



STRATEGI TINDAK TUTUR DALAM IKLAN BAWASLU RI *BERANI BICARA BENAR* SEBAGAI PENDEKATAN HUKUM ADMINISTRASI NEGARA

Aditya Pratama dan Putri Hafidati

Universitas Lampung, Universitas Islam Syekh-Yusuf
adityatama@fkip.unila.ac.id, phafidati@unis.ac.id

ABSTRACT

Effective communication between the government and the public plays a vital role in establishing good governance. One communication tool utilized by the government is public service advertisements. This study examines the speech act strategies in the public service announcement titled "Berani Bicara Benar" ("Dare to Speak the Truth") which aims to enhance public participation in elections through messages that emphasize courage, honesty, and integrity. The analysis employs speech act theory and administrative law perspectives, specifically related to accountability, legality, public participation, and information transparency. The findings indicate that the speech act strategies used, such as directive and persuasive acts, effectively encourage the public to actively participate in filtering information and monitoring elections, thereby reinforcing good governance principles and the function of administrative law in supporting a fair democratic process.

Keywords: *Speech Acts; Public Service Advertising; Administrative Law.*

PENDAHULUAN

Komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat merupakan elemen penting dalam membangun tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Salah satu instrumen yang sering digunakan untuk menyampaikan pesan pemerintah adalah iklan layanan masyarakat. Melalui iklan layanan masyarakat, pemerintah dapat mengedukasi, memengaruhi, dan mengajak masyarakat untuk mendukung program-program strategis negara. Video bertajuk "Berani Bicara Benar" yang ditayangkan oleh akun @bawaslu_ri, menunjukkan salah satu upaya pemerintah dalam menggunakan media visual untuk menyampaikan pesan penting mengenai program peningkatan kualitas informasi publik.

Tindak tutur yang digunakan dalam iklan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab hukum pemerintah dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Itu selaras dengan Searle (1969)

dan Austin (1962) yang telah menguraikan peran penting tindak tutur dalam interaksi sosial, termasuk antara pemerintah dan warga negara. Oleh karena itu, kajian mengenai tindak tutur dalam iklan pemerintah ini sangat relevan untuk memahami bagaimana negara menjalankan fungsinya melalui komunikasi publik yang sah secara hukum.

Berkaitan dengan tindak tutur dalam komunikasi pemerintah, terdapat beberapa penelitian terdahulu, antara lain penelitian *Government Communication Strategies in Public Service Announcements: Legal and Linguistic Perspectives*. Artikel ini menyoroti pentingnya strategi komunikasi yang jelas dan transparan dalam iklan pemerintah, serta implikasi hukumnya terhadap akuntabilitas publik (Smith, R. & Jones, T., 2023); artikel berjudul *Legal Constraints in Public Communication: The Role of Administrative Law in Media Messaging* yang membahas bagaimana hukum administrasi negara mempengaruhi dan mengatur pesan-pesan yang disampaikan pemerintah melalui media, dengan fokus pada aspek legalitas



dan transparansi (Martinez, L. 2022); artikel berjudul *Speech Act Theory in Government Communication: Application in Public Campaigns* yang membahas penerapan teori tindak tutur dalam komunikasi pemerintahan, dengan fokus pada efektivitas perintah dan ajakan dalam iklan layanan Masyarakat (Chen, Y. & Liu, H. 2021); artikel berjudul *Public Trust and Legal Communication: Balancing Persuasion and Regulation* yang mengeksplorasi bagaimana pemerintah dapat menggunakan tindak tutur secara efektif tanpa melanggar prinsip-prinsip hukum administrasi negara (O'Connor, D. 2023); dan artikel berjudul *Good Governance and Public Speech: Legal and Linguistic Aspects* yang menyoroti peran bahasa dalam pemerintahan yang baik dan pentingnya tindak tutur yang efektif dalam iklan layanan Masyarakat untuk mempromosikan transparansi dan partisipasi public (Müller, K., 2023).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah disebutkan, terlihat bahwa tindak tutur dalam komunikasi pemerintah memiliki berbagai dimensi penting yang saling berhubungan, termasuk aspek hukum, bahasa, dan akuntabilitas publik. Namun, bagaimana dengan strategi tindak tutur yang digunakan dalam iklan? Bagaimana pendekatan hukum administrasi negara dalam iklan? Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dengan menggabungkan teori tindak tutur dengan perspektif hukum administrasi negara dalam konteks komunikasi publik melalui iklan layanan masyarakat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada aspek linguistik atau hukum saja, penelitian ini menekankan pada bagaimana pemerintah dapat menggunakan tindak tutur yang sesuai dengan prinsip-prinsip *good governance* dan peraturan hukum yang berlaku. Selain itu, penelitian ini juga menawarkan analisis baru mengenai strategi tindak tutur dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan menjaga kepercayaan publik terhadap program-program pemerintah.

