

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini mencakup beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh (Alfian, 2014) dengan judul “Analisis Semiotika Papan Reklame Kampanye Politikus Calon Legislatif DPRD Tahun 2014 Dapil (Tanete Riattang Barat, Tanete Riattang, Tanete Riattang Timur, Palakka) di Kabupaten Bone.” Penelitian ini fokus pada analisis makna semiotika dalam iklan papan reklame kampanye politikus calon legislatif DPRD di Kabupaten Bone pada tahun 2014 serta respons masyarakat terhadap bahasa visual calon legislatif tersebut. Untuk menjawab permasalahan ini, penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teori semiotika Roland Barthes, serta desain komunikasi visual dan periklanan. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap objek penelitian, wawancara, serta literatur, jurnal, dan sumber-sumber bacaan dari internet yang relevan.

Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan studi yang dilakukan oleh Muhammad Fadeli, Tira Fitria Wardhani, dan Andri Setiawan (2020) dengan judul “Semiotika Kampanye Politik Melalui Papan Reklame.” Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Sudi (2014) yang berjudul “Penyelenggaraan Pemilihan Calon Legislatif Kabupaten Biak Numfor Pada Pemilu 2014,” yang berfokus pada analisis bahasa pada media baliho.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini mencakup studi yang dilakukan oleh Muhammad Irfan Dwitama, Firza Alif Hakiki, Endang Sulastri, Usni, dan Djoni Gunanto (2020) dengan judul “Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat di PILKADA 2020 Tangerang Selatan.” Penelitian ini membahas bagaimana aktor politik dan partai politik harus berpikir luas mengenai strategi kampanye mereka untuk mempengaruhi partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada 2020 di Tangerang Selatan. Selama pandemi COVID-19, dalam proses kampanye yang dilakukan oleh pasangan calon walikota dan wakil walikota. Artikel ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting

dalam mempengaruhi partisipasi politik masyarakat karena kemudahannya diakses dan keterjangkauannya bagi masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi partisipasi politik masyarakat dalam Pilkada 2020 Tangerang Selatan.

Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan studi yang dilakukan oleh Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi (2018) dalam “Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar Kabupaten Bogor.” Selain itu, penelitian oleh Loina L. K. Perangin-angin dan Munawaroh Zainal (2018) berjudul “Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial” juga relevan.

Penelitian relevan lainnya dilakukan oleh Lely Rahmawati (2020) dalam tesisnya yang berjudul "Retorika Bahasa dalam Iklan Baliho Kampanye Politik (Penelitian Analisis Wacana Kritis Iklan Baliho Kampanye Politik Partai Islam)," yang diajukan di program pascasarjana Linguistik Terapan, Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang retorika bahasa dalam iklan baliho kampanye politik, meliputi aspek linguistik dan sosial. Data penelitian berasal dari baliho empat partai Islam dalam pemilihan umum 2019, yaitu PAN, PKS, PKB, dan PPP. Data yang dianalisis terdiri dari berbagai kata, frase, dan klausa yang terdapat pada baliho.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Yunia Mulia Irianti (2020) berjudul "Motif Pembagian Merchandise pada Kampanye Pemilihan Walikota Surabaya 2020." Penelitian ini membahas sebagian besar mengenai pemilihan walikota sebagai bagian dari pesta demokrasi Indonesia, yang menjadi momen dinantikan oleh berbagai kalangan masyarakat, terutama selama masa kampanye. Pada masa ini, pasangan calon berusaha menarik dukungan dengan berbagai cara, salah satunya dengan membagikan merchandise kepada masyarakat. Pemilihan walikota Surabaya 2020 menjadi sangat kompetitif karena masyarakat menantikan pengganti Tri Risma Harini. Selama kampanye, kedua pasangan calon bersaing untuk menarik perhatian masyarakat.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini mencakup beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Wijayanti (2017) dengan judul “Analisis Kode Bahasa

dalam Media Sosial”. Penelitian ini menganalisis kode bahasa yang digunakan dalam media sosial dan bagaimana kode bahasa tersebut mempengaruhi komunikasi online. Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap objek penelitian, wawancara, serta literatur, jurnal, dan sumber-sumber bacaan dari internet yang relevan.

