

ISU-ISU UTAMA
PADA WACANA IKLAN POLITIK PILKADA 2015

Fahrudin Eko Hardiyanto
Universitas Pekalongan
fahrudineko@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengungkap ragam isue utama iklan politik Pilkada tahun 2015 di Jawa Tengah. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui topic atau isue-isue politik apa sajakah yang dipilih oleh pasangan calon bupati/walikota pada Pilkada 2015 tersebut. Untuk menjawab pertanyaan dan kebutuhan penelitian tersebut, peneliti menganalisis data penelitian yang berupa spanduk dan baliho Pilkada 2015 di Jawa Tengah melalui teknik observasi dan simak catat yaitu pada penggalan wacana iklan yang diduga merupakan pernyataan yang merupakan isue-isue politik iklan Pilkada. Berdasarkan hasil analisis pada wacana iklan politik Pilkada tersebut dapat ditemukan hasil penelitian yakni terdapat beragam topik utama yang disampaikan para calon bupati/walikota pada Pilkada Jawa tengah 2015 untuk memperoleh simpati dan dukungan dari khalayak. Topik utama pada iklan politik tersebut yaitu (1) permohonan doa restu dan dukungan; (2) melanjutkan pembangunan; (3) kesejahteraan dan kemakmuran rakyat; (4) membangun solidaritas kebersamaan; (5) ajakan untuk memilih; (6) pencitraan profil calon; dan (7) janji pasangan calon.

Kata kunci : isue politik, iklan, pilkada

A. Latar Belakang Masalah

Pesta demokrasi berupa Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) pada tahun 2015 telah dilaksanakan serentak di sebagian besar kabupaten/kota dan provinsi di Indonesia tidak terkecuali di Provinsi Jawa Tengah yakni di 21 kabupaten dan kota. Untuk membangun dan mewujudkan kepentingan politik pada Pilkada tersebut, masing-masing calon pemimpin daerah memanfaatkan peran dan fungsi bahasa dalam kegiatan kampanye yang diwujudkan pada iklan layanan masyarakat berupa media kampanye seperti spanduk atau baliho pilkada.

Dalam kegiatan kampanye pilkada, media kampanye memiliki peran strategis sebagai media sosialisasi bagi calon kepala daerah kepada masyarakat. Peranan yang

strategis tersebut dikarenakan dalam proses politik bahasa dimaknai sebagai wujud dari praktik komunikasi, yakni bagaimana mendayagunakan bahasa sebagai alat komunikasi politik yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dalam konteks sosial, politik, dan kultural, bahasa digunakan untuk mengontrol dan mengendalikan masyarakat melalui pengontrolan makna. (Sulistyaningtyas, 2009:640).

Kampanye dalam Pilkada dimaknai sebagai proses menyampaikan pesan-pesan politik yang salah satu fungsinya memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Setiap partai politik selalu berusaha menemukan cara-cara paling efektif untuk merekrut sebanyak-banyaknya massa dalam kampanye melalui iklan politik.

Maryani (2014:2) memaparkan bahwa iklan politik adalah semua bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan individu maupun partai mereka, secara nonpersonal melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu, berisikan muatan-muatan politik, seperti berisikan profil pribadi tokoh elit partai tersebut yang nantinya akan membangun minat pilih masyarakat akan diberikan kepada calon tersebut yang lebih dikenal masyarakat sehingga nantinya suara atau hak pilih masyarakat tersebut diberikan kepada orang yang sering melihat iklan tersebut.

Wacana iklan kampanye berisi propaganda terhadap masyarakat pemilih. Calon berupaya mempengaruhi masyarakat dengan menanamkan kepercayaan dan menunjukkan kepantasan melalui pencitraan yang dikemas dengan bahasa iklan. Citra merupakan kesan, perasaan, gambaran terhadap diri calon. Pencitraan calon dalam wacana iklan kampanye dengan sengaja diciptakan bernilai positif, menarik perhatian, dan berkesan.

