

NYIMAK

Journal of Communication

Nyimak: Journal of Communication | Vol. 3 | No. 2 | Halaman 97 - 202 | September 2019 | ISSN 2580-3808



Published By:
Department of Communication Science
Faculty of Social and Political Science
Universitas Muhammadiyah Tangerang



Alamat Redaksi (Journal Address)

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG

Jl. Mayjen Sutoyo No.2 (depan Lap. A.Yani) Kota Tangerang, Banten, Indonesia

Website : <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>

Email : journalnyimak@fisipumt.ac.id

NYIMAK

Journal of Communication

DAFTAR ISI (TABLE OF CONTENT)

Motivasi Menghafal Al-Qur'an pada Anak melalui Komunikasi Interpersonal — Annisa Nurul Mardiyah dan Ayub Ifandy Imran —	97 – 105
Orasi Politik Joko Widodo dan Prabowo Soebianto dalam Pilpres 2019 — Surti Wardani —	107 – 121
Peran Komunikasi Sibernetika bagi Keselamatan Penerbangan — Toto Soebandoro —	123 – 136
Kerusuhan Suporter PSIM dan PSS di Stadion Sultan Agung dalam Bingkai Media Lokal Yogyakarta — Nisa Adzkiya dan Fajar Junaedi —	137 – 155
Eksistensi Java Jazz Festival sebagai Event Musik di Indonesia — Rialdo Rezeky M. L. Toruan dan Nadya Sabrina —	157 – 167
Pengelolaan Kesan Komunikasi Persuasif Personal Sales — Nimas Ardyati —	169 – 176
Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan Debat Kandidat pada Pemilihan Presiden 2019 — Anwar Tri Wibowo —	177 – 189
Peran Internet dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas di Indonesia — Arif Siaha Widodo —	191 – 202

Orasi Politik Joko Widodo dan Prabowo Soebianto dalam Pilpres 2019

Surti Wardani

Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang, Kota Tangerang Selatan 15417
Email: dosen1707@unpam.ac.id

ABSTRAK

Orasi politik (pidato) merupakan momen bagi seorang kandidat untuk bisa memperlihatkan kualitasnya baik sebagai pribadi (ramah, hangat, optimis, dan lain sebagainya), pemikir (lewat berbagai ide serta inovasi yang ditawarkan), maupun sebagai manager (kecakapan mengelola pemerintahan jika kelak terpilih sebagai presiden). Asumsi yang dibangun dalam penelitian ini adalah tidak maksimalnya pemanfaatan orasi politik (pidato) sebagai saluran komunikasi politik antara sang kandidat dengan konstituennya. Seharusnya, orasi politik bisa menjadi momentum antara kandidat dan pendukungnya untuk menyelesaikan ragam persoalan bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis orasi politik kedua calon presiden pada Pemilihan Presiden 2019. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan lewat studi literatur. Teknik analisis isi yang digunakan dilakukan terhadap berbagai dokumen, yang meliputi dokumentasi debat kandidat, berita pada portal media *online* serta orasi politik kedua kandidat pada Pemilihan Presiden 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) orasi politik yang disampaikan oleh Prabowo dan Jokowi cenderung menggeneralisir permasalahan hingga menimbulkan kontroversi; (2) strategi yang digunakan kedua kandidat politik ialah *legitimasi* dan *delegitimasi*; (3) kedua kandidat bisa memperlihatkan wajah “positif” dan “negatif” yang menjadi unsur penyeimbang sehingga konflik sosial tak mudah meletup di tengah masyarakat.

Kata Kunci: Orasi politik, legitimasi, delegitimasi, Pilpres 2019

ABSTRACT

Political oration (speech) is a good moment for candidate to be able to show his quality both as a person (friendly, warm, optimistic, etc.), thinker (through various ideas and innovations offered), and as a manager (ability to manage government if one is elected as president). The assumption built in this research is that the use of political speeches (speeches) is not optimal as a channel of political communication between the candidate and his constituents. Supposedly, political speeches can be a momentum between candidates and supporters to solve various national problems. This research aims to analyze the political speeches of the two presidential candidates in the 2019 Presidential Election. This research use descriptive qualitative approach. Data collection was carried out through literature studies. The content analysis technique used was performed on various documents, which included documentation of candidate debate, news on online media portal and political speeches of both candidates in the 2019 Presidential Election. The results showed that (1) political speeches delivered by Prabowo and Jokowi tended to generalize the problem and causing controversy; (2) the strategies used by the two political candidates are legitimacy and delegitimation; (3) both candidates can show a “positive” and “negative” face which is a balancing element so as to reduce social conflict.