TINJAUAN PUSTAKA

Tindak Tutur Komisif dalam Komunikasi Politik

Menurut penelitian oleh Kim dan Park (2022), tindak tutur komisif sering digunakan dalam iklan politik untuk menjanjikan atau menegaskan komitmen. Strategi ini dimaksudkan untuk meyakinkan audiens bahwa pihak yang berbicara akan memegang komitmennya terhadap nilai atau tindakan tertentu. Dalam konteks iklan Bawaslu, tindak tutur komisif dapat berfungsi sebagai pernyataan janji atau dukungan terhadap transparansi dalam pemilu, sehingga memperkuat pesan yang ingin disampaikan tentang pentingnya keberanian dan kejujuran dalam berpolitik.

Beberapa artikel internasional baru-baru ini menunjukkan bahwa transparansi menjadi kunci utama dalam hukum administrasi global untuk menghadapi tantangan komunikasi publik di era digital. Dengan meningkatnya penggunaan media digital, pemerintah di berbagai negara dituntut untuk menyajikan informasi yang dapat diakses dan diverifikasi oleh masyarakat. Transparansi ini membantu meningkatkan kepercayaan publik serta memungkinkan akuntabilitas atas kebijakan dan keputusan pemerintah, terutama pada saat penanganan krisis atau pelaksanaan program yang berdampak luas (Alvarez, 2023; George Washington Law Review, 2022).

Tindak Tutur Direktif dalam Pemberdayaan Masyarakat

Chen dan Huang (2023) menyoroti bahwa tindak tutur direktif digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan audiens mengambil tindakan tertentu. Penggunaan tindak tutur direktif dalam iklan Bawaslu, misalnya, dapat dilihat sebagai upaya mendorong masyarakat untuk bersikap jujur dan aktif melaporkan pelanggaran pemilu. Teori ini menjelaskan bagaimana direktif dapat memberikan arahan eksplisit kepada masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam menjaga integritas pemilu.



Dalam perspektif hukum administrasi negara, pemberdayaan masyarakat menekankan pada akses komunitas terhadap hak-hak hukum serta keterlibatan aktif dalam proses pengambilan keputusan, yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan sosial dan keadilan. Pemberdayaan hukum berfokus pada membantu komunitas memahami dan memanfaatkan hukum untuk melindungi hak-hak mereka, terutama bagi kelompok rentan yang sering menghadapi ketidaksetaraan dan sulit mengakses keadilan. Konsep ini sering diterapkan melalui peningkatan literasi hukum, dukungan advokasi, dan pelatihan berbasis masyarakat yang memperkuat posisi mereka dalam berpartisipasi dalam proses administratif dan kebijakan publik (Namati, 2021; The Fund for Global Human Rights, 2021).

Tindak Tutar Ekspresif dalam Memengaruhi Emosi Audiens

Dalam kajian yang dilakukan oleh Liao dan Wong (2023), tindak tutur ekspresif ditemukan mampu membangkitkan emosi audiens untuk memperkuat pesan moral yang disampaikan. Iklan Bawaslu yang menggunakan tindak tutur ekspresif, seperti ekspresi keprihatinan atau apresiasi terhadap keberanian publik, akan membantu menciptakan resonansi emosional dengan audiens. Pendekatan ini bertujuan membangun hubungan empati antara lembaga pengawas pemilu dengan masyarakat, menegaskan pesan iklan bahwa keberanian berbicara benar adalah tindakan terpuji.

Teori Tindak Tutar Representatif dalam Penegasan Nilai Hukum dan Etika

Penelitian oleh Taylor dan Martin (2022) menjelaskan bahwa tindak tutur representatif digunakan dalam iklan untuk menyampaikan fakta atau pernyataan yang mewakili posisi etis lembaga atau pemerintah. Dalam konteks Bawaslu, tindak tutur representatif berfungsi untuk memperkuat pesan tentang kejujuran dan integritas sebagai nilai-nilai hukum dan etika yang harus dijunjung tinggi dalam proses pemilu. Dengan menggunakan tindak tutur representatif, iklan tersebut menyampaikan

bahwa keberanian untuk berbicara benar merupakan kontribusi nyata bagi tegaknya hukum.

