaruhi pemikiran, hingga mengarahkan tindakan lawan bicaranya. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap bahasa tidak cukup hanya berfokus pada struktur dan makna katanya saja, melainkan juga harus mencakup konteks serta fungsi penggunaannya dalam interaksi.

Pragmatik hadir sebagai cabang linguistik yang membahas bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial. Dalam kajian ini, perhatian utama diberikan pada bagaimana ujaran dapat menjadi sarana untuk melakukan tindakan, yang dikenal dengan istilah tindak tutur. Salah satu aspek penting dari tindak tutur adalah ilokusi, yaitu maksud atau niat yang terkandung dalam sebuah pernyataan. Ilokusi bisa berupa ajakan, perintah, larangan, janji, ucapan terima kasih, pengakuan, dan sebagainya. Dalam percakapan sehari-hari, tindak tutur ilokusi sangat krusial karena menandai apa yang ingin dicapai pembicara melalui tuturan yang disampaikan.

Dalam konteks politik penggunaan ilokusi menjadi sangat menonjol. Politik sejatinya merupakan arena komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi opini publik, membentuk dukungan, dan mengarahkan tindakan masyarakat. Bahasa menjadi alat utama para politisi untuk menyampaikan program, membujuk pemilih, menyerang lawan, atau menunjukkan kepedulian kepada rakyat. Media kampanye seperti baliho, spanduk, video, hingga media sosial, dimanfaatkan secara maksimal untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut.

Iklan layanan politik tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi diri bagi calon kepala daerah, tetapi juga menjadi wadah untuk membangun citra, menyampaikan visi dan misi, serta menanamkan janji-janji kepada masyarakat. Tutaran-tuturan seperti “Lanjutkan!”, “Kami berkomitmen untuk menyejahterakan rakyat,” atau “Datang ke TPS tanggal 27 November 2024” merupakan contoh-contoh dari tindak tutur ilokusi yang dirancang dengan cermat untuk memengaruhi respons khalayak. Dalam hal ini, pemilihan kata tidak bersifat sembarangan, melainkan diarahkan untuk menghasilkan dampak pragmatis tertentu baik menyentuh emosi maupun logika publik.

Pilkada 2024 di Pekalongan merupakan salah satu ajang nyata dari praktik komunikasi politik seperti ini. Banyaknya baliho dan unggahan kampanye yang berseliweran di ruang publik dan media sosial menandakan pentingnya bahasa sebagai senjata dalam menarik dukungan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian terhadap bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi yang muncul dalam iklan-iklan politik tersebut dan bagaimana strategi kebahasaan itu mencerminkan tujuan komunikasi para kandidat.

Penelitian ini difokuskan pada analisis bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan layanan politik Pilkada 2024 di Kota Pekalongan. Kajian dilakukan dengan berpedoman pada sepuluh kategori verba ilokusi: verba melaporkan, verba mengumumkan, verba bertanya, verba menyarankan, verba berterima kasih, verba mengusulkan, verba mengakui, verba mengucapkan verba selamat, verba berjanji, dan verba mendesak. Dengan klasifikasi tersebut penelitian ini ingin mengungkap bagaimana strategi komunikasi politik dibangun melalui bahasa dan bagaimana pesan-pesan politik dikemas secara persuasif, manipulatif, dan strategis untuk membentuk kesadaran serta memengaruhi pilihan publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif yang berlandaskan teori pragmatik, khususnya teori tindak tutur dari John Searle. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengungkapan makna, fungsi, dan tujuan komunikasi yang terkandung dalam bahasa iklan politik, yang tidak dapat dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian ini memiliki fokus mengidentifikasi serta menjelaskan bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan layanan politik Pilkada 2024 yang tersebar di wilayah Kota Pekalongan, sekaligus menelaah dampaknya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA.