Bahasa sebagai alat komunikasi penyampai pesan kampanye dari calon kepada khalayak pemilih memiliki peran yang penting dan strategis. Penting karena penggunaan bahasa yang baik dalam iklan akan mudah diterima pembaca, dan strategis karena iklan politik Pilkada memiliki kontribusi dalam aspek edukasi kepada masyarakat, pemberdayaan partisipasi politik, dan membangun nilai-nilai kebaikan dalam masyarakat. Penting dan strategisnya iklan tersebut juga diwujudkan dalam pemilihan issue-isue utama yang diusung oleh tiap-tiap pasangan calon bupati/walikota dalam Pilkada tersebut. Issue-isue inilah yang menjadi komoditas yang ditawarkan sebagai visi dan misi calon

saat kampanye untuk ditawarkan kepada masyarakat pemilih agar dikenal dan memperoleh dukungan suara.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah ragam isue pada wacana iklan politik Pilkada 2015?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isue utama yang disampaikan oleh tiap-tiap pasangan calon Bupati/Walikota pada iklan politik Pilkada Jawa Tengah Tahun 2015.

Data penelitian ini berupa penggalan wacana iklan politik Pilkada 2015 pada baliho atau spanduk calon bupati atau walikota di 21 kabupaten dan kota di Jawa Tengah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui tiga tahapapan yaitu reduksi data, penyajian data, gambaran simpulan dan verifikasi.

D. Pembahasan

Berdasarkan data yang berupa spanduk atau baliho iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2015, terdapat beragam isue utama yang disampaikan para calon bupati/walikota pada Pilkada Jawa Tengah 2015 untuk memperoleh simpati dan dukungan dari khalayak. Isue utama pada iklan politik tersebut yaitu (1) permohonan doa restu dan dukungan; (2) kelanjutan pembangunan; (3) kesejahteraan dan kemakmuran rakyat; (4) solidaritas dan kebersamaan; (5) ajakan untuk memilih; (6) pencitraan profil calon; dan (7) janji pasangan calon. Berikut ini paparan ragam isue utama iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2015.

1. Jenis Isue 1: Permohonan Doa Restu dan Dukungan

Permohonan doa restu dan dukungan pada iklan politik Pilkada merupakan bentuk iklan yang memiliki tujuan merayu, memohon, dan meminta dukungan untuk dipilih dalam kontestasi Pilkada. Pada isue permohonan doa restu dan dukungan terdapat 8 iklan

politik yang secara implisit menggunakan kalimat permohonan doa restu dan dukungan, yakni sebagai berikut.

Penggunaan kalimat “Mohon Doa Restu dan Dukungannya” pada iklan politik Pilkada Jawa Tengah Tahun 2015 disampaikan oleh 4 calon yakni calon bupati/walikota yang berasal dari Kabupaten Kendal, Grobogan, Purworejo, dan Kota Magelang. Terdapat 3 hal permintaan yang diharapkan oleh calon dari iklan ini yakni agar khalayak memberikan doa, restu, dan sekaligus dukungannya dalam bentuk memilih calon tersebut saat Pilkada di Tempat Pemungutan Suara (TPS). Dengan menggunakan kalimat persuasif yang ditandai dengan kata “Mohon”, pembuat iklan ingin mengajak khalayak untuk memberikan dukungan kepadanya.

Selain penggunaan kalimat “Mohon Doa Restu dan Dukungannya”, pada isue ini juga digunakan kalimat yang senada yaitu kalimat “Mohon Doa dan Dukungannya” dan kalimat “Mohon Doa Restu dan Dukungannya”. Pada prinsipnya ketiga kalimat tersebut memiliki kesamaan tujuan dan makna. Penggunaan bahasa daerah yaitu bahasa Jawa juga dapat dijumpai pada iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2015. Penggunaan bahasa lokal atau daerah akan menjadikan iklan lebih mudah dipahami, karena dianggap lebih dekat dengan masyarakat. Penggunaan kalimat “Ayo Sedulur Dukung lan Pilih” menunjukkan bahwa pasangan calon bupati tersebut memohon dukungan agar mereka dipilih sebagai calon Bupati Blora. Frasa sapaan “Ayo Sedulur” yang digunakan dalam iklan tersebut juga menunjukkan keakraban dan kedekatan calon dengan khalayak pemilih.

