

Analisis Wacana Politik Debat Publik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Republik Indonesia

Political Discourse Analysis of The Public Debate for Presidential and Vice Presidential Candidates of The Republic of Indonesia

Farid Iskandar

Universitas Brawijaya, Indonesia

Diterima: Juni 2020; Disetujui: Agustus 2020; Dipublish: Agustus 2020

Corresponding Email: faridiskandar123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena komunikasi politik pada masa pemilihan Presiden dan wakil presiden RI tahun 2019. Dari kasus yang terjadi pada masa kampanye, sering terjadi gejala *less argumentation*, *lack of credibility* dan kurangnya kemampuan berkomunikasi melalui debat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode analisis wacana, dengan menggunakan teori *The Fungsional Debate Campaign* yang dikemukakan oleh William, L. Benoit. Termasuk penggunaan metode penelitian serta teknik analisis yang dikembangkan oleh Benoit. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa semua kandidat Presiden dan Wakil Presiden lebih banyak mengarahkan wacana politiknya ke bentuk kebijakan dari pada memunculkan karakter masing-masing kandidat, namun dalam menyampaikan pesan politiknya masih dinilai kurang baik pada aspek verbal maupun nonverbal. Dilihat dari segi strategi fungsional dinilai sudah cukup memadai karena sudah menggunakan beberapa teknik, namun belum merata ditampilkan oleh semua kandidat. Adapun kelemahan dilihat dari strategi berdebat, kandidat kurang mampu membangun *acclaim* yang baik untuk membangun keterpilihan dengan berusaha menyerang dan bertahan ketika mendapat serangan. Implikasi penelitian pada debat kandidat ini, menunjukkan bahwa penggunaan debat kandidat di televisi sebagai forum komunikasi politik, sebenarnya banyak menarik perhatian media dan khususnya *voters* akan tetapi masih belum menjadi sarana utama yang ideal untuk pemilih melihat kredibilitas dan kapabilitas calon pemimpinnya.

Kata Kunci: Debat, Kampanye Politik, Analisis Wacana, Teori Fungsional Kampanye Debat.

Abstract

This study discusses to examine the phenomenon of political communication during the presidential and vice-presidential elections in 2019. From cases that occur during the campaign period, there are often symptoms of lack of argumentation, lack of credibility, and lack of ability to communicate through debate. This research uses The Functional Debate Campaign theory stated by William, L. Benoit. It is including the use of research methods and analytical techniques developed by Benoit. From the results of this study it is known that all candidates for President and Vice President mostly direct their political discourse into policy rather than turn up their characters, but in conveying their political messages still have shortcomings from verbal and nonverbal aspects. Whereas in terms of functional strategy it is considered to be sufficient because it has used several techniques, but it has not been evenly displayed by all candidates. There is also a weakness that appears in all candidates seen from the debate strategy which is less able to build good acclaim to build election by candidates by trying to attack and defend when attacked. The implications of the research on this candidate's debate, show that the use of candidate debates on television as a political communication forum was attracted the media and voters, however, it has not yet an ideal primary means for voters to see the credibility and capability of the prospective leader.

Keywords: Debate, Political Campaign, Discourse Analysis, Functional Debate Campaign

How to Cite: Iskandar, F. (2020). Analisis Wacana Politik Debat Publik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Republik Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 1 (3): 31-38.



PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu negara penganut paham demokrasi, sudah tentu melaksanakan pemilu sebagai pengejawantahan atau perwujudan kedaulatan rakyat. Dalam proses tahapan pemilu berdasarkan PKPU Nomor 23 Tahun 2018 Pasal 1 Ayat 21 disebutkan bahwa kampanye pemilu yang selanjutnya disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan citra diri peserta pemilu. Selanjutnya, dalam pasal 23 ayat 1 disebutkan bahwa salah satu metode kampanye yang dilaksanakan oleh KPU adalah dengan debat publik atau debat terbuka antar pasangan calon.

