

PERTARUNGAN WACANA REPRESENTASI PADA SPANDUK KAMPANYE PEMILIHAN GUBERNUR JAWA TENGAH TAHUN 2018

(The battle of representation discourse on the campaign banner of the centra java governor election in 2018)

Betty Gama

Program Studi Ilmu Komunikasi

FISIP Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

bettygama_62@ymail.com

Abstrak. Salah satu media yang digunakan untuk mengenalkan sosok kandidat kepala daerah adalah media luar ruang, misalnya spanduk. Media luar ruang yang dimaksud di sini adalah spanduk yang dipasang di jalan-jalan Kota Surakarta dengan menggunakan bahasa Jawa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertarungan wacana representasi pada media luar ruang kampanye pemilihan Gubernur Jawa Tengah, yang terdiri dari pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin dan Sudirman Said-Ida Fauziyah. Representasi pada media luar ruang yang ditampilkan oleh para politikus menjelang pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018 menarik untuk diteliti dengan menggunakan pendekatan metode analisis wacana kritis (*critical discourse analysis /CDA*). Metode ini akan melibatkan kajian mengenai apa yang sebenarnya ada di balik teks spanduk para politikus yang dipasang di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis dari Norman Fairclough. Pada dasarnya, Fairclough menggunakan prinsip 3 dimensi dalam analisisnya, yaitu teks, praktik diskursus, dan praktik sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spanduk pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin lebih menekankan pada pemberian janji-janji untuk tidak melakukan korupsi dan membohongi masyarakat, sedangkan spanduk pasangan Sudirman Said-Ida Fauziyah lebih menekankan pada identitas sebagai seorang muslimin dan muslimat dan berjanji akan membangun provinsi Jawa Tengah, supaya masyarakat dapat hidup mulia. Penggunaan teks dalam spanduk kampanye dengan menggunakan bahasa daerah sangat tepat dilakukan untuk menarik simpati masyarakat setempat. Persamaan antara kandidat politik dan pemberi suara potensial dalam kondisi yang *homophily* memungkinkan seseorang untuk memberikan pilihannya secara sukarela.

Kata kunci: Representasi, spanduk, pemilihan gubernur Jateng

Abstract. One of the media used to introduce the candidates for regional heads is outdoor media, for instance banners. Outdoor media referred to here are banners, which are installed on the streets in Surakarta City using Javanese language. This study aims to determine the battle of representation discourse in the outside media of the Central Java governor election campaign, which consists of Ganjar Pranowo-Taj Yasin and Sudirman Said-Ida Fauziyah. The representation of outdoor media displayed by politicians towards Central Java governor election in 2018 is interesting to be examined using a critical discourse analysis (CDA) approach. This method will involve a study of what actually lies behind the banner text of politicians posted in Surakarta City. This study uses critical discourse analysis from Norman Fairclough. Basically Fairclough uses the principle of 3 dimensions in his analysis, namely text, discourse practice and social practice. The results showed that the banner of the pair Ganjar Pranowo-Taj Yasin emphasized giving promises not to commit corruption and lie to the society, while the banners of the pair Sudirman Said-Ida Fauziyah emphasized identity as Muslims and promised to build the province of Central Java, so that society can live noble lives. The use of text in campaign banners using local language is very appropriate to attract sympathy from the local society. The equality between political candidates and potential voters in homophily conditions allows someone to give her/his choice voluntarily.

Keywords: Representations, banners, Central Java governor elections.



PENDAHULUAN

Pemilihan presiden dan wakil presiden, pemilihan gubernur dan wakil gubernur, dan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah merupakan pesta demokrasi bangsa Indonesia. Menentukan seorang pemimpin dan wakil bukan merupakan masalah mudah. Selain membutuhkan waktu dan tenaga juga menghabiskan dana yang sangat banyak. Oleh karena itu seorang calon kepala daerah harus dapat bekerja sama dengan banyak pihak agar keinginannya dapat tercapai. Pelaksanaan gubernur Jawa Tengah bulan Juni 2018 yang lalu merupakan suatu bukti bahwa banyak pihak yang terlibat untuk terpilih sebagai seorang gubernur dan wakil gubernur. Keterlibatan individu, kelompok, media massa, media dalam ruang dan media luar ruang merupakan komponen yang mampu memunculkan *figure* kandidat sebagai pemenang. Dalam penelitian ini yang menarik untuk dikaji adalah penggunaan media luar ruang atau spanduk yang terpasang di jalan-jalan raya di Kota Solo pada pemilihan gubernur dan wakil gubernur Kota Solo. Calon gubernur Jawa Tengah terdiri dari 2 pasang yaitu: Ganjar Pranowo-Taj Yasin dan Sudirman Said-Ida Fauziyah. Ganjar Pranowo-Taj Yasin didukung oleh empat partai, yaitu PDI-P, PPP, Nasdem, Demokrat dan Golkar. Sedangkan Sudirman Said-Ida Fauziyah didukung oleh partai Gerindra, PKB, PAN, dan PKS.