2. Jenis Isue 2: Kelanjutan Pembangunan

Kelanjutan pembangunan merupakan isue yang sebageaian besar digunakan oleh calon bupati/walikota yang bersatus sebagai petahana atau didukung oleh petahana. Isue lanjutan pembangunan merupakan magnet bagi pemilih yang digunakan oleh calon agar masyarakat tetap memberikan dukungan dan memilih dirinya untuk kembali menjadi pemimpin daerah.

Kalimat yang digunakan oleh tiap-tiap pasangan calon bupati/walikota pada aspek melanjtkan pembangunan yaitu (1) Kota Pekalongan, calon no urut 3 menyampaikan isue utama “Pekalongan Bersatu Lanjutkan Pembangunan”; (2) Kab. Grobogan, paslon no 1 dengan kalimat Bersama Terus Membangun); (3) Kab. Boyolali, paslon nomor urut 1

dengan kalimat iklan Meneruskan Pembangunan; (4) Kab. Pekalongan paslon no urut 2 dengan isue “Sejahtera, Religius, Berkelanjutan”.

Iklan dengan pilihan kalimat “Pekalongan Bersatu, Lanjutkan Pembangunan” merupakan iklan Pilkada di Kota Pekalongan. Iklan ini bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat pemilih bahwa calon tersebut memiliki komitmen untuk melanjutkan pembangunan yang telah dijalankan oleh pemerintah sebelumnya. Penggunaan kalimat dalam iklan politik Pilkada yang menunjukkan kehendak untuk melanjutkan masa jabatan bupati/walikota juga digunakan oleh calon bupati dari Kabupaten Sragen nomor urut 2 dengan kalimat “Lanjutkan, *Mbantu Wong Cilik*”. Iklan ini berasal dari calon bupati yang sekaligus merupakan petahana di Kabupaten Sragen. Daya pengaruh ingin ditunjukkan dalam iklan ini yaitu dengan alasan untuk melanjutkan kekuasaannya sebagai bupati yakni akan membantu rakyat kecil (*wong cilik*). Isue lanjutan pembangunan juga dipilih oleh paslon nomor urut 1 dari Kabupaten Boyolali. Kalimat yang digunakan pada iklan ini adalah “Meneruskan Pembangunan”.

Pemilihan isue kelanjutan pembangunan digunakan oleh pasangan calon petahana atau yang didukung oleh petahana, namun tidak demikian adanya dengan iklan politik di Kabupaten Kebumen yaitu iklan politik yang dibuat oleh pasangan calon bupati nomor urut 2. Dalam iklannya calon tersebut menggunakan kalimat “*Terusna Aku Bae*” yang artinya tak teruskan saya saja. Ini iklan yang cukup langka dibuat oleh calon yang bukan petahana. Ini bentuk kreatifitas untuk menjawab iklan-iklan dari calon lain terutama calon yang berstatus sebagai petahana. Keunikan ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi khalayak pemilih.

3. Jenis Isue 3: Kesejahteraan dan Kemakmuran Rakyat

Isue kesejahteraan dan kemakmuran rakyat merupakan isu politik pada iklan Pilkada 2015. Iklan politik Pilkada di Kabupaten Blora mengangkat topik sejahtera dengan kalimat “ADA untuk Blora Sejahtera”. ADA merupakan akronim dari pasangan calon bupati Abu-DAsuri. Blora Sejahtera adalah isue yang dipilih oleh pasangan bupati ini. Isue tentang kesejahteraan juga menjadi isue iklan politik paslon nomor urut 2 di Kabupaten Pemalang. Kalimat yang digunakan adalah “Terwujudnya Pemalang Hebat yang Berdaulat, Berjati diri, Mandiri, dan Sejahtera”. Meskipun bahasa yang digunakan

dalam kalimat ini terlalu panjang untuk sebuah iklan politik, namun intinya iklan ini mengangkat isu tentang kesejahteraan rakyat.

