



Article History:

Submitted:
20-07-2019

Accepted:
08-08-2019

Published:
01-10-2019

ANALISIS WACANA IKLAN POLITIK PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN INDONESIA 2019

Yulianah Prihatin¹, Dandy Asghor Dawudi²

¹Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Hasyim Asy'ari,

²Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Hasyim Asy'ari

Jln. Irian Jaya, No.55 Tebuireng Jombang, 61471

yuliaana553@gmail.com¹

dandy.gudo@yahoo.com²

<https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/article/view/1295>

DOI: <https://doi.org/10.32682/sastranesia.v7i4.1295>

Abstract

Globalization causes distance in the dimensions of space to be easily trimmed, this causes the dynamics of civilization to be increasingly aggressive in its movements, due to exchange and distribution of information is very easy, this reality also has an impact on the dynamics of politics in Indonesia. This research is a discourse analysis study that uses descriptive qualitative research methods. The object of this research process is discourse of political advertising contained in the 2019 Indonesian president an vice presidential election process. The formulation of the problem carried out in this study is what is contained as a marker of cohesion obtained in the discourse in the form of 2019 Indonesian presidential election political ads. The result of the analysis process show a data in the form Jokowi's Political advertising discourse Ma'ruf is an anaphora and substitution, and the result of the cohesion markings obtained on the objects of the political advertising discourse of Prabowo-Sandiaga are repetition and katafora. Furthermore, the marker of coherence obtained from the object of the political advertising discourse from Jokowi-Ma'ruf is the relation between consecutive and explanatory relationships, and the sign of coherence obtained from the object of the political advertising discourse of Prabowo-Sandiaga is a parallel relationship. From the facts of reality that have been obtained from the research process found above, it can be concluded that the two objects of the discourse of political advertising are objects of good discourse.

Keywords: *discourse, politics, election, president, advertising, cohesion, coherence.*



Abstrak

Globalisasi menyebabkan jarak dalam dimensi ruang dapat dipangkas secara instan, hal tersebut menyebabkan dinamika peradaban semakin agresive dalam pergerakannya, disebabkan saling tukar dan persebaran informasi menjadi sangat mudah, kenyataan seperti ini juga berdampak pada kondisi perpolitikan di Indonesia. Penelitian ini adalah sebuah penelitian analisis wacana yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Obyek dalam proses penelitian ini adalah wacana iklan politik yang terdapat dalam proses Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019. Rumusan masalah yang dikerjakan dalam penelitian ini adalah apa saja yang terdapat sebagai penanda koherensi dan kohesi yang terdapat pada obyek wacana yang berupa iklan politik Pilpres 2019. Hasil dari proses analisis yang dilakukan menunjukkan sebuah data yang berupa penanda kohesi yang didapat pada wacana iklan politik dari Jokowi-Ma'ruf adalah anafora dan substitusi, dan hasil analisis penanda kohesi yang terdapat pada obyek wacana iklan politik dari Prabowo-Sandiaga adalah repetisi dan katafora. Selanjutnya penanda koherensi yang didapatkan dari obyek wacana iklan dari Jokowi-Ma'ruf adalah hubungan hubungan perturutan dan hubungan penjelasan, dan penanda koherensi yang didapatkan dari obyek wacana iklan dari Prabowo-Sandiaga adalah hubungan ararel dan hubungan latar-simpulan. Dari fakta yang telah didapatkan dari proses penelitian yang terdapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua obyek wacana iklan politik tersebut merupakan obyek wacana yang baik.

Kata kunci: wacana, politik, pemilihan, presiden, iklan, kohesi, koherensi

Pendahuluan

Globalisasi yang ada semakin mempersempit dimensi ruang yang terdapat dalam dunia nyata, hal tersebut disebabkan oleh semakin pesatnya kemajuan teknologi informasi yang menyebabkan grafik dinamika peradaban menjadi agresive dalam perkembangannya. Kenyataan tersebut disebabkan oleh semakin mudahnya persebaran dan saling tukar-menukar informasi satu sama lain yang tidak lagi terbatas dimensi jarak. Di zaman ini media massa internet menjadi subyek utama dalam sebuah proses kecepatan persebaran penanyangan karena memiliki kelebihan-kelebihan khusus di banding media lainnya. Kelebihan tersebut diantaranya mampu menyajikan secara lebih praktis, variatif, dan berjangkau sangat luas yaitu seluruh dunia. Internet kini telah menjadi pioner utama dalam menjadi jendela global dalam

hal informasi yang tidak hanya mampu dikonsumsi masyarakat kota saja, tetapi juga sampai ke pojok-pojok warung kopi di saantero nusantara.