Pelaksanaan pemilihan gubernur tahun 2018 dipandang sangat spesial karena diselenggarakan di era digital. Angka melek internet sangat tinggi karena pengguna media sosial meningkat pesat. Meskipun begitu penggunaan media ruang luar juga tak kalah menarik. Baleho, spanduk, banner dan sebagainya terpasang di sepanjang jalan protokol dan di pinggiran kota dengan aneka warna. Janji-janji politik melekat di dalam iklan diikuti gambar/foto pasangan calon gubernur. Tujuan utama pemasangan

spanduk pada kampanye pemilihan gubernur yaitu sebagai bentuk sosialisasi mengenalkan diri kepada masyarakat, menyampaikan visi misi dan mengarahkan konstituen agar dipilih. Di ruang demokrasi jalan raya, relasi kekuasaan tak pernah mencapai keseimbangan tetapi bersifat instan, seketika. Media massa juga diwarnai dengan iklan politik. Kebijakan masa kampanye menjadikan iklan politik bertebaran dimana-mana seiring dengan atribut partai politik (bendera, umbul-umbul dan baleho atau relame). Reklame politik maupun atribut kampanye yang lain merupakan bentuk dari iklan media luar ruang. Iklan adalah salah satu elemen dari bauran komunikasi (*Communication mix*) yang berguna untuk membuat kegiatan promosi efektif dan efisien. Bauran komunikasi meliputi: *advertising* (periklanan), promosi penjualan, (*sales promotion*), *public relation*, *personal selling* dan *direct selling* (Kennedy, 2006)

Iklan sudah menjadi bagian integral dari kultur manusia. Bahkan iklan (iklan politik) juga digunakan dalam pemilihan para politisi seperti yang terjadi pada pemilihan presiden Amerika Serikat (Ziauddin Sardar dan Asi Borin Van Loon, 2008). Lee menjelaskan, iklan politik adalah iklan yang sering digunakan para politisi untuk membujuk orang agar memilih mereka. Di Amerika Serikat dan negara-negara lain yang membolehkan iklan politik, iklan jenis ini merupakan bagian penting dari proses pemilihan umum (Lee, 2004), Bartels dan Jamieson dalam (Gazali, 2005) membagi iklan politik menjadi 3 macam, yaitu:

- Iklan advokasi kandidat: memuji-muji (kualifikasi) seorang calon; pendekatannya bisa: *retrospective policy-satisfaction* (pujian atas prestasi masa lalu kandidat), atau *benevolent-leader appeals* (kandidat memang bermaksud baik, bisa

dipercaya, dan mengidentifikasi diri selalu bersama atau menjadi bagian pemilih).

- Iklan menyerang (*attacking*): berfokus pada kegagalan dan masa lalu yang jelek dari kompetitor. Pendekatannya bisa *Ritualistic* (mengikuti alur permainan lawannya, ketika diserang, akan balik menyerang).
- Iklan memperbandingkan (*contrasting*): menyerang tapi dengan memperbandingkan data tentang kualitas, rekam jejak, dan proposal antar kandidat.

Iklan politik merupakan bagian yang dianggap cukup penting dalam rangkaian kegiatan komunikasi politik. Hal tersebut ditujukan untuk membentuk citra dan persepsi positif tentang produk politik yang diiklankan. Dalam periklanan ada berbagai macam jenis media yang dapat digunakan sebagai tempat beriklan, yaitu media massa elektronika dan media massa cetak. Media elektronik antara lain: televisi, radio, film, dan internet. Sedangkan media cetak meliputi surat kabar, majalah dan buletin. Namun ada sarana media lain yang dapat digunakan untuk beriklan yaitu media luar ruang yang meliputi: baliho, poster dan spanduk. Pada konteks komunikasi politik untuk kampanye pemilihan gubernur, media komunikasi yang dianggap cukup efektif adalah media alternatif berupa media luar ruang. Reklame (baliho) adalah media luar ruang utama karena berbiaya efektif. Media ini mampu menjangkau setiap orang (yang dengan sengaja atau tidak melihatnya) dengan lebih sedikit biaya dibanding media lain. Namun, kelemahan dari media luar ruang adalah waktu melihatnya cukup singkat (sekilas pandang), yakni sekitar 10 detik (Lee, 2004). Sedangkan kelebihan media luar ruang meliputi (Bovee, Courtland L dan Arens, 1996):

1. Medium yang *high impact* (mempunyai dampak yang tinggi)
2. Ukuran visualnya besar

3. Keseluruhannya sulit diabaikan oleh orang yang lewat
4. *Reminder* yang konstan
5. Memperkuat konsep kreatif di media lain.
6. Media yang paling rendah biayanya mengingat usianya yang panjang

Selanjutnya menurut Lee, ketika satu pengiklan ingin membanjiri pasar dengan pengenalan sebuah produk baru, media luar ruang merupakan pilihan media yang dianggap cukup tepat karena periklanan media luar ruang memungkinkan cakupan luas dalam waktu cepat (Lee, 2004). Media luar ruang dibagi menjadi dua jenis yaitu poster (*Bilboard* atau baliho) dan *Painted bulletin*. (William, Wells, 2006). Poster (*Bilboard* atau baliho). Poster pada umumnya di pasang di lokasi strategis sehingga mudah dilihat semua orang. Sedangkan *Painted bulletin* merupakan bentuk beriklan di media luar ruang dengan cara menggambar langsung desain suatu iklan pada medium di luar ruang, seperti di gedung yang tinggi dan lain sebagainya

