

ARTIKEL

**TINDAK TUTUR PERSUASIF
DEBAT CALON GUBERNUR DKI JAKARTA 2018
PUTARAN PERTAMA PADA MEDIA TELEVISI**



Oleh:

RIZKIA PUTRI

13.1.01.07.0015

Dibimbing oleh :

1. Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd.

2. Drs. Moch. Muarifin, M.Pd.

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

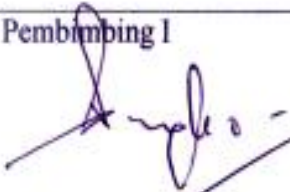


Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rizkia Putri
NPM : 13.1.07.07.0015
Telepon/HP : 085736130030
Alamat Surel (Email) : rizkiaputri57@gmail.com
Judul Artikel : Tindak Tutur Persuasif Debat Calon Gubernur DKI
Jakarta Putaran Pertama Pada Media Televisi
Fakultas – Program Studi : FKIP – Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi : Jl. KH. Ahmad Dahlan No.77, Mojoroto, Kediri, Jawa
Timur

Dengan ini menyatakan bahwa :

- a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiatisme;
- b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 10 Desember 2017
Pembimbing I  Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd. 0708026001	Pembimbing II  Drs. Moch. Muarifin, M.Pd. 0012066902	Penulis,  Rizkia Putri 13.1.01.0.0015

TINDAK TUTUR PERSUASIF DEBAT CALON GUBERNUR DKI JAKARTA 2018 PUTARAN PERTAMA PADA MEDIA TELEVISI

RIZKIA PUTRI

13.1.01.07.0015

FKIP – PBSI

Rizkiaputri57@gmail.com

Dosen Pembimbing 1 : Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd Dosen Pembimbing 2 : Drs. Moch. Muarifin, M.Pd.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Rizkia Putri: Tindak Tutur Persuasif Debat Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Putaran Pertama Pada Media Televisi, Skripsi, PBSI, FKIP UN PGRI KEDIRI, 2017.

Para masyarakat yang mendengar serta menyaksikan debat cagub DKI Jakarta putaran pertama dapat dengan mudah terhasut oleh tuturan-tuturan persuasif oleh pasangan calon pemimpin tersebut. Penelitian ini dilatarbelakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti bahwa kenyataannya pasangan calon pemimpin daerah dalam berdebat atau berkampanye banyak menggunakan modus dan teknik tindak tutur persuasif guna menarik perhatian massa menghimpun dukungan dari masyarakat agar keinginan pribadi dapat terealisasi.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah modus tindak tutur persuasif debat calon Gubernur DKI Jakarta 2017 putaran pertama pada media televisi? (2) Bagaimanakah teknik tindak tutur persuasif debat calon Gubernur DKI Jakarta 2017 putaran pertama pada media televisi?

Penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik dengan jenis penelitian kualitatif. Data dari penelitian berupa tuturan-tuturan kalimat persuasif dengan sumber data dari debat cagub cawagub DKI Jakarta pada putaran pertama. Metode pengumpulan data menggunakan teknik simak dan catat. Penelitian difokuskan pada modus dan teknik tindak tutur persuasif cagub cawagub DKI Jakarta pada debat putaran pertama.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah ditemukan banyak modus tuturan-tuturan persuasif oleh pasangan calon cagub dan cawagub dalam debat, ditemukan banyak teknik persuasif dalam tuturan-tuturan debat, pasangan calon nomor urut pertama Agus-Sylvi banyak menggunakan modus tuturan deklaratif, pasangan nomor urut dua Basuki-Jarot banyak menggunakan teknik menunjukkan hasil kerja.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, disarankan agar masyarakat umum yang awam akan dunia politik hendaknya lebih berhati-hati dalam menentukan pilihannya agar tidak mudah tergoda oleh tuturan-tuturan persuasif yang memang fungsinya hanya membujuk, dan pasangan calon pemimpin daerah dalam berdebat maupun berkampanye dapat merealisasikan apa yang telah disampaikan sehingga tuturan-tuturan tidak hanya menjadi bujukan persuasif.

