

## ABSTRAK

### KAMPANYE HITAM CALON PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2014 (SEBUAH KAJIAN PRAGMATIK)

M. Bunga Paulina  
NIM 1102363

Penelitian ini dilatarbelakangi maraknya kampanye hitam yang terjadi pada saat pemilihan presiden 2014. Penelitian ini mengkaji tentang tuturan kampanye hitam. Masalah penelitian ini diantaranya: (1) validitas tuturan performatif dalam tuturan kampanye hitam; (2) daya tutur dalam tuturan kampanye hitam; dan (3) jenis tutur dalam tuturan kampanye hitam. Pisau analisis yang digunakan untuk menjawab ketiga masalah tersebut ialah pisau analisis pragmatik. Teori pragmatik yang digunakan yaitu, teori yang berasal dari Austin (1994) untuk menganalisis validitas tuturan performatif, teori yang disampaikan oleh Searle (1990) dan Finegan (1992) untuk menganalisis daya tutur, dan teori yang berasal dari Wijana (1996) dan Parker (1986) untuk mengungkap jenis tutur. Data penelitian ini adalah tuturan kampanye hitam yang dialamatkan kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto pada masa kampanye pemilihan presiden 2014 dalam akun *facebook Suara Rakyat*. Berdasarkan analisis data, ditemukan hasil sebagai berikut; (1) kampanye hitam melanggar *felicity condition* dan tuturannya cenderung mediskreditkan objek, (2) daya tutur yang ditemukan dalam data penelitian ini ialah ilokusi, dan (3) jenis tuturan yang ditemukan dalam data penelitian ini yaitu literal, tidak literal, langsung, dan tidak langsung. Kampanye hitam cenderung terjadi dalam dunia politik. Berdasarkan hal tersebut, masyarakat harus lebih kritis dalam menyikapi suatu kampanye, agar tidak terjebak oleh tuturan kampanye hitam.

Kata Kunci: Pragmatik, Kampanye Hitam, Pilpres, Validitas Tuturan Performatif, Daya Tutur, Jenis Tutur, *Felicity Condition*.

## ABSTRACT

### **BLACK CAMPAIGN PRESIDENT CANDIDATES OF REPUBLIC OF INDONESIA IN PRESIDENTIAL ELECTION 2014 (A PRAGMATICS STUDY)**

M. Bunga Paulina  
NIM 1102363

This research is motivated by the rise of black campaign which occurred during Presidential Election 2014. This research examines the speech act in black campaign. Problems of this research are: (1) validity of performative speech act in black campaign; (2) speech act in black campaign; and (3) classifications of speech act in black campaign. This research uses Pragmatics study to answer the three problems. Pragmatics theories that are applied in this research are the theory employed by Austin (1994) is used to analyze the validity of performative speech act, the theory conveyed by Searle (1990) and Finegan (1992) is used to analyze the speech act, and the theory proposed by Wijana (1996) and Parker (1986) is used to reveal the classifications of speech act. The data of this research is speech act in black campaign addressed to President candidates Joko Widodo and Prabowo Subianto in Presidential Election 2014 campaign on Facebook account *Suara Rakyat*. The result shows that (1) black campaign violates felicity condition and speech act tends to discredit the object, (2) speech act found in this research is illocution, and (3) classifications of speech act found in this research are literal, non-literal, direct, and indirect. Black campaign tends to occur in politics. Therefore, people must be more critical in dealing with a campaign, so we will not be involved in black campaign.

**Keyword:** Pragmatics, Black Campaign, Presidential Election, Validity of Performative Speech Act, Speech Act, Classification of Speech Act, Felicity Condition.