Penelitian ini lebih fokus pada media luar ruang periklanan. Media luar ruang adalah sebuah sebutan untuk menyebut media di luar televisi, radio, internet atau media massa lainnya yang notabeneanya berada di dalam ruang. Pada pemilihan gubernur Jawa Tengah 2018 terlihat spanduk-spanduk yang terpasang di jalan raya di Kota Solo menggunakan bahasa Jawa. Dilihat dari penggunaan bahasa Jawa di wilayah Jawa Tengah adalah tepat karena mayoritas masyarakat Jawa Tengah khususnya Solo lebih menggunakan bahasa daerah Jawa daripada bahasa Indonesia. Oleh karena itu penggunaan bahasa Jawa pada spanduk kampanye pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin dan Sudirman Said-Ida Fauziyah akan lebih menarik perhatian daripada menggunakan bahasa lainnya. Selanjutnya artikel ini membahas bagaimana pertarungan wacana representasi iklan politik spanduk

penggunaan bahasa Jawa pada pemilihan gubernur Jawa Tengah tahun 2018.

Menurut pandangan Stuart Hall terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan dalam menelaah representasi, yaitu pendekatan reflektif, pendekatan intensional dan pendekatan konstruktivis (Hall, 1997). Sementara itu Burton menjelaskan bahwa representasi merupakan konstruk identitas untuk kelompok tertentu. Identitas tersebut merupakan “pemahaman” kita tentang kelompok yang direpresentasikan—sebuah pemahaman tentang siapa mereka, bagaimana mereka dinilai serta bagaimana mereka dilihat oleh orang lain (Burton, 2000).

Representasi juga erat kaitannya dengan tanda dan citra secara kultural, yang memiliki penandaan secara timbal balik, sehingga dapat memperjelas realitas. Representasi lebih jelasnya digunakan untuk memaknai tanda seperti bunyi, gambar dan video, sehingga dapat menggambarkan, mengkaitkan, dan memproduksi sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan dalam suatu keadaan tertentu (Pratiwi, 2018).

Fowler (1977) menyebutkan wacana adalah komunikasi lisan atau tulisan yang dilihat dari titik pandang kepercayaan, nilai, dan kategori yang masuk didalamnya, kepercayaan mewakili pandangan dunia, sebuah organisasi atau representasi dari pengalaman (Budianto, Heri, Heru Nugroho, 2011) Dalam pandangan sosiologis, wacana menunjukkan terutama pada hubungan antara konteks sosial dari pemaknaan bahasa. Dalam pengertian linguistik, wacana adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat (Eriyanto, 2001) Menurut Hawtan (1992) dalam (Badara, 2012) wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlibat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya. Sementara itu (Cook, 1989)

menjelaskan wacana adalah suatu penggunaan bahasa dalam komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rozak, 2009) dengan judul Iklan Politik Caleg Dalam Persepsi Pemilih Pemula Study Deskriptif Kualitatif Tentang Iklan Politik Caleg DPRD II Surakarta Melalui Media Luar Ruang Dalam Persepsi Pemilih Pemula Di SMA Negeri III Surakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk iklan politik caleg DPRD II Surakarta di media luar ruang relatif sama. Semua calon legislatif (caleg) menggunakan media baliho, poster dan spanduk sebagai media kampanye. Pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin dan Sudirman Said-Ida Fauziyah terlihat hanya menggunakan satu pesan spanduk saja yang terpasang di berbagai sudut kota Solo. Spanduk merupakan salah satu cara memperkenalkan calon gubernur kepada masyarakat. Para calon gubernur mencitrakan diri melalui gambar dan kata-kata. Melalui wacana dalam spanduk ini para calon gubernur dapat menyampaikan visi dan misi kepemimpinan mereka. Melalui spanduk juga identitas pasangan kandidat dapat diketahui masyarakat. Identitas diri merupakan susunan gambaran diri anda sebagai seseorang, kata Littlejohn, (Littlejohn, Stephen W, 2009).

Douglas Kellner membagi identitas dalam dua persepsi, yakni identitas modern dan identitas tradisional. Dalam identitas modern ada hubungan individu dengan pembangunan keunikan diri. Berbeda dengan identitas tradisional, dimana identitas tradisional lebih pada fungsi kebangsaan atau suku, kelompok, atau kolektif (Kellner, 1995). Dalam lingkup modern, identitas berfungsi menciptakan kekhususan individu. Dalam konteks modern, problem identitas mencakup bagaimana kita membentuk, merasakan, menginterpretasikan, dan mempersembahkan diri kita, mereka dan yang lainnya. Maka dari

itu Kellner menjelaskan identitas modern adalah sebagai sebuah temuandan pembenaran esensi yang hakiki, dimana memutuskan siapa saya, sedangkan yang lain, identitas adalah konstruksi dan kreasi dari peransosial yang ada yang bermakna atau penting (Kellner, 1995) Sedangkan Gudykunst menjelaskan identitas budaya sebagai bagian dari komunikasi; mengutip dari Martin J.N dan Nakayama T.K dalam bukunya *Intercultural Communication in Context* (1997) Gudykunst menjelaskan bahwa dalam perspektif komunikasi, ditekankan bahwa seseorang tidak dapat membuat identitasnya sendiri, sebagai gantinya mereka akan membangun identitasnya melalui komunikasi dengan yang lainnya (Gudykunst, 2003). Pusat kajiannya adalah bahwa identitas muncul dimana terjadi pertukaran pesan antar manusia

