



MAXIM OF PERSUASIVE LANGUAGE IN WRITTEN DISCOURSE IN THE PUBLIC SPACE OF NKRI – RDTL BORDER

¹Joni Soleman Nalenan, ²Yanuaris Seran

^{1,2}Universitas Timor

Corresponding Author: imanelokeynara03@gmail.com

Article History

Submitted : 13-8-2020

Reviewed : 7-11-2020

Published : 28-11-2020

Vol : 3

No : 2 November 2020

Page : 149-164

Abstract: This study aimed to determine what maxims were contained in written discourse in the public space of NKRI - RDTL border areas. The theory used to solve the problem in this study is the sociopragmatic theory. The method used is a qualitative descriptive method. The research data were grouped into four components, namely the political component, the commercial component, the health component, and the education component. Data related to the political component tended to have political nuances. Commercial component data refers to service offerings, services and product purchases. Health component data were related to stakeholder recommendations regarding prevention and self-protection from Covid-19. The education component data found in this study came from various levels of education units that promote their existence to get new students. Based on the sociopragmatic theory, the research results show that there are six maxims in the persuasive language of written discourse in the public space of NKRI – RDTL border areas, namely maxim of wisdom, maxim of sympathy, maxim of generosity, maxim of manner, maxim of relevance, and maxim of quality.

Keywords: persuasive language, language style, maxim, sociopragmatic.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan hal yang esensial dalam kehidupan manusia. Tidak ada manusia yang menginginkan hidup tanpa bahasa, sebaliknya tidak ada bahasa tanpa masyarakat pengguna. Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan bahasa untuk saling berinteraksi antarsatu individu dengan individu yang lain (Devianty, 2017: 227). Dalam interaksi sosial, bahasa digunakan dalam berbagai ranah kehidupan dan untuk berbagai kepentingan (Siregar, 2005: 1). Salah satu contohnya adalah wacana yang sering muncul di ruang publik untuk kepentingan memengaruhi orang lain.

Urgensi permasalahan penelitian ini adalah bahwa bahasa sering digunakan oleh pemangku kepentingan sebagai senjata yang ampuh untuk memersuasi masyarakat tanpa tekanan dari siapa pun. Bahasa yang digunakan pun berbeda-beda langgam (gayanya). Sebagai contoh, langgam bahasa dalam wacana tulis yang digunakan oleh para calon legislatif (caleg) yang bukan berbahasa daerah setempat berusaha menggunakan bahasa daerah itu untuk mencari dukungan suara dari masyarakat. Langgam bahasa wacana tulis dalam penelitian ini terdapat pada berbagai jenis wadah penyampaian informasi di ruang publik, yakni spanduk, baliho, *banner*, dan brosur. Beberapa wadah ini dimanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan diri dan sebagai wadah komersial. Selain itu, dimanfaatkan para

pemangku kepentingan untuk mengakrabkan diri dengan masyarakat akar rumput yang pada dasarnya tidak ada pertalian darah. Bahasa yang digunakan oleh pemangku kepentingan di ruang publik tidak meniadakan prinsip kerjasama dan prinsip sopan santun dalam berkomunikasi.

Prinsip – prinsip kerja sama dan prinsip sopan santun merupakan kajian pragmatik dalam ilmu linguistik. Pragmatik merupakan ilmu yang mempelajari tentang makna yang berhubungan dengan situasi ujar (*speech situations*) Leech (*dalam* Estikomah, 2020: 1273). Pragmatik membahas bagaimana satuan-satuan bahasa itu diimplementasikan dalam pertuturan. Selain itu, pragmatik juga mempelajari tentang pengkajian makna di luar konteks bahasa sehingga penutur dan mitra tutur saling memahami satu sama lain.

Dalam kajian pragmatik, prinsip kerja sama dan prinsip sopan santun selalu dikaitkan dengan maksim yang mengatur kaidah-kaidah kebahasaan di dalam interaksi lingual. Dalam prinsip kerjasama terdapat empat maksim, yakni maksim kualitas, maksim kuantitas, maksim relevansi, dan maksim cara. Sementara dalam prinsip sopan santun terdapat enam maksim prinsip kesantunan dalam berbahasa, yakni (1) maksim kebijaksanaan, (2) maksim kedermawanan, (3) maksim pujian, (4) maksim kerendahan hati, (5) maksim kesimpatian, dan (6) maksim kecocokan/relevansi Leech (2015: 206-207).

Penelitian pertama tentang maksim pernah dilakukan oleh Ambarwati pada tahun 2018. Ambarwati mengkaji prinsip kerja sama dan prinsip sopan santun yang terkandung dalam materi pembelajaran teks iklan, slogan, dan poster di SMP Negeri 1 Kejajar, Wonosobo. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pelanggaran dalam prinsip kerja sama, yakni tidak terpenuhinya maksim kuantitas, kualitas, relevansi, dan maksim cara. Selain itu, pada prinsip kesantunan terkesan tidak ramah karena bersifat direktif langsung dan tidak memperhatikan giliran bicara serta penggunaan bahasa Jawa *ngoko* ketika presentasi berlangsung.