Keywords: political oration, legitimation, delegitimation, Presidential Election

PENDAHULUAN

Semarak perhelatan demokrasi (politik) di Indonesia pada Pilpres 2019 berlangsung dalam suasana *cyberdemocracy*, yang mengisyaratkan adanya kebebasan, partisipasi, serta kontestasi yang berlangsung *face-to-face* atau *online*. Dalam suasana demokrasi siber ini siapa pun dapat melakukan berbagai hal di layar komputer: berbincang, berdiskusi, mencari teman dan bahkan mencari musuh (Akyazi, 2005; McQuail, 2012)

Akan tetapi, ada persoalan krusial yang selanjutnya muncul pada konteks *cyberdemocracy* ini, yaitu pemanfaatan ruang *online* yang kurang bijaksana dan proporsional, misalnya dengan maraknya ujaran kebencian (*hate speech*), berita bohong (*hoax*), atau bahkan sudah menjurus pada persekusi (Ardipandanto, 2017; Rachmaniar, 2017; Syahputra, 2017). Namun demikian, ada banyak juga “aktivitas politik” yang memberikan pencerahan (edukasi) untuk masyarakat (Budiyono, 2016; Ratnamulyani & Maksudi, 2018; Umar, Darmawan, Sufa, & Ndadari, 2014)

Selain berbagai aksi melalui media sosial, “aktivitas politik” penting lainnya yang juga tak pernah absen dari kandidat politik adalah menyampaikan orasi politik (pidato) (Ayuningtias & Hartanto, 2014). Melalui orasi politik berbagai pesan yang bersifat ajakan (persuasif) tentunya bisa lebih mudah diterima konstituen, karena pesan verbal yang disampaikan kandidat politik dapat didukung oleh berbagai pesan nonverbal (kinesik, proksemik, artifaktual, paralinguistik, dan lain-lain) sehingga dapat selaras dengan isi pesan verbal yang dikemukakan (Azmi, 2017; Fatanti & Suyadnya, 2017; Istiyanto, 2010; Pratiwi, 2017; Santi, 2018)

Di samping itu, orasi politik (pidato) juga merupakan momen bagi seorang kandidat untuk memperlihatkan kualitasnya baik itu sebagai pribadi (ramah, hangat, optimis), pemikir (lewat berbagai ide beserta inovasi yang ditawarkan) maupun sebagai manajer (kecakapan mengelola pemerintahan jika kelak terpilih sebagai presiden). Dalam aspek menonjolkan kualitas pribadi peran kesantunan menggunakan bahasa tentunya perlu mendapatkan perhatian dari kandidat, terutama terkait pemilihan diksi dan istilah. Pada aspek ide atau gagasan, kandidat tentu perlu memperhatikan ketersediaan dukungan data sehingga berbagai ide yang dilontarkan memiliki basis argumentasi yang tak mudah dibantah. Pada aspek kecakapan tata kelola, kandidat dapat menyampaikan berbagai hal menyangkut regulasi serta kapabilitas birokrasi sehingga audiens bisa semakin yakin bahwa tatakelola birokrasi pemerintahan kelak akan berjalan dengan baik.

Akan tetapi, sebagai saluran komunikasi politik di antara kandidat dengan konstituennya, orasi politik sering kali menjadi bumerang apabila tidak dapat dimanfaatkan secara bijaksana. Misalnya menjadi ajang penyebaran berita bohong (*hoax*) atau ajang kampanye negatif

(*black campaign*) yang menyudutkan pihak lawan dengan cara tak *fair* dan bertentangan dengan akal sehat. Selain itu, kurangnya data pendukung atau penggunaan kalimat/istilah yang kurang etis, bisa mengaburkan perhatian audiens terhadap substansi pesan politik yang ingin disampaikan. Istilah *genderuwo* yang berkonotasi buruk misalnya, dapat menimbulkan multitafsir sekaligus kontroversi, atau istilah yang vulgar (bangsa yang kalah) juga akan mengundang ragam tafsir. Pada titik ini kebenaran menjadi terdistorsi (dimanipulasi) demi kepentingan politik kelompok tertentu.

Berdasarkan penjelasan di atas pertanyaan penelitian yang ingin diajukan dalam penelitian ini adalah *bagaimana orasi politik dua calon presiden pada Pilpres 2019*. Pertanyaan tersebut akan dijawab dengan teori tindak tutur yang diusulkan oleh Austin (1962) dan dikembangkan oleh Searle (1962). Dalam teori ini, kebenaran tidak terlalu penting (Littlejohn & Foss, 2009). Sebab itulah, orasi politik yang disampaikan Jokowi dan Prabowo harus dilihat dalam konteks yang lebih luas untuk dapat memperoleh makna terdekatnya. Terlebih dalam orasi politik juga terdapat pembicaraan mengenai ideologi, HAM, etika, yang disampaikan oleh kandidat politik dengan menggunakan ragam tindak tutur berbeda (Juwita, 2017).