Data yang digunakan dalam studi ini berupa kutipan tuturan dalam iklan politik yang memuat unsur tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi. Sumber data berasal dari berbagai media yang digunakan untuk menyampaikan iklan kampanye, seperti baliho, spanduk, media sosial, serta media massa lokal. Penelitian ini memfokuskan perhatian pada pernyataan atau frasa yang memiliki fungsi komunikasi tertentu, seperti ajakan, seruan, janji politik, serta ekspresi yang mencerminkan citra dan nilai yang ingin dibangun oleh pasangan calon.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dan observasi tidak langsung. Peneliti mengidentifikasi dan mencatat berbagai tuturan dalam iklan layanan politik Pilkada 2024 yang tersebar baik di ruang publik maupun di platform digital. Analisis data penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994). Prosedur analisis meliputi tiga tahap utama: (1) reduksi data, yaitu proses seleksi dan penyaringan data agar sesuai dengan fokus kajian; (2) penyajian data, berupa pengelompokan kutipan ke dalam tabel atau deskripsi naratif

berdasarkan jenis tindak tutur; dan (3) penarikan kesimpulan serta verifikasi, yang bertujuan merumuskan makna dari penggunaan tindak tutur dan relevansinya terhadap konteks pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA.

Hasil kajian ini diharapkan dapat dikaitkan dengan pembelajaran teks persuasi dalam kurikulum Bahasa Indonesia pada jenjang SMA, sehingga menghasilkan materi ajar yang lebih kontekstual, aktual, dan kritis. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya menggambarkan fenomena linguistik secara deskriptif, tetapi juga menawarkan kontribusi pedagogis yang aplikatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai bentuk-bentuk tindak tutur ilokusi dalam iklan layanan politik Pilkada 2024 di Kota Pekalongan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mendokumentasikan kutipan-kutipan tuturan yang diambil dari berbagai media kampanye, seperti baliho, spanduk, video singkat, dan unggahan di media sosial. Kutipan-kutipan tersebut kemudian dianalisis berdasarkan teori tindak tutur dari Austin dan Searle (1965) untuk melihat bentuk, fungsi, serta dampak komunikasi yang ditimbulkan terhadap masyarakat sebagai mitra tutur.

No.	Verba Ilokusi	Nomor Data	Kutipan	Fungsi Ilokusi
1	Melaporkan	Data 1	"Mas Aaf telah berikan insentif kepada para kyai, guru TPQ, guru madin..."	Menyampaikan hasil kegiatan/program
		Data 14	"Open Gate 18.30 WIB"	Melaporkan waktu teknis acara
		Data 20	"Untuk memilih Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Tengah serta Bupati..."	Menjelaskan tujuan Pilkada
2	Mengumumkan	Data 2	"Realisasi: Rp 11 Miliar setiap tahun"	Mengumumkan transparansi anggaran
		Data 7	"Pekalongan BERIMAN (Bersama Fadia & Sukirman)"	Mengumumkan slogan kampanye
		Data 9	"Mas Aaf for Pekalongan"	Mengumumkan dukungan pencalonan
		Data 10	"Saatnya Ajib Bersatu Pekalongan Maju"	Mengumumkan ajakan melalui slogan
		Data 14	"Open Gate 18.30 WIB" (juga sebagai melaporkan)	Pengumuman teknis waktu
		Data 16	"Kuota Terbatas!!!"	Pengumuman penting dengan nuansa mendesak
		Data 17	"100% Umum"	Mengumumkan keterbukaan acara
		Data 18	"Halo, warga Kabupaten"	Sapaan sebagai pembuka

No.	Verba Ilokusi	Nomor Data	Kutipan	Fungsi Ilokusi
			Pekalongan”	komunikasi kampanye
		Data 22	“Surat suara merah marun... dan biru...”	Mengumumkan informasi teknis pemilu
		Data 24	“Jangan salah, merah marun untuk Gubernur...”	Pengumuman sekaligus peringatan
		Data 26	“KITA MERAH PUTIH BERANI BERSIH”	Mengumumkan nilai perjuangan
		Data 28	“Aladin (akronim nama pasangan calon)”	Branding nama pasangan calon
		Data 30	“Calon Walikota dan Wakil Walikota Pekalongan”	Menyampaikan status pencalonan resmi
3	Bertanya	Data 13	“Desak Kandidat”	Ajakan bertanya/kritik kepada kandidat
4	Menyarankan	Data 6	“Mari kita lanjutkan membangun Kab. Pekalongan bersama!!”	Ajakan partisipatif
		Data 15	“Konfirmasi Kehadiran!”	Ajakan untuk merespons kehadiran
		Data 17	“100% Umum” (juga mengumumkan)	Imbauan tersirat
		Data 21	“Jangan salah, akan ada dua surat suara...”	Peringatan/imbauan cermat
		Data 23	“Ayo, gunakan hak pilih kita, datang ke TPS...”	Ajakan aktif menggunakan hak suara
		Data 25	“Pendukung dirimu, beri dukunganmu.”	Ajakan langsung kepada pendukung
5	Berterima Kasih	Data 11	“Terima Kasih kepada semuanya yang telah kebersamai Ajib...”	Ungkapan apresiasi dan membangun relasi emosional
6	Mengusulkan	Data 4	“Lanjutkan”	Usulan kelanjutan program
		Data 8	“Bersatu Pekalongan Maju”	Usulan kebersamaan dan kemajuan
		Data 27	“Tahta Untuk Rakyat”	Usulan tentang filosofi kepemimpinan
7	Mengakui	Data 5	“Bismillah...”	Pengakuan nilai/niat suci dalam politik
8	Mengucapkan Selamat	–	–	Tidak ditemukan dalam 30 data