Tindak Tutar Asertif dalam Komunikasi Pemerintahan

Menurut kajian oleh Xu dan Li (2023), tindak tutur asertif digunakan untuk mengklaim atau menegaskan posisi tertentu. Dalam iklan Bawaslu, tindak tutur ini bisa muncul sebagai pernyataan tegas bahwa lembaga tersebut mendukung keterbukaan dan transparansi. Teori ini mendukung gagasan bahwa tindak tutur asertif diperlukan untuk mengkomunikasikan komitmen institusional yang kuat dalam melindungi hak publik, terutama di konteks pemilu yang bebas dari manipulasi atau kecurangan.

Banyak studi yang menyarankan bahwa komunikasi pemerintah yang efektif memerlukan dukungan kerangka hukum administrasi yang melibatkan pemangku kepentingan secara aktif. Pendekatan ini menciptakan peluang bagi masyarakat untuk berperan serta dalam mekanisme pengawasan dan evaluasi kebijakan, serta memperkuat kolaborasi antara berbagai sektor dalam mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, hukum administrasi negara mendukung komunikasi pemerintah yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Oxford Academic, 2022; German Law Journal, 2023).

Tindak Tutar Persuasif dalam Konteks Sosial dan Hukum

Penelitian oleh Singh dan Patel (2023) menemukan bahwa tindak tutur persuasif memiliki peran penting dalam kampanye publik, terutama ketika terkait dengan pemahaman publik terhadap isu hukum. Dengan menggunakan tindak tutur persuasif, iklan Bawaslu berusaha membentuk opini masyarakat tentang pentingnya peran mereka dalam mengawasi pemilu. Pendekatan ini bertujuan untuk menggerakkan masyarakat untuk bertindak dengan cara yang konsisten dengan nilai-nilai kejujuran dan keberanian yang diinginkan Bawaslu.



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan strategi tindak tutur dalam iklan pemerintah (Hammersley, 2023). Pendekatan ini sangat efektif dalam mengeksplorasi makna dan tujuan dari tindak tutur, serta dampaknya terhadap audiens. Desain deskriptif ini memungkinkan peneliti untuk menggali elemen-elemen komunikasi yang tersembunyi dan menganalisisnya berdasarkan perspektif hukum administrasi negara.

Data dianalisis menggunakan analisis tematik, yang melibatkan identifikasi tema utama berdasarkan jenis tindak tutur yang digunakan dan konteks hukumnya (Braun & Clarke, 2023). Analisis tematik ini memungkinkan peneliti untuk menghubungkan strategi tindak tutur dalam iklan dengan elemen-elemen hukum administrasi negara, termasuk prinsip partisipasi publik, legalitas, dan akuntabilitas. Pendekatan tematik juga berguna dalam mengidentifikasi pola-pola umum yang muncul dalam tindak tutur untuk memahami dampaknya pada persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Data 1

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
"Lho, emang itu berita benar?"	Direktif	Prinsip Akuntabilitas

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Merujuk pada Chen dan Huang (2023), tindak tutur tersebut merupakan bentuk direktif, digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan pemirsa untuk mengambil tindakan tertentu. Strategi tindak tutur ini bertujuan untuk memunculkan pertanyaan di benak pemirsa mengenai kebenaran suatu berita.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Keraguan yang diungkapkan melalui kalimat tersebut mengindikasikan bahwa terdapat kebutuhan akan verifikasi kebenaran informasi yang disampaikan oleh otoritas atau sumber berita resmi. Transparansi yang memadai akan membantu menghilangkan keraguan semacam ini, sebab informasi yang jelas, faktual, dan mudah diakses memungkinkan publik untuk langsung menilai kebenaran suatu berita. Selanjutnya, pertanyaan dalam kalimat tersebut menunjukkan kekhawatiran mengenai akurasi informasi yang dapat merujuk pada kinerja atau integritas lembaga yang mengelola informasi tersebut. Akuntabilitas yang kuat mengharuskan bahwa setiap informasi yang disampaikan benar-benar valid dan lembaga siap mempertanggungjawabkan kebenarannya.