Guna menganalisis masalah penelitian, analisis akan didasarkan pada Prinsip Kerja Sama (*cooperative principle*) (Grice, 1975). Menurut pendekatan ini terdapat empat maksim yang membangun Prinsip Kerja Sama, yaitu (1) maksim kualitas; (2) maksim kuantitas; (3) maksim hubungan; (4) maksim cara. Dalam *maksim kualitas*, penutur berbicara sesuai dengan yang dianggap benar, dan tidak akan menuturkan sesuatu yang mereka anggap salah. Kebenaran informasi tersebut didasarkan kepada aspek kejujuran. Kebenaran tersebut hendaknya dapat dibuktikan dengan bukti yang ada. Dalam *maksim kuantitas*, pelaku tutur perlu memerhatikan aspek keinformatifan yang ada dalam tuturan tersebut. Maksud dari keinformatifan tersebut adalah: para peserta tutur tidak berkata terlalu lebar atau singkat. Dalam *maksim hubungan*, peserta tutur hendaknya juga memerhatikan aspek relevansi. Aspek relevansi ini berkaitan erat dengan maksim hubungan atau maksim relevansi. Dalam maksim ini, penutur diwajibkan memberi kontribusi yang sesuai dengan persoalan yang sedang dibicarakan. Dalam *maksim cara*, hendaknya penutur berbicara secara langsung, runut, tidak kabur, dan tidak berlebihan. Maksim cara juga menuntut penutur untuk berbicara secara singkat. Maksud tuturan yang singkat ialah, sebaiknya tuturan tersebut tidak bertele-tele.

Penelitian ini juga akan menggunakan teori empat fungsi strategi yang dikembangkan oleh Chilton dan Schaffner (Chilton & Schaffner, 1997). Dalam penelitian ini, analisis hanya difokuskan pada strategi *legitimasi* dan *delegitimasi* yang digunakan oleh kedua kandidat.

Untuk semakin memperkaya pembahasan, peneliti juga menggunakan teori wajah Goffman (Goffman, 1967), terutama untuk memotret atribut sosial yang sudah identik dan melekat pada pribadi kandidat. Pada teori ini, wajah digolongkan menjadi dua: wajah dengan keinginan positif (*positive face*) dan wajah dengan keinginan negatif (*negative face*). Wajah positif berhubungan dengan nilai-nilai solidaritas, ketidakformalan, pengakuan, dan kesekoncoan, sementara wajah yang negatif bermuara pada keinginan seseorang untuk tetap mandiri, bebas dari gangguan pihak luar, serta adanya penghormatan pihak luar pada nilai kemandirian yang dipegang tersebut (Aziz, 2008).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur. Teknik analisis isi dilakukan terhadap berbagai dokumen yang meliputi dokumentasi debat kandidat, berita pada portal media *online*, dan orasi politik kedua kandidat pada Pilpres 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Orasi Politik *Indonesia Menang* dan *Politisi Genderuwo*



Gambar 1. Pidato *Indonesia Menang* yang Disampaikan Prabowo Soebianto

Sumber: <https://style.tribunnews.com/2019/01/14/link-live-streaming-pidato-kebangsaan-prabowo-subianto-indonesia-menang-malam-ini-1930-wib>

Pada tanggal 14 Januari 2019 Prabowo Soebianto menyampaikan orasi politiknya berjudul *Indonesia Menang* di hadapan para pendukungnya. Pada kesempatan itu, Prabowo Soebianto menyampaikan kegelisahannya mengenai keadaan bangsa Indonesia yang dianggapnya belum dapat mewujudkan keadilan-kemakmuran (“10 Janji Politik Capres Cawapres Prabowo-Sandi pada Pidato Kebangsaan,” 2019)

Sejumlah tokoh yang ikut menghadiri pidato kebangsaan Prabowo antara lain adalah SBY selaku Ketua Umum Partai Demokrat, Zulkifli Hasan (Ketua Umum Partai Amanat Nasional), Sohibul Iman (Presiden Partai Keadilan Sejahtera), Salim Segaf Al-Jufri, Agus Harimurti, dan bahkan pula oleh Siti Hediati (alias Titiiek Soeharto) yang merupakan petinggi Partai Berkarya serta mantan istri Prabowo (“SBY hingga Titiiek Soeharto Hadiri Pidato Prabowo ‘Indonesia Menang,’” 2019)

Pidato kebangsaan itu juga menjadi bagian pada rencana sosialisasi perbaikan (revisi) atas dokumen visi-misi Prabowo sebagai calon presiden. Dalam keterangan persnya, Dahnil Anzar Simanjuntak sebagai Koordinator Juru Bicara Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo-Sandi menegaskan bahwa terdapat empat poin perbaikan dalam dokumen visi-misi *Indonesia Menang* (“Besok, Prabowo Bacakan Pidato Kebangsaan Berjudul Indonesia Menang,” 2019).

Pertama, perubahan tata bahasa supaya mudah dipahami masyarakat. *Kedua*, memperkuat referensi dan dasar utama visi-misi yang berlandaskan Pancasila dan UUD 1945, khususnya karena hendak mengembalikan pembangunan ekonomi agar berlandaskan pada Pasal 33 UUD 1945. *Ketiga*, perubahan struktur kalimat pesan visi Prabowo-Sandi agar supaya pesan tersebut mudah dipahami masyarakat. *Keempat*, perubahan layout (tata letak) dokumen visi-misi.