Isue kesejahteraan juga dipilih oleh calon bupati nomor urut 3 Kabupaten Demak dengan kalimat “Untuk Masyarakat Demak Lebih Sejahtera”. Penggunaan kata “Lebih Sejahtera” menunjukkan pesan kepada calon pemilih bahwa calon bupati tersebut memiliki kelebihan terutama dalam hal menciptakan kesejahteraan untuk masyarakatnya.

Iklan politik Pilkada di Kabupaten Rembang juga menggunakan isue kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Hal tersebut diwujudkan dalam kalimat “Sejahtera Makmur Mandiri”. Isue kemakmuran dipilih juga oleh pasangan bupati dari Kabupaten Pemasang. Pada iklan ini digunakan bahasa Jawa, meskipun tidak menggunakan pilihan kata yang sering digunakan oleh masyarakat setempat. “...Ben Makmur Rakyat” artinya : Agar Makmur Rakyatnya.

Isue kemakmuran di Pilkada Kabupaten Kendal juga dimunculkan sebagai bahan kampanye. Meskipun isue kemakmuran yang ditandai dengan kata “Makmur” juga merupakan akronim dari nama pasangan calon Bupati Kendal nomor urut 2 tersebut yaitu Mirna Anisa-Masrur Masykur.

4. Jenis Isue 4: Solidaritas dan Kebersamaan

Isue lainnya yang terdapat pada iklan politik Pilkada Jawa Tengah 2015 adalah solidaritas dan kebersamaan. Isue ini diwujudkan dalam beberapa bentuk kalimat yaitu sebagai berikut.

Wujud isue solidaritas dan kebersamaan, pada iklan politik di Kabupaten Pekalongan diwujudkan dalam bentuk penggunaan kalimat “Bareng-Bareng Mbangun Pekalongan”. Bareng-bareng mbangun Pekalongan artinya bersama-sama membangun Pekalongan. *Bareng-bareng* pada kalimat iklan ini menunjukkan solidaritas dan kebersamaan yang hendak dibangun oleh calon tersebut.

Iklan politik dengan isue bersama membangun daerah banyak digunakan dan dipilih sebagai fokus kampanye calon bupati/walikota. Isue tersebut dapat dilihat pada iklan berikut ini. Iklan dengan bunyi “Bersama Membangun Sragen” merupakan iklan politik Pilkada yang tergolong pada isue membangun solidaritas dan kebersamaan.

Iklan senada juga terdapat di Kabupaten Kebumen, mengusung isue kampanye dengan kalimat “Bersama Membangun Kebumen”. Iklan lainnya yang sejenis dengan isue ini dibuat oleh pasangan calon Bupati Kebumen nomor urut 1. Kalimat yang dipilih dan digunakan sebagai iklan politik yang berkaitan dengan isue ini adalah “Guyub Rukun, Mbangun Kebumen”. *Guyub rukun mbangun* Kebumen artinya bersatu padu dalam membangun Kebumen. Isue kebersamaan dan solidaritas diwujudkan pula dalam penggunaan kalimat yang menarik, baik bahasa maupun maknanya. Salah satu hal yang menarik adalah digunakannya istilah jawa dalam iklan Pilkada di Kabupaten Rembang, paslon nomor urut 3, yakni istilah “Semanak-Nyedulur” yang artinya penuh dengan persaudaraan.

Untuk mengkampanyekan solidaritas dan kebersamaan, Calon Walikota Pekalongan mengangkat isue kampanye dan menjadikan hal ini sebagai ciri yakni ungkapan “Brayan Urip” yang artinya hidup bersama. Penggunaan bahasa jawa *brayan urip* menjadi penanda bagi masyarakat bahwa calon walikota tersebut memiliki visi membangun kebersamaan. Iklan senada bertema solidaritas dan kebersamaan juga ditunjukkan oleh calon yang sama-sama dari Kota Pekalongan, calon nomor urut 2 mengusung isue ini dengan kalimat “Sehati dengan Kita”. Ungkapan ini menunjukkan kedekatan yang ingin dibangun antara calon walikota dengan rakyatnya.

5. Jenis Isue 5: Ajakan untuk Memilih

Secara khusus, inti iklan politik Pilkada adalah mengajak atau mempengaruhi khalayak untuk memilih. Pada isue ini terdapat beberapa bentuk kalimat ajakan, yaitu sebagai berikut.

Iklan politik Pilkada dari Kabupaten Klaten nomor urut 1 yang merupakan calon dari unsur perseorangan membuat iklan politiknya dengan kalimat “Mari Ukir Sejarah, Kita lahirkan Pemimpin Asli dari Rakyat. Saatnya Independen Memimpin”. Kalimat ajakan yang panjang untuk sebuah spanduk kampanye.

Iklan politik dengan isue ajakan untuk memilih, seringnya ditandai dengan penggunaan kata pilih. Hal ini diterapkan oleh beberapa calon bupati yakni (1) Ayo Sedulur Dukung Lan **Pilih**; (2) **Pilih** Iki Jagone Sragen Baru; (3) Salam Dua Jari, Jangan Lupa **Pilih** Suci (Sugeng-Cipto); dan (4) **Pilih** Wonge Dewe,

6. Jenis Isue 6: Citra dan Profil Calon

Isue pada bagian ini menyajikan citra dan profil calon yakni gambaran tentang sifat, karakteristik, kepribadian, dan visi kepemimpinan yang diidentifikasi melalui kata, frasa, atau kalimat tertentu untuk menggambarkan profil calon. Berikut ini isue yang berkaitan dengan citra dan profil calon yang terdapat pada iklan politik Pilkada Jawa Tengah tahun 2015.

a. *Ngayomi lan Ngayemi*

Calon bupati dalam iklan politiknya menyatakan dirinya sebagai figur yang *ngayomi* (melindungi) dan *ngayemi* (melayani). Citra diri ini dibuat oleh calon bupati yang berasal dari Kabupaten Boyolali nomor urut 2. Iklan politik Pilkada ini memiliki kesamaan makna dengan iklan politik yang dibuat oleh calon Walikota Surakarta yang memilih kalimat “Pemimpin yang Melayani dan Mengayomi”.

b. *Sitik Omonge Akeh Kerjone*

Sitik Omonge Akeh Kerjone artinya sedikit bicara banyak bekerja. Ini adalah slogan bagi para pekerja keras yang tidak mengandalkan kata-kata namun lebih pada bukti nyata yaitu hasil kerja. Ungkapan ini digunakan oleh paslon nomor urut 3 dari Kota Semarang.

c. *Aku Sing Ora Kelalen*

Penggunaan bahasa jawa untuk menggambarkan citra dan profil calon dimunculkan dalam iklan politik ini. “*Aku Sing Ora Kelalen*” artinya saya yang tidak lupa. Ini menggambarkan bahwa jika terpilih nanti tidak akan melupakan rakyat atau janji-janji kampanyenya.

d. Cerdas Berbudi Luhur

Citra diri “Cerdas Berbudi Luhur” ditampilkan sebagai gambaran bagi calon Bupati Klaten nomor urut 2. Cerdas berbudi luhur menggambarkan bahwa calon bupati tersebut cerdas namun berhati baik. Cerdas artinya memiliki keluasan wawasan sebagai modal menjadi pemimpin daerah. Berbudi luhur juga menjadi modal yang penting bagi seorang pemimpin.