No.	Verba Ilokusi	Nomor Data	Kutipan	Fungsi Ilokusi
9	Berjanji	Data 3	"27 November 2024, coblos Ajib nomor 2" (<i>juga mendesak</i>)	Imbauan sekaligus janji politis tersirat
		Data 12	"Insentif guru TPQ dan madin akan terus dilanjutkan."	Janji program berkelanjutan
		Data 29	"Kami berkomitmen menyejahterakan masyarakat."	Janji komitmen terhadap rakyat
10	Mendesak	Data 13	"Desak Kandidat" (<i>juga bertanya</i>)	Ajakan untuk mendesak atau menuntut kandidat
		Data 15	"Konfirmasi Kehadiran!" (<i>juga menyarankan</i>)	Seruan tegas untuk hadir
		Data 16	"Kuota Terbatas!!!" (<i>juga mengumumkan</i>)	Tekanan agar bertindak cepat
		Data 3	"27 November 2024, coblos Ajib nomor 2" (<i>juga berjanji</i>)	Perintah langsung memilih

Dari hasil analisis terhadap 30 kutipan tuturan, ditemukan adanya pemanfaatan sembilan jenis verba ilokusi dari sepuluh kategori yang ditetapkan. Satu jenis verba, yaitu "mengucapkan selamat", tidak ditemukan dalam keseluruhan data. Verba melaporkan digunakan untuk menyampaikan program atau pencapaian yang telah dilakukan oleh calon kepala daerah. Ujaran seperti "Mas Aaf telah berikan insentif kepada para kyai, guru TPQ, guru madin..." bertujuan menunjukkan rekam jejak positif dan keberpihakan kepada kelompok masyarakat tertentu, terutama di bidang keagamaan.

Verba mengumumkan menjadi jenis yang paling banyak muncul. Verba ini dipakai untuk menyampaikan informasi penting secara publik, misalnya mengenai pasangan calon, waktu pelaksanaan pemilu, hingga slogan kampanye. Contohnya adalah kutipan "Pekalongan BERIMAN (Bersama Fadia & Sukirman)" yang mengandung makna simbolik dalam menguatkan identitas pasangan calon. Frekuensi tinggi dari penggunaan verba ini menunjukkan bahwa iklan politik juga bertindak sebagai media penyampai informasi resmi.

Verba menyarankan umumnya digunakan dalam bentuk ajakan atau imbauan halus, seperti dalam kalimat "Mari kita lanjutkan membangun Kabupaten Pekalongan bersama!!". Tindak tutur ini bersifat direktif, karena secara tidak langsung mendorong audiens untuk ikut serta dalam suatu tindakan yang diharapkan oleh penutur. Verba mendesak muncul dengan tekanan yang lebih kuat. Kalimat seperti "Coblos Ajib nomor 2" atau "Konfirmasi Kehadiran!" memberikan kesan urgensi atau perintah yang lebih eksplisit, dan juga termasuk dalam ilokusi direktif. Ujaran semacam ini bertujuan menimbulkan tindakan langsung dari masyarakat.