Menurut anggota Badan Pemenangan Nasional (BPN) Laode Kamaluddin, penyampaian visi-misi melalui pidato kebangsaan adalah bagian dari simulasi Prabowo dalam menghadapi debat perdana, di mana secara teknis Prabowo sedang mempersempit cakupan materi di dalam dokumen *Indonesia Menang* menjadi empat materi debat (“Setelah Pidato Indonesia Menang, Prabowo Lebih Siap Hadapi Debat,” 2019).

Pada pidato kebangsaannya tersebut Prabowo juga menyampaikan janji politiknya apabila terpilih menjadi Presiden Republik Indonesia. Dirangkum dari portal berita *online* Kompas, kesepuluh janji tersebut adalah: (1) dana desa langsung; (2) perbaiki gaji hakim, polisi, guru, tenaga kesehatan; (3) membangun bank tani dan nelayan; (4) bangun bank tabungan haji; (5) mendirikan asrama haji di Arab Saudi; (6) memberi kepastian hukum ojek *online*; (7) perbaiki tatakelola BPJS; (8) hentikan pembengkakan utang Luar Negeri Indonesia; (9)

pemberdayaan dan insentif usaha kecil; dan (10) alih fungsi hutan rusak (“10 Janji Politik Capres Cawapres Prabowo-Sandi pada Pidato Kebangsaan,” 2019).

Sementara itu, apabila kelak terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia menggantikan Jokowi, Prabowo juga menyiapkan lima fokus Program Kerja Nasional yang menjadi prioritas pemerintahannya. Fokus pertama adalah ekonomi yang mengutamakan rakyat, adil, makmur, berkualitas, dan berwawasan lingkungan. Fokus kedua adalah peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial. Fokus ketiga ialah keadilan di bidang hukum dan demokrasi berkualitas. Fokus keempat adalah membuat Indonesia sebagai rumah yang aman, nyaman, dan berdaulat bagi seluruh rakyat Indonesia. Fokus kelima penguatan karakter dan kepribadian bangsa yang luhur (“Setelah Pidato Indonesia Menang, Prabowo Lebih Siap Hadapi Debat,” 2019).

Beberapa bulan sebelum Prabowo menyampaikan pidato *Indonesia Menang*, melalui orasi politiknya Jokowi kembali mengingatkan bangsa Indonesia tentang pentingnya berpedoman pada etika politik. Apa yang hendak ditekankan Jokowi dalam pidatonya adalah tidak etisnya berpolitik dengan menakut-nakuti (“Kejutan Jokowi, Politik Sontoloyo sampai Genderuwo,” 2018). Politikus yang menakut-nakuti itu selanjutnya disebutnya sebagai *politikus genderuwo*.

Pernyataan Jokowi itu menimbulkan polemik. Masyarakat bertanya-tanya tentang maksud serta sosok yang disasar dari ucapan tersebut. Ketika ditemui usai menghadiri acara Bandung Lautan Sepeda, Jokowi enggan berkomentar tatkala ditanya maksud ucapannya itu. Dia hanya menyatakan sekilas jika permasalahan itu telah selesai (“Tembakan Jokowi untuk Elite Politik Genderuwo,” 2018). Dalam pandangan Wakil Ketua Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma’ruf, Abdul Kadir Karding, perkataan Jokowi tidak bermaksud menyerang politisi tertentu di Indonesia, namun hanyalah ungkapan simbolik semata. Menurut Karding, ungkapan politik genderuwo hendak menggambarkan situasi politik yang dinamis, sebab Jokowi melihat rakyat sering kali dihantui isu-isu palsu, *hoax*, fitnah, nyinyir, yang tujuannya adalah untuk menakut-nakuti rakyat. Padahal, politik seharusnya bisa menjadi sesuatu yang menyenangkan.

Sementara itu, Ma’ruf Amin menafsirkan ungkapan tersebut sebagai suatu imbauan untuk membangun upaya komunikasi politik yang sehat, tidak menakut-nakuti. Lebih jauh, Ma’ruf Amin mengakui jika ada kelompok-kelompok dalam masyarakat yang sengaja menyebarkan kebohongan berupa *hoax* dan fitnah yang membuat rakyat takut..

Sebelumnya Jokowi juga pernah mengucapkan istilah “*politik sontoloyo*” ketika ia sedang membagikan 5.000 sertifikat Hak Atas Tanah di Lapangan Sepakbola Ahmad Yani, Jakarta Selatan. Dalam kesempatan tersebut Jokowi mengingatkan masyarakat agar tidak terpengaruh politisi yang berniat memecah belah bangsa Indonesia (“*Genderuwo–Sontoloyo & Lunturnya Politik Simbol Jokowi,*” 2018)



Membagikan 5.000 Sertifikat Tanah, Jokowi Mengeluarkan Istilah *Politik Sontoloyo*

Sumber: <http://poskotanews.com/2018/10/23/bagi-sertifikat-bersama-jokowi-anies-semoga-dimanfaatkan-dengan-baik/>