Tabel Data 2

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
"Stop Hoax dan Ujaran Kebencian"	Direktif	Prinsip Legalitas

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Merujuk pada Chen dan Huang (2023), tindak tutur tersebut merupakan bentuk direktif, digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan pemirsa untuk mengambil tindakan tertentu. Strategi tindak tutur ini bertujuan untuk memunculkan tindakan untuk meminimalisasi berita palsu dan ujaran kebencian.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Dalam konteks ini, penyebaran hoax dan ujaran kebencian merupakan tindakan yang dapat melanggar ketentuan hukum yang ada, seperti UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) yang melarang penyebaran informasi palsu dan ujaran keben-



cian yang dapat merugikan pihak lain atau merusak ketertiban umum. Pernyataan "Stop Hoax dan Ujaran Kebencian" menekankan perlunya tindakan tegas dari pihak berwenang untuk menindak penyebaran informasi yang salah atau ujaran kebencian, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tabel Data 3

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
"Saring sebelum sharing"	Direktif	Prinsip <i>Public Interest</i>

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Merujuk pada Chen dan Huang (2023), tindak tutur tersebut merupakan bentuk direktif, digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan pemirsa untuk mengambil tindakan tertentu. Strategi tindak tutur ini bertujuan untuk memunculkan tindakan memilah informasi sebelum membagikan ke publik.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Penyebaran hoax atau informasi yang menyesatkan dapat merusak ketertiban sosial, menimbulkan keresahan, atau bahkan merugikan individu atau kelompok. Oleh karena itu, prinsip perlindungan masyarakat mendorong untuk menghentikan penyebaran informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, dengan mengedukasi publik tentang pentingnya memverifikasi berita sebelum dibagikan. Masyarakat harus memastikan bahwa informasi yang dibagikan dapat dipertanggungjawabkan dan tidak merugikan pihak lain, serta mengetahui bahwa jika informasi yang salah disebarkan, ada potensi untuk mengganggu ketertiban umum atau mencemarkan reputasi seseorang.

Tabel Data 4

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
"...tidak cocok dengan dokumen manapun"	Asertif	Prinsip Verifikasi

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Menurut kajian oleh Xu dan Li (2023), tindak tutur asertif digunakan untuk mengklaim atau menegaskan posisi tertentu. Penggunaan kalimat ini dalam iklan bertujuan untuk menegaskan bahwa berita palsu atau hoax tidak memiliki sumber terpercaya.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Dalam hukum administrasi negara, setiap dokumen yang digunakan dalam pengambilan keputusan administrasi harus diverifikasi dengan cermat. Kalimat "tidak cocok dengan dokumen manapun" menunjukkan bahwa dalam suatu proses pemeriksaan, ada temuan bahwa informasi atau berita palsu tidak sesuai atau tidak relevan dengan dokumen apapun. Hal ini menunjukkan pentingnya prinsip verifikasi dalam pengelolaan informasi publik. Dalam hal ini, apabila sebuah informasi "tidak cocok dengan dokumen manapun," pihak yang mengeluarkan perlu memberikan penjelasan yang akuntabel tentang kenapa ketidaksesuaian tersebut terjadi, serta apa yang dilakukan untuk mengatasi atau menyelesaikan masalah tersebut. Tindakan yang diambil harus bisa dipertanggung-jawabkan kepada publik dan pihak yang berkepentingan.

Tabel Data 5

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
"Yuk lebih kritis mencerna informasi!"	Direktif	Prinsip Akuntabilitas



Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Merujuk pada Chen dan Huang (2023), tindak tutur tersebut merupakan bentuk direktif, digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan pemirsa untuk mengambil tindakan tertentu. Strategi tindak tutur ini bertujuan untuk memunculkan tindakan cermat dalam menerima informasi. Dengan demikian, pemirsa tidak akan mudah untuk terpapar berita palsu atau *hoax*.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Prinsip akuntabilitas dalam hukum administrasi negara menuntut agar setiap tindakan yang diambil oleh lembaga pemerintah dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Bawaslu, sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam pengawasan pemilu, memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai berbagai proses pemilu, serta mengarahkan masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam mencerna informasi yang diterima. Kalimat tersebut mengingatkan masyarakat bahwa akuntabilitas informasi menjadi tanggung jawab bersama, baik oleh penyedia informasi (pemerintah atau lembaga yang sah) maupun oleh penerima informasi (masyarakat). Hal ini akan membantu memastikan bahwa masyarakat tidak terjebak dalam informasi yang salah, yang dapat mengganggu proses demokrasi yang sah.

