
Analisis Wacana Komunikasi Verbal pada Debat Pertama Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat 2024

Rismanto, Neni Yulianita

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
Email: rismantolembang@gmail.com; neni.yulianita@unisba.ac.id

Diterima:
22 November 2024

Diterima Setelah Revisi:
27 November 2024

Dipublikasikan:
30 November 2024

Abstrak

Penelitian ini mengelaborasi debat pertama Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat untuk pemilihan 2024 dibedah menggunakan analisis wacana komunikasi verbal yang diterapkan berdasar *Theory of Political Campaign Discourse* sebagaimana dikemukakan oleh W. L. Benoit. Aspek yang dibedah meliputi: *attacks*, *acclaims*, dan *defense*. Dari aspek wacana diklasifikasikan ke dalam aspek kebijakan (*policy*) dan karakter (*characters*). Kajian ini menyimpulkan hal-hal sebagai berikut. Pertama, pada sisi strategi untuk meraih preferensi publik dalam debat politik, seluruh pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat memilih mode yang aman: *acclaims*. Strategi *attack* (menyerang) dan *defense* (bertahan terhadap serangan) sama sekali tidak terungkap. Kedua, dari sisi wacana, seluruh kandidat lebih memilih narasi akan melakukan program jika kelak terpilih. Istilah tersebut *future plans*; rencana-rencana yang akan dilaksanakan jika calon terpilih. Tidak ada kandidat yang secara tegas mengungkapkan rekam jejak (*track record/past deeds* yang pernah dilakukan) yang relevan dengan kondisi Jawa Barat sekarang. Dalam paparan visi dan misi, seluruh calon menyampaikan tujuan umum atau *general goals*. Dari aspek wacana karakter, seluruh pasangan calon menunjukkan aspek cita-cita (*ideals*) dan beberapa calon secara samar menyampaikan pesan pada aspek kualitas pribadi (*personal qualities*) dan kemampuan kepemimpinan (*leadership ability*). Ketiga, dari temuan penelitian ini dapat disarankan bahwa kajian dari aspek retorika pada momentum debat publik bisa memperkaya temuan yang lebih beragam dari aspek komunikasi.

Kata kunci: Analisis Wacana, Debat Politik, Pilkada, Kampanye Politik

Abstract

This research elaborates the first debate among Governor Candidates and Deputy Governor Candidates for West Java for the 2024 election, using verbal communication discourse analysis which is applied based on the Theory of Political Campaign Discourse as proposed by W. L. Benoit. The aspects dissected include: attack, acclaims, and defense. From the discourse aspect, it is classified into policy and character aspects. This study concludes the following. First, in terms of strategy to gain public preferences in political debates, all Candidates for Governor and Deputy Governor of West Java chose a safe mode: acclaims. The strategy of attack and defense are not revealed at all. Second, in terms of discourse, all candidates preferred the narrative that they would carry out the program if they were elected. The term is a future plan; plans that will be implemented if the candidate is elected. There are no candidates who explicitly reveal track records that are relevant to the current condition of West Java. In presenting the vision and mission, all candidates convey the general goal or objectives. From the aspect of character discourse, all candidate demonstrated aspects of ideals and several candidates vaguely conveyed messages regarding aspects of personal quality and leadership ability. Third, from the findings of this research it can be

suggested that studying the rhetorical aspect of the momentum of public debate can enrich more diverse findings from the communication aspect.

Key Words: *Discourse Analysis, Political Debate, Regional Elections, Political Campaigns*

1 PENDAHULUAN

Pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak 2024 menjadi ajang kontestasi kepala daerah terbesar se-Indonesia karena berlangsung di 37 propinsi dan 508 kabupaten dan kota. Penyelenggaraan Pilkada 2024 ini berdasarkan Undang-Undang Nomor 1/ Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota menjadi Undang-Undang dengan tiga kali perubahan.

Pada pasal 201 ayat (8) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 ditegaskan bahwa “Pemungutan suara serentak nasional dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dilaksanakan pada November 2024. Tentu saja, untuk mengimplementasikan amanat Undang-undang ini perlukan beberapa peraturan di bawahnya; salah satunya adalah Peraturan KPU yang mengatur tentang tahapan Pilkada serentak 2024. Pelaksanaan pemilihan secara serentak, sesuai Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, bertujuan untuk menghindari adanya kecurangan dalam proses pemilihan dan memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh calon dan pemilih di seluruh Indonesia.