Kata kunci: media televisi, tindak tutur, modus tindak tutur, teknik tindak tutur, debat cagub cawagub.

I. Latar Belakang

Televisi merupakan media massa yang relatif dekat dengan masyarakat. Hal ini terbukti bahwa hampir seluruh rumah di Indonesia sekarang sudah mempunyai sebuah televisi. Televisi memadukan antara audio dan visual. Sebagaimana dinyatakan Raka Siwi (dalam Wahyudi, 1985:3),

... dan yang membuat televisi istimewa adalah sifatnya yang dapat dilihat secara audio visual (suara dan gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, baik kaya atau miskin, tua maupun muda, mahasiswa sampai anak kecil, di desa maupun perkotaan, kaum intelektual maupun masyarakat biasa dan bahkan orang-orang yang buta huruf atau tidak dapat membaca pun dapat mengikuti siaran televisi dan mencernanya sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Televisi ibarat sebuah kotak ajaib yang tanpa disadari mampu menyihir banyak orang untuk bersedia duduk manis dan menghabiskan waktunya untuk menikmati acara yang sedang ditayangkan. Selain itu televisi juga meniadakan jarak, ruang serta waktu. Sebagaimana pendapat Kuswandi (1996), “Kemampuan televisi dalam menarik perhatian menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai

jarak secara geografis dan sosiologis.” Hal tersebut disebabkan oleh tayangan yang disiarkan, dapat menghibur dan memberi informasi pada masyarakat. Fakta-fakta seperti itu, menyebabkan televisi memberikan pengaruh kepada masyarakat, baik positif, negatif, maupun fisik dan psikis.

Kenyataan ini dipercaya, televisi dapat memengaruhi masyarakat karena posisinya yang strategis. Bahkan televisi modern mampu menayangkan kembali tayangan yang telah diputar sebelumnya. Apapun tayangan yang ingin disaksikan tidak terbatas oleh waktu. Televisi modern mampu menyesuaikan dengan pemirsanya.

Oleh karena itu, beberapa pihak memanfaatkan televisi untuk berbagai keperluan. Pemerintah, pihak-pihak swasta atau orang perorangan memanfaatkan televisi untuk berbagai tujuan. Salah satu bukti itu adalah televisi dijadikan salah satu media berkampanye oleh pihak partai politik. Pemanfaatan ini disebabkan oleh beberapa keunggulan dari media televisi, diantaranya (1) televisi lebih cepat diakses oleh pemirsanya, (2) lebih efektif dan efisien, (3) jangkauan luas serta tidak terbatas ruang dan waktu, dan (4) televisi muncul sebagai kekuatan baru yang lebih praktis dalam menyampaikan informasi politik kepada masyarakat. Oleh karena itu

pihak partai politik menggunakan televisi sebagai media berkampanye.

Salah satu bentuk kampanye yang sering dipilih yakni debat publik. Debat publik mengemban fungsi sebagai wahana penyampaian profil calon, visi, misi serta program kerja calon gubernur dan wakil gubernur. Melalui debat terutama sesi tanya dan sanggahan pemilih dapat mengetahui kualitas calon pemimpinnya, baik dari cara bertanya maupun jawabannya. Akan tetapi, debat publik sebagai salah satu bentuk kampanye juga memiliki fungsi sebagai sarana pendidikan politik masyarakat sehingga mereka mampu memilih secara rasional bukan memilih secara emosional. Sebagaimana dinyatakan Hafidz (2015): bahwa masyarakat pemilih sudah saatnya menjadikan visi, misi, dan program sebagai salah satu pertimbangan dalam menentukan pasangan calon. Tuntutan atau harapan seperti ini sedikit sulit diwujudkan, karena pelaku politik lebih banyak mengobral janji, berlaku menjelek-jelekan kontestan lain atau calon lainnya. Terlebih lagi di pemilu kepala daerah seperti pemilu gubernur dan wakil gubernur.