Tabel Data 6

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
“Kalo bukan kita yang mulai, siapa lagi?”	Persuasif	Prinsip Partisipasi Publik

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Penelitian oleh Singh dan Patel (2023) menemukan bahwa tindak tutur persuasif memiliki peran pen-

ting dalam kampanye publik, terutama ketika terkait dengan pemahaman publik terhadap isu hukum. Dengan menggunakan tindak tutur persuasif, iklan Bawaslu berusaha membentuk opini masyarakat tentang pentingnya peran mereka dalam mengawasi pemilu. Adapun kalimat tersebut dapat digunakan dalam konteks motivasi atau persuasi, di mana pembicara mencoba untuk membangkitkan semangat atau rasa tanggung jawab pendengar. Ini mendorong audiens untuk bertindak dengan menggunakan strategi retorik untuk menumbuhkan rasa urgensi dan tanggung jawab.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Kalimat tersebut mengandung ajakan yang kuat untuk berpartisipasi aktif dalam suatu proses, yang dalam konteks iklan Bawaslu kemungkinan besar berkaitan dengan pemilu atau pengawasan pemilu. Prinsip partisipasi publik dalam hukum administrasi negara menekankan bahwa masyarakat berhak terlibat dalam pengambilan keputusan publik dan proses-proses administratif yang memengaruhi kehidupan mereka. Dalam hal ini, Bawaslu mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pengawasan pemilu dan memastikan bahwa pemilu berjalan dengan jujur dan adil. Kalimat ini berfungsi sebagai motivasi untuk memulai aksi dan mengambil inisiatif dalam menjaga integritas pemilu, dengan memberikan pemahaman bahwa setiap individu memiliki peran dalam menciptakan sistem yang transparan dan akuntabel. Prinsip partisipasi ini mengacu pada hak rakyat untuk mengawasi dan memastikan penyelenggaraan pemilu yang bebas dari kecurangan, *hoax*, atau penyalahgunaan kekuasaan.

Tabel Data 7

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
“Yuk sukseskan pemilu”	Direktif	Prinsip Partisipasi Publik

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.



Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Merujuk pada Chen dan Huang (2023), tindak tutur tersebut merupakan bentuk direktif, digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan pemirsa untuk mengambil tindakan tertentu. Kalimat ini berfungsi sebagai ajakan kolektif untuk berpartisipasi atau mendukung pelaksanaan pemilu agar dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Kalimat ini secara implisit meminta audiens untuk ikut berpartisipasi dalam pemilu, baik itu dengan cara memilih, mengawasi, atau melakukan kegiatan lain yang mendukung pemilu yang sukses. Ini adalah bentuk ajakan yang tidak memaksa, tetapi mendorong orang untuk melibatkan diri dalam suatu tujuan bersama.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Kalimat "Yuk sukseskan pemilu" berfungsi sebagai ajakan kepada masyarakat untuk terlibat aktif dalam proses pemilu. Prinsip partisipasi publik dalam hukum administrasi negara menegaskan bahwa masyarakat berhak dan wajib berpartisipasi dalam pengelolaan urusan negara, termasuk pemilu. Hukum administrasi negara mendorong warga negara untuk tidak hanya menjadi konsumen pasif informasi, tetapi juga untuk ikut serta dalam kegiatan yang berdampak langsung pada sistem pemerintahan. Dengan ajakan ini, Bawaslu mengajak publik untuk berperan aktif dalam memastikan pemilu berjalan dengan jujur, adil, dan bebas dari kecurangan atau penyalahgunaan. Partisipasi masyarakat, baik dalam proses pemilihan, pengawasan, maupun penyampaian laporan terkait pelanggaran, sangat penting untuk menjaga integritas sistem pemilu.

Tabel Data 8

Cuplikan Iklan	Strategi Tindak Tutur	Aspek Hukum Administrasi Negara
"Ayo awasi bersama"	Direktif	Prinsip Keterbukaan Informasi

Data di atas merupakan cuplikan iklan *Berani Bicara Benar* yang dapat dianalisis sebagai berikut.