Penelitian lain yang relevan dilakukan mencakup beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Kusuma (2019) dengan judul “Analisis Semiotika Iklan Politik pada Pemilu 2019”. Penelitian ini menganalisis makna semiotika dalam iklan politik pada Pemilu 2019 dan bagaimana iklan tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap calon presiden.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini mencakup beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Sudaryanto (2015) dengan judul “Metode Penelitian Bahasa”. Penelitian ini membahas tentang metode penelitian bahasa dan bagaimana metode tersebut dapat digunakan untuk menganalisis kode bahasa dalam media. Penelitian-penelitian tersebut memberikan kontribusi pada penelitian ini dengan memberikan wawasan tentang analisis semiotika, kode bahasa, dan komunikasi visual dalam konteks politik.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Hasan (2016) dengan judul “Analisis Wacana Kritis pada Iklan Politik”. Penelitian ini menganalisis wacana kritis pada iklan politik dan bagaimana wacana tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap politikus.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini mencakup beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Fatimah (2018) dengan judul “Analisis Semiotika pada Poster Kampanye Politik”. Penelitian ini menganalisis makna semiotika pada poster kampanye politik dan bagaimana poster tersebut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap politikus. Dan menganalisis beberapa kesalahan dalam kajian semiotika pada poster kampanye politik tersebut.

B. Landasan Teori

a) Baliho Kampanye

Kampanye merupakan bagian penting dari sebuah komunikasi politik. Perencanaan dan pembentukan tim strategi pemenangan menjadi penting untuk

dimaksimalkan di dalam kampanye politikus. Beberapa model kampanye yang sering digunakan yaitu poster, banner, baliho, dan sebagainya. Sebagai alat representasi diri calon dengan prinsip-prinsip persuasif diperlukan alat peraga kampanye yang mengandung unsur elemen tekstual dan grafis, namun terkadang alat peraga kampanye calon belum menunjukkan kualitas penyampaian informasi secara tepat.

Baliho merupakan sebuah media promosi yang mengandung unsur menginformasikan suatu kegiatan yang berkaitan dengan khalayak umum. Pesan yang disampaikan melalui baliho biasanya pesan yang bersifat tersirat, promosi, iklan atau pemberitahuan yang ditujukan untuk masyarakat luas seperti pada kampanye.

Baliho erat kaitannya dengan media promosi suatu brand atau produk dengan tujuan menambah branding dan melakukan suatu campaign dengan tenggat waktu tertentu akan tetapi juga digunakan sebagai kampanye para calon pemimpin untuk lebih mudah dikenal dengan masyarakat luas. Seperti yang telah diketahui, baliho juga merupakan hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya kecanggihan mesin cetak digital. Media promosi ini dicetak menggunakan mesin print digital berbentuk vertikal atau portrait.

Beberapa ciri-ciri baliho yang bisa diterapkan:

1. Baliho dibuat untuk mempromosikan suatu produk atau event tertentu dengan target audiens masyarakat luas yang sering bermobilitas tinggi.
2. Ukuran baliho sengaja dibuat besar dan visual yang menarik agar lebih eye catching sehingga menarik di mata banyak orang.
3. Penempatan baliho berada di suatu tempat yang sering dilalui banyak orang, tujuannya adalah agar baliho dapat menjangkau orang banyak.
4. Meski dimensi dan ukurannya besar, pemasangan iklan menggunakan baliho memiliki banyak keuntungan seperti proses pemasangan dan pembongkarannya cenderung lebih cepat.

b) Kode Bahasa

Kode bahasa adalah kumpulan aturan dan standar yang digunakan dalam pengembangan media baliho politikus. Prof. Dr. Samsuri: Beliau menjelaskan bahwa kode bahasa adalah sistem simbol-simbol yang digunakan dalam proses komunikasi verbal atau nonverbal, yang mengikuti aturan-aturan tertentu untuk menyampaikan makna. Kode bahasa ini menetapkan aturan-aturan tertentu dalam penggunaan bahasa, gaya, dan tata letak teks dan gambar dalam media baliho politikus. Hal ini penting untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan dapat dimengerti dengan jelas dan efisien oleh pembaca.

Kode bahasa dalam media baliho politikus dapat diterapkan dalam beberapa aspek, seperti:

Penggunaan bahasa: Kode bahasa menetapkan aturan-aturan dalam penggunaan bahasa, seperti penggunaan kalimat yang jelas dan ringkas, penggunaan huruf kapital dan huruf kecil, dan penggunaan tanda baca.

- a. Gaya teks: Kode bahasa menetapkan aturan-aturan dalam gaya teks, seperti ukuran font, warna teks, dan jarak antara teks.
- b. Tata letak gambar: Kode bahasa menetapkan aturan-aturan dalam tata letak gambar, seperti posisi, ukuran, dan warna gambar.
- c. Penggunaan simbol dan ikon: Kode bahasa menetapkan aturan-aturan dalam penggunaan simbol dan ikon, seperti penggunaan simbol untuk memberi tahu tentang arah, nomor, dan lain-lain.
- d. Penggunaan warna: Kode bahasa menetapkan aturan-aturan dalam penggunaan warna, seperti penggunaan warna untuk menggambarkan perbedaan, mengambil tindakan, dan lain-lain.