Pilihan kata dalam penggunaan Bahasa Jawa pada spanduk kampanye pemilihan gubernur Jawa Tengah berbeda dengan pemakaian kata pada aktivitas lainnya seperti pada bahasa pidato, bahasa khotbah, dan sebagainya. Bahasa iklan politik dalam bentuk bahasa Jawa ini dituntut dapat mencerminkan sikap dan maksud yang terkandung sehingga pembaca akan dengan mudah dan jelas dapat memahami maksud tersebut. Pemakaian bahasa Jawa harus bersifat komunikatif agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Untuk wilayah Kota Solo tidak banyak variasi yang muncul di ruang publik atas spanduk kampanye pilihan Gubernur Jateng bahkan masing-masing kandidat hanya terdapat satu versi saja. Kampanye adalah kegiatan untuk meyakinkan calon pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program dengan maksud mau menjatuhkan pilihannya pada kandidat tersebut pada saat pemungutan

Sama seperti yang tataran teks, pada tataran ini praktik sosial bisa mempengaruhi pembentukan teks, dan kemudian

suara. Spanduk kampanye pemilihan Gubernur Jawa Tengah di Kota Solo memuat dua wacana yang berbeda dari kedua kandidat.

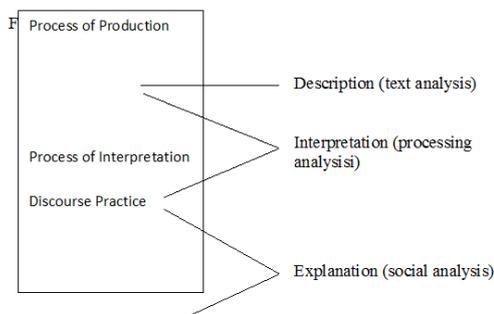
METODE PENELITIAN

Jenis data yang diambil dalam penelitian ini adalah data tulis berupa wacana yang terdapat pada spanduk Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Tengah yang terpasang di Kota Solo. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi dan studi pustaka. Jenis penelitian menggunakan pradigma kritis dengan mengacu pada pendekatan wacana kritis atau biasa disebut dengan CDA (Critical Discourse Analysis) yang dikemukakan oleh Norman Fairclough.

Fairclough menawarkan sebuah model analisis wacana kritis yang dapat diterapkan dalam penelitian sosial dan budaya. Model ini bertujuan untuk mencari hubungan antara wacana (teks) dengan praktik sosial dan memadukan analisis unsur-unsur mikro (seperti teks) dengan unsur-unsur yang makro (seperti praktik sosiokultural dan praktik wacana). Model yang ditawarkan oleh Fairclough ini adalah model tiga dimensi wacana, yaitu teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural (Fairclough, 2010). Pada tataran teks dilakukan analisis bentuk dan *content*. Walaupun terpisah dalam definisi, namun keduanya adalah satu kesatuan, di mana *content* dibuat dalam bentuk tertentu, begitu juga dengan sebaliknya. Pada tataran ini, analisis utamanya berfokus pada kajian fonologi, tata bahasa, kosakata dan semantik. Tataran praktik wacana adalah hubungan antara teks dan praktik sosial. Hal ini berkaitan dengan aspek sosio-kognitif dan interpretasi teks.

menghasilkan interpretasi berdasarkan unsur-unsur tekstual. Tataran yang ketiga yakni praktik sosiokultural berhubungan dengan

berbagai tataran organisasi sosial yang berbeda-beda, yakni situasi, konteks institusional, konteks sosial atau kelompok yang lebih luas.



Dimensi-Dimensi Analisis Discourse

Gambar 1. Kerangka Analisis Wacana Kritis

Fairclough (Fairclough, 1995: 98)

Sumber : Eriyanto (2001), *Analisis*

Wacana. Yogyakarta, LKiS, hal. 288

HASIL DAN PEMBAHASAN

Spanduk merupakan salah satu cara memperkenalkan calon gubernur kepada masyarakat. Para calon gubernur mencitrakan diri melalui gambar dan kata-kata. Melalui wacana dalam spanduk ini para calon gubernur dapat menyampaikan visi dan misi kepemimpinan mereka. Kampanye pemilu merupakan proses komunikasi politik yang sangat tinggi intensitasnya. Jenis

Ganjar Pranowo lahir di Karanganyar Jawa Tengah (28 Oktober 2068). Menjabat sebagai gubernur Jawa Tengah periode pertama sejak 23 Agustus 2013-23 Agustus 2018 dari Fraksi PDI Perjuangan. Slogan spanduk di atas seakan menjelaskan posisinya bahwa Ganjar pernah menjabat sebagai gubernur Jateng melalui kata Tetep!. *Tetep* (bahasa Jawa) yang berarti *tetap* dalam bahasa Indonesia. Kata itu menunjukkan suatu bukti bahwa pada periode pertama (2013-2018) Gubernur Jateng Ganjar Pranowo tidak pernah melakukan korupsi selama masa pemerintahannya. Oleh karena

kampanye yang digunakan adalah *candidate oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada kandidat yang dimotivasi untuk mendapatkan kekuasaan. Karena memang tujuan dari kampanye pemilu adalah untuk pengisian jabatan publik (rekrutmen politik). Banyak cara yang dilakukan kandidat untuk mendapatkan citra positif sebagai bentuk memperkenalkan diri kepada masyarakat melalui iklan politik. Salah satu diantaranya melalui penggunaan spanduk yang dipasang di berbagai tempat dan daerah. Iklan politik itu sendiri merupakan bentuk aktivitas untuk menghadirkan dan mempromosikan individu maupun partai mereka, secara nonpersonal melalui media yang dibayar oleh sponsor tertentu (Septiani, 2014).