Kedua istilah tersebut, *politisi genderuwo* dan *politik sontoloyo* sama-sama menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat dan di tingkat elit politik. Tak sedikit dari kelompok oposisi memberi “serangan balik” terhadap ungkapan yang cenderung tidak mudah untuk ditafsirkan. Dalam buku *Psikologi Komunikasi*, dijelaskan bahwa bahasa sering kali tak lengkap mewakili kenyataan. Jadi kata-kata dianggap hanya bisa menangkap sebagian dari kenyataan (Rakhmat, 2003), terlebih lagi dalam konteks dunia politik (Andawiyah, 2016; Dunmire, 2012; Nasution, 2007; Umar et al., 2014)

Menuju *Indonesia Menang*

Dalam pidato kebangsaan *Indonesia Menang*, Prabowo Soebianto dengan tegas menyindir kondisi bangsa Indonesia yang masih stagnan. Menurut Prabowo, Indonesia seharusnya sudah bisa menjadi “bangsa yang unggul dan mandiri”, terutama karena memiliki sumberdaya alam melimpah dan sumberdaya manusia yang cerdas. Berbekal kedua syarat yang sudah

dimiliki tersebut, Indonesia menurut Prabowo sudah seharusnya bertransformasi menjadi negara maju yang mampu menyejahterakan dan mendatangkan kemakmuran bagi rakyatnya.

Orasi politik (pidato) tersebut secara tidak langsung mengemukakan suatu “keadaan ideal” di masa depan yang seharusnya dapat diwujudkan, terutama ketika Prabowo terpilih menjadi “pemenang” pada Pilpres 2019. Dalam pidato tersebut, Prabowo berusaha meyakinkan lawan bicaranya bahwa dirinya memiliki sumberdaya yang diperlukan sehingga tindak tuturnya bisa dianggap mempunyai kredibilitas. Ini juga merupakan upaya guna “menggeneralisir” keadaan di mana tindak tutur (*speech act*) bisa menjadi bagaikan “api”, atau “salah tembak” (Altikriti, 2016; Dylgjeri, 2017; Gusthini, Sobarna, & Rosaria Mita, 2018; Hashim, 2015; Searle, 1969).

Selain itu Prabowo juga sangat yakin bahwa kelak ia akan memenuhi janjinya dan percaya bahwa ia mampu melaksanakannya. Kedua hal tersebut merupakan sintesis dari antitesis yang dipaparkan Prabowo ketika menengok keadaan Indonesia yang menurutnya belum mengalami kemajuan signifikan. Hal ini juga didukung ungkapan-ungkapan yang sering dilontarkannya, seperti “kebocoran APBN”, pemerintah yang senang berhutang, penegakan hukum yang tidak seimbang, dan lain sebagainya.

Sebagai orasi politik, kita tentunya akan kesulitan menemukan relevansi pidato itu dengan kondisi sosial-politik yang berkembang, terutama karena audien tidak disajikan dengan “data-data pendukung” yang memadai dan bisa menjadi penguat antitesis yang dikemukakan. Oleh karena itu, dampaknya adalah sulit menemukan kebenaran dalam sintesisnya. Artinya, narasi yang dikemukakan tak mengandung empat maksim Prinsip Kerja Sama baik maksim kualitas, kuantitas, hubungan maupun cara. Artinya, data-data yang disajikan dalam *Indonesia Menang* cenderung tidak memadai dan hanya bersifat garis besar.

Implikasi dari tidak diterapkannya beberapa kaidah dalam pidato itu, salah satunya adalah memunculkan kontroversi di tengah masyarakat. Kontroversi tidak dapat dihindari, terutama ketika ada banyak kata atau kalimat yang bisa menimbulkan multitafsir di tengah masyarakat. Pada titik ini, terdapat kebutuhan untuk membangun pemahaman bersama mengenai berbagai hal dalam pidato *Indonesia Menang*, terutama mengenai “data penunjang lanjutan” yang tidak tersedia pada *teks pidato*. Bagi sebagian kalangan misalnya, kritik yang disampaikan Prabowo tidak dikemukakan dengan dukungan data yang memadai dan disertai dengan jalan keluarnya. Kelima kritik tersebut mencakup: (1) keadilan ekonomi rakyat; (2) tingkat kualitas hidup serta kesejahteraan sosial; (3) keadilan hukum dan kualitas demokrasi; (4) stabilitas atau rasa aman bagi rakyat; dan (5) penguatan karakter beserta kepribadian bangsa (“Pidato Prabowo, Antara Penuh Kritik dan Minim Solusi Konkret,” 2019).

Atau, yang lebih ekstrem lagi adalah pernyataan Prabowo yang sempat menyebutkan jika bangsa Indonesia adalah bangsa yang kalah. Tentunya akan sulit untuk menentukan parameter dari kekalahan tersebut. Belum lagi, akan ada banyak pendapat yang mengemuka menyangkut penyebab kekalahan tersebut.

