

**BASA SAJRONE BANNER KAMPANYE PILEG ING KUTHA SURABAYA TAUN 2019
(TINTHINGAN PRAGMASEMIOTIKA)**

Eriene Rositaningrum

Pembimbing: Prof. Dr. Udjang Pairin, M.Pd.

S-1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah, FBS, UNESA (erienersita@gmail.com)

Abstrak

ABSTRAK

Implikatur sajrone panliten iki yaiku basa sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 amarga tuturan kang dumadi ngemu makna sajrone *banner* kampanye lan maksud liya karo apa kang sabenere dikandhakake para caleg ing *banner* kampanye. Implikatur yaiku samubarang kang ditegesi utawa dikarepake dening panutur kang liya karo bab kang sanyatane dituturake dening panutur. Semiotik minangka panemu yen saben-saben wong duweni makna kang beda sajrone simbol *banner* kampanye. Semiotik duweni makna kanthi nggunakake petanda (*signifier*) minangka salah sawijine simbol kang duweni makna, penanda (*signified*) minangka gambaran, pikiran, maksud kang ditampa dening pamaca. Panliten iki nggunakake metodhe dheskriptif kualitatif, yaiku kanthi cara moto *banner* kampanye ing kutha Surabaya taun 2019. Tujuwan saka panliten iki yaiku kanggo mangerteni wujud implikatur lan nyambungake makna semiotik kang digunakake caleg sajrone *banner* kampanye kanggo narik kawigatene masyarakat.

Asil panliten iki ditemtokake jinis implikatur lan semiotik. Jinis implikatur iki ana loro, yaiku (1) implikatur konvensional kang diperang maneh dadi loro, yaiku implikatur konvensional simbolik lan implikatur konvensional non-simbolik. (2) Jinis implikatur konversasional, uga diperang maneh dadi loro, yaiku implikatur konversasional umum lan implikatur konversasional mligi. Semiotik ditemokake (1) denotatif minangka simbol kang diwenehi arti kanthi apa anane utawa bisa diarani makna *harfiah* saka simbol lan (2) konotasi minangka bab kang duweni makna tambahan saka denotatif.

PURWAKA

1.1 Landhesane Panliten

Basa minangka bab wigati sajrone kahuripan manungsa. Basa ora mung nduweni guna minangka piranti komunikasi, nanging uga sarana kanggo nglakokake tindak lan gegambaran budaya panutur. Basir (2010:21) ngandharake yen basa kuwi piranti utama kanggo cecaturan ing masyarakat. Tegese yen basa kuwi wigati banget kanggo cecaturan, sanajan basa kuwi kajawab kang awujud solah bawa. Gunane basa gumantung ing kahanan lan konteks sajrone proses

komunikasi, panliten nduweni titikan yen basa digunakake kanggo ngandharake pikiran, pangrasa lan kapenginan marang pamaca (mitra tutur) tanpa titikan kasebut tulisan ora nduweni makna.

Amarga basa minangka piranti guneman, mula basa kerep digunakake kanggo sarana sajrone nindakake *kontrol ideologis* lan *kontrol panguasan*.

Proses-proses kasebut migunakake lan migunakake basa minangka piranti *ekspresi* kanthi cara lesan lan tulis, kayata pidhato politik, ceramah, khutbah, utawa banner.

Banner politik, mligine banner kampanye Pileg (Pemilihan Legislatif) 2019 minangka wujud *ekspresi* Caleg (Calon Legislatif) supaya bisa dikenal marang masyarakat kanthi nggunakake piranti fitur-fitur linguistik yaiku basa. Brown lan Levinson (sajrone Wijana lan Rohmadi, 2009:62) nuduhake kanthi teges yen panutur nggunakake strategi linguistik kang beda-beda sajrone nglakokake kanthi saumume marang mitra tuture.

Caleg (Calon Legislatif) nggunakake arupa banner kang isi saka banner kasebut arupa *foto*, jargon, visi utawa misi kang bakal katindakake dening caleg, jeneng sarta gelar, nomer *kandidat*, partai politik, lan liya-liyane. Banner kang wis digawe dening caleg disebar ing sapinggire dalan, ngupayakake kanggo ngenalake lan narik kawigateni bebrayan liwat *citraan* paraga.

Banner kampanye yaiku sarana kang nduweni ancas nggawe persepsi lan nggayuh *simpati publik*. Banner minangka teks yaiku salah sawijine sistem tandha/symbol kang nggambarake sikap, kapercayan lan nilai-nilai tertamtu. Saben-saben tuturan kang ana ing banner nduweni rong makna, yaiku makna kang diandharake kanthi *eksplisit* ing ngarep lan makna kang diandharake kanthi cara *implisit* ing gegambarane banner (Noviani dalam Kusrianti, 2004; 1). Banner kampanye Pileg kutha Surabaya taun 2019 kanthi daya kawigaten lan daya pangribawa bisa ngajak masyarakat kanggo bisa nemtokake salah sawijine tindak kanggo milih salah siji calone. Banner kampanye politik kerep digunakake kanggo nggawe calon kasebut ketok apik lan dianggep paling pas kanggo dipilih dening masyarakat.

Banner kampanye kang dijejer ing pinggir dalan, akeh banget tandha-tandha kang ora perlu ditulis ananging bisa duweni arti utawa bisa muni dhewe. Ora mung tandha, ananging uga ana basa-basa kang bisa menehi daya kang ngandhut implikatur saka pamacane. Jargon-jargon uga piranti basa kayata visi, misi uga janji kang ditampilake ing banner kampanye ngandhut makna implikatur. Banner kampanye kang didegake ing pinggir

dalan kasebut bisa ndadekake pamacane njingglengi lan mikir saka apa kang ditampilake ing banner kasebut.

Panliti luwih milih nggunakake teori implikatur lan semiotik amarga sajrone objek *banner* kampanye ngandhut babagan basa kang bisa ditliti kanthi nggunakake cara pragmatik kang mligi ing implikatur lan objek *banner* kampanye uga nampilake gambar-gambar kang bisa ditliti kanthi nggunakake cara semiotik. Saliyane iku, implikatur lan semiotik uga nduweni perangan-perangan kang wigati kanggo dijlimeti. Perangan-perangan kasebut tuwuh krana anane panliten sadurunge kang wis dirampungake dening para ahli. Kanggo menehi bukti lan luwih cethane kaya ngapa wujud implikatur lan semiotik sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya. Panliti nglumpukake dhata kanggo digunakake niti implikatur lan semiotik sajrone panliten iki. Tuladha ukara kang ngemu implikatur lan semiotik dunung kaya mangkene.