Kode bahasa dalam media baliho politikus dapat diterapkan oleh para pengembang media baliho politikus dalam membuat media baliho politikus yang efisien dan efektif. Hal ini dapat membantu para pembaca dalam memahami informasi yang diberikan dan mengingatnya dengan lebih mudah.

1. Jenis Kalimat:

Kalimat adalah satuan bahasa yang terdiri dari satu atau lebih kata yang membentuk suatu pikiran atau gagasan. Jenis kalimat dapat dibedakan berdasarkan struktur dan fungsinya. Beberapa jenis kalimat meliputi:

- a. Kalimat Berita (*Declarative Sentence*) : Kalimat yang memberikan informasi atau menyatakan suatu fakta.
- b. Kalimat Tanya (*Interrogative Sentence*) : Kalimat yang digunakan untuk bertanya atau meminta informasi.
- c. Kalimat Perintah (*Imperative Sentence*) : Kalimat yang memberikan perintah atau instruksi.
- d. Kalimat Seru (*Exclamatory Sentence*) : Kalimat yang menyatakan perasaan kagum, kejutan, atau emosi.

2. Frase Kode Bahasa:

Frase kode bahasa merujuk pada penggunaan bahasa yang memiliki makna khusus dalam suatu kelompok atau komunitas tertentu. Contohnya termasuk frase atau kata-kata slang, jargon, atau istilah teknis yang digunakan dalam bidang tertentu.

a) Konsep Kode Bahasa

Kode Bahasa merupakan salah satu hal yang menjadi kajian penelitian pada baliho kampanye politik. Dan dibawah ini merupakan menurut para ahli yang menjadi sumber data acuan penelitian berikut yang berupa :

Bahasa merupakan sistem simbol untuk berkomunikasi, yang benar-benar berfungsi apabila pikiran, gagasan, dan konsep diacu atau diungkapkan melalui kesatuan hubungan yang bervariasi dari sistem simbol, sistem tersebut dimiliki bersama baik oleh penutur maupun penanggap tutur (Alwasilah, 1993: 70). Sistem simbol yang digunakan masyarakat Indonesia cenderung bervariasi, karena masyarakat Indonesia umumnya menguasai dan memakai lebih dari dua bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Seperti masyarakat Kelurahan Sukapura memiliki kondisi kebahasaan dengan penguasaan bahasa lebih dari satu. Fenomena ini lazim disebut dengan istilah dwibahasa atau multibahasa. Kode bahasa dalam konteks ini dapat meliputi penggunaan tanda-tanda bahasa seperti kalimat, gambar, warna, dan jenis font yang digunakan.

Para ahli menganalisis bagaimana kode bahasa ini dapat mempengaruhi pemahaman, persepsi, dan tindakan pemilih. Selain itu, para ahli juga mengkaji bagaimana kode bahasa ini dapat memanipulasi atau memengaruhi pendapat dan keputusan pemilih. Dalam bahasa Indonesia, kode bahasa berupa media baliho kampanye politikus dapat didefinisikan sebagai cara yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan atau ide politis melalui penggunaan tanda-tanda bahasa tertentu, sehingga dapat mempengaruhi pemahaman, persepsi, dan tindakan pemilih. Menurut (Turistiani, 2013), mahasiswa sering melakukan kesalahan dalam penggunaan ejaan. Kesalahan-kesalahan ini dianalisis berdasarkan dua faktor: frekuensi kesalahan dan persebaran kesalahan. Analisis ini bersifat pedagogis, yaitu bertujuan untuk meningkatkan keterampilan menggunakan ejaan yang disempurnakan dalam penyusunan karya ilmiah. Kesalahan yang ditemukan mencakup penggunaan tanda baca, huruf, dan penyusunan kata. Kesalahan tanda baca meliputi penggunaan tanda koma (,) dan tanda titik (.). Kesalahan penggunaan huruf terlihat pada penggunaan huruf miring. Sedangkan kesalahan perangkaian kata mencakup gabungan kata, kata berimbuhan, kata depan, partikel, dan lambang bilangan.

b) Konsep Semantik

Semantik adalah cabang linguistik yang membahas makna dalam bahasa. Bidang ini fokus pada analisis dan deskripsi cara kata-kata, frase, kalimat, dan lambang linguistik lainnya membawa arti. Semantik berusaha memahami bagaimana makna dibangun, diinterpretasikan, dan dipertukarkan dalam konteks bahasa. Dalam studi semantik, para peneliti menyelidiki hubungan antara tanda-tanda linguistik dan konsep atau realitas yang mereka wakili. Dalam bidang linguistik, kata digunakan untuk mempelajari struktur kata. Dalam morfologi, kata adalah satuan terbesar dan morfem adalah satuan terkecil. Sedangkan dalam sintaksis, kata adalah satuan terkecil.