Verba berjanji terlihat dalam bentuk komitmen terhadap program atau tindakan di masa mendatang. Ucapan seperti "Kami berkomitmen menyejahterakan masyarakat" memperlihatkan janji politik yang dimaksudkan untuk membangun kepercayaan publik terhadap calon. Verba bertanya, mengusulkan,

dan mengakui muncul dengan frekuensi yang lebih rendah, namun tetap memberikan kontribusi penting secara fungsional. “Desak Kandidat” mendorong masyarakat untuk kritis, sedangkan ungkapan “Bismillah...” menggambarkan niat atau nilai spiritual yang ingin ditonjolkan oleh calon kepada publik.

Verba berterima kasih muncul dalam bentuk apresiasi kepada para pendukung, seperti dalam kutipan “Terima kasih kepada semuanya yang telah kebersamai Ajib...”. Selain menunjukkan rasa syukur, tuturan semacam ini juga menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Tidak adanya verba mengucapkan selamat dalam data dapat dipahami karena konteks iklan kampanye lebih terfokus pada ajakan, persuasi, serta penyampaian informasi atau program, bukan pada ekspresi perayaan atau penghargaan personal.

Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa verba “mengumumkan” dan “menyarankan” adalah bentuk ilokusi yang paling banyak digunakan, diikuti oleh “melaporkan”, “mendesak”, dan “berjanji”. Hal ini menegaskan bahwa strategi komunikasi dalam iklan politik bertumpu pada dua fungsi utama: menyampaikan informasi secara terbuka dan membujuk masyarakat agar memberikan dukungan. Penggunaan kata-kata yang terencana dengan tepat memperlihatkan kesadaran pragmatis para calon kepala daerah dalam membentuk pesan yang persuasif, efektif, dan berdampak terhadap opini publik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap 30 kutipan dalam iklan layanan politik Pilkada 2024 di Kota Pekalongan, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur ilokusi digunakan secara strategis oleh para calon kepala daerah untuk membentuk citra, menyampaikan pesan, membujuk, dan mengajak masyarakat berpartisipasi dalam proses demokrasi. Dari sepuluh kategori verba ilokusi yang dirujuk dalam penelitian ini, sembilan di antaranya ditemukan dalam data, yaitu: melaporkan, mengumumkan, bertanya, menyarankan, berterima kasih, mengusulkan, mengakui, berjanji, dan mendesak. Sementara satu kategori, yakni “mengucapkan selamat”, tidak ditemukan.

Verba ilokusi yang paling dominan digunakan adalah “mengumumkan” dan “menyarankan”, disusul oleh “melaporkan”, “mendesak”, dan “berjanji”. Beragamnya bentuk ujaran yang digunakan dari informasi resmi, imbauan partisipatif, slogan kampanye, hingga pernyataan apresiasi menunjukkan bahwa setiap tuturan dalam iklan politik dirancang untuk membentuk persepsi publik, menumbuhkan kepercayaan, dan mendorong tindakan nyata dari masyarakat.

Temuan ini memperlihatkan bahwa bahasa dalam iklan politik tidak hanya digunakan sebagai alat informasi melainkan juga untuk sarana persuasif yang memiliki daya pengaruh besar. Dengan demikian tindak tutur ilokusi memiliki peran penting dalam membangun komunikasi politik yang efektif, baik secara eksplisit maupun implisit. Penelitian ini juga dapat memberikan dampak positif dalam bidang pendidikan khususnya dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. Analisis semacam ini dapat menjadi bahan ajar kontekstual yang membantu siswa memahami strategi komunikasi dan fungsi bahasa dalam wacana politik sekaligus menumbuhkan kesadaran kritis terhadap teks-teks persuasif yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari.