Tahapan penyelenggaraan Pilkada serentak 2024 merupakan rangkaian panjang proses formal kontestasi yang diatur oleh Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 2 Tahun 2024 tentang Tahapan dan Jadwal Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2024. Di antara rangkaian tahapan tersebut, yang sangat menyita perhatian publik adalah tahapan kampanye. Sesuai PKPU tersebut, pelaksanaan kampanye dijadwalkan Rabu, 27 September 2024 hingga Sabtu 23 November 2024. Di antara metode kampanye yang diperbolehkan oleh PKPU No 13 Tahun 2024 pasal 18 ayat (1) adalah debat publik atau debat terbuka antar pasangan calon.

Tradisi debat publik dalam kampanye di Indonesia sudah berlangsung cukup lama, tepatnya dimulai pada debat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2004. Tradisi debat dalam kontestasi diikuti pula dalam Pilkada.

Debat publik pertama dalam kampanye Pilkada Provinsi Jawa Barat dilaksanakan pada Senin, 11 November 2024 pukul 19.30 WIB bertempat di Graha Sanusi Hardjadinata, UNPAD. Acara ini diikuti oleh empat pasang calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur: Acep Adang Ruhayat – Gitalis Dwi Natarina, Jeje Wiradinata – Ronal Surapradja, Ahmad Syaikh – Ilham Habibie, dan Dedi Mulyadi – Erwan Setiawan. Berdasarkan ketetapan KPU Jawa Barat, tema debat pertama ini adalah: “Membangun Jawa Barat Menuju Masyarakat Digital yang Sejahtera dan Berdaya Saing Global”, dengan tujuh sub tema; yaitu: kesehatan dan penurunan stunting, mentalitas dan karakter generasi muda, kemiskinan dan pengangguran, pengembangan digital talent, reformasi birokrasi yang berkelanjutan, isu perempuan serta pendidikan inklusif dan berkualitas. Acara debat ini ditayangkan langsung oleh Kompas TV dan YouTube KPU Jabar.

Kajian difokuskan pada perhelatan debat publik pertama dalam kampanye Pilkada Jawa Barat. Hal ini, dilandaskan pada asumsi (1) tema mengarah pada visi dan misi pembangunan Jawa Barat, (2) debat pertama mendapat perhatian publik, dalam memulai kampanye Pilkada Jawa Barat, (3) subtema yang diangkat, menyangkut pada kebutuhan praktis masyarakat Jawa Barat, seperti masalah pendidikan, kesehatan dan juga isu gender dalam konteks pendidikan inklusif, dan (4) secara teknis, penampilan pertama merupakan produk persiapan yang panjang, tetapi potensial menguji spontanitas

dalam sesi tanya jawab. Oleh karena itu, menarik untuk dikaji secara intens, untuk melihat pola komunikasi verbal kandidat Kepala Daerah di Jawa Barat.

Pilkada Jawa Barat mendapat perhatian penting, baik secara politis maupun secara akademis, karena sejumlah alasan. Pertama, Jawa Barat merupakan provinsi dengan penduduk terbesar se Indonesia. Dengan penduduk sekitar 50 juta, maka kepala daerah di provinsi ini memiliki peran yang penting, karena menyangkut masa depan puluhan juta warganya. Kedua, posisi Jawa Barat berada di jajaran terdekat dengan pusat pemerintahan Indonesia (yakni Daerah Khusus Jakarta); yang bermakna dinamika di pusat akan dengan cepat berpengaruh ke Jawa Barat. Ketiga, potensi sumber daya alam dan sumberdaya manusia yang cukup terkemuka di tanah air. Tiga faktor tadi yang menyebabkan dinamika yang terjadi di Jawa Barat (termasuk dalam proses Pilkada) mendapat perhatian dari berbagai pihak.

Debat kandidat yang disiarkan secara langsung/ *streaming* bisa memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat untuk melihat, menilai dan mengamati narasi, janji kampanye dan kualitas paca Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat 2024.

2 KAJIAN PUSTAKA

Kampanye politik Pilkada (termasuk debat publik di dalamnya) memiliki peran penting dalam kehidupan demokrasi di daerah, maka sudah selayaknya mendapat perhatian dari kalangan masyarakat dan akademisi. Bagi masyarakat, uraian gagasan, visi, misi dan program unggulan tiap pasangan calon kepala daerah penting untuk disimak langsung dari mereka agar ada pemahaman dan penilaian terhadap kualitas dan komitmen calon pemimpin tersebut. Sementara, bagi para akademisi, kampanye politik bisa dijadikan sebagai ajang menawarkan gagasan kritis berbasis data dan dapat dimanfaatkan dalam penelitian.