Menurut kajian ilmu Komunikasi, debat merupakan salah satu bentuk retorika. Menurut Cleanth Brooks dan Robert P. Warren (dalam Suhandra, 2009), secara sederhana retorika didefinisikan sebagai seni penggunaan bahasa secara efektif (*the art of using language effectively*). Penggunaan bahasa secara efektif ini mengharuskan seorang komunikator untuk meramu strategi penyampaian pesan serta pemilihan kata yang tepat pada audiens untuk memahami makna yang ingin disampaikan. Pesan politik merujuk pada wacana dalam bentuk karakter publik atau orasi yang disampaikan oleh kepala atau pejabat pemerintah, wakil pemerintah lain, atau kepala negara, untuk memperjelas posisi mereka, pendapat dan kebijakan pemerintah (Zhu & Wang, 2020).

Debat sebagai suatu bentuk retorika modern pada umumnya terciptakan oleh adanya dua pihak atau lebih yang melangsungkan komunikasi dengan bahasa dan saling berusaha memengaruhi sikap dan pendapat orang atau pihak lain agar mereka mau percaya dan akhirnya melaksanakan, bertindak, mengikuti atau sedikitnya mempunyai kecenderungan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dikehendaki oleh pembicara (Santosa, 2004).

Sebagai prosesi komunikasi, indikator debat yang akan diperhatikan oleh para pemilih atau khalayak salah satunya wacana (isu) para calon presiden dan wakil presiden. Wacana yang dibangun akan memberi kesan pada kemampuan kandidat dalam menangani persoalan substantif yang dijanjikan (Nimmo, 2005). Berdasarkan konsep teoritis wacana diartikan sebagai domain umum suatu pernyataan atau teks yang mempunyai makna dan mempunyai efek dalam dunia nyata (Sobur, 2018), sehingga sebuah debat dapat diketahui bahwa beberapa kandidat memungkinkan akan mempromosikan sebuah isu yang telah dipilihnya. Lanoue dan Schrott (dalam Kaid, 2015) menunjukkan bahwa debat adalah kampanye yang terpenting dalam upaya untuk membujuk dengan menarik warga untuk mendapatkan hadiah utama, yakni suara mereka. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rosaini (2015) pengarah wacana media dalam proses kampanye pemilu Amerika Serikat membuat Barac Obama menang dengan bantuan dari lembaga sensor AIPAC yang menyaring isu dan pemberitaan dari media. Media berperan dalam membentuk *framing* pesan yang disampaikan yang bersifat informatif, mendidik dan sekedar hiburan.

Low (2005) menyebutkan bahwa ideologi dan kepemilikan media berpengaruh terhadap *framing* pesan yang disampaikan pada khalayak, sehingga pesan yang ditampilkan bisa cenderung berpihak kepada salah satu kelompok. Lebih lanjut wacana yang dikemukakan akan dicerna oleh khalayak untuk mengerti pesan apa yang hendak disampaikan oleh kandidat. Badara (2012) dalam kajian *political discourse analysis* mengatakan bahwa kajian secara umum dapat didasarkan pada dua kriteria yaitu : (1) fungsional dan (2) tematik. Analisis wacana politik, didefinisikan sebagai teks dan pembicaraan politisi dalam konteks politik yang terbuka, atau pendekatan politik, yakni kritis, untuk analisis wacana. Kemudian Peterson (dalam Cangara, 2016) mengemukakan bahwa penyebaran informasi tentang calon oleh media sangat erat hubungannya dengan pengetahuan pemilih tentang calon dalam masa kampanye. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani (2013) terkait analisis wacana dalam debat, beliau menjelaskan bahwa wacana yang di lontarkan dalam bentuk narasi dan retorika setiap pasang calon sering kali mengarahkan wacana politiknya kedalam bentuk kebijakannya dari pada karakter. Selanjutnya strategi yang diterapkan dalam debat memiliki banyak kelemahan dalam adu argumentasi dalam klaim arah kebijakan, kemudian dalam pemilihan presiden acara debat merupakan wadah acara *contest* dan mengajak pemilih untuk memilih diantara yang terbaik dan sehat dalam mengkampanyekan programnya.