Ana tamu kang lagi wae mlebu ing njero omah lan ngomong “hawane kok sumuk banget ya.” Tuturan iku mau nduweni maneka warna makna kang diimplikasikake, kayata ing ngisor iki:

- (1) Njaluk marang kang nduwe omah supaya cecaturan ing teras omah.
- (2) Njaluk marang kang nduwe omah supaya digawekake unjukan kang adhem.
- (3) Njaluk marang kang nduwe omah supaya dibukakake jendhela utawa lawang saengga hawa ing njaba bisa mlebu.
- (4) Njaluk marang kang nduwe omah nguripake AC utawa kipas angin.
- (5) Njaluk marang kang nduwe omah supaya mateni lampu kang benter banget supaya ora panas.

Kalima makna ora langsung kasebut nduweni aran makna implikasi/sumirat, dene makna kang sinurat (literal) kasebut *eksplikatur*. Makna kang sinurat yaiku “menehi *informasi* yen ing kahanan (awan kuwi) hawane panas/sumuk banget. Ing panliten iki, teori implikatur kang digunakake yaiku implikatur konvensional lan

implikatur konversasional. Saka implikatur konvensional iku kaperang dadi rong implikatur, yaiku implikatur konvensional simbolik lan implikatur konvensional non simbolik. Dene implikatur konversasional kuwi kaperang uga dadi rong implikatur, yaiku implikatur konversasional khusus/mligi lan implikatur konversasional umum. Objek *banner* kampanye pileg kang digunakake kanggo dhata awujud tuturan. Tuturan kang digunakake kalebu tuturan kang ora langsung.

Mula, panliti luwih milih implikatur saka bidhang kajian pragmatik amarga sajrone jargon, visi, misi saka caleg kang nyalokake nduweni makna siningid kang luwih narik kawigaten kanggo diteliti. Saliyane kuwi, panliti uga nggunakake semiotik kanggo nemokake makna saka simbol-simbol kang arang banget dilirwakake marang pamaca *bannere*. Semiotik kang digunakake kanggo dhata awujud foto-foto caleg, werna klambi, *background*, ukara-ukara kang kamot ing *banner* bakal dioceki makna lan karep saka caleg miturut panliti. Panliti milih objek banner kampanye amarga *banner* kampanye minangka piranti medhia cetak kang *efektif* banget digunakake kanggo ngenalake calon *kandidat* marang masyarakat. Ora mung caleg, ananging cabup (calon bupati), lan capres (calon presiden) uga nggunakake banner kampanye kanggo menehi weruh masyarakat jeneng lan nomer urute.

Panliten kanthi objek banner kampanye caleg kasebut nggunakake tinthingan pragmasemiotika. Amarga, panliten semiotik lan pragmatik kang nggunakake objek politik arang diteliti dening Mahasiswa Jurusan Basa Jawa. Akeh-akehe panliten ngenani makna sajrone bidhang Pragmatik liyane, utawa nliti ngenani semiotik saka karya sastra klasik utawa moderen. Kanyatan kaya mangkono, adhedhasar lelandhesan ing ndhuwur, mula panliti ing kene bakal nliti basa lan tandha-tandha kang ana ing banner kampanye. Ing panliten iki, panliti kepengin ngerteni wujud, makna implikatur lan semiotik saka banner kampanye. Dene dhata kang bakal digunakake yaiku banner kampanye

pilihan legislatif ing kutha Surabaya taun 2019. Pungkasane panliti bakal nindakake panliten kanthi irah-irahan Basa sajrone Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019.

1.2 Underane Panliten

Adhedhasar landhesane panliten ing ndhuwur, mula panliten iki bakal dipunjerake ing rong prekara ing ngisor iki.

- (1) Kepriye wujud Implikatur Konvensional lan Konversasional sajrone banner kampanye Pileg ing kutha Surabaya taun 2019?
- (2) Kepriye makna Semiotik sajrone banner kampanye Pileg ing kutha Surabaya taun 2019?

1.3 Ancase Panliten

Adhedhasar landhesane panliten lan punjere panliten ing ndhuwur, mula panliten iki duweni ancas kaya kang sinebut ing ngisor iki.

- (1) Njlentrehake ngenani wujud Implikatur Konvensional lan konversasional sajrone banner kampanye Pileg ing kutha Surabaya taun 2019.
- (2) Njlentrehake wujud Semiotik sajrone banner kampanye Pileg ing kutha Surabaya taun 2019.

1.4 Paedahe Panliten

Paedah sajrone panliten iki bisa diperang dadi loro, yaiku paedah teoretis lan paedah praktis.

1.4.1 Paedah Teoretis

Paedah teoretis asile panliten iki bisa kanggo panyengkuyung ngrembakakake pasinaon pragmatik lan semiotik Jawa kang wis ana sadurunge. Saliyane kuwi, asile panliten iki bisa nambahi kawruh lan wawasan kang nduweni sesambungane karo ilmu pragmatik lan semiotik, mligine ing pasinaon tindak tutur lan makna semiotik.

1.4.2 Paedah Praktis

Asile panliten iki bisa menehi ilmu lan nambahi kawruh tumrap para mahasiswa lan siswa ing sekolahan ngenani piwulangan basa Jawa. Saliyane kuwi, saka asile panliten iki pawongan ngerti lan bisa nuturake tuturan kanthi cara kang bener lan pener. Pungkasane yaiku dikarepake supaya panliten iki bisa menehi wawasan tumrap pamaca yen dadi mitra tutur utawa pamaca.

1.5 Wewatesan Panliten

Panliten iki ana wates-watese prekara sing diteliti. Anane prekara-prekara kasebut diwatesi amarga saka kurang rowane kawruh sing dinduweni panliti. Wewatesan kaping pisan yaiku ngenani basa, basa sajrone panliten iki nggunakake basa Jawa ngoko uga ana saperangan kang nggunakake basa Indonesia. Wewatesan kaping pindho yaiku ngenani papan paliten iki yaiku banner kampanye kang ditampilake ing sadawane dalan. Wewatesan kapindho yaiku dhata kang digunakake arupa ukara-ukara banner kampanye kang digunakake caleg kanggo narik kawigatene pamaca. Wewatesan kang pungkasan, panliten iki bakal nlti ngenani basa lan simbol kang ana ing banner kampanye caleg kutha Surabaya taun 2019.

1.6 Panjlentrehe Tembung

Supaya ora kliru anggone ngerteni tembung-tembung kang digunakake ing panliten iki, mula perlu diandharake wewatese tetembungan ing panliten iki.