Adalah W. L. Benoit (dalam Kenski dan Jamieson, 2017) yang banyak melakukan penelitian ihwal debat dan kampanye politik di Amerika Serikat. Ia kemudian mengemukakan teori yang dikenal dengan nama "*functional theory of political campaign discourse*". Teori ini berdasarkan sejumlah asumsi. Pertama, inti dari memilih itu tindakan membandingkan satu kandidat dengan yang lain. Untuk memenangkan kontestasi, para calon hanya perlu lebih baik dan menonjol dibanding calon lain. Kedua, suatu pasangan harus berbeda dengan lawannya. Ketiga, para pemilih mempelajari kandidat dari pesan-pesan politik yang disampaikan kandidat melalui media (termasuk media baru), kelompok kepentingan dan kampanye politik. Keempat (ini yang menjadi inti dari teori ini) adalah bahwa kandidat melakukan upaya menarik para pemilih agar disukai dengan tiga upaya: (1) *acclaim* atau memuji diri sendiri dengan kelebihan atau keunggulannya, (2) *attact* atau menyerang lawan dengan mengungkap kekurangan/ kelemahan lawan, dan (3) *defense* atau bertahan, menyangkal tuduhan atau serangan lawan (Benoit dalam Kenski dan Jamieson, 2017:197).

Kemudian, berdasar tema wacana yang mengemuka di debat dikelompokkan ke dalam dua aspek; yakni: kebijakan (*policy*) dan karakter (*character*). Dari aspek kebijakan, diuraikan ke dalam beberapa kategori, yang meliputi: perbuatan masa lalu (*past deeds*), rencana masa depan (*future plans*), dan tujuan umum (*general goals*). Aspek karakter mengelaborasi tentang pesan politik yang disampaikan dalam debat diasumsikan sebagai karakter diri dari kandidat. Ada tiga kategori yang masuk di ranah ini, yaitu kualitas pribadi (*personal qualities*), kemampuan kepemimpinan (*leadership ability*) serta prinsip dan nilai (*ideals*) (Benoit dalam Kenski dan Jamieson, 2017:197).

Tabel 1. *Acclaim, Attack, Defense on Policy and Character*

	Policy	Character
Acclaim	I will reduce inflation	I will always be honest with you
Attack	Job creation fell during my opponent's administration	My opponent cannot be trusted
Defense	My opponent is wrong to say I raised taxes	I simply false to say I don't care about people.

Sumber : Benoit dalam Kenski dan Jamieson, 2017

Untuk menunjukkan adanya celah akademik penelitian (*research gap*), berikut kami uraikan secara singkat beberapa penelitian terdahulu.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fathurrijal (2017) dengan judul “Analisis Penerapan Prinsip Retorika di Panggung Debat Antar Calon Gubernur DKI Jakarta 2017”. Artikel tersebut mengelaborasi suasana kemampuan retorika para kontestan. Pertama, saat debat berlangsung semua calon mampu menerapkan prinsip-prinsip retorika politik dengan baik dan sempurna. Kedua, pada sisi substansi visi dan misi, masing-masing pasangan calon memiliki persamaan dan perbedaan. Pasangan Agus – Silvi dianggap minim data, berbeda dengan pasangan Basuki – Djarot yang kerap menyuguhkan data yang disinkronkan dengan pesan politik. Sementara pasangan Anies – Sandiaga dianggap mampu menguasai panggung debat dengan bahasa yang mudah dipahami dan data yang sudah disiapkan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Suharto, dkk dengan judul “Analisis Wacana Kritis Komunikasi Verbal pada Debat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur 2018”. Kajian ini menggunakan “*Theory of Political Campaign Discourse*” yang digagas oleh W. L. Benoit dan Teori *Power and Knowledge* oleh Michel Foucault. Hasilnya menyimpulkan bahwa pasangan Khofifah – Emil Dardak secara kuat memberikan serangan (*attack*) kepada pasangan Saifullah Yusuf – Puti Soekarno dengan didasari data empiris yang kuat sebagai wujud dari pengetahuan yang memberikan efek kekuasaan dalam argumentasinya. Pasangan Saifullah Yusuf – Puti Soekarno juga kurang kuat dalam melakukan upaya pertahanan dari serangan lawan. Pasangan ini juga kurang data atau fakta empiris dalam menyajikan argument sehingga memberikan efek *powerless argumentation*.
3. Penelitian selanjutnya bertajuk “Dinamika Kampanye Politik dalam Demokrasi Elektoral (Studi Deskriptif-Analitis Kampanye Pemilukada Serentak 2018 di Propinsi Jawa Tengah) oleh Muchamad Yuliyanto. Dengan menerapkan mix method, kajian ini menyimpulkan temuan berikut. Pertama, kampanye para kandidat mengikuti siklus komunikasi dari sosialisasi dan kampanye untuk menyampaikan gagasan visi dan misi. Kedua, media kampanye yang disukai dan dominan dalam Pemilukada ini adalah *direct communications* (kandidat bertemu langsung dengan calon pemilih dalam pertemuan). Ketiga, media social belum secara dominan menjadi media utama dalam kampanye karena media online dan media social belum dijadikan sebagai referensi dominan. Keempat, pesan kampanye yang disukai pemilih adalah topik yang menyangkut permasalahan sehari-hari yang nyata dihadapi warga; yaitu: ekonomi/ pekerjaan, pendidikan, kesehatan dan infrastruktur.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma kritis. Penelitian kualitatif bertujuan menjelaskan dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2013; Kriyantoro, 2020, Wahyuni 2023). Dalam paradigma kritis, bahasa dimaknai sebagai kekuatan yang berperan dalam membentuk suatu subjek, tema, serta wacana tertentu maupun strategi-strategi di dalamnya.

Paradigma kritis yang akan dilakukan itu, (1) koherensi antar argumentasi yang disampaikan, (2) memverifikasi argumentasi dengan rekam jejak atau fakta, dan (3) mengukur nilai praktis atau pragmatika dari argumentasi yang disampaikan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur dalam debat pertama Pilkada Jawa Barat. Dengan memanfaatkan tiga indikator ini, diharapkan dapat dirumuskan kesahihan argumentasi kandidat dalam mensosialisasikan gagasannya kepada publik.

Data primer penelitian ini diperoleh melalui dokumentasi rekaman video tentang debat pertama Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat yang ditayangkan Kompas TV. Dari video ini kemudian ditranskrip dalam teks yang relevan dengan analisis wacana politik yang dikemukakan oleh W. L. Benoit (Kenski dan Jamieson, 2017). Data sekunder atau data tambahan penelitian ini bersumber dari penelitian sebelumnya, jurnal dan dokumentasi lainnya yang relevan.

Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi debat politik yang disampaikan oleh empat pasang Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat pada Pemilu 2024 dalam Debat Publik Pertama berdasar teori W. L. Benoit yang meliputi *attact*, *acclaim* dan *defense* serta setiap tema wacana dikalsifikasikan dalam kebijakan dan karakter.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Debat publik pertama Pilkada Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dilaksanakan pada Senin, 11 November 2024 pukul 19.30 di Aula Sanusi Hardjadinata, UNPAD dan disiarkan oleh Kompas TV dan YouTube KPU Jawa Barat. Acara ini dibagi kedalam enam segmen: (1) pemaparan visi dan misi (2 menit), (2) Calon Gubernur menjawab pertanyaan dari panelis (topik tentang penanganan TBC, penanganan kasus narkoba, layanan publik berbasis digital, talenta digital Jabar), (3) Calon Wakil Gubernur menjawab pertanyaan panelis (tentang kesehatan mental anak muda Jabar, pendidikan inklusi untuk penyandang disabilitas, masalah kemiskinan dan pengangguran, dan stunting), (4) adu gagasan antar Calon Gubernur, (5) adu gagasan antar Calon Wakil Gubernur, serta (6) *closing statement*.

Segmen 1. Pemaparan Visi dan Misi

Setiap pasangan calon diberikan kesempatan selama dua menit untuk memaparkan visi dan misi. Di antara empat pasang kandidat ada yang mampu memanfaatkan waktu tersebut untuk menyampaikan visi misinya, ada juga yang tidak karena waktu sudah habis. Pasangan Nomor 1 (Acep Adang Ruhiyat – Gitalis Dwi Natarina) dapat memanfaatkan waktu yang ada untuk menyampaikan visi dan misinya sampai tuntas. Pasangan Nomor 2 (Jeje Wiradinata – Ronal Surapradja) hanya menyampaikan hubungan koordinasi kabupaten/ kota dan provinsi Jawa Barat. Visi dan misinya tidak tersampaikan pada segmen pertama. Pasangan Nomor 3 (Ahmad Syaikhu – Ilham Habibie) menyampaikan visi secara utuh dan sebagian misi pasangan ini tidak tersampaikan karena waktunya dibagi dengan memperkenalkan diri. Pasangan Nomor 4 (Dedi Mulyadi – Erwan Setiawan) dapat menyampaikan secara utuh visi dan misinya.

Dari sisi upaya menarik preferensi publik, pada segmen ini, seluruh pasangan menggunakan tipe *acclaim*. Sedangkan dari sisi wacana seluruh calon menerapkan *future plans* dan tujuan umum. Semua tergambar dalam narasi visi dan misi kandidat.

Tabel 2. Visi dan Misi Pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat

Pasangan	Visi
Nomor 1	Jawa Barat bahagia lahir dan batin
Nomor 2	Membangun masyarakat adil, makmur, lestari, dan berkeadaban
Nomor 3	Membangun Jawa Barat yang silih asih, asah, dan asuh untuk Indonesia maju
Nomor 4	Mewujudkan Jawa Barat yang istimewa

Segmen 2

Pada segmen ini, para Calon Gubernur Jawa Barat menjawab pertanyaan yang dibuat oleh panelis dan dibacakan oleh pembawa acara. Tema yang diangkat adalah tentang TBC di Jawa Barat. Seluruh Calon Gubernur memilih menggunakan strategi *acclaim* (menyampaikan pernyataan), tidak ada yang menyerang (*attack*) atau *defense*. Dari sisi wacana, seluruh Calon Gubernur memilih opsi *future plans* (akan melakukan sesuatu kelak, jika terpilih); dari sisi tema karakter, mereka memilih ideals atau cita-cita.

Pada pertanyaan tentang sub tema TBC untuk Calon Gubernur Nomor 1 (Acep Adang Ruhiyat), disampaikan bahwa ia akan melakukan *screening digital* massal, kedua kartu keluarga bahagia dimana program memberikan nutrisi bagi pasien, kemudian 627 klinik kesehatan terpadu untuk pelayanan TBC. Jawaban Calon Gubernur Nomor 1 itu kemudian direspon oleh seluruh calon lainnya.

Calon Gubernur Nomor 2 (Jeje Wiradinata) akan mengupayakan lingkungan yang tidak boleh kumuh. Dan penyiapan tenaga medis yang mumpuni. Calon Gubernur Nomor 3 (Ahmad Syaikh) akan menciptakan lingkungan bebas rokok., penanganan harus dari posyandu untuk menangani kasus TBC, makanya penting revitalisasi posyandu dan perlu ditingkatkan insentif petugas posyandu. Calon Gubernur Nomor 4 (Dedi Mulyadi) berpendapat bahwa penanganan TBC bisa dilakukan dua tahap yakni jangka pendek dan panjang. Untuk jangka pendek menurutnya adalah dengan diagnosa anak yang diduga mengidap TBC. Seluruh anak yang berpotensi memiliki penyakit harus didiagnosa agar tidak terjadi kasus. Disitu diperlukan negara untuk menghadirkan dokter keluarga. Jangka panjang, harus didampingi fasilitas ekonomi, lingkungan yang harus segera diperbaiki. Intinya, pada segmen kedua ini debat berlangsung datar karena semua calon menyampaikan pernyataan atau *acclaim* dan dari sisi wacana memilih *future plans*.

Sub tema generasi muda dan narkoba menjadi pertanyaan untuk Calon Gubernur Nomor 2 Jeje Wiradinata. Ia berpendapat kerukunan rumah tangga yang beri bimbingan kepada anak masing-masing dan persiapkan pendidikan yang baik agar mereka tahu mana yang boleh dan tidak boleh. Selain itu, pendidikan agama dan karakter juga penting sehingga generasi muda di Jabar bisa berjalan dengan baik. Seluruh Calon Gubernur lainnya juga menanggapi pernyataan tersebut dengan menyampaikan pernyataan/ *acclaim* dan darisisi wacana memilih *future plans* dari sisi kebijakan dan pada sisi karakter memilih *ideal* (cita-cita).

Pada sub tema tentang layanan publik berbasis digital digital (yang diberikan kepada Calon Gubernur Nomor 3) dan sub tema talenta digital Jawa Barat (yang diberikan kepada Calon Gubernur Nomor 4), seluruh Calon Gubernur lain merespon dengan wacana yang berisi pernyataan dan pendapat masing-masing.

Calon Gubernur Nomor 3 Ahmad Syaikh menyoroti munculnya ego sektoral merasa data itu milik dirinya. Untuk itu, menangan masalah ini, melakukan integrasi sistem opd terkait dan *political will* integrasi sistem sebaik-baiknya. Calon Gubernur Nomor 4 Dedi Mulyadi mendorong anak muda yang punya talenta digital dari pendidikan formal atau bakat alamiah. Jadi pada ruang publik ya harus didorong pendidikan menengah atau tinggi, harus tersedia. Talenta digital itu bukan cuma orang yang menekuni, tapi juga seluruh aspek kehidupan seperti salah satunya perdagangan digital.

Seluruh Calon Gubernur lainnya juga menanggapi pernyataan tersebut dengan menyampaikan pernyataan/ *acclaim* dan dari sisi wacana memilih *future plans* dari sisi kebijakan dan pada sisi karakter memilih *ideal* (cita-cita).

Segmen 3

Pada segmen ini giliran para Calon Wakil Gubernur diminta menjawab pertanyaan yang disiapkan oleh para panelis. Ada beberapa sub tema dalam segmen ini, yaitu: kesehatan mental generasi muda Jabar, pendidikan inklusi untuk menyandang disabilitas, masalah kemiskinan dan pengangguran serta penanganan stunting.

Calon Wakil Gubernur Nomor 1 (Gitalis Dwi Natarina) menawarkan program pembangunan kesehatan mental generasi muda; ingin membahagiakan seluruh pemuda di Jabar dengan layanan konseling digital, akademi kepemimpinan, adanya 27 gedung kreatif untuk pelaku seni dan 5.000 lapangan olahraga, sehingga anak muda bisa kreatif.

Gagasan ini direspon dengan beragam pandangan yang pada intinya menyampaikan program unggulan pada topik tersebut. Calon Wakil Gubernur Nomor 1 menawarkan Sikomin (layanan psikolog mingguan), Calon Wakil Gubernur Nomor 3 menggagas Jabar Masagi untuk memfasilitasi festival musik dan membangun *start up*. Calon Gubernur Nomor 4 menyampaikan penguatan nilai agama dan budi pekerti serta apresiasi terhadap budaya lokal.

Senada dengan para Calon Gubernur, seluruh Calon Wakil Gubernur lainnya juga menanggapi pernyataan tersebut dengan menyampaikan pernyataan/ *acclaim* dan dari sisi wacana memilih *future plans* dari sisi kebijakan dan pada sisi karakter memilih *ideal* (cita-cita).

Segmen 4

Segmen ini merupakan “adu gagasan” antar Calon Gubernur Jawa Barat. Satu calon menyampaikan pertanyaan kemudian direspon oleh calon lain yang ditentukan. Calon Gubernur Nomor 1 (Adang Rahmat Ruhiyat) menanyakan langkah konkrit yang anda rencanakan untuk meningkatkan akses layanan kesehatan di daerah terpencil dan perbatasan? Bagaimana memastikan layanan ini tetap berkualitas mesti di wilayah yang sulit dijangkau?

Masalah tersebut direspon oleh Calon Gubernur Nomor 2 Jeje Wiradinata dengan menyatakan bahwa disparitas pembangunan terjadi di wilayah perkotaan dan pedesaan, termasuk juga soal fasilitas kesehatannya. Karena itu, Jeje berkomitmen membangun pelayanan kesehatan secara merata di seluruh wilayah di Jabar. Orang Pangandaran kalau sakit ke Bandung yang punya duit, besok kami menang kualitas kesehatan di daerah kami bangun sebaik-baiknya. Kemudian kedua kandidat ini diberi kesempatan saling merespon.

Secara berurutan, hal yang sama dilakukan terhadap Calon Gubernur Nomor 2 kepada Calon Gubernur Nomor 3 dan seterusnya. Tema yang mengemuka seputar pendidikan inklusi, talenta digital, pernikahan ilegal, pengentasan kemiskinan dan reformasi birokrasi. Meskipun pada segmen ini terbuka peluang bagi para kandidat untuk melakukan strategi *attack* dan *defense*, namun yang terjadi adalah dialog gagasan yang saling melengkapi atau *acclaim*. Pada sisi *policy*, para kandidat memilih *future plans*; dari sisi karakter mereka memilih opsi *ideals* (cita-cita).

Segmen 5

Segmen ini memberi kesempatan kepada para Calon Wakil Gubernur untuk melakukan adu gagasan, seperti yang dilakukan para Calon Gubernur. Tema yang diangkat yaitu: reformasi birokrasi, *creative center*, pencegahan depresi anak, pendidikan inklusi, dan kemajuan perempuan di Jawa Barat.