Pada debat kandidat kepresidenan secara umum kita sudah mengetahui rekam jejak masing-masing kandidat, yang belum kita ketahui secara terperinci adalah pandangan-pandangan mereka mengenai persoalan bangsa. Karena itu, debat antar capres dan cawapres menjadi penting bagi khalayak untuk menentukan pasangan mana yang terbaik, meskipun debat tersebut akan lebih banyak pengaruhnya terhadap kaum terdidik dan kelas menengah. Meskipun kepribadian (daya tarik), proyeksi suatu citra, dan pengembangan isu sangat berperan dalam debat presidensial di televisi Krauss (dalam Mulyana, 2014). Selain konteks kampanye, kecenderungan pemirsa juga memengaruhi efek debat. Chaffee (dalam Dessarah, 2016) mengemukakan bahwa beberapa temuan awal, yang kadang-kadang bertentangan, mengenai efek debat televisi paling baik ditafsirkan dengan menjelaskan jenis pemilih yang berbeda-beda. Debat akan memiliki pengaruh terbesar mereka terhadap pemilih yang sangat tertarik, namun ragu-ragu, yang mungkin diklasifikasikan sebagai pemirsa debat rutin (orang-orang yang melihat seluruh debat atau serangkaian debat). Kebanyakan individu dalam perdebatan kampanye politik tampaknya menggunakan strategi yang unik untuk menunjukkan positif diri mereka dan representasi negatif, dalam perdebatan seorang calon kandidat menunjukkan bahwa mereka adalah yang paling tepat untuk mendapatkan posisi mereka ingin dan mereka adalah orang yang dapat melakukan sesuatu yang baik untuk audiens mereka (Persada & Syahrudin, 2018).

Debat akan memiliki sedikit pengaruh pada orang-orang yang kurang tertarik, atau orang hanya “kadang-kadang” menonton debat, serta partisan berkomitmen yang melihat debat untuk mendapatkan jaminan bahwa pilihan mereka memang calon yang unggul (Damanik, 2018). Akhirnya, debat memiliki efek yang sangat sedikit atau tidak berefek pada pemilih yang tidak tertarik yang mungkin tidak biasa sama sekali dengan program debat aktual atau yang mungkin hanya terpapar pada liputan media tentang acara itu.

Para pemilih boleh saja menilai siapa yang terbaik dalam transfer informasi publik mengenai program politik ataupun cara mereka berkompetisi dengan kandidat lainnya. Ketika pemilih berhasil menilai secara baik kemampuan dari kandidat maka akan memilih mana kandidat yang dianggap layak untuk menjadi pemimpin barunya. Namun ketika pemilih kurang mampu menilai debat baik dari isinya ataupun kemasannya maka mereka hanya sekedar memilih pemimpin yang disukainya saja (Benoit, 2003). Dengan kata lain bahwa ketika seorang calon pemimpin berkeinginan menerima banyak pemilih, mereka harus mampu mempresentasikan dirinya kepada khalayak yang salah satu ajang medianya adalah melalui acara debat, sehingga bila dikaitkan dengan masalah penelitian hal ini juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi politik yang berusaha dicapai oleh setiap kandidat calon pemimpin. Terlebih lagi dalam proses pemilihan yang bersifat langsung.

Fakta lain yang juga mendukung dasar teori ini adalah setiap pemilih akan membuat perbandingan penilaian, yang berarti setiap pemilih akan menentukan surat suara berdasarkan apa yang dilihat dalam proses kampanye politik. Penilaian tersebut bisa merupakan mana yang terbaik bagi pemilih yaitu faktor yang membuat pemilih merasa bahwa kandidatnya adalah yang terbaik dibanding dengan kandidat lainnya (Burhani, Jendrius, & Syahrizal, 2019; Ekawati, 2019). Tentunya dalam menilai mana yang terbaik akan berdasarkan kriteria pemilih sendiri. Setiap masyarakat juga akan memilih kandidat yang menunjukkan adanya kemampuan yang paling memuaskan (Benoit, 2003). Tujuan ini juga menunjukkan bahwa dengan preferensi kepemimpinan kandidat politik oleh pemilih sejalan dengan produksi pesan yang ditampilkan dan hanya mereka yang terbaik sebagai tempat berlabuh ketimbang pesaingnya. Retorika para politisi akan mempengaruhi pemilih, terdapat tiga alternatif yang kiranya dapat meyakinkan pemilih bahwa pilihannya adalah yang terbaik yaitu: 1) Pernyataan (*Acclaim*), pernyataan yang dapat menunjukkan cara berbicara seseorang yang dapat menggiring opini positif kepada kepandaian dan kualitas kandidat. 2) Menyerang (*Attack*), bentuk kritik yang disampaikan atas kegagalan atau kelemahan pihak lawan. 3) Bertahan (*Defense*), menangkis serangan lawan kandidat.

Ketiganya dapat menjadi bentuk komunikasi yang potensial dalam menggiring kesan dari para pemilih dan menguatkan bahwa seorang kandidat lebih baik dari kandidat lainnya. Faktanya adalah ketiga ungkapan tersebut dapat mendukung interaksi dari fungsi komunikasi politik

sebagai bentuk analisis manfaat. Pernyataan dapat membuka manfaat untuk kandidat, serangan bagian dari proses perlawanan, dan pertahanan merupakan penokkan serangan lawan. Ketiganya merupakan fungsi percakapan yang membantu pemilih dalam menentukan kandidat mana yang ingin dipilih (Benoit, 2002). Tujuan dari penelitian ini untuk mengkonstruksi serta menganalisis wacana politik yang disampaikan kandidat calon presiden dan wakil presiden dan mengetahui bagaimana strategi fungsional debat yang digunakan dalam debat pilpres 2019.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2008). Dalam penelitian debat kandidat ini, yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Debat Kandidat Pemilu Presiden dari tanggal 17 Januari 2019 hingga 13 April 2019 dan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi dan wacana politik yang digunakan Pasangan Calon Nomor Urut 1 bapak H. Joko Widodo dan KH. Makruf Amin sebagai calon presiden dan wakil presiden nomor urut 1, kemudian bapak Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahudin Uno sebagai calon presiden dan wakil presiden nomor urut 2. Dimana aspek pengamatan akan disesuaikan dengan elemen dari teori komunikasi politik yang dipecah kedalam metode *Discourse Analysis* sebagai berikut:

Discourse (Topic)	Fungsional (Strategy)	Konteks	
		Verbal	Non Verbal
Policy (issue)/ Karakter (Image)	Acclaiming	Pernyataan yang dapat menunjukkan cara berbicara seseorang yang dapat menggiring opini positif kepada kepandaian dan kualitas kandidat, prestasi, ataupun kondisi yang dialami.	Penampilan, gerakan, ekspresi wajah, intonasi (tinggi rendah suara).
	Attacking	Bentuk kritik yang disampaikan atas kegagalan atau kelemahan pihak lawan.	
	Deffending	Klarifikasi, sanggahan, menangkis serangan lawan kandidat.	

Gambar 1. Fokus penelitian
Sumber Olahan Peneliti 2019

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan mencari dan menelusuri literatur-literatur dan referensi yang dibutuhkan untuk mencari data-data mengenai teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan video rekaman debat kandidat pasangan calon presiden dan wakil presiden selama 5 segmen debat yang berlangsung dari tanggal 17 Januari 2019 hingga 13 April 2019.

Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah (*Discourse Analysis*). Metode ini dipilih dengan pertimbangan bahwa selain melakukan interpretasi diharapkan dapat mendeskripsikan dan mengungkapkan fakta yang ada. Dimana analisis *discourse* bukan hanya milik disiplin ilmu bahasa melainkan dapat berpotongan dengan disiplin ilmu lainnya salah satunya adalah dalam kajian ilmu komunikasi politik. Selain itu hasilnya diharapkan dapat menunjukkan signifikansi dari temuan terkait pentingnya komunikasi politik. Pengembangan dari teori *fungsional political debate campaign* ini, Benoit juga mengembangkan metode yang spesifik membahas mengenai isi debat (*Debate Content*). Untuk selanjutnya disebut sebagai analisis pesan kampanye politik. Kebijakan dan pertimbangan karakter dari kandidat dan partai yang menjadi unit pengamatan. Dari dua topik ini diilustrasikan dari debat publik yang merepresentasikan

ketiga fungsi dasar perdebatan yaitu *aclaiming*, *attacking* dan *defending*. Ketiga prosedur penelitian dibuat berdasarkan tekstual analisis. Sebagai kajian analisis data ada dua hal yang menjadi fokus penelitian yaitu topic (pesan wacana) dan strategi penyampaian, dimana dialaminya dapat membandingkan cara kandidat dalam menyampaikan pesan politik.

Analisis akan menggunakan 5 tahap prosedur analisis. tersebut merupakan rangkaian analisis wacana atau text yang hendak dilakukan. Prosedur analisis wacana terkait isi debat yang juga dikemukakan oleh Benoit: (William L. Benoit J. P., 2003). 1) Melihat satuan (*unitized*) pesan (kedalam tema atau ungkapan yang logis). 2) Klasifikasi fungsi tema pesan (sebagai bentuk *Acclaims, Attack* atau *Defense*). 3) Identifikasi target (Aspek serangan dalam debat). 4) Penilaian (Terkait kebijakan (*Policy*) atau karakter (*Character*)). 5) Perincian (Identifikasi penjelasan tahap sebelumnya bentuk kebijakan kedalam perbuatan lampau (*Past Deed*), rencana kedepan (*Future Plans*) dan tujuan umum (*General Goals*) sedangkan karakter kedalam Sifat (*Traits*), Kualitas Personal (*Personal Qualities*), Kemampuan Kepemimpinan (*Leadership Ability*), dan Idealisme (*Ideals*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka. Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan mencari dan menelusuri literatur-literatur dan referensi yang dibutuhkan untuk mencari data-data mengenai teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan video - video rekaman debat kandidat pasangan calon presiden dan wakil presiden selama 5 segmen debat yang berlangsung dari tanggal 17 Januari 2019 hingga 13 April 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari temuan data yang diperoleh peneliti maka dapat dianalisis sesuai 5 tahap analisis yang dikembangkan adalah sebagai berikut: Dilihat dari

1) Satuan (*unitized*) pesan (tema atau ungkapan yang logis).

Dari temuan yang telah dipaparkan yang dilakukan dalam 5 tayangan debat Pilpres tahun 2019, dapat dianalisis bahwa semua pasangan kandidat belum mampu meramu pesan secara jelas dan terperinci. Dimana sebenarnya pesan ini merupakan isi dari percakapan yang akan menjadi dasar pembentukan wacana politik yang dibangun. Para kandidat juga belum mampu menampilkan rancangan pesan secara langsung, sehingga jelas terlihat banyak kekurangan dalam mengkomunikasikan programnya. Dari acara debat tersebut relatif belum tentu panelis atau masyarakat mampu mengetahui program dan visi misi pada kandidat. Terlihat dari temuan yang pada setiap segmen belum mampu mengembangkan konsistensi jawaban atau penekanan pesan. Hampir semua kandidat hanya mengikuti alur format debat tanpa membuat tema pesan yang berbeda. Pada keseluruhan debat dapat dilihat bahwa setiap paslon harusnya dapat menjadi ajang penyampaian pesan politik secara terperinci dan menjadi perbandingan narasi politik dan visi terkait kebijakan yang akan diambil, akan tetapi setiap paslon seakan terjebak dengan pertanyaan panelis dan sibuk menyerang maupun bertahan dari narasi - narasi yang disampaikan paslon lawan sehingga kebijakan yang nantinya akan dilaksanakan tidak muncul dan masih bersifat normatif. Meskipun demikian secara keseluruhan debat secara tidak langsung setidaknya dapat ditangkap para paslon berusaha menyampaikan pesan politiknya.

2) Klasifikasi fungsi tema pesan (sebagai bentuk *Acclaims, Attack* atau *Defense*).

Dapat dilihat dari seluruh kandidat hampir mengambil tema wacana politik yang hampir sama, namun berada pada fungsi yang berbeda-beda. Hal ini dapat diamati sebagai bentuk masih lemahnya penerapan strategi berdebat para kandidat. Setiap pasang kandidat memiliki kecenderungan penggunaan fungsi yang berbeda tergantung posisi mereka, idealnya setiap kandidat sudah siap dengan segala bentuk strategi yang mungkin terjadi dipanggung debat. Sisi baiknya adalah meskipun setiap pasangan kandidat belum menggunakan variasi fungsi tersebut untuk menarik pemilih namun paling tidak sudah adanya variasi dari seluruh kandidat dalam menggunakan strategi berbicara dalam debat.

3) Identifikasi target (Aspek serangan dalam debat)



Selanjutnya adalah dari fungsi dan tema wacana yang dibawa oleh setiap pasangan kandidat tentunya ada aspek tujuan yang dapat dianalisis yaitu apa target yang hendak dicapai. Khususnya ketika adanya bentuk serangan (*Attack*) Maka dapat diidentifikasi untuk siapa dan apa maksudnya. Biasanya dalam sebuah debat, target serangan sering dilontarkan kepada lawan kandidat yang memiliki potensi besar untuk besar meraih suara pemilih. Fungsi serangan lebih untuk mematahkan termasuk atau untuk memberikan kesan negatif pada lawan kandidat tersebut. Dalam tayangan debat terlihat paslon 02 selalu melakukan manufer menyerang dalam membangun beberapa argumennya, hal ini dinilai wajar karena sang penantang sudah pasti melihat secara gamblang apa saja yang menjadi kekurangan dalam pemerintahan sekarang yang notabnya paslon 01 sebagai *incumben*. Dilain sisi serangan sebenarnya bisa menjadi bahan atau ajang untuk menunjukkan dari apa yang telah dilakukan dimasa lalu, atau dengan bekal kecerdasan dan kemampuan berfikir taktik jawaban atas serangan dirubah menjadi sebuah (*Acclaims*) yang mampu mendapatkan sambutan baik dari *audience*. Kondisi lain dapat dianalisis bahwa hanya sebagian para kandidat yang mampu menentukan target pesan kepada calon pemilih. Hanya sedikit pernyataan kandidat yang cukup rinci dan realistis sehingga programnya dapat diterima oleh penontonnya.

- 4) Kandidat membangun keterpilihannya melalui Pernyataan (*Acclaiming*), Serangan (*Attack*) dan Pertahanan (*Defending*).

Hasil analisis ini pun menunjukkan adanya indikasi kandidat sudah dapat melakukan fungsional strategi dalam berdebat khususnya dalam menyerang dan mengkritik lawan. Serangan tersebut dilontarkan lebih banyak pada arah kebijakan dan sedikit mengenai karakter lawan. Adanya bentuk cara bertahan kandidat dimana ketika diserang oleh lawannya maka dapat mempertahankan dirinya dari serangan dalam penyampaian pesan kampanye. Dalam memberikan alasan dari serangan lawan masih kurangnya konsistensi mengulas kebijakan (*issue*) atau karakter (*image*), sehingga kandidat juga dinilai belum mampu bertahan sesuai dengan topik yang diserang. Beberapa kali waktu pertahanan dapat mencegah kerugian dalam serangan dan hal ini memungkinkan bahwa sebagian atau secara menyeluruh mempengaruhi keterpilihan kandidat.

- 5) Kandidat harus memenangkan mayoritas atau sejumlah suara dalam pemilihan kandidat. Proposisi atau asumsi kelima dari teori *Functional Debate Campaign*, terkait dengan hasil analisis diatas dapat dibahas bahwa ketika kandidat mampu membangun elemen debat meskipun pesan yang dibawa kurang kuat tetap akan mampu menggiring pemilih. Seorang kandidat tidak memerlukan menampilkan keunggulan secara sempurna agar semua orang memilih mereka namun ketika kandidat dapat mengemas komunikasi yang baik dalam debat kandidat akan mampu mengambil sejumlah pemilih. Hal ini sangat penting karena beberapa posisi kebijakan akan secara berkesinambungan meningkatkan pemilih dan menolak lainnya. *Kedua*, hanya masyarakat yang secara aktual memilih suaranya, yang berarti bahwa kandidat hanya memerlukan kemenangan dari pemilih bukan dari semua masyarakat melainkan hanya yang memilih pada hari pemilihan. *Ketiga*, dalam pemilihan kandidat, seorang kandidat hanya cukup memerlukan mempersuasi calon pemilih. Hal ini nampaknya bahwa memang hasil dari presentasi debat, hanya akan menggiring dan bukan memastikan pemilih pasti akan memilih, khususnya pada Pilpres ini menunjukkan ketika performance kandidat menonjol pada saat debat akan memiliki peluang untuk dipilih pada saat pemilu.

Selanjutnya kaitan antara temuan penelitian ini dengan argument dan debat teori yang mengulas bahwa dalam pertarungan komunikasi dalam debat senantiasa penuh dengan argumen dan pernyataan. Salah satu dari kelemahan yang nampak dalam penampilan debat Pilpres ini juga terletak pada kelemahan membuat pernyataan dan ketika sedang berargumen. Dilihat dari analisis diatas bahwa ada 3 hal yang mendasar yang kurang dan belum muncul dalam pengelolaan argumen dalam debat Pilpres 2019 diantaranya adalah sedikitnya pernyataan argument yang kuat serta kurang mampunya memberikan bukti pada setiap argumen yang dikemukakan dan kurangnya memanfaatkan waktu dalam debat untuk mengelola pesan politik yang diusung.

SIMPULAN



Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa para kandidat Pilpres 2019, berusaha mengkonstruksi wacana politiknya lebih banyak mengarahkan kepada pesan kearah bentuk kebijakan dari pada menonjolkan karakter sebagai pembeda. Bentuk pengajuan kebijakan yang dibawa juga lebih mengutamakan rencana (*future plan*) dan keberhasilan kebijakan terdahulu, pesan yang disampaikan sangat minim memberikan informasi mengenai hal kongkret tiap tahap kebijakan yang akan dikerjakan. Dalam menyampaikan wacana pada debat tersebut belum dikelola dengan baik, pesan belum spesifik dan belum memiliki diferensiasi dengan lawan kandidat, tidak didukung adanya fakta dan sumber kebijakan, bahkan ada juga yang lemah dalam aspek penyampaian dari sisi non verbal. Kesimpulannya adalah konstruksi wacana dalam debat Pilpres 2019 dinilai kurang baik.

Dilihat dari upaya strategi yang lakukan oleh para kandidat juga masih adanya kekurangan dimana para kandidat sudah cukup banyak menggunakan teknik menyerang (*attack*) dan bertahan (*defense*) namun masih belum mampu melakukan *acclaim* dengan baik atau membangun pernyataan yang dapat meningkatkan ketertarikan pemilih. Pernyataan *Acclaim* yang dilakukan lebih bersifat penguatan argumentasi dan penyampaian prestasi saja. Kecenderungan penggunaan strategi yang digunakan pun berbeda pada setiap kandidatnya, sehingga secara keseluruhan belum semua kandidat dikatakan cukup mampu merancang strategi yang baik dalam melakukan perdebatan walau masih ada sedikit kekurangan dalam menyusun argument yang tersistematis.