Kegiatan debat akan menghasilkan gagasan yang diungkapkan dalam bentuk tuturan-tuturan lisan. Gagasan utama pelaku-pelaku politik dalam tuturan ini adalah penyampaian pesan, harapan, serta

keinginan. Selain itu gagasan mengandung maksud untuk mengajak dan mempengaruhi calon pemilih untuk memberikan suaranya agar paslon dipilih oleh pemilihnya. Dengan demikian, tindak tutur ini mengandung makna tersembunyi di balik ujaran-ujarannya. Tindak tutur persuasif lebih bersifat sering menjatuhkan lawan, tidak mendidik dan hanya mementingkan keinginan pelaku politik agar calon pemilih melakukan sesuatu ketika datang ke tempat pengumuman suara. Para peserta pemilihan cenderung memainkan politik pencitraan.

Memperhatikan tindak tutur persuasif kandidat calon gubernur DKI Jakarta dalam debat putaran pertama tentunya menarik untuk diteliti sebab bentuk ujaran dalam setiap tuturan akan mengandung pesan tersembunyi. Selain itu, dapat diketahui bagaimana modus tindak tutur dan bagaimana teknik tindak tutur dalam ujaran debat politik oleh calon gubernur DKI Jakarta dalam debat putaran pertama.

Bentuk tuturan dikemas dalam bahasa yang dipilih dengan pesan pragmatik dengan berbagai kosakata atau tuturan yang menarik. Hal-hal ini yang menjadikan penelitian lebih menarik. Untuk itu ditampilkan penelitian dengan judul “Tindak Tutur Persuasif Debat Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Putaran Pertama Pada Media Televisi.” Penelitian

ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan modus tindak tutur persuasif dan teknik tindak tutur persuasif dalam debat calon gubernur.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara pemecahan masalah secara ilmiah. Metode juga diartikan sebagai langkah-langkah atau rangkaian proses kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Secara lebih khusus metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013: 2).

Metode penelitian yang dipaparkan yakni (A) pendekatan dan jenis penelitian, (B) tahapan dan waktu penelitian, (C) instrumen penelitian, (D) data dan sumber data penelitian, (E) teknik pengumpulan data, (F) metode analisis data, dan (G) pengecekan keabsahan data.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan adalah cara pandang terhadap objek sebagai penentu arah penelitian. Sebagaimana dinyatakan oleh Semi (2012:80), pendekatan adalah asumsi-asumsi dasar yang dijadikan pegangan dalam memandang suatu objek dengan adanya pilihan pendekatan dalam suatu kajian, kritikan, atau penelitian dapat membantu mengarahkan kajian atau penelitian itu sehingga lebih tajam dan mendalam.

Oleh karena itu, pendekatan memiliki peranan yang penting dalam suatu penelitian karena pendekatan merupakan dasar untuk melakukan penelitian. Pendekatan adalah cara yang dilakukan oleh peneliti dalam memandang dan mendekati suatu objek penelitian.

Penggunaan pendekatan penelitian yang tepat dapat menghindarkan peneliti dari cara kerja yang spekulatif. Penggunaan pendekatan penelitian yang benar akan menghasilkan penelitian yang terjamin kualitas kepercayaan (reliabilitas) dan keabsahannya (validitas).

Secara teoritis, penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik. Pragmatik merupakan kajian terhadap makna penutur yang disesuaikan dengan konteksnya sehingga memungkinkan untuk lebih mengetahui hal yang dikomunikasikan daripada yang dinyatakan. Sebagaimana Mulyana (2005: 78) pragmatik merupakan kajian tentang tata cara bagaimana para penutur dan petutur dapat memakai dan memahami tuturan sesuai dengan konteks situasi yang tepat. Pengkajian bahasa secara pragmatik dapat memberikan keuntungan, yaitu dapat membicarakan makna yang dimaksudkan oleh orang-orang, asumsi-asumsi mereka, maksud atau tujuan mereka, dan jenis-jenis tindakan yang mereka ajukan ketika bertutur.