Sebagai bagian dari kampanye Piplres 2019 kritik Prabowo terhadap pemerintahan Jokowi tentunya merupakan hal wajar sebagai lawan politik, terutama untuk bisa meraih simpati dari masyarakat dan meningkatkan elektabilitas. Sebagai strategi untuk mewujudkannya maka apa yang dilakukan Prabowo termasuk usaha *mendelegitimasi* Jokowi, bahkan secara tak langsung menyatakan bahwa pemerintahan Jokowi merupakan pemerintahan yang gagal, pemerintahan yang mengkriminalisasi ulama, pemerintahan yang hanya pintar berutang dan lain sebagainya.

Tetapi, terlepas dari serangan “frontal” yang dilemparkan Prabowo pada lawan politiknya (Jokowi), keduanya sering kali menunjukkan pada masyarakat bahwa persatuan dan kesatuan jauh lebih penting dibandingkan perhelatan lima tahunan (Pemilu). Artinya, rivalitas di antara keduanya masih terbatas pada kontestasi demokrasi, tidak dalam pengertian *vis a vis*. Artinya, potensi konflik sosial dan politik masih dapat dihindari dan bangsa Indonesia dapat terhindar dari perpecahan.

Fenomena ini menunjukkan jika “wajah” yang dihadirkan Prabowo adalah “wajah positif” dan “wajah negatif”. Pada “wajah” positifnya, Prabowo senantiasa menegaskan dirinya adalah patriot dan siap berkorban demi persatuan bangsa dan kedaulatan Indonesia. Konsekuensi dari pernyataan tersebut merupakan suatu kesediaan Prabowo untuk bekerja sama dengan Jokowi dengan mengesampingkan perbedaan yang ada, karena persatuan dan kedaulatan bangsa telah menjadi prinsip yang dipegang teguh oleh Prabowo. Pada “wajah” negatifnya Prabowo secara tegas menyatakan ia mampu mewujudkan keadaan yang lebih baik bagi Indonesia, membawa Indonesia menuju kemajuan, dan membawa bangsa Indonesia keluar dari “kekalahan” menuju “kemenangan” dalam berbagai dimensi kehidupan.

Pada konteks ini, kata *kemenangan* bisa dikatakan sebagai “mantra sakti dan pamungkas” dalam *Indonesia menang*. Akan tetapi, bersama intonasi *Indonesia Menang*, publik masih bisa mengingat bagaimana ketegasan Prabowo ternyata masih beriringan dengan kontroversi yang melekat pada dirinya yang ternyata belum lekang dimakan waktu (Djarot, 2006; Noya, 2006).

Berpolitik tanpa Menakut-nakuti (Politisi Genderuwo)

Berbeda dengan Prabowo yang cakupan pembicaraannya amat luas, apa yang disampaikan Jokowi melalui orasi politiknya adalah sorotan terhadap iklim politik yang dianggapnya tidak mendukung perkembangan demokrasi. Kekhawatiran itu disampaikan oleh Jokowi pada suatu kesempatan ketika membagikan 5,000 sertifikat tanah di Tegal. Dalam kesempatan itu Jokowi berpesan supaya masyarakat tetap menjaga kerukunan meski nanti berbeda pilihan politik dan senantiasa waspada dengan pengaruh dari politisi yang melakukan “kampanye negatif” atau “propaganda” yang dapat memecah belah persatuan.

Bagi Jokowi, apa yang menjadi sorotan dan kekhawatirannya bukan keadaan biasa (tetapi luar biasa). Keadaan tidak biasa tersebut adalah jauhnya para politisi dari praktik politik yang beretika. Sindirian kerasnya itu lalu diungkapkan dengan istilah yang juga keras, yaitu *politisi genderuwo*. Istilah ini merujuk kepada politisi yang selalu menyebarkan propaganda sekaligus menakut-nakuti masyarakat.

Sebagaimana Prabowo, Jokowi pun berupaya menggeneralisir ucapannya terutama karena tidak menyebutkan konteksnya secara spesifik dan pernyataan tersebut disampaikan Jokowi di hadapan rakyat yang belum bisa menafsirkannya dengan tepat (sesuai maksud Jokowi sebagai komunikator). Artinya Jokowi pun melakukan generalisasi terhadap iklim politik yang sedang disorotinya.

Objek yang dituju oleh Jokowi pun berbeda dengan Prabowo yang ruang lingkupnya jauh lebih luas; ruang lingkup yang dituju oleh Jokowi adalah para politisi yang dianggapnya suka menakut-nakuti masyarakat. Dalam hal ini narasi *politik genderuwo* yang disampaikan Jokowi juga tidak mengandung empat maksim Prinsip Kerja Sama, misalnya tidak disertakannya data yang memadai (maksim kualitas), dan belum tentu juga audiens yang hadir di hadapan Jokowi memerlukan “informasi politik” seperti itu (kaidah kuantitas). Akibatnya, Jokowi pun terbawa masuk dalam polemik yang sebenarnya tidak perlu terjadi (kaidah cara) karena bisa dihindari.