Penelitian kedua oleh Nugroho pada tahun 2020. Nugroho memfokuskan penelitiannya pada pelanggaran maksim percakapan dalam iklan *mie* sedap. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa untuk menarik perhatian, minat, dan mencapai pangsa pasar, pembuat iklan *mie* sedap tidak menghiraukan pada keempat maksim yakni, maksim kualitas, maksim kuantitas, maksim relevansi, dan maksim pelaksanaan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Waljinah, dkk pada Tahun 2019 dengan judul “Tindak Tutur Direktif Wacana Berita *Online*: Kajian Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital”. Waljinah memfokuskan penelitiannya pada identifikasi tindak tutur direktif pada judul berita *online*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa wujud tindak tutur direktif pada judul berita *online* meliputi tindak tutur direktif memaksa, memohon, meminta, memberi perintah, menuntut, melarang, menyarankan, mengajak, dan menagih (Waljinah, 2019: 118-127).

Penelitian keempat dilakukan oleh Mudarman dan Kurniawan pada Tahun 2019 dengan judul “Tindak Tutur Menyilq pada Masyarakat Sasak di Desa Gereneng Kecamatan Sakra Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Tindak Tutur Menyilq pada Masyarakat Sasak di Desa Gereneng Kecamatan Sakra Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindak tutur menyilq dilakukan dengan menggunakan tuturan satu kalimat, tuturan dua kalimat, tuturan tiga kalimat, dan tuturan lebih dari tiga kalimat (Mudarman, 2019: 65-76).

Penelitian kelima dilakukan oleh Akbar dengan judul “Analisis Tindak Tutur pada Wawancara Putra Nababan dan Presiden Portugal: Sebuah Kajian Pragmatik”. Penelitian Akbar bertujuan untuk mendeskripsikan tindak tutur lokusi, ilokusi, dan perlokusi dalam wawancara Putra Nababan dengan Antonio Cavaco Silva (Presiden Portugal). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam wawancara Putra Nababan dengan Antonio Cavaco Silva terdapat tindak tutur ilokusi berjenis asertif, direktif, ekspresif, dan deklaratif (Akbar, 2018: 27-36).

Berdasarkan beberapa kajian di atas, terlihat bahwa penelitian dengan ruang lingkup pragmatik, terkhususnya maksim dan tindak tutur dalam wacana sudah pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Namun, terdapat perbedaan pada objek kajian dan lokasi pengamatan. Ambarwati mengambil materi pembelajaran teks iklan, slogan, dan poster di SMP Negeri 1 Kejajar Wonosobo sebagai objek kajian. Nugroho mengambil iklan *mie* sedap sebagai objek kajian, sedangkan Waljinah, Mudarman, dan Akbar lebih memfokuskan penelitian pada tindak tutur dalam wacana. Sementara objek kajian dalam penelitian ini adalah langgam bahasa persuasif dengan mengambil ruang publik perbatasan NKRI-RDTL sebagai ruang atau lokasi penelitian. Dengan demikian, objek dan lokasi penelitian dalam kajian ini merupakan sisi kebaruan penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu lainnya. Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap masyarakat di wilayah perbatasan NKRI-RDTL. Dalam hal ini, keberadaan penelitian ini memberikan informasi dan membuka pemahaman masyarakat dalam mencerna bahasa para caleg menjelang pemilihan kepala daerah di masa yang akan datang.

METODE

Untuk memecahkan permasalahan yang ada dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Bogdan dan Tylor (dalam Margono, 2005: 36) mengatakan bahwa metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Selain itu, Kirk dan Miller (dalam Moleong, 1990: 3) mendefinisikan bahwa metode kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam

bahasanya dan dalam peristiwanya. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat pecanderaan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Penulis menerapkan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian atas asumsi bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahasa berupa kata-kata dalam bentuk kalimat sederhana yang tertulis media penyampaian informasi di ruang publik.

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah perbatasan NKRI-RDTL. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah empat bulan terhitung pada saat pelaksanaan penelitian. Jenis data penelitian ini berupa data wacana tulis dalam spanduk yang terpampang di ruang publik wilayah perbatasan NKRI-RDTL. Data wacana tulis yang dimaksud dalam kajian ini adalah data yang berupa bahasa persuasif calon legislatif di ruang publik. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat kamera dan handphone. Kamera dan handphone digunakan untuk mendokumentasikan data kebahasaan yang diperlukan dalam penelitian ini.

Penulis memadukan metode observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan data. Kegiatan observasi bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang kebahasaan khususnya bahasa tulis yang digunakan oleh para calon legislatif dalam spanduk yang terpampang di ruang publik wilayah perbatasan NKRI-RDTL. Metode survei (observasi) adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. (Nazir dalam Arikunto, 2010:43). Implementasi dari metode observasi dalam penelitian ini yaitu peneliti mengamati data kebahasaan dalam spanduk. Metode dokumentasi merupakan suatu cara mengumpulkan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan berdasarkan perkiraan (Basrowi & Suwandi dalam Nurfatriniadha, 2017:50). Implementasi dari metode dokumentasi adalah peneliti mengambil gambar berupa foto data kebahasaan yang terpampang dalam spanduk di ruang publik.