Pendekatan pragmatik mencoba untuk menggali secara mendalam bagaimana modus tindak tutur dan teknik tindak tutur yang digunakan para peserta debat khususnya cagub dan cawagub dalam mempengaruhi audience atau masyarakat secara luas. Selain itu, pendekatan pragmatik juga berperan dalam mengungkap lebih jauh motif-motif politik tertentu melalui bahasa yang digunakan dalam debat.

2. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:14) terdapat dua jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian kualitatif ditandai dengan ciri-ciri data kualitatif yang berupaya mendeskripsikan realitas, makna data ditentukan berdasarkan konteks.

Sejalan dengan itu, Moleong (2012:33) mengungkapkan perbedaan penelitian kuantitatif dan kualitatif dari aspek studi tentang konteksnya seperti di bawah ini.

Penelitian kuantitatif berusaha agar nilai pribadi bebas dari pengaruh desain penelitian dan menghindari usaha membuat keputusan nilai tentang hal-hal yang diteliti. Sedangkan penelitian kualitatif berupaya untuk memahami fenomena-fenomena yang kompleks

dengan jalan mengujinya dalam keseluruhan dalam konteks. Belum mengetahui apa yang difokus sampai studi itu sudah berlangsung; mengidentifikasi tema yang relevan dan pola-pola (yang muncul) yang kemudian menjadi fokus studi. Pengumpulan data sedikit banyak adalah kontinu dan intensif lebih dari penelitian kuantitatif.

Pemilihan jenis penelitian kualitatif ini juga mengacu pada karakteristik penelitian kualitatif yang dinyatakan Sugiyono (2013:21-22). Berdasarkan karakteristik dapat dikemukakan bahwa penelitian kualitatif itu (1) dilakukan pada kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci. (2) penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif yakni data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka.

Penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan modus dan teknik tindak tutur persuasif cagub dan cawagub DKI Jakarta dalam debat putaran pertama pada tanggal 13 Januari 2017. Hasil penelitian berupa deskripsi dari kosa kata dan kalimat persuasif yang digunakan cagub dan cawagub dalam debat.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa permasalahan penelitian ini adalah 1) Bagaimanakah modus tindak tutur persuasif debat calon Gubernur DKI Jakarta 2017 putaran pertama pada media televisi? 2) Bagaimanakah teknik tindak tutur persuasif debat calon Gubernur DKI Jakarta 2017 putaran pertama pada media televisi?

Modus persuasif yang digunakan yaitu modus tindak persuasif dalam wujud kalimat deklaratif, modus tindak persuasif dalam wujud kalimat interogatif, modus tindak persuasif dalam wujud kalimat imperatif.

Modus tindak tutur dalam wujud kalimat deklaratif dalam bahasa Indonesia mengandung maksud memberitakan sesuatu kepada mitra tutur. Modus tindak tutur dalam wujud kalimat interogatif mengatakan bahwa kalimat interogatif adalah kalimat yang mengandung maksud menanyakan sesuatu kepada si mitra tutur. Modus tindak tutur dalam wujud kalimat imperatif menyatakan bahwa bentuk imperatif merupakan bagian dari bentuk tuturan direktif, imperatif mengandung maksud memerintah atau meminta agar mitra tutur melakukan sesuatu sebagaimana diinginkan penutur.

Teknik persuasi adalah cara membujuk yang digunakan pasangan calon

agar pemilih / masyarakat Jakarta khususnya tertarik dan memilih paslon yang sedang berkampanye. Dari data yang diperoleh diketahui bahwa teknik persuasi dalam debat cagub DKI putaran pertama 2017 di media televisi, terdapat beberapa teknik persuasi menurut teori yang dikemukakan Sunarjo, yaitu membungkus (membangun citra positif), perhatian (empati), dan mengunggulkan program kerja. Selain itu, juga ditemukan beberapa teknik persuasi yang lain, yaitu menunjukkan hasil kerja, dan memberikan janji.

Hasil ini dapat disimpulkan bahwa terdapat modus persuasif dalam bentuk kalimat deklaratif, interogatif dan imperatif. Teknik persuasif yang digunakan dalam berdebat yaitu membangun citra positif, perhatian (empati), dan mengunggulkan program kerja, menunjukkan hasil kerja, dan memberikan janji.