e. Amanah

Iklan politik Pilkada di Kabupaten Pemalang menggunakan kata “Amanah” sebagai citra diri dari calon bupati nomor urut 1. Pasangan calon bupati tersebut

menggunakan pencitraan diri dengan memilih kata “Amanah”. Citra diri amanah juga ditunjukkan oleh calon Bupati Kendal nomor urut 2 yang menggunakan kata amanah dengan sifat kepemimpinan yang lainnya. Cita diri tersebut berbunyi “Pemimpin Amanah, Cerdas, Bertakwa, Berakhlak Mulia”.

f. Muda, Nasionalis, Religius

Cita diri dan profil berikutnya adalah “Muda, Nasionalis, Religius”. Ini adalah iklan profil calon Walikota Surakarta nomor urut 1.

7. Jenis Isue 7: Janji Pasangan Calon

Janji pasangan calon bupati/walikota yang dipublikasi dalam iklan politik Pilkada Jawa Tengah tahun 2015 yakni sebagai berikut.

a. *Ora Korupsi-Ora Ngapusi*

Ora Korupsi-Ora Ngapusi artinya tidak akan korupsi dan tidak berdusta. Janji ini dimuat pada iklan politik Pilkada calon Bupati Pekalongan nomor urut 1.

b. Pro Investasi

Janji lain yang dimuat dalam iklan politik Pilkada adalah janji untuk bersikap pro terhadap investasi. Pro terhadap datangnya penanam modal untuk kemajuan pembangunan.

c. Sukoharjo Baru, Makmur *Tenan*

Janji yang dimuat dalam iklan politik di Kabupaten Sukoharjo saat Pilkada 2015 adalah menciptakan Sukoharjo yang benar-benar makmur (*Makmur Tenan*) bukan sekadar kata-kata atau keinginan saja. Janji ini dibuat oleh calon Bupati Sukoharjo nomor urut 2.

d. Wonosobo Aman dan Sejahtera

Keamanan dan kesejahteraan juga menjadi salah satu janji yang dimuat dalam iklan politik Pilkada di Kabupaten Wonosobo oleh paslon nomor urut 2. Dalam iklan tersebut memuat kalimat berbunyi “Kerja Sepenuh Hati Membangun Wonosobo Aman dan Sejahtera”. Jadi, selain janji untuk mewujudkan Wonosobo yang aman dan sejahtera, calon bupati juga berjanji jika terpilih akan bekerja sepenuh hati.

e. *Pemimpine Kerjo, Rakyat Rejo*

Pemimpine Kerjo, Rakyat Rejo artinya jika pemimpinannya bekerja sungguh-sungguh maka rakyatnya akan sejahtera. Inilah janji dari calon Bupati Purworejo nomor urut 1 untuk masyarakat, yakni akan bekerja sungguh-sungguh demi kemakmuran rakyatnya.

E. Penutup

Terdapat beragam topik utama yang disampaikan para calon bupati/walikota pada Pilkada Jawa tengah 2015 untuk memperoleh simpati dan dukungan dari khalayak. Topik utama pada iklan politik tersebut yaitu (1) permohonan doa restu dan dukungan; (2) melanjutkan pembangunan; (3) kesejahteraan dan kemakmuran rakyat; (4) membangun solidaritas kebersamaan; (5) ajakan untuk memilih; (6) karakter dan profil calon; dan (7) janji pasangan calon.

Referensi

- Maryani .2014.“Kesantunan Bahasa Iklan Politik pada Slogan Caleg DPRD dalam Spanduk 2013-2014 di Kota Surakarta”.*Laporan Penelitian Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sulistyaningtyas.2009. Bahasa Indonesia dalam Wacana Propaganda Politik Kampanye Pemilu 2009, Satu Kajian Sosiopragmatik. *Jurnal Sosioteknologi* edisi 17 th. 8, Agustus 2009.