Internet dengan berbagai varian aplikasinya kini telah menjadi semacam gaya hidup dan kebutuhan bagi masyarakat kita, internet dapat digunakan menjadi sarana ajang untuk mencari hiburan, dan juga sebagai subyek berbagai infrastruktur kehidupan seperti pendidikan, sosial, budaya, ekonomi dan politik. Dewasa ini internet adalah media paling ampuh dan diminati para politisi sebagai wahana menyampaikan orasi politik, media pembangunan citra dan opini politik di masyarakat serta sosialisasi visi-misi dan berbagai rencana program-program. Jejaring internet akan semakin dikembangkan secara variatif peng-aplikasiannya oleh para politisi untuk melakukan peperangan politik antar calon kandidat demi menaikkan rating satu sama lain agar mendapatkan simpati masyarakat dan memperoleh kemenangan pada saat hari pencoblosan. Kemajuan teknologi informasi menyebabkan saat ini teknis dalam melakukan kampanye tidak melulu melalui media cetak seperti banner, pamflet, dan spanduk-spanduk. Disamping karena memakan sangat banyak biaya, juga tingkat ke-efektifannya bisa dikatakan tidak seperti ketika berkampanye melalui media internet, yang tidak mengeluarkan banyak biaya dan sangat variatif yaitu melalui iklan di web, blog, media sosial, dan mengupload video-video simpatik di youtube.

Penelitian ini membahas periklanan bukan dalam hal suatu kegiatan pemasaran komersial, akan tetapi merupakan sebuah proses komunikasi yang berfokus pada proses persuasif menyampaikan pesan-pesan politik kepada masyarakat luas. Sebuah proses yang diharapkan mampu menstimulus seseorang atau kelompok masyarakat agar mau menjadi pengikut atau pemilih seorang calon dari kandidat sebuah kontestasi politik.

Misalnya dalam pemilihan presiden dan wakil presiden Indonesia di tahun 2019 ini terdapat dua pasangan calon yaitu Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dari koalisi Indonesia Kerja serta Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno dari Koalisi Adil Makmur.

Wacana politik pada gelaran pilpres 2019 menyisahkan pesan dan kesan, berdasarkan pemaparan diatas mendorong peneliti untuk menganalisis sarana koherensi dan kohesi yang terdapat pada obyek yang berupa wacana politik pada iklan pasangan calon presiden dan wakil presiden di pemilihan umum tahun 2019 ini. Hasil yang didapatkan dari proses penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman serta wawasan kepada mahasiswa supaya mengenal dan memahami perangkat linguistik serta luar linguistik yang menjadi hal pendukung sebuah wacana. Sehingga diharapkan pada kedepannya pembaca memiliki kemampuan untuk menelaah dan mengkritisi serta mencari prespektif yang variatif dari setiap wacana yang diperoleh sebelum menyimpulkannya.

Research Methods

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan memakai metode deskriptif. Proses penelitian ini menyesuaikan dengan model teori analisis wacana gagasan Fairclough (1989), sebuah proses penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk memahami sebuah fenomena mengenai apa saja yang dialami oleh subyek proses penelitian seperti persepsi, perilaku, tindakan, dan motivasi secara holistik menggunakan cara deskripsi dalam bentuk narasi pada dimensi-dimensi khusus dengan menggunakan berbagai metode.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini berangkat dari sebuah pernyataan Guigan yang telah dikembangkan Mahsun (2005). Sebuah penelitian dilakukan karena mengalami tiga peristiwa atau keadaan diantaranya: 1. Ditemukannya hasil penelitian yang tidak sesuai atau bertentangan, 2. Ditemukannya informasi yang mengakibatkan sebuah kesenjangan dalam ranah pengetahuan, dan 3. Terdapat sebuah kenyataan yang kita akan berusaha untuk menjelaskannya dengan penulisan penelitian. Menurut Fairclough, sebuah analisis wacana adalah suatu proses praktik sosial, yang mengklasifikasikan analisis wacana

pada tiga dimensi yaitu *social practice*, *text*, dan *discourse practice*. Teks-teks dalam narasi wacana tersebut selalu berhubungan dengan linguistik, konsumsi teks pada awalnya berasal dari sebuah proses produksi yang diawali dari hubungan dengan sebuah dimensi *discourse practice*, dan *social practice* bertautan langsung dengan hubungan konteks yang terdapat pada luar teks. Wacana-wacana politik yang diproduksi di internet oleh masing-masing paslon terkadang memiliki permaknaan yang sama, akan tetapi dalam model menyajikan iklan, masing-masing paslon memiliki narasi tersendiri sehingga membuat pengguna internet penasaran dengan karakter masing-masing calon. Wacana yang diproduksi berupa iklan tersebut memiliki elemen-elemen diantaranya: representasi, yaitu suatu gambaran atau representasi tentang bagaimana orang, partai, ormas, kelompok koalisi, atau apa saja yang digambarkan di dalamnya, lalu elemen relasi. Yaitu sebuah elemen yang dapat dilihat mengenai seperti apa hubungan diantara khalayak, wartawan, dan semua pendukungnya yang ditampilkan dalam teks, dan yang terakhir adalah elemen identitas, elemen ini adalah elemen yang dapat dilihat tentang bagaimana khalayak, partisipan, dan wartawan digambarkan. Bagaimana identitas masing-masing pos tersebut ditampilkan dalam sebuah identifikasi dengan kelompok-kelompok sosial yang terlibat pada suatu permasalahan. Dari sini peneliti berangkat dari alasan kesatu dan ketiga untuk dijadikan alasan motivasi dalam proses penelitian ini.

1. Iklan Politik Pasangan Jokowi-Ma'ruf yang diusung oleh Koalisi Indonesia Kerja
"Bersih
Merakyat
Kerja Nyata"

Pada pembahasan ini dapat dilakukan sebuah analisis bahwa penggunaan kata pada narasi iklan politik yang diproduksi oleh Koalisi Indonesia Kerja yang mengusung pasangan Jokowi-Ma'ruf sangatlah singkat. Wacana yang terdapat dalam iklan ini mengandung representasi

secara konotatif untuk membangkitkan semangat dengan kata *merakyat, kerja nyata*. Mengambarkan sosok Jokowi yang memiliki kedekatan yang kental dengan seluruh masyarakat kota Solo ketika menjabat menjadi walikota. Sementara kata bersih merupakan pencitraan yang ditawarkan oleh paslon Jokowi-Ma'ruf, mengingat sepanjang sejarah dirinya tidak pernah terlibat permasalahan yang pada akhirnya dirinya bersalah. Jargon ini juga bisa diidentifikasi sebagai sebuah jargon yang sedikit mendiskreditkan paslon Prabowo-Sandiaga, karena dalam riwayat hidupnya Prabowo Subianto pernah beberapa kali terlibat isu kasus besar seperti penculikan aktivis dan tindakan indisipliner ABRI yang menyebabkan dirinya diberhentikan dari dinas ABRI pada saat itu. Secara koherensi wacana yang dibuat oleh paslon Jokowi-Ma'ruf ini memosisikan narasi representatif ini sebagai tawaran kepada khalayak tentang jati diri paslon tersebut. Koherensi yang terdapat dalam narasi wacana ini terbangun dari tahapan-tahapan kata mengenai hubungan sebab-akibat yang berkaitan dengan kepribadian.

2. Iklan Politik Pasangan Prabowo-Sandiaga yang diusung oleh Koalisi Indonesia Adil Makmur

"Berdaulat

Adil makmur

Bermartabat

Berdiri di kaki sendiri dalam pesatuan kebangsaan yang kokoh"

Pada pembahasan ini dapat dilakukan sebuah analisis bahwa pemilihan diskursus pada narasi iklan politik yang diproduksi oleh Koalisi Adil Makmur yang mengusung pasangan Prabowo-Sandi bisa juga dikatakan singkat, akan tetapi masih lebih panjang sedikit apabila dibandingkan dengan milik paslon Jokowi-Ma'ruf. Pemilihan kata yang digunakan dalam wacana tersebut menampilkan wacana yang secara representatif menggambarkan sebuah kebulatan tekad yang gigih dalam semangat yang keras untuk bangsa Indonesia. Akan tetapi kebulatan tekad dalam teks

yang ditampilkan secara representatif tersebut kurang terkonstruksi dengan komposisi yang seimbang, sehingga narasinya terlihat ambisius secara konotatif. Secara kohesi narasi iklan ini memposisikan paslon Prabowo-Sandi sebagai yang akan menjadikan Indonesia menjadi seperti yang tertera pada iklan yang dibuatnya. Koherensi yang terkonstruksi dalam narasi ini adalah dari kata pertama sampai terakhir mengandung hubungan-hubungan tahapan perjuangan yang bersifat konseptual.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kedua wacana dalam iklan politik yang diproduksi oleh paslon Jokowi-Ma'ruf dari Koalisi Indonesia Kerja dan paslon Prabowo-Sandi dari Koalisi Adil Makmur sama-sama mempunyai penanda kohesi serta koherensi yang memiliki persamaan dan perbedaan pada kedua wacana iklan politik tersebut.

Penanda kohesi yang ditemukan dalam iklan paslon Jokowi-Ma'ruf adalah anafora dan substitusi, sedangkan penanda kohesi yang ditemukan dalam iklan paslon Prabowo-Sandi adalah katafora dan repetisi. Penanda koherensi yang ditemukan dalam iklan paslon Jokowi-Ma'uf adalah hubungan perturutan dan hubungan penjelasan atau identifikasi, sedangkan penanda koherensi yang terdapat dalam iklan paslon Prabowo-Sandi adalah hubungan paralelisme dan hubungan latar-simpulan. Dari sini dapat dikatakan bahwa kedua wacana politik yang diproduksi oleh kedua paslon yang diusung oleh koalisi Indonesia kerja dan koalisi adil makmur merupakan wacana yang baik.

Daftar Pustaka

- Djajasudarma, T. Fatimah. 2006. *Metode Linguistik: Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT Refika Aditama
- Mahsun, 2005. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Rajagrafindo
- Moleong, J. Lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdak
- Sumarno, dkk. 2000. *Dasar-dasar komunikasi politik*. Bandung: Pasundan Law Faculty Alumnus Press.