Chaer (2014:162) menyatakan bahwa satuan bahasa yang bermakna tunggal dipisahkan oleh dua spasi. Cook (dalam Tarigan 2015:96) menyatakan bahwa dalam linguistik, frase adalah satuan yang tidak memiliki klausa dan terdiri dari

lebih dari dua kata. Klausa berfungsi sebagai predikat dan tidak memiliki intonasi akhir, yang menjadi ciri utama. Frase dapat dijelaskan sebagai kombinasi dari dua kata atau lebih yang bersifat non-predikatif. Penting memahami bahwa semantik tidak hanya terbatas pada makna kata-kata secara individual, tetapi juga melibatkan makna yang dihasilkan melalui kombinasi kata-kata dalam frase dan kalimat. Studi semantik juga mencakup pertimbangan terhadap variasi makna berdasarkan konteks dan peran pragmatis dalam komunikasi.

Dengan memahami aspek semantik dalam bahasa, kita dapat menggali cara makna dikonstruksi, diinterpretasikan, dan dipertukarkan oleh penutur bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Berikut adalah beberapa pengertian tentang semantik menurut para ahli: Menurut John Saeed, semantik adalah studi tentang hubungan antara tanda-tanda linguistik dan makna yang mereka tunjukkan atau gambarkan. Steven Pinker merupakan seorang psikolog kognitif dan ahli linguistik, menggambarkan semantik sebagai cabang ilmu yang mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti "Apa arti?" atau "Bagaimana kita mengerti kata-kata dan kalimat?".

Charles Kay Ogden dan Ivor Armstrong Richards yaitu Dalam "The Meaning of Meaning," mereka mengemukakan teori semantik dasar yang dikenal sebagai "teori semantik triangulasi" yang melibatkan tiga elemen utama: simbol (kata atau tanda), objek (realitas yang direferensikan oleh simbol), dan interpretan (makna atau konsep yang dimunculkan oleh hubungan antara simbol dan objek). Noam Chomsky, seorang ahli linguistik terkenal, berfokus pada aspek generatif dan struktural bahasa. Baginya, semantik adalah salah satu dari tiga komponen utama dalam kompetensi linguistik, bersama dengan sintaksis dan fonologi.

Menurut Faisah (2018), dalam pengamatan terhadap kode bahasa, terdapat berbagai bentuk kesalahan dalam penggunaan bahasa Indonesia. Kesalahan-kesalahan yang ditemukan meliputi penggunaan tanda baca koma (,), tanda petik tunggal, tanda hubung (-), tanda titik dua (:), tanda kurung (()), tanda garis miring (/), tanda petik ganda ("..."), dan tanda elipsis (...). Selain itu, terdapat juga kesalahan dalam penulisan kata, baik morfem tunggal maupun gabungan, serta kesalahan dalam pemisahan kata.

Semantik mengkaji 26 jenis makna di antaranya, yaitu makna afektif, denotatif, deskriptif, ekstensi, emotif, gramatikal, ideasional, intensi, khusus, kiasan, kognitif, kolokasi, konotatif, konseptual, konstruksi, kontekstual, leksikal, lokusi, luas, piktorial, proposional, pusat, referensial, sempit, dan stilistika. Dari berbagai makna yang telah disebutkan, akan dikaji lebih rinci tentang salah satu makna, yaitu makna leksikal. Pada penelitian ini menggunakan dua makna yaitu denotatif dan konotatif.

Pada unsur kata Jawa terdapat Kamus Bahasa Jawa merupakan sebuah kamus yang merinci dan menjelaskan makna-makna kata dalam bahasa Jawa. Kamus ini memberikan informasi tentang arti kata-kata, pemakaian yang benar, dan mungkin juga menyertakan contoh penggunaan kata-kata tersebut. bahasa Jawa, atau sering disebut sebagai bahasa Jawa Ngoko, adalah salah satu bahasa daerah yang banyak digunakan di Indonesia, terutama di pulau Jawa. Kamus Bahasa Jawa sangat bermanfaat untuk mereka yang ingin memahami dan menggunakan bahasa Jawa dengan benar.