Pada pidato *politisi genderuwo*, strategi yang lebih dominan dimanfaatkan Jokowi adalah strategi *legitimasi*, terutama dengan cara menonjolkan berbagai prestasi yang telah ditorehkan oleh pemerintahannya. Strategi *legitimasi* ini jauh lebih mudah digunakan oleh Jokowi karena posisinya adalah *incumbent*. *Legitimasi* yang menonjol dalam orasi politik *politisi genderuwo* adalah keberhasilan Jokowi dalam menjalankan program kerja pertanahan yang sangat identik dengan keberpihakan terhadap *wong cilik*.

Namun secara tidak langsung kita juga dapat melihat strategi *delegitimasi* yang digunakan Jokowi dengan mengidentifikasi lawan politik serta kelompoknya sebagai sekelompok politisi tak beretika, karena tidak mungkin Jokowi mengalamatkan istilah *politisi genderuwo* terhadap para politisi dalam barisan partai-partai pendukungnya. Hal ini bertentangan dengan logika politik; apabila ungkapan itu diarahkan kepada politisi dalam partai pendukungnya, tentu akan ada potensi konflik internal yang tak bisa dihindari dan mengancam soliditas kekuatan partai pendukung.

Sebagaimana Prabowo, Jokowi juga menampilkan citra “wajah” positif sekaligus negatif. Sebagai bagian dari kontestan Pilpres 2019 dan dinamika politik, perbedaan pendapat antara dirinya dengan Prabowo merupakan “sesuatu” yang tidak dapat dihindari. Namun demikian, sebagai sesama anak bangsa, seperti yang sering diperlihatkan Jokowi pada berbagai momen, persahabatannya dengan Prabowo tetap berjalan baik. Pada sisi lain, Jokowi seolah-olah ingin menegaskan jika dirinya dan partai pendukungnya merupakan politisi yang menjunjung tinggi etika dalam berpolitik serta tidak pernah menakut-nakuti rakyat Indonesia dalam mewujudkan tujuan politiknya.

KESIMPULAN

Orasi politik seharusnya bisa menjadi momentum bagi komunikasi politik antara kandidat serta pendukungnya dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang dialami bangsa, mulai dari aspek ekonomi, sosial-budaya, hukum serta politik. Ruang orasi politik ini juga sebaiknya dapat digunakan untuk mematangkan visi-misi bersama antara kandidat dan konstituen. Selain itu, komunikasi politik yang berlangsung hendaknya dibangun melalui asas emansipatorisme, kesetaraan dalam memperoleh informasi, sehingga rakyat (masyarakat) tidak menjadi korban. Mengorbankan masyarakat, demi konspirasi dan demi kekuasaan atas wacana, mengandaikan bangsa ini masih terlena oleh kebiasaan usang (*old habits*) terkait ungkapan siapa menguasai informasi adalah pemegang (penguasa) dunia.

SARAN

Penelitian mengenai orasi politik ditinjau dari perspektif komunikasi masih sangat penting untuk terus dikembangkan, terlebih pada negara yang sedang berusaha menumbuhkan suasana demokrasi yang sehat. Penelitian-penelitian tersebut tentunya akan sangat bermanfaat baik itu bagi politisi maupun bagi masyarakat sebagai konstituen. Dalam konteks penelitian ini, masih sangat terbuka ruang pengembangan lebih lanjut dalam menganalisis

orasi politik berdasarkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini secara lebih mendalam, baik itu menggunakan kaidah prinsip kerja sama maupun teori empat fungsi strategi yang dikembangkan Chilton dan Schaffner. Hal ini kemudian menjadi penting manakala mempertimbangkan kondisi Indonesia dengan keberagaman suku serta budayanya, di mana “benturan” pemahaman atau pemaknaan terhadap sebuah pesan politik sangat mungkin terjadi, dan terkadang berujung kepada konflik sosial yang lebih luas.

REFERENSI

- 10 Janji Politik Capres Cawapres Prabowo-Sandi pada Pidato Kebangsaan. (2019, January 15). Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/01/15/13441781/10-janji-politik-capres-cawapres-prabowo-sandi-pada-pidato-kebangsaan>
- Akyazi, E. (2005). *Cyberculture and Interactivity*. Presented at the 3rd International Symposium of Interactive Media Design, Istanbul.
- Altikriti, S. (2016). Persuasive speech acts in Barrack Obama’s Inaugural Speeches (2009, 2013) and The Last State of the Union Address (2016). *International Journal of Linguistics*, 8(2), 47–66.
- Andawiyah, R. (2016). Bahasa, Komunikasi Politik dan Ideologi. *OKARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 10(2).
- Ardipandanto, A. (2017). Persekusi: Perspektif Demokrasi. *Info Singkat (Pemerintahan Dalam Negeri)*, 9(11), 17–20.
- Ayuningtias, D. I., & Hartanto, E. C. S. (2014). Pidato Politik di Indonesia: Sebuah Kajian Wacana Kritis. *Prosodi*, 8(1), 25–38.
- Aziz, E. A. (2008). *Horison Baru Teori Kesantunan Berbahasa: Membngkai yang Terserak, Menggugat yang Semu, Menuju Universalisme Hakiki (Pidato Pengukuhan Guru Besar)*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Azmi, K. (2017). Pengelolaan Kesan Calon Gubernur Banten “Wahidin Halim” pada Media Online Twitter dan Facebook. *Communication*, 8(2), 64–87.
- Besok, Prabowo Bacakan Pidato Kebangsaan Berjudul Indonesia Menang. (2019, January 13). Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/01/13/13171561/besok-prabowo-bacakan-pidato-kebangsaan-berjudul-indonesia-menang>