Pada kampanye pemilihan gubernur Jateng tahun 2018 pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin menggunakan iklan politik media luar ruang dalam bentuk spanduk. Hal ini terlihat di berbagai tempat di wilayah Solo atau Surakarta yang banyak terpasang di setiap kalurahan dan di perempatan jalan raya. Bentuk spanduk seperti terlihat di bawah ini:

Representasi Iklan Politik Spanduk Pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin

itu sebagai jaminan pada periode berikutnya (ke 2) apabila terpilih sebagai gubernur kembali maka Ganjar Pranowo tidak akan melakukan korupsi.



Gambar 2: Spanduk Kampanye Ganjar-Yasin terpasang di Kampung Kestalan, Banjarsari, Solo (Foto Dok)

Pada aspek teks, analisis bentuk dan konten, dimulai dengan menelaah teks yang ada dalam iklan. Pada iklannya Ganjar dan Taj Yasin menggunakan baju putih dengan spanduk warna dasar juga putih. Putih melambangkan bersih dan suci yang melambangkan Ganjar-Taj Yasin apabila terpilih sebagai Gubernur Jateng akan memegang pemerintah di wilayah Jawa Tengah dengan niat yang bersih suci tidak korupsi dan ngapusi. Ganjar-Taj Yasin tampaknya ingin membangun pemerintahan yang bersih dan bertanggungjawab. Sementara itu warna merah pada tulisan spanduk melambangkan keberanian dan sekaligus warna partai PDI-P yang merupakan partai pengusung kandidat tersebut. Teks Konteks identitas bahasa Jawa terlihat jelas pada slogan di atas yang memuat tulisan:

Tetep!
Mboten Korupsi
Mboten Ngapusi

Penggunaan bahasa Jawa sengaja ditampilkan dalam spanduk guna menarik perhatian suara potensial atau calon pemilih di wilayah Jawa Tengah. Identitas asal inilah yang dimanfaatkan Ganjar Pranowo untuk memperoleh simpati masyarakat. Melalui unsur wacana Jawa dengan teks *Tetep! Mboten korupsi Mboten ngapusi* seakan memberi keyakinan bahwa apabila terpilih sebagai Gubernur Jateng pasangan Ganjar Pranowo - Taj Yasin tidak akan melakukan korupsi dan tidak bohong kepada masyarakat. Hal itu juga ditegaskan dalam pemakaian tanda pentung (!) disamping kata Tetep yang menunjukkan makna bahwa Ganjar Pranowo - Taj Yasin *tidak akan pernah* melakukan korupsi selama menjabat Gubernur Jateng periode ke dua. Konteks identitas Jawa diperlihatkan pada tulisan spanduk berbahasa Jawa tersebut.

Pesan yang disampaikan berusaha membujuk untuk percaya pada klaim-klaim dari kandidat. Jika dilihat dari konteks kebhasaan pemilihan pesan, korupsi dan ngapusi (bohong) adalah dua kata yang mengandung pengertian tidak baik. Bagi masyarakat Indonesia kata korupsi mempunyai makna negatif. Hal ini dikaitkan dengan banyaknya aparat negara, tokoh politik atau orang-orang yang mempunyai kekuasaan yang kemudian melakukan tindakan yang merugikan orang lain demi kepentingan sendiri. Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia, Korupsi atau rasuah (bahasa Latin: *corruptio* dari kata kerja *corrumpere* yang bermakna busuk, rusak, menggoyahkan, memutarbalik, menyogok) adalah tindakan pejabat publik, baik politisi maupun pegawai negeri, serta pihak lain yang terlibat dalam tindakan itu yang secara tidak wajar dan tidak legal menyalahgunakan kepercayaan publik yang dikuasakan kepada mereka untuk mendapatkan keuntungan sepihak.

Sedangkan ngapusi atau bohong (dalam bahasa Indonesia) juga mempunyai pengertian kurang baik. Menurut KBBI On Line bohong berarti tidak sesuai dengan hal (keadaan dan sebagainya) yang sebenarnya; dusta: kabar itu bohong belaka; ia berkata bohong. Kata bohong sengaja ditulis dalam spanduk untuk member penegasan kepada masyarakat bahwa apabila pasangan Ganjar Pranowo - Taj Yasin terpilih sebagai gubernur maka tidak akan melakukan perbuatan berbohong kepada masyarakat artinya semua ucapannya dapat dipercaya, dibuktikan, dijelaskan, dan sebagainya. Hal ini juga mengingatkan pada kinerja Ganjar Pranowo pada masa periode pertama dimana aktifitas pemerintahannya semua dapat dipertanggungjawabkan dengan jelas.