Metode yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis data dalam penelitian ini, yaitu metode analisis model Miles dan Huberman. Berdasarkan metode ini, maka analisis data dilakukan dalam tiga tahap, yakni: (a) reduksi data, (b) display atau penyajian data, (c) pengambilan kesimpulan dan verifikasi (Iskandar, 2009: 139). Berdasarkan metode tersebut di atas, maka teknik yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data, yaitu mereduksi atau menyeleksi data-data yang sudah dikumpulkan untuk memperoleh data-data yang benar-benar relevan dengan masalah yang diteliti. Setelah mereduksi data, selanjutnya data-data tersebut disusun secara sistematis untuk dianalisis. Setelah melakukan analisis terhadap data, selanjutnya peneliti mengambil kesimpulan sementara. Teknik selanjutnya peneliti menguji kembali kebenaran data yang telah dikumpulkan dengan bertukar

pikiran dengan sejawat atau orang-orang yang berkompetensi di bidang kebahasaan sehingga keilmiahannya hasil penelitian ini dapat dipercaya. Setelah pengujian kembalian kebenaran hasil analisis data, peneliti menarik kesimpulan akhir untuk menjawab permasalahan.

Penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode formal dan informal (Sudaryanto, 1993). Metode formal dalam penelitian ini mengarah pada penyajian hasil kajian dengan menggunakan tanda dan lambang lingual serta berupa diagram-diagram. Sedangkan metode informal merupakan cara penyajian kaidah dengan rumusan kata-kata biasa yang mudah dimengerti. Teknik yang digunakan adalah teknik induktif yaitu penyajian analisis data dengan mengemukakan hal-hal yang bersifat khusus terlebih dahulu kemudian ditarik suatu simpulan yang bersifat umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah perbatasan NKRI – RDTL, yakni Kabupaten Timor Tengah Utara, Kabupaten Belu, dan Kabupaten Malaka. Data hasil penelitian dikelompokkan ke dalam empat komponen, yaitu komponen politik, komponen komersil, komponen kesehatan, dan pendidikan.

Data yang berkaitan dengan komponen politik cenderung bernuansa politik. Ide politik yang disampaikan oleh setiap figur selalu bervariasi. Kerbervariasian ide politik itu teramati melalui situasi kebahasaan, yakni berupa hasil abreviasi dalam bentuk kata, klausa, dan kalimat sederhana. Secara keseluruhan, setiap figur mengemas ide hanya dalam kalimat, namun ada juga yang mengemas idenya lebih dari satu kalimat. Selain itu, pemilihan bahasa yang digunakan oleh setiap figur pun berbeda-beda. Bahasa yang ditemukan adalah bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa Inggris.

Data komponen komersial merujuk pada penawaran jasa, layanan, dan pembelian produk. Data penawaran jasa yang ditemukan dalam penelitian ini berupa jasa ojek online (ojol), sedangkan data layanan berupa anjuran dana pinjaman serba cepat. Sementara data penawaran pembelian produk berupa kendaraan beroda dua maupun beroda empat, dan parabol rumah tangga.

Data komponen kesehatan berkaitan dengan anjuran stakeholders mengenai pencegahan dan perlindungan diri dari corona virus disease-19 (covid-19). Stakeholders yang ditemukan dalam data ini adalah pihak pemerintah daerah, kepolisian dan organisasi lainnya. Selain itu, anjuran kesehatan juga berkaitan dengan bahaya minuman keras (miras) yang dikeluarkan oleh kepolisian.

Data komponen pendidikan yang ditemukan dalam penelitian ini, berasal dari berbagai tingkat satuan pendidikan. Satuan pendidikan yang dimaksudkan adalah taman kanak-kanak, sekolah tinggi, dan perguruan tinggi. Taman kanak-kanak yang ditemukan dalam penelitian ini adalah Kemala Bhayangkari 03 Kefamenanu, sedangkan sekolah tinggi yang memprosikan diri di ruang publik adalah

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIKHum), dan perguruan tinggi yang ditemukan adalah Universitas Timor (Unimor).

PEMBAHASAN

Kajian sosiopragmatik diarahkan pada maksim yang ada kaitannya dengan keadaan kehidupan masyarakat yang dikemas dalam bahasa persuasif oleh para politisi, pemangku kepentingan dalam bidang pendidikan, kesehatan dan komersial. Sosiopragmatik merupakan kajian yang menelaah tentang penggunaan bahasa di dalam sebuah masyarakat budaya di dalam situasi tertentu. Oleh karena itu, sosiopragmatik dapat dipahami sebagai telaah mengenai kondisi-kondisi lokal yang lebih khusus mengenai penggunaan bahasa (Nurjamily, 2012). Kajian Sosiopramatik merupakan kajian yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana masyarakat-masyarakat yang berbeda menggunakan maksim-maksim. Maksim adalah aturan pertuturan dalam tuturan yang wajar. Maksim merupakan sebuah prinsip yang harus ditaati oleh peserta pertuturan dalam berinteraksi, baik secara tekstual maupun interpersonal untuk memperlancar proses komunikasi (Rohmadi dan Abdullah dalam Puspitasari dkk, 2015:78). Maksim membahas makna dibalik ujaran. Makna ujaran itu tentunya tidak meniadakan prinsip kerjasama dan prinsip kesopanan antara pembicara dan lawan bicara atau mitra tutur.

Berdasarkan data bahasa persuasif di ruang publik perbatasan NKRI-RDTL, ditemukan enam maksim, yakni maksim kebijaksanaan, maksim kesimpatian, maksim kedermawanan, maksim cara, maksim relevansi, dan maksim kualitas. Keenam maksim ini dibahas secara terperinci seperti berikut ini.

1. Maksim Kebijaksanaan

Maksim kebijaksanaan merupakan maksim yang menghendaki para peserta pertuturan berpedoman pada prinsip untuk selalu meminimalkan keuntungan pada dirinya sendiri dan memaksimalkan keuntungan pihak lain dalam kegiatan bertutur (Abdin dkk, 2020:58). Maksim kebijaksanaan dalam penelitian ini terdapat dalam data (01), (03), (05), (07), (09), dan data (17) di bawah ini.



(01)



(03)



(05)



(07)



(09)

Berdasarkan data di atas, terlihat jelas bahwa terdapat sepuluh data yang mengemban maksim kebijaksanaan. Bahasa persuasif pada data (01), (03), (05), (07), dan (09) yang secara berturut-turut dalam pernyataan “Bersama kita bisa bikin TTU lebih maju, lebih sejahtera”; “Bersatu membangun TTU”; “Wujudkan TTU bersinar”; “Bersatu membangun TTU, desa sejahtera”; dan “satu hati, satu tekat, satu kata bersama rakyat memajukan TTU”. Pernyataan pada data (01) disampaikan oleh AK dalam mencalonkan dirinya sebagai calon legislatif yang terpampang pada baliho sepanjang ruang publik TTU. Dalam pernyataan ini, AK berbicara tidak menonjolkan dirinya sebagai satu-satunya figur yang membangun TTU, tetapi Ia berusaha membaur bersama masyarakat dalam membangun TTU. Dalam hal ini, Ia menyadari bahwa kemajuan dan kesejahteraan TTU bukan tanggung jawab perseorangan, melainkan tanggung jawab bersama. Hal senada pun terdapat pada data (03), (05) dan (07), yakni oleh bakal calon bupati JD-EB dan FS-AN. Pernyataan pada data (03) dan (07) disampaikan oleh pasangan JD-EB. Dalam pernyataan ini, teramati bahwa pasangan JD-EB tidak memperlihatkan kelebihan individual untuk membangun TTU, tetapi harus bersama rakyat. Pernyataan pada data (05) disampaikan oleh pasangan FS-AN. Pada data ini, pasangan FS-AN menyampaikan maksud mereka bersama rakyat untuk membangun TTU secara implisit. Hal ini ditandai dengan ekspresi gestur dan pernyataan verbal pada baliho yang terpampang, yakni simbol kebersamaan melalui gandengan tangan dan ekspresi senyuman. Simbol ini menunjukkan kebersamaan dan ketulusan FS-AN untuk berbaur dengan masyarakat dalam mewujudkan TTU bersinar. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa pengisi subjek dalam pernyataan data (05) adalah bersama FS-AN wujudkan TTU bersinar. Pernyataan pada data (09) disampaikan oleh bakal calon Bupati TTU, yakni MS. Dalam pernyataan ini, MS tidak memperlihatkan keindividualannya dalam membangun TTU, tetap secara gamblang, Ia mengajak masyarakat untuk bersama-sama membangun TTU. Isi pernyataan ini pun tidak menyinggung dan mengurangi rasa hormat terhadap kandidat lainnya. Sikap dan tindakan inilah yang memperlihatkan sisi kebijaksanaan ketiga figur di atas dalam bertutur.

2. Maksim Kesimpatian

Maksim kesimpatian menghendaki agar para peserta tutur dapat memaksimalkan sikap simpati antara pihak yang satu dengan pihak lainnya. Aturan dalam maksim ini adalah memaksimalkan perasaan simpati dan kurangi perasaan antipati (Budiwati *dalam* Ramaniyar dkk, 2019:253). Dalam

penelitian ini, maksim kesimpatian difokuskan pada bagaimana para calon menggunakan bahasa untuk menarik simpati masyarakat. Maksim kesimpatian dalam penelitian ini terdapat pada data (02) seperti berikut.



(02)

Pernyataan pada data (02) disampaikan oleh pasangan AT-YA, yakni “Bersama AYO kita wujudkan TTU bersaudara menuju sejahtera”. Kata ‘AYO’ memiliki dua arti, yakni (1) dalam Bahasa Indonesia merupakan kata seru untuk mengajak atau memberikan dorongan, (2) kata AYO merupakan abreviasi dari pasangan AT-YA, yakni fonem A dari Agutinus Talan dan suku kata YO dari Yosef Akoit. Dengan demikian, pernyataan ini memiliki dua maksud, yakni (1) pasangan AT-YA menarik simpati masyarakat dengan kata seruan AYO untuk memberikan dukungan dan (2) pasangan AT-YA ingin menonjolkan diri dan menunjukkan semangat mereka untuk berbaur dengan masyarakat membangun TTU. Selain itu, penggunaan kata “bersaudara” dalam pernyataan ini pun merupakan salah satu cara yang digunakan oleh AT-YA untuk menarik simpati masyarakat. Dengan menggunakan kata “bersaudara” AT-YA secara implisit membaurkan diri dengan masyarakat dengan mengedepankan rasa memiliki dan rasa saling menolong antara satu dengan yang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bahasa persuasif pada data (02) mengemban maksim kesimpatian.

3. Maksim Kedermawanan

Maksim kedermawanan menghendaki pembicara diharapkan dapat menghormati orang lain. Penghormatan terhadap orang lain akan terjadi apabila orang dapat mengurangi keuntungan bagi dirinya sendiri dan memaksimalkan keuntungan bagi pihak lain (Estikomah, 2019:1275). Maksim kedermawanan dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana para bakal calon Bupati dan calon legislatif di wilayah TTU dan Malaka serta *stakeholder* berbicara dengan mengurangi keuntungan bagi dirinya sendiri dan memaksimalkan keuntungan bagi lawan bicara, yakni masyarakat di wilayah Kabupaten TTU dan Malaka. Maksim kedermawanan dalam penelitian ini terdapat pada data (06), (12), (13), (14), (15), dan (16) seperti berikut.



(06)



(12)



(13)



(14)



(15)



(16)

Pernyataan pada data (06) disampaikan oleh KE, yakni “Damai Natal senantiasa menginspirasi kita untuk menyongsong tahun baru dengan penuh harapan dan optimisme”. Rasa kedermawanan KE dalam pernyataan ini teramati melalui kalimat ‘Damai Natal senantiasa menginspirasi kita’. Dalam kalimat ini, KE mengutarakan harapan dan ketulusan hatinya kepada masyarakat untuk mencapai segala harapan dengan penuh optimis. Hal ini menunjukkan rasa kepedulian KE terhadap masyarakat TTU. Selain itu, teramati pula bahwa KE menggunakan momen Natal sebagai senjata yang ampuh untuk memengaruhi dan menarik dukungan masyarakat dalam pemilihan kepala daerah Kabupaten TTU.

Pernyataan pada data (12) “Hidup matiku demi rakyat. *Hita sa ia.*” disampaikan oleh FT dalam momen mempromosikan dirinya sebagai calon legislatif di Kabupaten Malaka. Dalam pernyataan ini, dapat dipahami dengan jelas bahwa FT memiliki rasa kedermawanan untuk mengabdikan diri seutuhnya demi membangun Kabupaten Malaka. Rasa kedermawanan dan kepemilikannya juga terlihat melalui pernyataan “*Hita sa ia* ‘Kita punya yang ini’”. Secara sederhana, isi pernyataan ini dapat dipahami “Saya ini milik Kita” yang dapat ditafsirkan bahwa FT memengaruhi dan ingin meyakinkan masyarakat bahwa Ia adalah milik mereka yang harus didukung untuk mengemban amanah.

Pernyataan pada data (13) disampaikan oleh pasangan TL-BC. Secara pragmatis, TL-BC berusaha untuk berbaur dengan masyarakat Malaka dengan menggunakan bahasa Tetun, yakni *TABE: Mai ita ka en kelu ba malu hader ita kan rai Wesi Wehali* ‘TABI/SALAM: Mari kita bergandengan tangan membangun daerah kita Wesi Wehali’. Kata *TABE* dalam pernyataan ini mengandung dua arti, yakni (1) dalam bahasa Tetun berarti ‘salam’ dan (2) kata *TABE* merupakan abreviasi dari nama pasangan TL-BC, yakni suku kata *ta* dari Taolin Ludovikus dan suku kata *be* dari Beny Chandra. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa penggunaan kata *TABE* memiliki dua maksud, yakni

(1) Pasangan ini ingin memberikan rasa hormat kepada masyarakat dengan menggunakan sapaan TABE di awal pernyataan. Kata TABE merupakan sapaan yang dianggap sangat santun dan penuh kerendahan hati dalam pandangan masyarakat Malaka. (2) Pasangan ini ingin menonjolkan diri kepada masyarakat agar masyarakat lebih mengenal dan mengingat untuk mendukung dalam pemilihan kepala daerah. Selain itu, penggunaan bahasa Tetun dalam media kampanye juga memperlihatkan bahwa pasangan ini tidak memperlihatkan diri sebagai seseorang yang individual namun lebih mengutamakan kebersamaan untuk membangun Malaka. Pernyataan TL-BC mengandung maksim kedermawanan. Hal ini terlihat dalam penggunaan kata TABE yang berarti ‘salam’.

Pernyataan pada data (14), (15), dan (16) disampaikan oleh *stakeholder* Kabupaten TTU, yakni Kepolisian dan Gerakan Masyarakat (Germas). Isi ketiga pernyataan ini secara berturut-turut adalah “Putus penyebaran Covid 19: *taeka'ma At li'u MENAS covid 19*”, “Jauhi miras sebelum miras mengendalikan hidupmu”, “Jaga diri dan keluarga Anda dari virus corona dengan Germas”. Pada pernyataan (14) dan (15) disampaikan oleh pihak kepolisian sebagai imbauan kepada masyarakat untuk menghindarkan diri dari penyebaran covid 19 dan miras. Pernyataan ini memperlihatkan rasa kepedulian pihak kepolisian terhadap kehidupan masyarakat. Dengan demikian dapat dipahami bahwa pernyataan pada data (14) dan (15) mengemban maksim kedermawanan. Bahasa persusif pada data (16) pun memperlihatkan bentuk kepedulian Germas terhadap masyarakat TTU akan covid 19. Ketulusan untuk memberikan imbauan ini merupakan suatu bentuk rasa kedermawanan. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa data pada pernyataan (16) juga mengemban maksim kedermawanan.

4. Maksim Cara

Maksim cara menhendaki agar peserta tutur berbicara secara terus terang, jelas, dan gamblang. Maksim ini lebih menitikberatkan pada kejujuran. Dalam hal ini peserta tutur dituntut untuk menghindari ketidakjelasan atau kekaburan, kedwimaknaan atau ketaksaan (Saputri, 2017:148). Maksim cara dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana para caleg dan stakeholder berbicara secara jujur, jelas, dan gamblang dalam memersuasi masyarakat. Maksim cara dalam penelitian ini terdapat pada data (04), (07), (10), (11), dan (19) seperti berikut.



(04)



(07)



(11)



(19)

Bahasa persusif pada data (04) disampaikan oleh MS, yakni “MarS untuk TTU hebat”. Kata MarS dalam pernyataan ini merupakan sebuah abreviasi dari calon Bupati bernama Martinus Siki (MS).

Penggunaan abreviasi ini dapat diinterpretasi sebagai salah satu cara dari MS untuk membuat masyarakat lebih mudah mengingat dirinya. Pernyataan ini memperlihatkan kejujuran dan kejelasan MS dalam bertutur demi menarik dukungan masyarakat. Dalam hal ini, MS tidak bertele-tele untuk memengaruhi masyarakat. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa data (04) mengemban maksim cara.

Bahasa persuasif pada data (10) disampaikan oleh KE, yakni “Melangkah lebih cepat: menuju TTU yang maju, bangkit, dan bermartabat. Pernyataan ini memperlihatkan kegambangan KE dalam memengaruhi masyarakat untuk mendapat dukungan. KE menggunakan frasa “melangkah lebih cepat” sebagai suatu cara jitu demi menarik dukungan masyarakat. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa data (10) mengemban maksim cara.

Bahasa persuasif pada data (11) disampaikan oleh EM, yakni “Memajukan dan mensejahterahkan Malaka dari desa: tulus, jujur, komitmen, mampu, dan berbudaya. *Itakan mak ne'e*”. Pada pernyataan ini terlihat jelas bahwa EM berkomitmen untuk memajukan dan mensejahterahkan masyarakat Malaka dari desa dengan tulus dan jujur. Maksim cara dalam pernyataan EM pun teramati dalam klausa *Itakan mak ne'e* ‘Kita punya yang ini’. Secara sederhana, isi pernyataan ini dapat dipahami “Saya ini milik Kita” yang dapat ditafsirkan bahwa EM memengaruhi dan ingin meyakinkan masyarakat bahwa Ia adalah milik mereka yang harus didukung untuk mengemban amanah.

Bahasa persuasif pada data (19) merupakan iklan komersial yang disampaikan oleh PT. Sampoerna, yakni “Yang lain segitu, gue tetap segini”. Pernyataan ini dipahami bahwa PT. Sampoerna secara gamblang dan jujur memengaruhi masyarakat untuk memilih produknya daripada produk lainnya. Penawaran harga yang relatif murah merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menarik minat konsumen. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa data (19) juga mengemban maksim cara.

5. Maksim Relevansi

Maksim ini menitikberatkan pembicaraan sesuai topik sehingga pembicaraan tidak keluar dari topik pembahasan. Dalam maksim ini prinsip kerja sama akan nampak jika masing-masing pihak perlu memberikan kontribusi yang relevan dengan sesuatu yang sedang dipertuturkan (Yuniawati, 2014: 146-147). Dalam penelitian ini, maksim relevansi difokuskan pada bagaimana pengguna ruang publik dalam hal ini calon legislatif berbicara sesuai dengan topik dan tidak menyimpang dari pokok pembicaraan. Maksim relevansi dalam penelitian ini terdapat pada data bahasa persuasif (06) yang ditampilkan seperti berikut.



(06)

Bahasa persuasif pada data (06) disampaikan oleh KE, yakni “Damai Natal senantiasa menginspirasi kita untuk menyongsong tahun baru dengan penuh harapan dan optimisme”. Kerelevansian dalam pernyataan ini teramati melalui momen Natal dan ungkapan salam damai Natal oleh KE untuk memengaruhi masyarakat. Implikatur dalam pernyataan dapat diinterpretasi bahwa KE memengaruhi masyarakat untuk memilihnya untuk membangun TTU dengan penuh harapan dan optimisme. Selain itu, KE pun membaawa diri dan turut merasakan momen Natal yang sedang dirasakan oleh masyarakat. Dengan demikian, data bahasa persuasif (06) mengemban maksim relevansi.

6. Maksim Kualitas

Maksim kualitas menghendaki penutur untuk mengatakan hal yang sebenarnya dan memberikan kontribusi secukupnya atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawan bicara. Artinya, penutur tidak boleh memberikan informasi yang keliru atau salah. Penutur harus memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan lawan tuturnya, tidak kurang dan tidak lebih (Sulistiyono, 2015:94-95).Maksim kualitas dalam penelitian ini terdapat dalam data bahasa persuasif (07), (18), (20), (21), (22), (23),dan (24) yang ditampilkan seperti berikut.



(07)



(18)



(20)



(21)



(22)



(23)



(24)

Bahasa persuasif pada data (07) disampaikan oleh pasangan JD-EB, yakni “Bersatu membangun TTU”. Dalam pernyataan ini JD-EB berbicara apa adanya. Artinya, pasangan ini secara jujur menyampaikan maksud mereka kepada masyarakat. Maksud pembicaraan yang dipahami dalam pernyataan ini adalah JD-EB mengajak masyarakat untuk bersama-sama membangun TTU.

Bahasa persuasif pada data (18) disampaikan oleh PT. Suzuki *New Carry*, yakni “Beli sekarang sebelum harga dan bunga naik”. Dalam pernyataan ini, PT Suzuki *New Carry* secara langsung mengajak konsumen untuk segera membeli sebelum perubahan harga. Terlihat jelas bahwa PT Suzuki tidak bertele-tele dalam memersuasi konsumen.

Bahasa persuasif pada data (20) disampaikan oleh Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten TTU, yakni “Ayo! Konsumsi pangan lokal. Pangan lokal beragam, bergizi, sehat, dan aman”. Dalam pernyataan ini, secara gamblang Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten TTU memersuasi masyarakat TTU untuk mengonsumsi pangan lokal. Dinas terkait juga menginformasikan kepada masyarakat mengenai kelebihan mengonsumsi pangan lokal. Dalam hal ini memiliki nilai gizi yang sehat dan aman untuk kesehatan.

Bahasa persuasif pada data (21) disampaikan oleh Cafe Jabal Mart, yakni “Ayo! Mari nongkrong di sini sa. Harga mulai 5 ribuan sa kawan”. Dalam pernyataan ini, Café Jabal Mart menggunakan bahasa Malay Kupang yang merupakan bahasa sehari-hari masyarakat setempat. Penggunaan ini secara jelas menggambarkan sisi kedekatan antara penutur dan mitra tutur. Terlihat jelas juga bahwa Café Jabal Mart memersuasi pengunjung secara

Bahasa persuasif pada data (22) dan (23) disampaikan oleh dua lembaga pendidikan tinggi di Kabupaten Timor Tengah Utara. Data (22) disampaikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIKUM), yakni “Penerimaan mahasiswa angkatan III tahun 2020/2021”. Pernyataan pada data ini dipahami bahwa STIKUM memunculkan kehadirannya kepada masyarakat luas mengenai keberadaannya. Dalam hal ini STIKUM juga memengaruhi masyarakat luas bahwa keberadaannya tidak kalah saing dengan sekolah tinggi bahkan perguruan tinggi lainnya dalam memberikan layanan pendidikan yang optimal. Hal senada pun dapat dipahami dalam data (23), yakni “seleksi bersama masuk perguruan tinggi negeri (SBMPTN) tahun 2020”. Dalam hal ini, kedua lembaga ini memiliki misi yang sama untuk mendapatkan calon mahasiswa. Data (24) disampaikan oleh Taman Kanak-Kanak Kemala Bhayangkari 03 Kefamenanu, yakni “Penerimaan pendaftaran murid baru tahun pelajaran 2020/2021”. Pernyataan pada data ini dipahami bahwa Taman Kanak-Kanak Kemala Bhayangkari 03 Kefamenanu memunculkan kehadirannya kepada masyarakat luas mengenai keberadaannya. Dalam hal ini Taman Kanak-Kanak Kemala Bhayangkari 03 Kefamenanu memiliki misi yang kuat untuk mendapatkan calon siswa baru.

SIMPULAN

Berdasarkan data hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat enam maksim dalam bahasa persuasif wacana tulis di wilayah perbatasan NKRI – RDTL, yakni maksim kebijaksanaan, maksim kesimpatian, maksim kedermawanan, maksim cara, maksim relevansi, dan maksim kualitas. Maksim kebijaksanaan terdapat dalam pernyataan “Bersama kita bisa bikin TTU lebih maju, lebih sejahtera”; “Bersatu membangun TTU”; “Wujudkan TTU bersinar”; “Bersatu membangun TTU, desa sejahtera”; dan “satu hati, satu tekad, satu kata bersama rakyat memajukan TTU”. Maksim kesimpatian dalam pernyataan “Bersama AYO kita wujudkan TTU bersaudara menuju sejahtera”. Maksim kedermawanan terdapat dalam pernyataan “Damai Natal senantiasa menginspirasi kita untuk menyongsong tahun baru dengan penuh harapan dan optimisme”, “Hidup matiku demi rakyat”, “*Hita sa ia; TABE: Mai ita ka en kelun ba malu hader ita kan rai Wesei Wehal*”, “Putus penyebaran Covid 19: *taeka'ma At li'u MENAS covid 19*”, “Jauhi miras sebelum miras mengendalikan hidupmu”, dan “Jaga diri dan keluarga Anda dari virus corona dengan Germas”. Maksim cara terdapat dalam pernyataan “MarS untuk TTU hebat”, “Melangkah lebih cepat: menuju TTU yang maju, bangkit, dan bermartabat”, “Memajukan dan mensejahterahkan Malaka dari desa: tulus, jujur, komitmen, mampu, dan berbudaya. *Itakan mak ne'e*”, dan “Yang lain segitu, gue tetap segini”. Maksim relevansi terdapat dalam pernyataan “Damai Natal senantiasa menginspirasi kita untuk menyongsong tahun baru dengan penuh harapan dan optimisme”. Maksim kualitas terdapat dalam pernyataan “Bersatu membangun TTU”, “Beli sekarang sebelum harga dan bunga naik”, “Ayo! Konsumsi pangan lokal. Pangan lokal beragam, bergizi, sehat, dan aman”, “Ayo! Mari nongkrong di sini sa. Harga mulai 5 ribuan sa kawan”, dan “Penerimaan mahasiswa angkatan III tahun 2020/2021”.

REFERENSI

- [1] Devianty, R. (2017). Bahasa sebagai cermin kebudayaan. *Jurnal tarbiyah*, 24(2).
- [2] Siregar, M. S., & Nasution, M. K. (2005). Dimensi informasi dalam bahasa. *Al-Khavarizmi: Journal of Computer Science*, 1(2), 47-53.
- [3] Estikomah, A., Wardani, O. P., & Arsanti, M. (2020). Maksim kedermawanan pada Tuturan KH. Ahmad Anwar zahid di Rembang 2019. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*.
- [4] Ambarwati, A. (2018). Prinsip Kerja Sama dan Kesantunan dalam Pembelajaran Teks Iklan, Slogan, dan Poster di Smp Negeri 1 Kejajar, Kabupaten Wonosobo Kelas VIII C Tahun Pelajaran 2017/2018 (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).

- [5] Nugroho, D. A. D. (2020). Analisa pragmatik pelanggaran maksim percakapan dalam iklan mie sedaap: sebagai proses kreatif pembuatan iklan. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(1).
- [6] Waljinah, S., Prayitno, H. J., Purnomo, E., Rufiah, A., & Kustanti, E. W. (2019). Tindak Tutur Direktif Wacana Berita Online: Kajian Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital. *SeBaSa*, 2 (2), 118-129.
- [7] Mudarman, M., & Kurniawan, M. A. (2019). Tindak Tutur Menyilang pada Masyarakat Sasak di Desa Gereneng Kecamatan Sakra Timur. *SeBaSa*, 2(1), 65-78.
- [8] Akbar, S. (2018). Analisis Tindak Tutur pada Wawancara Putra Nababan dan Presiden Portugal (Kajian Pragmatik). *SeBaSa*, 1(1), 27-38.
- [9] Moleong, L. (1990). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [10] Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [11] Nurfatriniadha, W. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Video Kartun Berbasis Nilai Moral Terhadap Civic Disposition Peserta Didik dalam Pembelajaran Pkn: *Studi Kuasi Eksperimen di SMP Negeri 3 Lembang* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- [12] Iskandar. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial: Kuantitatif dan Kualitatif*. Ciputat: GP Press.
- [13] Sudaryanto. (1993). *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- [14] Nurjamily, W. O. (2015). Kesantunan berbahasa indonesia dalam lingkungan keluarga (kajian sosiopragmatik). *Jurnal Humanika*, 3(15).
- [15] Abdin, N., Sailan, Z., & Konisi, Y. (2020). Maksim Kesantunan Dalam Dialog Ilc Episode “Anas Siap Digantung Di Monas” (Kajian Pragmatik). *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 8(2).
- [16] Ramaniyar, E., Wulansari, F., & Wiranty, W. (2019). Maksim Kesantunan Berbahasa Mahasiswa dalam Diskusi Kelas. *Metamorfosa Journal*, 7(2), 252-258.
- [17] Saputri, R. (2017). Analisis Percakapan di Media Facebook: Pelanggaran Maksim Kerja Sama (PK) Model Grice dalam Percakapan Facebook. *Jurnalistrendi: Jurnal Linguistik, Sastra, dan Pendidikan*, 2(2).
- [18] Yunitawati, A. M., Ngalim, A., & Sabardila, A. (2014). Penyimpangan Prinsip Kerja Sama dan Prinsip Kesopanan Wacana Kartun pada Buku Politik Santun dalam Kartun Karya Muhammad Mice Misrad. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 15(2), 141-154.

- [19] Sulistyono, Y. (2015). Humor dan pelanggaran maksim prinsip kerja sama dalam Kartun Ngampus. *Prosiding Prasasti*, 94-100.