Sekedar contoh, pertanyaan Calon Wakil Gubernur Nomor 4 kepada Calon Wakil Gubernur Nomor 2: saat ini masih banyak ketimpangan gender yang masih tinggi dan rendahnya perlindungan perempuan. *Trafficking* juga masih tinggi, maka bagaimana cara Anda melindungi kaum perempuan? Jawaban Calon Wakil Gubernur Nomor 2: Saya dan Bapak (Calon Gubernur) akan langsung

mengawal aplikasi ini. Kami sangat memuliakan perempuan untuk maju, tumbuh, dan berkembang. Perempuan muda yang sudah punya anak? Tidak masalah, ada *daycare* gratis. Kami akan berikan kuota minimal 35% di instansi Pemprov Jabar, lebih besar dari kuota perempuan di DPR

Pada segmen ini sebenarnya dimungkinkan bagi para Calon Wakil Gubernur untuk melakukan *attack* atau *defense*. Namun yang terjadi sama seperti pada sesi antar Calon Gubernur; para kandidat melakukan dialog gagasan yang saling melengkapi atau lebih memilih *acclaim* (memberikan pernyataan). Pada sisi *policy*, para kandidat memilih *future plans*; dari sisi karakter mereka memilih opsi *ideals* (cita-cita).

Segmen 6

Segmen terakhir ini memberi kesempatan kepada para kandidat untuk menyampaikan closing statement. Semuanya memperkuat dan mengulang komitmen visi, misi dan program unggulannya.

Pasangan Nomor 1 menegaskan program Rungkad, Respon Untuk Kebahagiaan dan Aksi Darurat. Program ini hadir untuk memberikan layanan respon cepat bagi mereka yang menghadapi kekerasan, krisis mental atau bantuan mendesak. Calon Gubernur juga menyampaikan usul fiqih: kebijakan pemimpin harus berdasarkan kemaslahatan masyarakat. Maka, kemaslahatan itulah yang akan jadi prioritas bagi pasangan Jabar Bahagia.

Pasangan Nomor 2 menegaskan kembali slogan Jabar untuk semua; juga tekad membawa Jawa Barat memiliki IPM sangat tinggi seperti DKI dan Jogjakarta serta membuka ruang seluas-luasnya rumah dinas Gubernur untuk masyarakat.

Pasangan Nomor 3 menegaskan komitmen untuk mengoptimalkan sumber daya Jawa Barat untuk lepas landas terbang tinggi dengan meningkatkan kualitas SDM, memerangi stunting, meningkatkan pendidikan, memberikan beasiswa dan membuka tiga juta lapangan kerja.

Pasangan Nomor 4 menyatakan bahwa berbagai masalah yang membelit Jawa Barat saat ini jalan keluarnya adalah menjadikan pasangan ini Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat. Jawa Barat Istimewa adalah jawaban untuk problem seluruh masyarakat Jawa Barat.

Ruang Diskusi: Kehilangan Moment Branding

Debat dalam konteks Pilkada merupakan salah satu bentuk kampanye. Tujuan dari kampanye adalah mempengaruhi massa atau warga negara terkait dengan pilihan politiknya. Oleh karena itu, debat baik dalam konteks Pilpres maupun Pilkada, dimaksudkan untuk mempengaruhi elektabilitas atau keterpilihan masing-masing kandidat.

Untuk konteks Pemilihan Presiden (pilpres), misalnya Triyono Lukmantoro (2023) mengatakan bahwa debat itu perlu, tetapi pengaruhnya tidak signifikan. Bahkan, Djayadi Hanan dari LSI (2023), menegaskan bahwa pengaruhnya sangat kecil, yaitu antara 3-5 %. Hipotesis ini, menarik untuk didiskusikan. Artinya, mengapa hal ini terjadi, apakah karena kualitas perdebatannya, atau strategi debat yang belum menghadirkan esensi debat atau kampanye politik.