Representasi Iklan Politik Spanduk Pasangan Sudirman Said-Ida Fauziah

Sudirman Said sebelum mencalonkan diri sebagai kandidat gubernur Jateng adalah seorang Menteri ESDM Republik Indonesia. Sedangkan Ida Fauziah merupakan anggota DPR-RI yang masih aktif dari Fraksi Kebangkitan Bangsa (FKB). Nama pasangan Sudirman Said - Ida Fauziah masih asing bagi masyarakat Kota Solo dibandingkan nama Ganjar Pranowo yang merupakan *in cambunt* periode sebelumnya. Terkait kampanye pemilihan Gubernur Jateng, spanduk pasangan Sudirman Said - Ida Fauziah juga terlihat di sudut-sudut kota dan di tengah Kota Solo. Spanduk tersebut seperti terlihat di bawah ini:



Gambar 3: Spanduk Kampanye Pak Dirman-Mbak Ida terpasang di Kampung Kestalan, Banjarsari, Solo (Foto Dok)

Pada aspek teks, analisis bentuk dan konten, dimulai dengan menelaan teks yang terdapat pada spanduk. Pak Dirman dan Mbak Ida sama-sama memakai baju berwarna coklat dengan penutup kepala berupa kopiah dan kerudung. Spanduk dengan warna dasar putih dengan warna merah di bawah. Terlihat nomor urut 2 (dua) dengan lingkaran berwarna hijau.

Warna hijau menunjukkan partai pendukung yaitu Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Teks dan konteks spanduk memuat pesan:

Coblos kerudungnya
Mbangun Jateng
Mukti bareng

Pak Dirman berasal dari kata Bapak Sudirman. Sebutan *Pak* menunjukkan makna bahwa Sudirman Said bermaksud ingin mendekatkan diri kepada masyarakat di wilayah Jawa Tengah agar lebih akrab dan mudah di ingat. Istilah *Mas-Mbak* merupakan sebutan bagi masyarakat Jawa Tengah. Sebutan *Mas* menunjuk pada lelaki yang sudah remaja sedangkan sebutan *Mbak* menunjuk pada perempuan remaja. Sebutan *Mbak* dalam kata Mbak Ida dimaksudkan agar kata *Mbak* lebih diingat oleh masyarakat Jawa Tengah, sementara Ida Fauziah sendiri berasal dari Mojokerto (Jawa Timur). Baik sebutan *Pak* maupun *Mbak* menunjukkan suatu tekad atau keinginan bahwa Pak Dirman dan Mbak Ida bermaksud untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat di seluruh Jawa Tengah. Persepsi orang terhadap suatu masalah atau konsep tertentu dapat dipengaruhi oleh bahasa. Oleh karena itu tujuan yang hendak dicapai oleh politisi adalah pembujuk pembaca agar percaya terhadap klaim-klaim yang disampaikan.

Penggunaan kata *coblos kerudungnya* tentu saja yang dimaksudkan adalah Mbak Ida. Kerudung merupakan penutup kepala bagi seorang wanita. Pada zaman yang modern ini kerudung banyak dipakai oleh wanita yang memeluk agama Islam. Hal ini juga menunjukkan bahwa Ida Fauziah adalah pemeluk agama Islam apalagi Ida Fauziah berasal dari Partai Kembangkitan Bangsa yang semua anggotanya memeluk agama Islam yang taat dan beberapa diantaranya menyandang predikat sebagai ulama, kiyai, mubaligh dan sebagainya. Demikian juga

Sudirman Said, penggunaan peci atau kopyah sebagai penutup kepala bagi laki-laki menunjukkan identitas bahwa pemakainya adalah seorang pemeluk agama Islam. Identitas peci dan kerudung yang digunakan oleh kedua pasangan ini menunjukkan bahwa keduanya adalah pemeluk agama Islam yang taat. Sebagai seorang muslim dan muslimat, tentu saja kedua pasangan ini tetap menjaga keyakinan dan kepercayaannya kepada Allah SWT dan dengan kondisi ini diharapkan dapat meyakinkan para pemberi suara potensial bahwa pasangan Sudirman Said – Ida Fauziah merupakan pasangan yang dapat dipercaya apabila diberi amanah untuk menjadi gubernur Jawa Tengah. Visual teks yang bertuliskan *coblos kerudungnya* juga berkaitan dengan latar belakang Mbak Ida yang sejak kecil hingga dewasa banyak berinteraksi dengan kegiatan organisasi Nahdlatul Ulama (NU) apalagi kemudian melanjutkan studi ke UIN Sunan Ampel Surabaya.

Teks ketiga adalah dengan menggunakan Bahasa Jawa seperti yang tertera dalam spanduk, yaitu *Mbangun Jateng Mukti Bareng*. *Mbangun* dalam bahasa Jawa jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia mempunyai arti *membangun*. Membangun dalam hal ini dapat dimaknai membangun wilayah Jawa Tengah dari berbagai aspek kehidupan baik dibidang ekonomi, sosial, budaya, politik, hukum, sarana prasarana dan sebagainya. Sebagai seorang calon gubernur Jawa Tengah sudah tentu semua kota di Jawa Tengah merupakan wilayah kekuasaan yang harus diperhatikan pertumbuhannya dari berbagai segi. Oleh karena itu dengan menggunakan teks *Mbangun Jateng* diharapkan mampu menarik perhatian suara potensial untuk memberikan dukungannya.