Kemudian implikasi dari penelitian ini menunjukkan penggunaan debat kandidat di televisi sebagai forum kampanye politik dan komunikasi politik sebenarnya masih belum menjadi sarana utama yang ideal untuk para pemilih melihat kredibilitas dan kapabilitas calon pemimpinnya. Dalam kasus penelitian ini saja justru memungkinkan sebagian pemilih yang peka dan rasional terhadap penampilan debat, hanya akan menilai ajang debat ini sebagai informasi umum para kandidat. Selain itu penggunaan acara debat yang kurang mampu menampilkan argumen dan wacana politik yang baik, dapat merepresentasikan kondisi kemampuan komunikasi politik para calon pemimpin yang dinilai belum cukup ideal. Sebagai penekanan bahwa temuan ini menguatkan bahwa forum debat sebenarnya sudah membuka fasilitas pemilih untuk bersifat rasional dalam memilih kandidat pemimpinnya, namun kontradiksinya adalah nampak pada belum siapnya para politikus untuk tampil dalam debat dalam mengkomunikasikan pesan politiknya secara langsung dan terbuka.

DAFTAR PUSTAKA

- Badara, A. (2012). Analisis Wacana Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burhani, M.M.A.M. Jendrius, & Syahrizal. (2019) Relasi Demokrasi, Kekuasaan, dan Politik Hukum dalam Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019, JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, (Journal of Governance and Political Social UMA), 7 (1) (2019): 1- 11
- Cangara, H. (2016). Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Damanik, E.L (2018). Hashtag #2019GantiPresiden: Sentimen Anti-petahana dan Orientasi Politik Pemilih Pemula menghadapi Pilpres 2019 di Pematangsiantar. JPPUMA: JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political UMA), 6 (2): 166-176.
- Dessarah, D. (2016). Analisis Retorika Pasangan Calon Kepala Daerah dalam Debat Kandidat Pemilihan Kepala Daerah (Analisis Retorika Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota dalam Debat Kandidat Pilkada Kota Medan 2015). Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara.
- Ekawati, E. (2019) Peta Koalisi Partai Politik di Indonesia pada Pemilihan Presiden Era Reformasi. JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA), 7 (2): 162-174
- Kaid, L, L. (2015). Handbook Penelitian Komunikasi Politik. Bandung: Nusa Media.
- Kriyantono, R. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Prenada Media Group.
- Low, P. E. (2005). The Media and Political Process. London: SAGE Publication Ltd.
- Mulyana, D. (2014). Komunikasi Politik, Membedah Visi dan Komunikasi Praktisi Politik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nimmo, D. (2005). Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media. Bandung: Remadja Karya Cipta.



- Oktaviani, R. C. (2013). Analisis Wacana Politik Debat Pilkada di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia*.
- Persada I. & Syahrudin J. (2018). A Critical Discourse Analysis of Indonesia Presidential Election in 2014 Giving Speeches in Campaign Debate. *Journal English Department Faculty of Languages and Arts. Universitas Negeri Padang*
- Rosani, S. (2015). Propaganda The American Israel Public Affairs Committee (AIPAC) dalam Kemenangan Barrack Obama pada Pemilu Presiden Amerika Serikat Tahun 2008. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Vol. 3, No.2, Samarinda: FISIP Universitas Mulawarnan*.
- Santosa, A. (2004). *Menang dalam Debat*. Semarang: Effhar & Dahara.
- Sobur, A. (2018). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suhandra, K. (2009). *Retorika (Strategi, Teknik, dan Taktik Pidato)*. Bandung: Nuansa.
- William L. Benoit, J. P. (2002). *The Primary Decision: A Functional Analysis of Debates in Presidential Primaries*. London: Prager.
- William L. Benoit, J. P. (2003). *Campaign 2000 A Functional Analysis of Presiden Campaign Discourse*. America: Rowman & Littlefield.
- Zhu L. & Wang W. (2020). A Critical Discourse Analysis of the US and China Political Speeches Based on the Two Speeches Respectively by Trump and Wang Yi in the General Debate of the 72nd Session of UN Assembly. *Journal of Language Teaching and Research*.