REFERENSI

- Affah FM, Ahmadi A. Tuturan Rocky Gerung Dalam Channel Youtube : Perspektif Tindak Tutur Searle (Kajian Pragmatik). Tuturan Rocky Gerung Dalam Channel Youtube Perspektif Tindak Tutur Searle (Kajian Pragmatik). 2023;10:242-250. file:///C:/Users/muthi/Downloads/57422-Article Text-124155-1-10-20231104.pdf
- Annas, Nababan MR, Santosa R, Wiratno T. a Case Study of Public Social Advertisements Translation: Pragmatics Approach. *Rev Gest Soc e Ambient* . 2024;18(7):1-22. doi:10.24857/rgsa.v18n7-126
- Arifianti. *Buiku Ajar Pragmatik Teori Dan Analisis.*; 2020.
- Armakutubi. *Tindak Tutur Dan Kesantunan.*; 2022.
- Astri ND. Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Dalam Cuitan Atau Meme Di Media Sosial Instagram. *J Bhs Indones Prima*. 2020;2(2):20-30. doi:10.34012/bip.v2i2.1187
- Dilanti P, Yarno Y, R. Panji Hermoyo. Tindak Tutur Ilokusi Searle dalam Film Pendek Jarak Antar Kanvas Karya Turah Parthayana. *J Onoma Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*. 2024;10(2):2269-2282. doi:10.30605/onoma.v10i2.3707
- Hastuti NP, Setiawan B, Chaesar ASS. Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi dalam Film Bercorak Anekdot: Ngeri-Ngeri Sedap. *J Sastra Indones*. 2023;12(2):158-168. doi:10.15294/jsi.v12i2.68292
- Ilmiah J, Tv B beng, Jl A, et al. Analisis Tindak Tutur Lokusi , Ilokusi dan Perlokusi dalam Iklan IKIP Muhammadiyah Maumere , Indonesia. 2024;2.
- Irfan M, Apriliyanti, Herman Wijaya. Kesantunan Tutur Remaja Dilihat Dari Sudut Pandang Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Di Kampung Jolok Desa Sikur (Studi Pragmatik). *ALINEA J Bahasa, Sastra dan Pengajarannya*. 2021;1(1):19-29. doi:10.58218/alinea.v1i1.12
- Merdina Ziraluo. (aman) Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Pada Debat Capres-Cawapres Republik Indonesia Tahun 2019. *J Educ Dev Inst Pendidik Tapanuli Selatan*. 2020;Vol.8 No.2(2):249-256.
- Musfiroh AT, Afiyani A, Apriliyana AR, Sa'adah LA. Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, dan Perlokusi dalam Naskah Monoply: Balada Ledek Tayub Karya Agus R. Subagyo. *J Sinesis*. 2022;1(1):79-84. <https://ejournal.sinesis.umk.ac.id>
- Meliyawati, Saraswati, Anisa D. Analisis Tindak Tutur Lokusi Ilokusi dan Perlokusi Pada Tayangan Youtube Kick Andy Edisi Januari 2022 Sebagai Bahan Pembelajaran Di SMA. *AKSARA J Ilmu Pendidik Nonform*. 2023;09(1):137-152. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara%0AAalisis>
- Permadi D, Suparto D, Bisri AZ. Analisis Semiotik Iklan Politik Prabowo Gibran Pada Pilpres 2024. *J Komun*. 2024;10(1):45-55. doi:10.30997/jk.v10i1.12507

- Setyorini R, Sari IP. Analisis Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Pada Iklan Teh Pucuk Harum. *Kaji Linguist dan Sastra*. 2020;5(1):31-36. doi:10.23917/kls.v5i1.7888
- Septiana MHE, Susrawan INA, Sukanadi NL. Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Perlokusi pada Dialog Film 5 Cm Karya Rizal Mantovani (Sebuah Tinjauan Pragmatik). *J Ilm Pendidik Bhs dan Sastra Indones*. 2020;1(1):98-105.
- Senovil F, Wardhana DEC, Basuki R. Tindak Tutur Dalam Iklan Layanan Masyarakat Bertemakan Covid-19 Pada Media Televisi Nasional. *Diksa Pendidik Bhs dan Sastra Indones*. 2023;8(2):148-156. doi:10.33369/diksa.v8i2.22810
- Suryawin PC, Wijaya M, Isnaini H. Tindak Tutur (Speech Act) dan Implikatur dalam Penggunaan Bahasa. *Sinar Dunia J Ris Sos Hum dan Ilmu Pendidik*. 2022;1(3):34.
- Thalib MA. Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya. *Madani J Pengabdian Ilm*. 2022;5(1):23-33. doi:10.30603/md.v5i1.2581
- Yanti DN, Hilaliyah H, Nurtriputra I. Implikasinya Terhadap Pembelajaran. *ALEGORI J Mhs Pendidik Bhs Indones*. 2022;02(01):39-47.