Apabila kota-kota di Jawa Tengah berhasil di bangun sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan maka diharapkan semua orang yang berdomisili di Jateng akan

dapat hidup makmur dan mulia, sebagaimana yang tertera pada teks berikutnya yaitu *Mukti Bareng*. Tulisan *Mukti Bareng* berasal dari bahasa Jawa Tengah. Kata *mukti* jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti mulia, luhur (Wiktionary: Kamus bahasa Sanskerta-bahasa Indonesia). *Bareng* dalam bahasa Jawa atau bersama-sama dalam bahasa Indonesia menunjuk pada pengertian bahwa apabila pembangunan sukses dilakukan, pertumbuhan ekonomi semakin meningkat, masyarakat hidup makmur aman tenteram, kejahatan berkurang dan sebagainya maka dapat dikatakan hidup mulia akan dapat dirasakan bersama seluruh masyarakat Jateng. Lebih lanjut *Mbangun Jateng Mukti Bareng* mengandung suatu pengertian bahwa apabila pasangan Sudirman Said – Ida Fauziah terpilih sebagai gubernur Jateng maka hidup masyarakat akan lebih baik dibandingkan hari-hari sebelumnya. Siapa yang tak ingin kehidupannya menjadi lebih baik? Hal inilah yang sengaja ditawarkan kepada masyarakat Jawa Tengah agar memberikan suara potensialnya kepada pasangan tersebut.

Spanduk dalam kampanye pemilihan merupakan representasi dari kandidat gubernur Jateng. Melalui teks yang tertulis dapat menggambarkan rencana kerja yang akan dilakukan apabila terpilih sebagai gubernur. Spanduk dan aktifitas-aktifitas yang dilakukan kandidat dapat dijadikan referensi dalam menentukan kandidat yang akan dipilih pada saat pemungutan suara. Meskipun teks pada spanduk menggunakan bahasa Jawa tetapi dalam pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh kedua pasangan tersebut lebih banyak menggunakan bahasa Indonesia.

Wacana yang disampaikan oleh pasangan Sudirman Said – Ida Fauziah adalah membangun Jawa Tengah agar masyarakat dapat hidup mulya atau dengan kata lain ada kehidupan yang lebih baik atau

meningkat dari kehidupan di periode sebelumnya. Hal itu akan terjadi apabila masyarakat juga ikut berpartisipasi dalam sektor pembangunan dan sektor-sektor lainnya. Pernyataan ini juga tercermin dari pelaksanaan debat calon gubernur Jateng pada hari Kamis, 21 Juni 2018, yang menyatakan:

Membangun daerah dengan meninjau ulang tata ruang dan mengoptimalkan saluran irigasi untuk pertanian serta mengajak masyarakat berpartisipasi aktif dalam pembangunan (Solopos, 2018)

Pasangan nomor 2 ini meminta masyarakat agar memilihnya saat pemilihan gubernur karena menggunakan perintah langsung: Coblos kerudungnya. Pasangan ini berusaha meyakinkan masyarakat bahwa apabila terpilih sebagai Gubernur Jateng maka akan bersama-sama membangun Jawa Tengah menjadi lebih baik lagi dan hal ini akan berimbas pada kehidupan masyarakat yang makmur dan sejahtera.

Sementara itu isu yang diangkat oleh pasangan Ganjar Pranowo-Taj Yasin adalah pemerintahan yang bersih dan bebas korupsi. Wacana ini dibangun karena pada periode sebelumnya pemerintahan yang dibangun bebas dari tuduhan korupsi. Selama periode pertama pemerintahannya, Ganjar banyak memperoleh prestasi, antara lain: Anugerah Pataka Paramadhana Utama Nugraha Koperasi (2013), Kepala Daerah Inovatif untuk kategori layanan publik (2014), Mengatasi Bencana di Provinsi Jawa Tengah (2014), Anugerah Tokoh Media Radio dari Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) Jawa Tengah (2015). Ganjar merupakan gubernur yang merakyat. Sebelum berkiprah di bidang politik Ganjar adalah seorang pengacara dan konsultan.

Ganjar Pranowo mengemas keberhasilan kekuasaannya di periode

sebelumnya. Sebagai kandidat *incumbent* kinerjanya sudah banyak dikenal masyarakat dan selama pemerintahannya berjalan sukses dan lancar. Melalui teks yang bertuliskan: Tetep! Mboten Korupsi Mboten Ngapusi seakan member jaminan kepada masyarakat Jawa Tengah bahwa Ganjar Pranowo-Taj Yasin sebagai orang yang dapat dipercaya untuk tidak melakukan korupsi dan tidak akan membohongi rakyat. Berbeda dengan pasangan Sudirman Said – Ida Fauziah, sebagai pendatang baru harus menumbuhkan kepercayaan publik melalui berbagai aktifitas yang menarik perhatian suara pemilih potensial.