Tinjauan pada Aspek Tindak Tutur

Kalimat "Ayo awasi bersama" termasuk dalam kategori tindak tutur direktif, karena tujuannya adalah untuk mendorong atau mengajak audiens melakukan sesuatu, dalam hal ini, berpartisipasi dalam pengawasan pemilu. Tindak tutur direktif berfokus pada tindakan yang diinginkan dari pendengar atau audiens, yang bisa berupa permintaan, saran, atau ajakan untuk melakukan suatu hal. Merujuk pada Chen dan Huang (2023), tindak tutur tersebut merupakan bentuk direktif, digunakan dalam komunikasi publik untuk mendorong atau mengarahkan pemirsa untuk mengambil tindakan tertentu. Meskipun kalimat ini berbentuk ajakan, secara implisit bisa dianggap sebagai perintah tidak langsung. Kalimat ini membawa implikasi bahwa sudah seharusnya masyarakat terlibat dalam pengawasan pemilu. Dengan menyatakan "Ayo awasi bersama", ada dorongan yang kuat bagi audiens untuk bertindak, meskipun tidak diberikan perintah langsung yang tegas. Namun, perbedaan utama antara perintah langsung dan perintah tidak langsung di sini adalah bahwa kalimat ini tidak mengharuskan tindakan seketika, tetapi mengajak audiens untuk merasa bertanggung jawab atas pengawasan pemilu. Kalimat ini menggunakan pendekatan persuasif, yang menyarankan agar setiap individu mengambil bagian dalam mengawasi proses demokrasi.

Tinjauan pada Aspek Hukum Administrasi Negara

Kalimat ini juga berkaitan dengan prinsip keterbukaan informasi dalam hukum administrasi negara. Prinsip keterbukaan informasi mengharuskan negara dan lembaga negara untuk memberikan informasi yang jelas, akurat, dan transparan kepada publik tentang proses pemerintahan, termasuk pemilu. Dengan ajakan "Ayo awasi bersama", Bawaslu mendorong masyarakat untuk mengakses informasi terkait pemilu dan berpartisipasi dalam proses pengawasan. Dalam konteks pemilu, keterbukaan informasi adalah hal yang sangat penting agar masyarakat dapat membuat keputusan yang informasi, serta dapat mengawasi apakah pemilu dilaksanakan



sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Keterbukaan ini membantu memastikan bahwa pemilu dapat dilaksanakan dengan prinsip-prinsip demokrasi yang baik, yaitu transparansi, keadilan, dan akuntabilitas.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan dan hasil analisis penelitian ini, dapat dikemukakan kesimpulan bahwa strategi tindak tutur dalam iklan "Berani Bicara Benar" digunakan untuk mendorong partisipasi dan tanggung jawab masyarakat dalam menghadapi berita palsu dan menjaga integritas pemilu. Tindak tutur direktif dan persuasif yang ditemukan pada kalimat-kalimat seperti "Stop Hoax dan Ujaran Kebencian" dan "Yuk sukseskan pemilu" menunjukkan upaya menggerakkan masyarakat untuk mengambil langkah aktif dalam penyaringan informasi dan pengawasan pemilu.

Dalam kaitannya dengan prinsip-prinsip hukum administrasi negara, strategi tindak tutur ini mendukung aspek akuntabilitas, legalitas, partisipasi publik, dan keterbukaan informasi. Prinsip akuntabilitas menekankan tanggung jawab lembaga dalam memberikan informasi yang benar, sementara prinsip legalitas mengingatkan masyarakat tentang dampak hukum dari penyebaran informasi palsu. Partisipasi publik dan keterbukaan informasi dalam hukum administrasi negara bertujuan mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pengawasan pemilu dan memastikan akses terhadap informasi yang jujur dan transparan. Melalui pendekatan ini, iklan tidak hanya mengedukasi masyarakat tetapi juga memperkuat fungsi hukum administrasi dalam melindungi ketertiban sosial dan mendukung proses demokrasi yang adil.

DAFTAR PUSTAKA

Alvarez, J. E. (2023). *International Organizations as Law-Makers*. Cambridge University Press.
Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press.
Braun, V., & Clarke, V. (2023). *Thematic analysis: A practical guide*. London: Sage Publications.

Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
Chang, M., & Lee, H. (2023). "Political Advertising and Voter Trust: An Analysis of Speech Acts in Government Campaigns." *Journal of Political Communication Studies*, 45(2), 134-156.
Chen, H., & Huang, Z. (2023). "Directive Speech Acts in Public Campaigns: Enhancing Civic Engagement through Language." *Journal of Communication and Public Policy*, 12(3), 287-302. DOI:10.1016/j.jcpp.2023.04.015.
Chen, Y., & Liu, H. (2021). *Speech Act Theory in Government Communication: Application in Public Campaigns*. *Journal of Government Communication Studies*, 14(3), 215-230.
George Washington Law Review. (2022). *Administrative Law, Public Administration, and the Administrative Conference of the United States*. 83(1517-1522).
German Law Journal. (2023). *Transparency and Accountability in Global Administrative Law*. Cambridge University Press.
Hammersley, M. (2023). *Qualitative research in action*. New York: Routledge.
Kang, J. (2022). "The Role of Directive Speech Acts in Enhancing Legitimacy of Governmental Communication." *Journal of Public Administration*, 54(3), 221-235. DOI:10.1016/j.jpbadm.2022.03.012.
Kim, Y., & Park, J. (2022). "Commissive Speech Acts in Political Advertisements: A Case Study on Trust-Building Mechanisms." *International Journal of Political Communication*, 29(2), 145-162. DOI:10.1016/j.ipc.2022.02.009.
Liao, S., & Wong, T. (2023). "The Role of Expressive Speech Acts in Emotional Appeals: A Study on Public Service Announcements." *Journal of Language and Social Psychology*, 18(1), 45-62. DOI:10.1016/j.jlsp.2023.01.007.
Martinez, L. (2022). *Legal Constraints in Public Communication: The Role of Administrative Law in Media Messaging*. *International Journal of Public Administration*, 18(1), 89-104.



- Müller, K. (2023). *Good Governance and Public Speech: Legal and Linguistic Aspects*. *Journal of Governance and Communication*, 20(2), 134-150.
- Namati. (2021). A Global Legal Empowerment Network: Learning from Others, Growing the Movement.
- Nurhadi, I. (2022). "Strategi Tindak Tutur dalam Kampanye Politik: Pengaruhnya terhadap Persepsi Pemilih di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Sosial dan Politik*, 17(1), 45-63.
- O'Connor, D. (2023). *Public Trust and Legal Communication: Balancing Persuasion and Regulation*. *Journal of Public Legal Studies*, 9(1), 57-74.
- Oxford Academic. (2022). The Role of Public Communication in Enhancing Governance and Public Trust.
- Rahayu, D. (2023). "Pemanfaatan Tindak Tutur dalam Iklan Pemerintah untuk Meningkatkan Kesadaran Politik Masyarakat." *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 12(2), 98-115.
- Santoso, R. (2023). "Penggunaan Tindak Tutur dalam Kampanye Publik di Indonesia: Analisis pada Kampanye Pemilu." *Jurnal Politik Indonesia*, 8(1), 120-135.
- Searle, J. R. (1975). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge University Press.
- Singh, A., & Patel, R. (2023). "Persuasive Speech Acts and Public Compliance: Bridging Social and Legal Perspectives in Campaigns." *Asian Journal of Legal Studies*, 15(2), 98-115. DOI:10.1016/j.ajls.2023.05.011.
- Smith, R., & Jones, T. (2023). *Government Communication Strategies in Public Service Announcements: Legal and Linguistic Perspectives*. *Journal of Legal Communication*, 25(4), 301-317.
- Smith, T., Li, X., & Zhao, L. (2022). "Evaluating the Impact of Persuasive Language in Political Ads on Voter Behavior." *International Journal of Communication Studies*, 39(4), 342-358.
- Taylor, J., & Martin, S. (2022). "Representatives as a Form of Ethical Speech Acts in Institutional Messaging." *Ethics in Communication Review*, 9(4), 230-248. DOI:10.1016/j.ecr.2022.08.019.
- The Fund for Global Human Rights. (2021). What is Legal Empowerment? The Fund for Global Human Rights.
- Xu, P., & Li, Z. (2023). "Assertive Speech in Governmental Communication: A Tool for Public Reassurance and Trust." *Journal of Public Discourse and Administration*, 31(2), 76-91. DOI:10.1016/j.jpda.2023.03.012.
- Zhou, Y., Zhang, Q., & Wang, H. (2023). "Direct Communication in Government Campaigns: A Study on Public Engagement and Policy Support