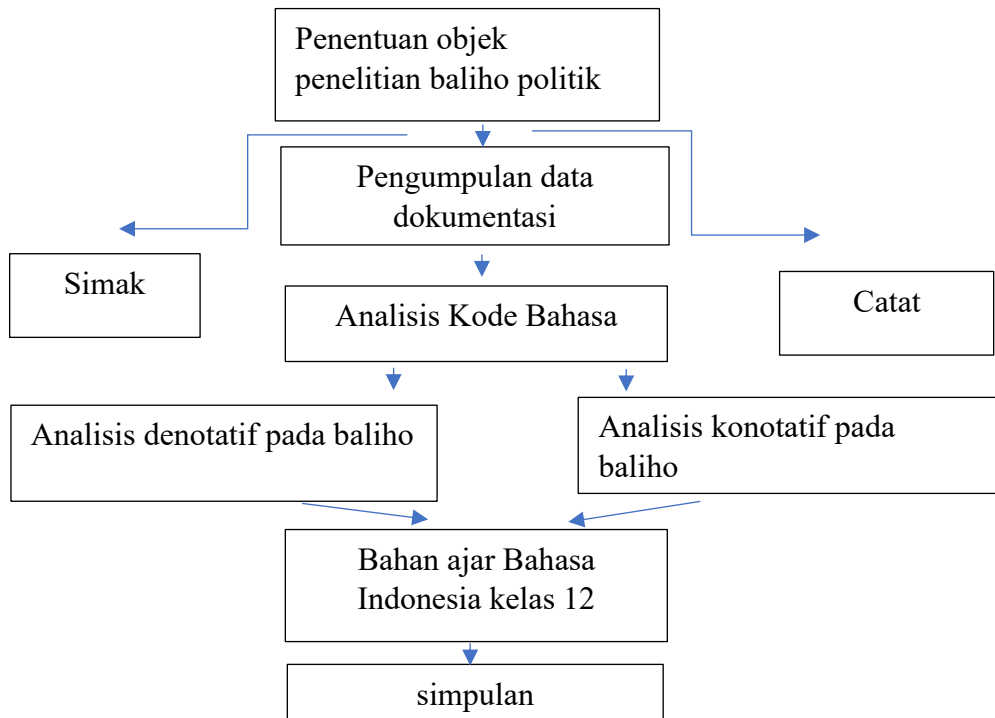
Bahasa Jawa dapat mencakup berbagai tingkatan bahasa, termasuk bahasa kasar (Ngoko), bahasa sopan (Krama), dan bahasa sangat sopan (Krama Inggil), yang merupakan tiga tingkatan kebahasaan yang umumnya ada dalam bahasa Jawa. Kamus semacam ini dapat membantu pengguna bahasa Jawa untuk memilih kata-kata yang sesuai dengan konteks dan tingkat formalitas yang diinginkan. Dalam keseluruhan, semantik mencakup studi makna dalam bahasa, dan para ahli berusaha menjelaskan bagaimana makna dihasilkan, diorganisir, dan dipahami dalam konteks linguistik. Menurut George Lakoff, kode bahasa adalah sistem simbol yang digunakan untuk mengkomunikasikan ide atau pesan. Lakoff adalah seorang ahli dalam linguistik kognitif dan telah banyak berkontribusi dalam pemahaman tentang bagaimana bahasa digunakan untuk mempengaruhi pemikiran dan perilaku manusia.

c) Kode Bahasa dan aspek semantik dalam linguistik deskriptif

Linguistik deskriptif adalah cabang linguistik yang berfokus pada deskripsi, analisis, dan penjelasan bahasa sesuai dengan penggunaannya dalam masyarakat.

Tujuannya adalah untuk mendokumentasikan dan menjelaskan bagaimana bahasa sebenarnya digunakan oleh penutur asli, tanpa mengajukan norma atau aturan yang seharusnya diikuti. Linguistik deskriptif mencakup aspek fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik suatu bahasa. Sedangkan menurut Noam Chomsky, seorang ahli linguistik terkenal, linguistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan tata bahasa yang digunakan oleh penutur asli suatu bahasa. Dan Edward Sapir, seorang antropolog dan linguistik, juga menekankan pentingnya mendeskripsikan variasi bahasa dan pemakaian bahasa di Masyarakat. Dalam meneliti linguistik deskriptif, peneliti akan mengamati dan menganalisis berbagai aspek bahasa dalam konteks kampanye pemilu 2024. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana struktur bahasa berfungsi kampanye dalam masyarakat, bukan untuk menentukan bahan dalam baliho kampanye yang seharusnya atau sepatutnya digunakan.

C. Kerangka Berfikir



Bagian 1.1 Kerangka Berpikir