Kedua pasangan ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan bahasa Jawa dalam penggunaan spanduk kampanye. Wacana iklan direalisasikan dalam bentuk iklan bahasa Jawa yang membawa amanat kedua kandidat. Didalamnya mengandung suatu keinginan mengadakan interaksi untuk menyampaikan amanatnya. Penggunaan bahasa Jawa dalam spanduk pemilihan gubernur Jateng 2018 dapat mencerminkan sikap dan maksud dari kandidat. Pertarungan iklan politik merupakan suatu hal yang sering terjadi dalam setiap proses kampanye baik kampanye pemilihan kepala daerah, kampanye pemilihan gubernur dan bahkan kampanye pemilihan presiden. Melalui pertarungan inilah masyarakat mengetahui isu-isu politik yang dilontarkan seperti visi misi dan tujuan yang dijadikan prioritas kebijakan pemerintahan apabila terpilih sebagai gubernur. Pemilihan gubernur Jateng 2018 dimenangkan oleh pasangan Ganjar Pranowo – Taj Yasin dengan perolehan 10.362.694suara (58,78%) dan pasangan Sudirman Said – Ida Fauziah dengan perolehan 7.267.993 suara (41,22%).

KESIMPULAN

Teks spanduk bahasa Jawa kampanye pemilihan gubernur Jateng 2018 pada pasangan Ganjar Pranowo – Taj Yasin lebih menekankan pada pemberian janji-janji tidak akan melakukan korupsi dan membohongi masyarakat. Kata *Tetep!* dalam spanduk lebih menekankan pada suatu pengertian bahwa pada periode pertama pemerintahan Ganjar Pranowo bebas atau tidak terlibat korupsi atau melakukan tindakan yang merugikan masyarakat seperti berbohong. Oleh karena itu pada periode berikutnya apabila terpilih sebagai gubernur maka Ganjar Pranowo tetap tidak akan melakukan korupsi dan berbohong. Sedangkan teks spanduk pasangan Sudirman Said – Ida Fauziah lebih menekankan pada identitas sebagai seorang muslim dan muslimat dan berjanji akan membangun wilayah Jawa Tengah agar masyarakat dapat hidup mulya sebagaimana yang tertulis dalam spanduk Mbangun Jateng, Mukti Bareng. Penggunaan teks dalam spanduk kampanye dengan menggunakan bahasa daerah sangat penting dilakukan untuk menarik simpati masyarakat setempat. Persamaan antara kandidat dan pemberi suara potensial dalam kondisi yang *homophily* memungkinkan seseorang untuk memberikan pilihannya secara suka rela. Maka sangatlah tepat apabila kedua pasangan kandidat dapat memanfaatkan situasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Badara. (2012). *Analisis Wacana. Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bovee, Courtland L dan Arens, W. F. (1996). *Contemporary Advertising, 5th edition, Homewood, Illinois: 1996, hal.488-489*.
- Budianto, Heri, Heru Nugroho, H. I. W. (2011). *Media Massa dan Representasi Politik Kasus Bank Century dalam Media dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Pusat Studi dan
- Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Burton, G. (2000). *Talking Television: An Introduction to the Study of Television*. London, Arnold.
- Cook, G. (1989). *Discourse. Discourse*. Oxford University Press.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language 2nd Edition*. New York: Routledge.
- Gudykunst, W. B. (2003). *Cross Cultural and Intercultural Communication, US*. SAGE Publications.
- Hall, S. (1997). *The Work of Representation, dalam Hall, Stuart [ed] (1997). Representation, Cultural Representation and Signifying Practices*. London, Sage Publications.
- Kelliner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London, Routledge.
- Kennedy. (2006). *Marketing Communication*. Jakarta: Buana Ilmu Populer.
- Lee, M. dan C. J. (2004). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global, terjemahan*. Jakarta: Prenada Media. hal.4.
- Littlejohn, Stephen W, and F. K. A. (2009). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication, (diterjemahkan oleh Mubammad Yusuf Hamdan)*, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika dan Cengange Learning.
- Pratiwi, A. (2018). Representasi Citra Politik Hary Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(2), 21.
- Rozak, A. F. A. (2009). *Iklan Politik Caleg Dalam Persepsi Pemilih Pemula. Study Deskriptif Kualitatif Tentang Iklan Politik Caleg DPRD II Surakarta Melalui Media Luar Ruang Dalam Persepsi Pemilih Pemula di SMA Negeri III Surakarta. (Skripsi tidak diterbitkan)*.
- Septiani, R. (2014). Analisis Wacana Isi Pesan Iklan Politik Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta Di Media Internet. *THE*

Pertarungan Wacana Representasi Pada Spanduk Kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018

Submitted: 12 Januari 2019 , Accepted: 22Februari 2019

Profetik Jurnal Komunikasi,

ISSN: 1979-2522 (print), ISSN:2549-0168 (online)

DOI: <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i1.1540>

MESSENGER, VI, 57.

Solopos. (2018). Pesan Santun Debat Terbuka.

22 Juni 2018, p. 1.

William, Wells, B. J. dan M. S. (2006).

Advertising: Principles and Practice, 5th edition,

Prentice Hall, New Jersey: 2006, hal.227.

Ziauddin Sardar dan Asi Borin Van Loon.

(2008). *Membongkar Kuasa Media, ,*

Yogyakarta: Rensisit.