Tetembungan kang digunakake ing panliten iki yaiku:

- (1) Basa yaiku piranti komunikasi sosial kanggo kabutuhan manungsa (Basir,2010:1).
- (2) Banner minangka kain kang ngandhut slogan, propaganda, utawa warta kang perlu diweruhi masyarakat. Kampanye minangka kagiyatan kang dilakokake dening organisasi politik utawa calon kang ngrebut salah sawijine kalungguhan kanggo ngolehake masyarakat kanggo mbela lan milih

sajrone pemilu (KBBi, 2019). Baner kampanye yaiku kain kang ngandhut slogan utawa warta kanggo masyarakat supaya calon kang ngrebut salah sawijine kalungguhan politik bisa oleh *massa* supaya bisa milih dheweke.

- (3) Pragmatik yaiku kajian bab sesambungan antar basa banjur pangerten tumrap konteks kang wigati supaya bisa nggunakake basa kanthi trep uga nemtokake makna kanthi trep. Konsep lan teori pragmatik kaperang dadi teori tindak tutur, teori implikatur, teori relevansi, lan deiksis (Cummings, 1999:19).
- (4) Implikatur minangka tuturan kang ngandhut maksud sumirat utawa maksud sing disingidake, maksud sing beda karo sing dituturake (Wijana, 2009:227).

Semiotika minangka bidhang ilmu kang nyinaoni ngenani tandha lan kauripan sosial, Saussure (sajrone Kaelan, 2009:160).

METODHE PANLITEN

Metodhe minangka perangan kang wigati sajrone panliten, amarga ing kene bakal diandharake ngenani tatarane ngolehake dhata nganti nyuguhake dhata marang pamaca. Metodhe panliten ing bab III iki bakal diandharake rancangan panliten, subjek panliten, dhata panliten, instrumen panliten lan tatacara nglumpukake dhata, tatacara njlentrehake dhata lan tatacara nyuguhake dhata. Andharan ngenani perkara kasebut bakal dijltrehake ing ngisor iki.

3.1 Ancangan Panliten

Saben panliten mesthi nggunakake metodhe panliten kanggo nggayuh tujuwan kang wis dirumusake. Djajasudarma (1993:3) ngandharake yen metodhe panliten mujudake piranti, prosedur, lan teknik kanggo nlti objek kang dipilih dening panliti. Metodhe panliten basa nduweni sesambungan karo tujuwan panliten basa. Panliten basa nduweni tujuwan kanggo nglumpukake,

ngolah sarta nyinaoni fenomena-fenomena basa. Panliten kang nggunakake metodhe kualitatif tegese panliten iku nggunakake prosedur tartamtu kanggo ngasilake dhata dheskriptif kang wujud tembung-tembung kang ditulis utawa lisan saka manungsa. Sajrone panliten kualitatif metodhe kang digunakake yaiku wawancara, *pengamatan*, lan metodhe kang manfaatake dokumentasi.

Panliten iki nggunakake metodhe dheskriptif kualitatif. Sudaryanto (1993:62) ngandharake dheskriptif kualitatif yaiku panliten kang nengenake kanyatan utawa tandha-tandha empiris kang ana sajrone pribadine panutur. Panliten dheskriptif minangka panliten kang nuduhake anane kanyatan ing lapangan kang nduweni sesambungan karo panliten iki. Panliten dheskriptif nganalisis kanyatan-kanyatan kanthi nggunakake cara observasi langsung. Kanthi ancangan dheskriptif kualitatif, panliten iki dikarepake bisa ngolehake gegambaran kang cetha lan objektif ngenani thintingan pragmasemiotika sajrone *banner* kampanye.

3.2 Sumber Dhata lan Dhata

Sadurunge nindakake panliten, panliti kudu nemtokake ubarampe panliten. Ubarampe panliten kuwi ing antarane yaiku sumber dhata lan dhata. Andharan antarane sumber dhata lan dhata bakal diandharake ing ngisor iki.

3.2.1 Sumber Dhata

Sumber dhata yaiku subyek saka ngendi anggane nemokake dhata kasebut, Arikunto (1988:144). Miturut Sutopo (2006:56-57), sumber dhata yaiku papan panggonan dhata mau bisa ditemokake kanthi nggunakake metodhe tartamtu, bisa arupa manungsa, artefak, utawa dokumen-dokumen. Sumber dhata mau banjur dikumpulake kanthi cara ndeleng, ngrungokake, lan takon. Panliten kualitatif, nindakake sakabehe proses kuwi kanthi sadhar, manut arah, lan tansah nduweni ancas supaya pikantuk informasi kang diperlokake.

Sumber dhata uga mujudake perangan kang baku sajrone panliten, antarane sumber dhata lan panliten kudu

nduweni sesambungan kang baku lan kuwat. Sumber dhata ing panliten iki asale saka basa lan simbol sajrone *banner* kampanye pileg taun 2019. Panliti njupuk sumber dhata arupa *banner* kampanye caleg DPR-RI lan DPRD ing kutha Surabaya. *Banner* kampanye kang dijupuk mligine dapil (*daerah pemilihan*) 4 lan 5 kanggo caleg DPRD kutha Surabaya. Dapil 4 yaiku ing antarane dhaerah Wonokromo, Sukomanunggal, Sawahan, Gayungan, Jambangan. Banjur, dhaerah dapil 5 ing antarane Tandes, Asem Rowo, Benowo, Pakal, Sambikerep Lakarsantri, Wiyung Karang pilang, Dukuh Pakis. Banjur DPR-RI yaiku dapil Jatim 1 kutha Surabaya-Sidoarjo.

3.2.2 Dhata

Dhata yaiku sakabehane kanyatan kang bisa dadi bahan nyusun sawijine informasi utawa asale cathetan panliti kang diolah kanggo asile panliten. Miturut Mursidin (2010:169), dhata kang bener yaiku dhata kang ana kaya kahanan asline. Dhata kang bener iku ngandhut teges ing sawalike dhata kang ana kasebut. Miturut Sudaryanto (1993:18) dhata panliten yaiku bahan dadi kang ana amarga pamilihan maneka werna tuturan. Dhata minangka sakabehane fakta lan angka kang bisa didadekake bahan kanggo nyusun informasi, kamangka informasi kasebut minangka asil saka pengolahan dhata kang digunakake kanggo kaperluan (Arikunto, 2006:110). Saka telung panemu kasebut bisa dijupuk dudutan, yaiku dhata minangka bahan kang arupa angka utawa frasa kang bisa dijupuk dening panliti kanggo diolah lan ngasilake dudutan. Ing panliten iki, dhata kang digunakake arupa gambar lan ukara-ukara kang digunakake sajrone *banner* kampanye caleg ing kutha Surabaya taun 2019. Dhata kang diteliti kasebut wis kasil kacathet sawise nindakake proses dokumentasi *banner* kampanye saben-saben caleg kang nyalonake ing kutha Surabaya taun 2019.

3.3 Instrumen Panliten

Instrumen panliten uga bisa ditegesi minangka piranti kang digunakake kanggo ngumpulake dhata utawa informasi panliten, Sanjaya (2011:84). Instrumen kanggo nglumpukake dhata sajrone panliten iki yaiku *human instrumen* kanthi nggunakake pedhoman *dokumentatif* kang mujudake marang tata gawene manungsa sajrone mangsuli salah sawijine perkara kanthi ngetrepake teori. Kanggo ngalaksanakake metodhe dhokumentasi, panliti nliti *banner* kampanye kang dipasang ing sadawane dalan kutha Surabaya kanthi nggunakake pedhoman dhokumentasi.

3.3.1 Instrumen Utama

Panliten kualitatif sing mirunggan ngrembag bab polaning basa lan cakriking basa tulis, panliti tumindak minangka instrumen utama merga panliti iki minangka pawongan kang nggolek lan ngolah dhata.

3.3.2 Intrumen Panyengkuyung

Panliten kualitatif kang bakal katindakake dening panlitine duweni instrumen panyengkuyung kanggo njupuk dhata ana ing lapangan. Dene piranti panyengkuyung kang digunakake tumrap panliten iki, antarane:

3.3.2.1 Kamera

Kamera minangka piranti kanggo njupuk gambar kanthi cara dokumentasi. Alat kanggo njupuk gambar utawa video kasebut bisa uga digunakake ing *smartphone* kang sakabehe masyarakat nduweni piranti hape kasebut. Ing jaman saiki, kamera kanggo njupuk gambar utawa video bisa dilakokake nggunakake hape. Ing panliten iki, panliti nggunakake kamera kanggo njupuk dhata banner kampanye pileg kanthi migunakake kamera hape.

3.3.2.2 Tabel Dhata

Tabel minangka susunan dhata sajrone baris lan kolom, utawa ing struktur kang luwih kompleks. Tabel akeh digunakake sajrone penelitian, *komunikasi*, lan analisis dhata. Tabel uga akeh digunakake ing medhia

cetak, tulisan, perangkat lunak komputer lan liya-liyane. Isi kang nggambarake tabel gegayutan karo konteks dhata kang digunakake. Banjur, tabel bisa ngemot informasi kang beda sajrone jinis, struktur, fleksibilitas, notasi, representasi, lan panganggone.

Tabel Dhata

No.	Jeneng Caleg	No. Urut	Partai	Jargon/Ukara	Ket.

3.4 Tata Cara Njlentrehake Dhata

Tata cara ngumpulke dhata, miturut Sugiyono (2014:82) minangka tahap kang paling *strategis* sajrone panliten, amarga tujuwan kang utama sajrone panliten yaiku kanggo nglumpukake dhata. Tanpa meruhi tata cara ngumpulake dhata, mula panliti ora bakal pikantuk dhata kang gathuk karo standar kang ditetepake Tata cara pangumpulan dhata yen dideleng saka carane bisa ditindakake kanthi observasi, wawancara, angket, dokumentasi lan gabungan saka cara kasebut.

3.4.1 Metodhe Dokumentasi

Miturut Hamidi (2004:72) metodhe dokumentasi yaiku informasi kang asale saka cathetan kang wigati saka lembaga utawa organisasi utawa saka liyane. Dokumentasi panliten kuwi minangka kagiyatan kanggo njupuk gambar dening panliti kanggo nguwatake asile panliten. Miturut Sugiyono (2014:82) dokumentasi bisa awujud tulisan, gambar utawa karya-karya *monumental* kang dianggit dening manungsa.

Tatacara kang digunakake kanggo nglumpukake dhata ing panliten iki yaiku nggunakake metodhe dokumentasi. Dokumentasi minangka teknik pangumpulan dhata dening panliti kanthi cara ngumpulake dokumen-dokumen saka sumber kang dipercaya yaiku *foto banner* kampanye ing kutha Surabaya taun 2019. Metode dokumentasi miturut Arikunto (2006:231) yaiku proses kango ngumpulake

dhata ngenani variabel kang arupa cathetan, traskrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, lsp.

Dokumentasi sajorne panliten iki ditindakake nalika panliti ngumpulake bukti saka *banner* kampanye ing kutha Surabaya kanthi cara *foto banner*. Foto yaiku cara kanggo nangkep utawa moto gambar diseleh ing panggonan tartamtu kanggo ngolehake salah sawijine gambar kang dikarepake. Dhata kasebut banjur dianalisis dheskriptif kanthi pragmasemiotika sajrone *banner* kampanye kang wis difoto ing pinggir dalan. Dhata kang wis diolehi lan dianalisis kasebut pungkasan bakal digolongake. Luwih cetha baka diandharake ing bageyan sabanjure.

3.4.2 Tatacara Nggunakake Kamera

Tata cara panganggone kamera hape gampang banget. Kapisan isa dibuka tombol *power* utawa kunci saka hape, banjur bisa dipenyet gambar *ikon* menu kang ana ing hape, yen hape ora migunakake tombol menu, umume *ikon* kamera ana ing layar hape, banjur penyet *ikon* gambar kamera. Yen wis kepenyet *ikon* kamera, kamera wis bisa dioperasikake. Kamera kang ana ing hape usa wis canggih, yen kadohen saka objek sing difoto bisa dizoom kanthi cara ngunakake driji jempol lan tlunjuk kanggo nggedhekake utawa nyedhakake objek kang bakal dipoto. Kanggo ngasilake objek poto, bisa dipenyet ing tombol bunder tengah kang panggone ana ing ngisor.

3.4.3 Tatacara Nggunakake Tabel Dhata

Sajrone panliten iki tabel dhata digunakake kanggo wadhah nglumpukake dhata. Perangan dhata kang ana tabel *banner* kampanye ing kene yaiku adhedhasar jeneng caleg, nomor urut caleg, lan partai caleg. Fungsi tabel dhata *banner* kampanye caleg ing kutha Surabaya iki supaya gampang anggone ngurutake para caleg kang wis diklumpukake. Tabel dhata uga digunakake kanggo *proses* nggampangake paliti anggone

nganalisis dhata-dhata kang wis ana. Dhata-dhata kang wis diklumpukake nggunakake tabel dhata kasebut diurutake kanthi partai caleg.

3.5 Tatacara Njlentrehake Dhata

Njlentrehake dhata yaiku proses kanggo nggoleki lan nyusun dhata kanthi sistematis, banjur merang dhata-dhata kasebut menyang kategori-kategori, ngandharake sajrone satuwan-satuwan, nidakake saintesa, nyusun pola, dipilih endi kang wigati lan endi kang arep ditintangi, lan nggawe dudutan saengga bisa dingerteni Sugiyono (2014:89). Sawise dhata kang dikarepake wis kecekel, banjur dhata iku diolah kanthi cara metodhe distribusional.

Panliten iki diandharake miturut paugeran lan tatanan kang awujud ukara-ukara. Dhata kang wis dikumpulake banjur dijlentrehake kanthi cara dheskriptif. Dheskriptif ateges tata cara ngonceki dhata kanthi nggunakake tembung, dudu angka kang bisa menehi sawenehe andharan panliten adhedhasar dhata kang diasilake saka subjek panliten. Sakabehe dhata ing panliten iki minangka wujud basa sajrone *banner* kampanye kang ditliti kanthi pragmasemiotika. Dhata-dhata kasebut dijlentrehake kanthi metodhe formal yaiku ngandharake kanthi tandha-tandha lan lambang, sarta metodhe informal yaiku ngandharake kanthi nggunakake basa (Sudaryanto, 1993:144).

3.6 Tatacara Nyuguhake Asile Panliten

Tatacara nyuguhake asil analisis dhata sajrone panliten miturut Sudaryanto (1993:145) ana loro, yaiku kanthi cara informal lan formal. Miturut Sudaryanto (1993:145), cara informal yaiku nyuguhake asil panliten kanthi tembung-tembung kang lumrah. Panliten iki nggunakake tatacara kasebut amarga sajrone nyuguhake asil analisis dhata, panliti nggunakake basa-basa kang lumrah, mula panliten iki nggunakake tata cara informal.

Sajrone panliten iki, tata cara nyuguhake asile njlentrehan dhata yaiku kanthi ngandharake asil njlentrehake dhata awujud laporan ngenani wujud basa lan simbol kang diteliti kanthi thintingan pragmasemiotika sajrone *banner* kampanye ing kutha Surabaya taun 2019. Dhata kang wis dianalisis kanthi thintingan kasebut, banjur digolongake lan disuguhake kanthi jangkep antarane teks lan konteks. Tatacara nulis asile panliten ngenani wujud, makna implikatur lan semiotik sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 bakal disuguhake kanthi limang perangan, yaiku:

- (1) Landhesan panliten, underane panliten, ancasa panliten, paedahe panliten, wewatesane panliten, panjlentrehe tembung kang digunakake ing panliten iki bakal diandharake ing bab I.
- (2) Kanggo nganalisis dhata-dhata kang ana nggunakake teori-teori kang sambung rapete karo panliten yaiku ngenani bidhang pragmatik mligine implikatur lan semiotik. Ing bab II uga dijlentrehake ngenani panliten saemper kang wis katindakake dening panliti sadurunge.
- (3) Metodhe kang digunakake sajrone panliten diandharake ing bab III. Bab III kasebut isine ngenane rancangan panliten, tatacara nglumpukake dhata, nganalisis dhata, lan nyuguhake dhata.
- (4) Dene asil saka analisis dhata kang nggunakake teori-teori kang diandharake sadurunge, bakal diandharake ing bab IV. Ing bab IV bakal dijlentrehake asil panliten lan jlenrehan kang awujud deskripsi.
- (5) Dene dudutan saka sakabehe panliten bakal diandharake ing bab V. Ing kono diandharake dudutan sarta pamrayoga saka panliten kang wis ditindakake.

ANDHARAN LAN ASILE PANLITEN

Ing bab papat iki bakal diandharake asile panliten ngenani implikatur lan semiotik sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 adhedhasar underan panliten kang wis dijlentrehake ing bab sadurunge. Underan perkara kang bakal dijlentrehake ing bab IV iki ana loro, yaiku 1) wujud implikatur konvensional lan konversasional sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 lan 2) makna semiotik sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019.

4.1 Wujud Implikatur sajrone *Banner* Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019

Wujud implikatur kaperang dadi loro, yaiku implikatur konvensional lan implikatur konversasional (pacaturan). Pambeda kaloro implikatur kasebut yaiku wujud kaloro implikatur kasebut gumantung marang kanyatan sajrone panganggane konvensional, utawa makna, wujud-wujud tartamtu lan ekspresi dene kang kaping loro kawiwitan saka anane prinsip umum kang ngatur tumindak lan cecaturan. Panliten iki bakal nggolongake uga ngandharake tuturan kang digunakake ing *banner* kampanye pileg kutha Surabaya taun 2019, ing jinis implikatur konvensional lan implikatur konversasional kasebut, luwih cethane bakal diandharake ing ngisor iki.

4.1.1 Wujud Implikatur Konvensional sajrone *Banner* Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019

Implikatur konvensional yaiku implikatur kang wujud tuturane bisa diweruhi implikasine jalaran makna kang kinandhut asipat awet lan umum. Implikatur konvensional kuwi bisa dingerteni saka teges kang gumathok lan ajeg. Jinis implikatur konvensional kaperang dadi loro, yaiku 1) implikatur konvensional simbolik lan 2) implikatur konvensional non-simbolik. Basa-basa ing *banner* kampanye pileg bakal diklumpukake ing jinis implikatur konvensional lan

diurutake partai-partaine. Ing ngisor iki bakal diandharake ngenani implikatur konvensional simbolik lan implikatur konvensional non-simbolik.

4.1.1.1 Wujud Implikatur Konvensional Simbolik sajrone *Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019*

Implikatur konvensional simbolik mujudake implikatur kang duweni titikan panganggone simbol. Simbol kang dimaksud ing kene yaiku tandha kang makili wujud basa, kaya swara, fonem, morfem, utawa tembung kang asipat konvensional. Implikatur konvensional simbolik sajrone basa *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 duweni titikan yaiku anane simbol-simbol kang arupa gambar caleg kang mesem lan ekspresi liyane. Implikatur konvensional simbolik kang nggunakake ekspresi-ekspresi kang kinandhut sajrone *banner* kampanye pileg kuwi mau bakal luwih nguripake pacaturan kasebut, lan melu nyiptakake swasana marang pamacane. Basa-basa *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 kang wis diklumpukake ing jinis implikatur konvensional simbolik bakal dijlentrehake ing ngisor iki.

- (1) Ayo dulur pilih tonggo dewe konco dewe masyarakat'e ben makmur
Ayo saudara pilih tetangga sendiri teman sendiri masyarakat supaya makmur

Ukara ing ndhuwur yaiku ukara kang digunakake dening calon legislatif saka partai demokrat. Calon legislatif kasebut manggon ing nomor urut 5. Ukara kasebut bisa tuwuh amarga calon legislatif saka partai demokrat kang manggon ing nomor urut 5 kasebut menehi janji marang rakyat supaya padha milih dheweke kang bakal njabat dadi DPRD kutha Surabaya taun 2019-2024. Konteks saka tuturan implikatur simbolik kang ana ing *banner* kampanye kasebut yaiku antarane caleg nomor urut 5 yaiku Dwi Astutik, S.Sos saka partai demokrat kang menehi janjine marang rakyat ing wilayah dapi 1 kutha Surabaya. *Banner* kasebut ukarane utawa jargone kalebu jinis implikatur konvensional simbolik,

amarga anane tembung *ayo* saka jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut duweni teges yen caleg kasebut ngajak masyarakat supaya milih dheweke. Caleg kasebut *optimis* lan yakin banget bisa netepi janjine marang rakyat yaiku bisa nglakoni kang paling becik kanggo rakyat.