IV. DAFTAR PUSTAKA

- Adminkd. 2015. *Macam-Macam Pengertian Televisi Menurut Para Ahli*. Tersedia di <http://MacamMacamPengertianTeleviisiMenurutParaAhli.htm>. , diunduh 13 November 2016
- Awan. 2008. *Tindak Tutur*. Tersedia di <http://AwanTINDAKTUTUR.htm>. , diunduh, 15 November 2016
- Chaer, Abdul. 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta

- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Dewantara, I Putu Mas. 2013. *Penerapan Pendekatan Pragmatik (Prinsip-Prinsip Penggunaan Bahasa) Disertai Teknik Koreksi Sesama Temandan Koreksi Oleh Guru Untuk Meningkatkan Keterampilan Menceritakan*
- Didin. 2017. *Pengertian Debat Menurut Para Ahli*. Tersedia di <http://PengertianDebatMenurutParaAhliWadahBahasaIndonesia.htm>., diunduh , 13 November 2016
- Djajasudarma, Prof. Dr. T. Fatimah. 1999. *Semantik 1 (Pengantar ke Arah Ilmu Makna)*. Bandung: PT Refika Aditama
- Ibrahim, Abd. Syukur. 1993. *Kajian Tindak Tutur*. Surabaya: Usaha Nasional
- Kusniati. 2004. *Tindak Tutur Persuasif Dalam Wacana Kampanye Pemilu Legislatif Tahun 2014*. Nosi, 2 (7): 668-683
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Leech, Geoffrey. 2011. *Prinsip - Prinsip Pragmatik (Terjemahan M.D.D Oka)*. Jakarta: UI Press
- Malik, Dedy Djamaludin dan Iriantara, Yosol. 1994. *Komunikasi Persuasi*. Bandung: PT Remaja Rosida Karya
- Moleong, J Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana*. Yogyakarta: AdiCita Group
- Paisley, W.J. 1981. "Publik Communication Campaigns The American Experience". Dalam Rice, R.E dan Pasiley, W.J. (Penyunting). *Public Communication Campaigns* London. Sage Publications. Ltd
- Pengalaman Pada Siswa Kelas Viie Smp Negeri 5 Negara. *Junal Santiaji Pendidikan*, 3 (2): 110-121
- Rahardi, R. Kunjana. 2008. *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Rahayu, Iin Fitria. 2005. *Ragam Bahasa dan Tindak Tutur*. Tersedia di <http://belajarRAGAMBAHASADANTINDAKTUTUR.htm> . , diunduh, 13 November 2016
- Rogers, E.M., & Storey J.D. 1987. *Communication Campaign. Dalam C.R Berger & S.H. Chaffe (Eds.), Handbook of Communication Science*. New Burry Park; Sage
- Rustono. 1999. *Pokok-Pokok Pragmatik*. Semarang
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Dimensi Press Yogyakarta
- Sasongko. 2016. *Persaingan Simbolik dalam Debat Publik Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Tahun 2015*. Tesis. Tidak dipublikasikan. Malang: Progam Pascasarjana Universitas Islam Malang
- Semi, M.A Tar. 2012. *Metode Penelitian Sastra*. Bandung: Angkasa



- Soleha, Siti. 2011. *"Tindak Tutur Persuasif dalam Wacana Iklan Komersial Produk Kecantikan Berbahasa Indonesia Pada Situs Internet"*. Tidak Dipublikasikan. Skripsi Jember: Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
- Sudaryanto. 1990. *Aneka Konsep Kedataan Lingual dalam Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suranto AW. 2005. *Komunikasi Perkantoran*. Yogyakarta. Media Wacana
- Wahyudi, J., B. 1985. *Jurnalistik Televisi: Tentang dan Sekitar Siaran Berita TVRI*. Bandung: Penerbit Alumni
- Wijana, I Dewa Putu dan Rohmadi, Muhammad. 2011. *Analisis Wacana Pragmatik (Kajian Teori dan Analisis)*. Surakarta: Yuma Pustaka
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar