

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai perbandingan wacana kampanye hitam dan putih tentang Jokowi pada Pilpres 2014. Pertama, konfigurasi wacana kampanye hitam (primer) dan putih (sekunder) Jokowi memiliki formula utama yang sama yaitu klausa relasional identifikasi. Pada wacana primer, subjek Jokowi diidentifikasi dengan leksikon “PKI.” Esensi yang tercermin dalam konfigurasi wacana primer yaitu nostalgia pemimpin militer dan fanatisme agamawi. Selain itu, konfigurasi wacana primer memuat spirit manipulatif, diskriminatif dan intimidatif. Dalam wacana sekunder, leksikon “kita” menjadi *value* dari *token* Jokowi. Esensi yang terkandung dalam konfigurasi ini adalah pluralisme. Spirit yang memotivasi wacana sekunder ini adalah penerimaan dan kebersamaan.

Untuk poin pergerakan wacana, kedua wacana (hitam dan putih) memiliki tipe pergerakan KOKO (konvergen-konvergen). Artinya, kedua wacana bergerak di jalur yang sama namun mengusung esensi dan spirit yang berbeda. Perbedaan esensi dan spirit kemudian mempengaruhi teks-teks yang berelasi dengan masing-masing wacana. Pada wacana primer, teks-teks yang direlasikan memiliki ciri penekanan terhadap unsur minoritas. Sebaliknya, teks-teks yang dihubungkan dengan wacana sekunder merupakan teks-teks yang menyatakan keberpihakan terhadap golongan minoritas.

Selain itu, kedua wacana bergerak dalam kekuatan dan pengaruh yang hampir setara. Hal ini disebabkan oleh kedua wacana mengusung label-label yang mempunyai efek sama kuat dalam pengalaman penuturnya. Pada wacana primer, label “PKI” diidentifikasi sebagai musuh ideologis rakyat Indonesia. Pada wacana sekunder, token “kita” diidentifikasi sebagai ideologi Bhineka Tunggal Ika.

Dalam keberlanjutannya, kedua wacana diprediksi akan tetap muncul dengan pola masing-masing. Wacana primer akan terus mempertahankan konstruksinya namun akan mencari label-label baru sebagai *value* dari *token* yang akan diidentifikasi. Wacana sekunder akan tetap bertopang pada formula yang sama dengan menampilkan kontras dari wacana primer.

B. Saran

Analisis kritis terhadap konstruksi-konstruksi bahasa yang digunakan dalam kampanye politik oleh masyarakat awam merupakan suatu hal yang kurang lazim. Hal ini jarang dijamah karena dianggap tidak mempunyai signifikansi dan relevansi yang cukup kuat untuk dibahas. Selain itu, ragam lingual yang diujarkan atau ditulis mempunyai konteks-konteks tersendiri dan beragam jumlahnya. Namun masalah-masalah tersebut dapat disiasati dengan cara memilih teknik sampling yang tepat atau teknik pereduksian data yang disesuaikan dengan tujuan dari penelitian itu sendiri. Pada penelitian perbandingan dua wacana di atas (wacana kampanye hitam dan putih), data direduksi sesempit mungkin menjadi dua kategori demi mencapai kepentingan analisis. Pengelaborasi ide-ide, pesan, makna dan gagasan yang terangkum dalam satu bentuk/konfigurasi merupakan pola analisis induktif yang dipilih oleh peneliti.

Untuk penelitian selanjutnya, terbuka kesempatan seluas-luasnya untuk mengembangkan penelitian pada perspektif yang berbeda seperti etnolinguistik, antropolinguistik, sosiopragmatik atau linguistik terapan dengan data-data dari wacana kampanye sejenis. Selain itu, model analisis perbandingan dua wacana (atau lebih) juga bisa dikembangkan lebih mendalam dengan membandingkan dua kekuatan dengan spektrum yang lebih luas seperti dua sosok presiden yang bersaing atau kampanye kebijakan luar negeri antar negara. Hal ini akan semakin memperkaya kajian analisis perbandingan wacana serta pengujian yang lebih komperhensif terhadap teori BREAK.