Dhata (1) adhedhasar anggone nyalonake legislatif ing kutha Surabaya, calon legislatif kasebut nggunakake *banner* kampanye kang duweni ukara utawa jargone kalebu jinis implikatur konvensional simbolik. Amarga anane tembung *ayo* yaiku duweni simbol ngajak supaya dipilih lan ana tembung “pilih tonggo dewe konco dewe” (pilih tangga dhewe, kanca dhewe) saka jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut duweni teges yen caleg kasebut menehi ngerti marang rakyat, yen ukara kasebut sinkron karo kasunyatane amarga dheweke caleg kang manggon utawa lair ing wilayah kasebut lan duweni sedulur utawa kanca akeh ing wilayah/ dapi pilihane nyalon anggota legislatif. Uga jargon kasebut duweni tujuwan supaya masyarakat kutha Surabaya dapi 1 percaya lan yakin marang caleg kasebut, banjur caleg kasebut bisa aweh swara/*dukungan* saka masyarakat.

4.1.1.2 Wujud Implikatur Konvensional Non Simbolik sajrone *Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019*

Implikatur konvensional non-simbolik mujudake implikatur kang tanpa simbol. Implikatur konvensional non-simbolik sajrone basa *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 yaiku implikatur kang tanpa simbol lan bisa dingerteni implikasine lumantar tembung-tembung kang digunakake ing ukara/tuturan *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019. Tuturan-tuturan ing *banner* kampanye kang wis diklumpukake ing jinis implikatur konvensional non-simbolik bakal dijlentrehake ing ngisor iki.

- (2) *Berbuat yang terbaik untuk rakyat*
Nglakoni sing paling becik kanggo rakyat

Ukara ing ndhuwur yaiku ukara kang digunakake dening calon legislatif saka partai Demokrat. Calon legislatif kasebut manggon ing nomor urut 5. Ukara kasebut bisa tuwuh amarga calon legislatif saka partai demokrat kang manggon ing nomor urut 5 kasebut menehi janji marang rakyat supaya padha milih dheweke kang bakal njabat dadi DPRD Provinsi Jawa Timur mligine dapi 1 kutha Surabaya. Konteks saka tuturan implikatur non simbolik kang ana ing *banner* kampanye kasebut yaiku antarane caleg nomor urut 5 yaiku Diah Wulandari, S.H saka partai Demokrat kang menehi janjine marang rakyat ing wilayah dapi 1 kutha Surabaya. *Banner* kasebut ukarane utawa jargone kalebu jinis implikatur konvensional non simbolik, amarga anane ukara saka jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut duweni teges yen caleg kasebut *optimis* lan yakin bisa netepi janjine marang rakyat yaiku bisa nglakoni kang paling becik kanggo rakyat.

Dhata (2) adhedhasar anggane nyalonake legislatif ing kutha Surabaya, calon legislatif kasebut nggunakake *banner* kampanye kang duweni ukara utawa jargone kalebu jinis implikatur konvensional non simbolik, amarga anane tetembungan saka jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut duweni teges yen caleg kasebut *optimis* lan yakin dheweke caleg kang paling pantes ngolehake swara rakyat lan bisa netepi janjine marang rakyat yaiku bisa nglakoni kang paling becik kanggo masyarakat kang ana wilayah Surabaya kasebut. Nanging tembung *terbaik* kuwi durung mesthi bener/sinkron karo kasunyatan sabanjure. Jargon kasebut nduweni tujuwan supaya masyarakat kutha Surabaya dapi 1 percaya lan yakin marang caleg kasebut, banjur caleg kasebut bisa awèh swara/*dukungan* saka masyarakat.

4.1.2 Wujud Implikatur Konversasional sajrone Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019

Implikatur konversasional utawa implikatur pacaturan tuwuh ing sawijine tindak tutur. Implikatur

pacaturan asipat temporer lan nonkonvensional. Implikatur konversasional bisa ditegesi yaiku ngandharake bab kang dianggep, ditegesi, utawa dikarepake dening panutur bisa beda karo kang diandharake panutur. Implikatur konversasional/pacaturan kaperang maneh dadi loro, yaiku implikatur pacaturan umum lan implikatur pacaturan khusus/ mligi. Tuturan-tuturan ing *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 kang wis diklumpukake ing jinis implikatur konversasional ing ngisor bakal diandharake ing implikatur konversasional umum lan implikatur konversasional khusus/mligi.

4.1.2.1 Wujud Implikatur Konversasional Umum sajrone Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019

Implikatur pacaturan umum ora nduwe lelandhesan utawa paugeran *khusus/mligi* lan konteks tuturan kang diajab bisa menehi dudutan utawa makna tambahan saka anane tuturan. Implikatur pacaturan umum sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 yaiku implikatur kang ora migunakake konteks mligi sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019. Tuturan-tuturan ing *banner* kampanye kang wis diklumpukake ing jinis implikatur konversasional umum bakal dijlentrehake ing ngisor iki.

(3) Mari berkarya untuk rakyat Mangga makarya kanggo rakyat

Ukara ing ndhuwur yaiku ukara kang digunakake dening calon legislatif saka partai Berkarya. Calon legislatif kasebut manggon ing nomor urut 8. Ukara saka calon DPR RI kasebut menehi janji marang rakyat yen dheweke bakal makarya kanggo rakyat. Konteks saka tuturan implikatur konversasional umum kang ana ing *banner* kampanye kasebut yaiku antarane caleg nomor urut 8 yaiku Robert Mantinia, SH. MH saka partai Berkarya kang menehi janjine marang rakyat ing wilayah dapi Jatim 1 kutha (Surabaya-Sidoarjo). *Banner* kasebut ukarane utawa jargone kalebu jinis implikatur

konversasional umum, amarga anane ukara saka jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut duweni teges implikasi kang umum utawa kabeh wong kang weruh tuturan kasebut bakal ngerteni maksud apa kang kinandhut ing *banner* kampanye kuwi. Tuturan ing kono duweni maksud yaiku caleg kasebut nuduhake yen dheweke dipilih dadi anggota DPR RI bakal makarya kanggo masyarakat.