- Budiyono. (2016). Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 47–62.
- Chilton, P. A., & Schaffner, C. (1997). Discourse and politics. In *Discourse as Social Interaction* (pp. 206–30). London: Sage.
- Djarot, E. (2006). *Prabowo Sang Kontroversi*. Jakarta: Mediakita.
- Dunmire, P. L. (2012). Political Discourse Analysis: Exploring the Language of Politics and the Politics of Language. *Language and Linguistics Compass*, 6(11), 735–751.
- Dylgjeri, A. (2017). Analysis of Speech Acts in Political Speeches. *European Journal of Social Sciences Studies*, 2(2), 19–25.
- Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2017). Olah Tubuh Politisi dalam Bingkai Media: Analisis Komunikasi Non Verbal Surya Paloh dalam Membangun Citra Politik. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1), 26–37.
- Genderuwo–Sontoloyo & Luntarnya Politik Simbol Jokowi. (2018, November 12). Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20181112122107-32-345837/genderuwo—sontoloyo-dan-luntarnya-politik-simbol-jokowi>
- Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual*. New York: Doubleday.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In *Studies in Syntax and Semantics III: Speech Acts* (pp. 183–198). New York: Academic Press.
- Gusthini, M., Sobarna, C., & Rosaria Mita, A. (2018). A Pragmatic Study of Speech as an Instrument of Power: Analysis of the 2016 USA Presidential Debate. *Studies in English Language and Education*, 5(1), 97–113.
- Hashim, S. S. M. (2015). Speech Acts in Selected Political Speeches. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 2(3), 396–406.
- Istiyanto, S. B. (2010). Pentingnya Komunikasi Artifaktual dalam Keberhasilan Modifikasi Komunikasi Antarmanusia. *Acta Diurna*, 6(2), 12–22.
- Juwita, S. R. (2017). Tindak Tutur Ekspresif dan Komisif dalam Debat Calon Presiden Republik Indonesia 2014: Studi Analisis Wacana. *Jurnal Eduscience*, 3(1), 37–48.
- Kejutan Jokowi, Politik Sontoloyo sampai Genderuwo. (2018, November 9). Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2019/01/15/13441781/10-janji-politik-capres-cawapres-prabowo-sandi-pada-pidato-kebangsaan>

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. (2009). *Theories of Human Communication*. New York: McGraw-Hill.
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa: Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Nasution, Z. (2007). Bahasa sebagai Alat Komunikasi dalam Rangka Mempertahankan Kekuasaan. *Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, Dan Ekologi Manusia*, 1(3), 445–464.
- Noya, A. F. (2006). *Habibie, Prabowo & Wiranto Bersaksi*. Jakarta: Mediakita.
- Pidato Prabowo, Antara Penuh Kritik dan Minim Solusi Konkret. (2019, January 15). Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190115121642-32-360916/pidato-prabowo-antara-penuh-kritik-dan-minim-solusi-konkret>
- Pratiwi, B. N. (2017). Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 376–387.
- Rachmaniar, R. A. (2017). Komentar Kasar Netizen untuk Video Debat Final Pilkada DKI 2017 di Channel Youtube. *Jurnal Lontar*, 6(2), 43–50.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154–161.
- Santi, F. (2018). Pesan Nonverbal dalam Komunikasi Politik Wahidin Halim Sebagai Calon Gubernur Banten pada Pilkada Banten 2017. *Nyimak: Journal of Communication*, 2(2), 131–149.
- SBY hingga Titiek Soeharto Hadiri Pidato Prabowo “Indonesia Menang.” (2019, January 14). Retrieved from https://nasional.kompas.com/read/2019/01/14/19_531511/sby-hingga-titiek-soeharto-hadiri-pidato-prabowo-indonesia-menang
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. London: Cambridge University Press.
- Setelah Pidato Indonesia Menang, Prabowo Lebih Siap Hadapi Debat. (2019, January 16). Retrieved from https://nasional.kompas.com/read/2019/01/16/190_65931/setelah-pidato-indonesia-menang-prabowo-lebih-siap-hadapi-debat
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual & Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 457–475.

Tembakan Jokowi untuk Elite Politik Genderuwo. (2018, November 13). Retrieved from <https://www.liputan6.com/news/read/3690607/tembakan-jokowi-untuk-elite-politik-genderuwo>

Umar, A. R. M., Darmawan, A. B., Sufa, F., & Ndadari, G. L. (2014). Media Sosial dan Revolusi Politik: Memahami Fenomena “Arab Spring” dalam Perspektif Ruang Publik Transnasional. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 18(2), 114–129.



Copyright (c) 2019 *Nyimak: Journal of Communication*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0