Dhata (3) adhedhasar anggone nyalonake legislatif ing kutha Surabaya, calon DPR RI kasebut nggunakake *banner* kampanye kang duweni ukara utawa jargone kalebu jinis implikatur konversasional umum, amarga anane tetembungan saka ukara/jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut gampang dingerteni lan kabeh masyarakat kang weruh tuturan kasebut bakal ngerti maksude lan tuturane nduweni maksud kang umum. Nanging tuturan ing *banner* kasebut durung mesthi bener/sinkron karo kasunyatanane yen caleg kasebut wis dadi anggota DPR RI, amarga tuturan kasebut asipat janji lan durung mesthi kasunyatanane. Jargon kasebut nduweni tujuan supaya masyarakat kutha Surabaya dadi 1 (Surabaya-Sidoarjo) percaya lan yakin marang caleg kasebut, banjur caleg kasebut bisa aweh swara/dukungan saka masyarakat.

4.1.2.2 Wujud Implikatur Konversasional Mligi sajrone Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019

Tuturan kang dumadi duweni konteks kang mligi kerep nuwuhake panemu kang dingerteni kanthi *lokal* (mung saperangan kang ngerteni). Inferensi-inferensi kang dadi sarat kanggo nemtokake maksud kang diandharake bakal ngasilake implikatur konversasional (pacaturan) mligi. Implikatur pacaturan *khusus*/mligi sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 yaiku implikatur kang migunakake konteks mligi sajrone tuturane ing *banner*. Tuturan-tuturan ing *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 kang wis

diklumpukake ing jinis implikatur konversasional mligi bakal dijlentrehake ing ngisor iki.

(4) *Ingat, coblos No. 3*

Eling, coblos No.3

Ukara ing ndhuwur yaiku ukara kang digunakake dening calon legislatif saka partai Gerindra. Calon legislatif kasebut manggon ing nomor urut 3. Ukara saka calon DPRD kasebut njaluk tulung marang masyarakat supaya dheweke dipilih kanthi cara nyoblos kang nomor 3. Konteks saka tuturan implikatur konversasional mligi kang ana ing *banner* kampanye kasebut yaiku antarane caleg nomor urut 3 yaiku Moh. Arifin Efendi saka partai Gerindra kang njaluk tulung marang masyarakat supaya nyoblos dheweke kanggo dadi anggota DPRD ing wilayah dadi 5 (Tandes, Asem Rowo, Benowo, Pakal, Sambikerep Lakarsantri, Wiyung Karang pilang, Dukuh Pakis). *Banner* kasebut ukarane utawa jargone kalebu jinis implikatur konversasional mligi, amarga anane ukara saka jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut duweni teges implikasi yen dheweke njaluk tulung supaya masyarakat, mligi mung nyoblos/milih dheweke dadi anggota DPRD dadi 5. Tuturan ing kono duweni maksud yaiku caleg kasebut nuduhake yen dheweke kepengin masyarakat milih dheweke dadi anggota DPRD.

Dhata (4) adhedhasar anggone nyalonake legislatif ing kutha Surabaya, calon DPRD kasebut nggunakake *banner* kampanye kang duweni ukara utawa jargone kalebu jinis implikatur konversasional mligi, amarga anane tetembungan saka ukara/jargon caleg kang ana ing *banner* kampanye kasebut bisa dingerteni dening saperangan masyarakat kang ana ing dadi caleg kasebut. Nanging tuturan ing *banner* kasebut durung mesthi bener/sinkron karo kasunyatanane yen caleg kasebut bakal akeh kang nyoblos supaya dipilih dadi anggota DPRD, amarga tuturan kasebut asipat panjalukane caleg marang masyarakat lan durung mesthi kasunyatanane. Jargon kasebut duweni tujuan supaya masyarakat kutha Surabaya mligine dadi 5 (Tandes, Asem Rowo, Benowo,

Pakal, Sambikerep Lakarsantri, Wiyung Karang pilang, Dukuh Pakis) percaya lan yakin marang caleg kasebut, banjur caleg kasebut bisa aweh swara/*dukungan* saka masyarakat.

4.2 Makna Semiotik sajrone *Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019*

Semiotik digunakake kanggo nafsirake makna saka salah sawijine bab komunikasi kang tersirat lan tersurat. Panliten iki, nliti nggunakake semiologi saka Roland Barthe. Panliti bakal luwih nyoroti ing bab *penanda*, *petanda*, denotasi lan konotasi kang digunakake sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019. *Penanda*, *petanda*, denotasi lan konotasi kang ana ing *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya Taun 2019 bakal dijlentrehake ing ngisor iki.

(1) Analisis Semiotika *Banner Kampanye Caleg Ir. Endras Heru Sulistiono*

Deskripsi dhata kang bakal dijlentrehake ing ngisor iki digunakake kanggo menehi gambaran ngenani dhata kang ditliti. Dhata kang ditliti yaiku *Banner* kampanye caleg partai PAN. *Banner* kampanye caleg Ir. Endras Heru Sulistiono lan sakebehe *banner* kampanye kang didadekake objek panliten, nggunakake piranti kamera *hp*. Teknik anggone njupuk gambar kanthi gambar medhium *shoot*, kanthi lensa normal lan nggunakake fokus *deep focus*, *sensor* kamera 500.

Makna denotatif *banner* kampanye caleg Ir. Endras Heru Sulistiono. Sajrone *banner* kampanye caleg, *banner* kasebut nampilake anane foto caleg DPRD dapil 1 kutha Surabaya kang nggunakake kopyah warna ireng. Caleg kasebut nggunakake hem lan jaket warna ireng, lan ana bendhera abang lan putih neng sisih tengen dhadhane lan neng sisih kiwa ana tulisan jenenge. *Banner* kasebut uga nuduhake yen caleg kasebut manggon ing partai PAN, amarga sajrone *banner* kasebut nampilake logo partai PAN kang duweni nomer urut 12. Angka 1 lan ana tulisan jeneng, nuduhake yen caleg kasebut duweni nomer urut 1 neng partai PAN. Banjur uga anane tulisan

jargon ing ndhuwure no urut caleg, yaiku “*Bela Rakyat, Bela Ummat*”.

Makna konotatif *banner* kampanye caleg Ir. Endras Heru Sulistiono. Sajrone *banner* kampanye kasebut nuduhake caleg kasebut kanthi ekspresi mesem. Caleg kasebut nggunakake kopyah ireng, hem warna putih lan nganggo jaket warna ireng nuduhake yen caleg kasebut *religius*. Bab kasebut dilakokake kanggo narik kawigaten lan atine pamilih, khusus kang agamane islam. Geber mburi foto caleg kasebut nggunakake warna biru kang nuduhake titikan kang khas partai politik kang dianut, yaiku partai politik PAN.

Makna dhata verbal lan dhata non verbal sajrone *banner* kampanye caleg ing kutha Surabaya duweni sesambungan sing raket. Dhata verbal sajrone *banner* kampanye yaiku kanthi ukara “*Bela rakyat, Bela ummat*” duweni arti yen caleg kasebut bakal mbela sakabehe masyarakat lan sakabehe umat agama ing wilayah kutha Surabaya. Kanthi eksperimen mesem lan ngepelake tangan tengen nandhakake yen caleg kasebut sumeh saliyané uga optimis lan semangat kanggo mbela rakyaté.

PANUTUP

Bab lima iki bakal ngandharake dudutan panliten ngenani implikatur lan semiotik sajrone *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019. Bab lima kaperang dadi loro yaiku, dudutan panliten lan pamrayogane, kaya ing ngisor iki.

5.1 Dudutan

Adhedhasar asil panliten iki, implikatur digolongake dadi loro, yaiku implikatur konvensional kang uga diperang dadi loro, yaiku (1) konvensional simbolik lan (2) konvensional non-simbolik. Implikatur konversasional uga diperang dadi loro, yaiku (1) implikatur konversasional umum lan (2) implikatur konversasional mligi/khusus. Panliten saka *banner* kampanye pileg ing kutha Surabaya taun 2019 akeh banget kang nggunakake implikatur konvensional

simbolik lan implikatur konversasional umum kang dicakake.

Sajrone *banner* kampanye kang diudhari makna semiotik kanthi nggunakake teori Roland Barthes dianalisis kanthi *Basa sajrone Banner Kampanye Pileg ing Kutha Surabaya Taun 2019* (Tinthingan Pragmasemiotika) kaanalisis nuduhake wujud semiotik kang ana ing *banner*, yaiku arupa tulisan, simbol, foto, ekspresi, logo lan nomer. Konotasi kang kaanalisis arupa jlentrehan saka denotasi kang luwih cetha lan gamblang. Makna konotasi kang ditampilake sajrone *banner* kampanye akeh banget, awujud gambar-gambar lan ukara-ukara kang menehi pangribawa kanggo narik kawigatene masyarakat. Pangribawa sajrone *banner* arupa foto wakil rakyat liya kang wis duweni kalungguhan lan dipercaya dening masyarakat kanggo mimpin. Bab kaya mangkono dicakake supaya masyarakat luwih percaya marang (1) partai kang dipilih lan (2) caleg kang dipilih.

5.2 Pamrayoga

Panliten iki isih akeh lupute, mula panliti ngarepake ana panyaru kang asipat mangun supaya panliti sabanjure bisa kasil kang luwih apik. Saliyane kuwi panliti uga menehake pamrayoga kanggo panliten ngenani implikatur lan semiotik sajrone pacaturan basa Jawa ing medhia massa, yaiku (1) isih akeh topik panliten ngenani implikatur lan semiotik sajrone pacaturan basa Jawa ing medhia massa liyane kang durung ditliti, mligine kanggo mahasiswa basa Jawa diajab bisa luwih sregep nindakake panliten ngenani implikatur lan semiotik sajrone pacaturan basa Jawa ing medhia massa, (2) panliten ngenani implikatur sajrone pacaturan basa Jawa ing medhia massa *banner* kampanye mesthine duweni luput lan kurang. Mula diajab ana panliten kang bisa menehi koreksi tumrap asile panliten.

KAPUSTAKAN

- Alwasilah, A. Chaedar. 2005. *Pokoknya Menulis*. Cetakan Pertama. Bandung: PT. Kiblat Buku Utama
- Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Basir, Udjang Pr. M. 2010. *Sosiolinguistik pengantar Tintingan tindak Berbahasa (konsep, teori, model pendekatan, dan fakta berbahasa)*, Surabaya: Press UNESA.
- Brown, Gilian and George Yule. 1996. *Analisis Wacana* (terj. Soetikno, I). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Christomy, T dan Untung Yuwono. *Semiotika Budaya*. Jakarta: Pusat Kemasyarakatan dan Budaya UI, 2004
- Cummings, Louise 1999. *Pragmatics, A Mutidisciplinary Perspective*. New York: Oxford University Press. Terjemahan. Ibrahim, Abdul Syukur (editor). 2007. *Pragmatik: Sebuah Prespektif Multidisipliner*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Cummings, Louise. 2007. *Pragmatik: Sebuah Perspektif Multidisipliner*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Dia, Eya Eri. 2012. *Analisis Praanggapan Konsep Tindak Tutur (Presuposition) dalam Program Talk Show*. Malang: Madini
- Djasasudarma, Fatimah. 1993. *Metode Linguistik*. Bandung: PT ERESKO
- Grice, H.P. 1975. *Logic and Conversation dalam Peter Cole dan Jerry L. Morgan* (ed). Syntax and Semantics, Volume 3. New York: Academia Press
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press
- Hartmann, R.R.K., & Stork, F.C. 1973. *Dictionary of Language and Linguistic*. London: Applied Science Publisher
- Kaelan. 2009. *Filsafat Bahasa Semiotika dan Hermeneutika*. Yogyakarta: Paradigma
- Kridalaksana, Harimurti. 1982. *Fungsi Bahasa dan Sikap Bahasa: Struktur Sosial dan Variasi Bahasa*. Flores: Nusa Indah
- _____. 1984. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia
- _____. 1992. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- _____. 1992. *Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia

- _____. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2008
- Kusrianti, Anik. 2004. *Analisis Wacana*. Bogor: Pakar Raya
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-prinsip Pragmatik*. (Terj) M. D. D. Oka. Jakarta: Universitas Indonesia
- Levinson, Stephen C. 1991. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University
- Lyons, John. 1995. *Linguistics Semantic and Introductions*. Cambridge: Cambridge University Press
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode & Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta : Tiara Wacana
- Nababan, P.W.J. 1987. *Ilmu Pragmatik (Teori dan Penerapannya)*. Jakarta: Depdikbud
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Sugiyono. 2006. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS
- Suyono. 1990. *Pragmatik Dasar-Dasar dan Pengajaran*. Malang: YA 3
- Wibowo dan Wahyu. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011
- Wijana, I Dewa Putu & Rohmadi, Muhammad. 2009. *Analisis Wacana Pragmatik Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Yuniseffendri. 2007. *Analisis Wacana*. Surabaya: Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya
- <http://dgi.or.id/dgi-archive/semiotika-iklan-sosial-bagian-i>
- <https://kbbi.web.id/kamera>
- <https://kbbi.web.id/kampanye>
- <https://www.kompasiana.com/aliyasinjuara/552a130c6ea834216d552d11/hipnotis-bahasa-kampanye-caleg>