Siti Fatimah (2018) dengan mengutip sejumlah pendapat, berkesimpulan bahwa esensi kampanye adalah menyampaikan pesan. Debat sebagai model kampanye, akan kehilangan esensinya, bila gagasan atau retorika, termasuk bahasa tubuh kandidat tidak mampu meyakinkan pemilih. Meminjam istilah marketing (Kartajaya, 2004), kandidat akan menjadi pilihan dan perhatian public, manakala mampu menunjukkan karakter pembeda (diferensiasi) dari kandidat lainnya. Unsur pembeda, akan menjadi nilai penting pada positioning kandidat di benak warga negara (*costumer*, pemilih). Pada tahapan selanjutnya, setelah bisa dipahami, akan melahirkan gerak untuk tertarik untuk memilih dan bahkan mengadvokasi atau mengkampanyekannya pada pihak lain (Kartajaya, 2017:50). Hal itu terjadi, pada segmen 5 dalam Debat Pilkada Jabar 2024. Logikanya, gejala diferensiasi yang tampak, lebih mengacu pada reproduksi status quo daro pada memberikan alternatif substantif kepada pemilih. Oleh karena itu, manakala perdebatan itu tidak mampu menunjukkan

‘pembeda’ (diferensiasi) antara satu kandidat dengan kandidat lain, maka upaya *branding* dirinya sendiri itu, gagal dihadapan penonton.

Kampanye dan debat merupakan bagian dari proses pemasaran-ide, dan gagasan politik (political marketing). Proses pengambilan keputusan, dan atau pengalihan pilihan, akan terjadi manakala tawaran produk atau jasa, menjadi *substitutive* diantara produk-jasa yang sejenis yang ditawarkan (Kartajaya, 2004, 2017). Manakala, tidak mampu memberikan positioning produk-jasa pada benak konstituen (*costumer*, pemilih), maka mudah dipahami bila kemudian, pengaruh debat politik itu akan tidak signifikans. *Closing statement* dari setiap kandidat pada Debat Pilkada Jabar 2024, belum mampu ‘menyimpan memori’ keberkesanan pada benak pemilih.

Dalam tradisi politik Amerika Serikat (misalnya), yang menganut sistem bipartai memiliki kecerdasan gagasan dan ideologi yang kontras, dan ruang kompetisi yang terbuka, bahkan tensi dan peluang saling tukar kekuasaan sangat tinggi (Miriam Budiardjo, 2008:416). Sehingga dengan demikian, debat publik memiliki atmosfer adu gagasan yang kontras antar kandidat. Sehubungan hal ini, dan ditambahnya dengan lemahnya tradisi oposan baik dalam politik maupun pemikiran menyebabkan rendahnya gradasi keragaman pemikiran yang disampaikan oleh kandidat dalam Pilkada Jawa Barat.

Budaya politik di negeri kita, peran oposisi belum maksimal. Bejo Sukarno (2011) menyebutkan pseudo demokrasi, oposisi yang sejatinya menjadi kekuatan penyeimbang, baru ada dalam teori dan belum dalam prakteknya. Hal itu, diduga tumbuhkembang karena ada dasar-dasar budaya klientalisme, feodalisme atau primordialisme yang ada di Masyarakat Indonesia (Adi Surya Cula, 2018:89). Dengan kata lain, demokratisasi di Indonesia belum diimbangi dengan kematangan budaya demokrasi masyarakat secara massal.

Implikasi dari karakter debat serupa itu, maka budaya argumentasi dalam debat lebih terkonsentrasi pada aspek *acclaim* dan *ideals* atau *future plans*. Kedua aspek ini, tentunya, sangat subjektif dan normative. Atmosfera ini, terasa dalam Debat Pilkada Jabar pada sesi 1-4. Pada sesi ini, terkesan sebagai sebuah “diskusi” yang saling menggenapkan (*complementary*) dibanding debat. Teknik *attack* dan *defence*, tidak maksimal di lakukan. Padahal, bisa diduga bahwa dengan mengedepankan teknik *attack* atau *defense*, akan mampu menghadirkan gagasan pembeda bagi penonton. Sejalan dengan hal ini, Roby Cahyadi Kurniawan (2009) menegaskan bahwa kampanye politik selama ini, cenderung mengulang ide lama, tidak ada inovatif, atau memunculkan gagasan ideal yang sulit diwujudkan.

Chaffee (1978) sebagaimana dikutip McKinney and Carlin (Kaid, 2004:210) telah menguraikan empat kondisi yang paling memungkinkan bagi para pemilih untuk menganggap debat bermanfaat: (1) ketika setidaknya satu kandidat relatif tidak dikenal, (2) ketika banyak pemilih yang belum menentukan pilihan, (3) ketika persaingan tampak ketat, dan (4) ketika kesetiaan partai lemah. Selaras dengan hal ini, maka debat politik dihadapan Masyarakat yang sudah memiliki pilihan, dan kontestasi cenderung tidak kuat, dan malah ikatan emosional dengan partai politik sangat kuat, maka maka fungsi debat menjadi sangat minim atau terbatas.

Berdasarkan pembahasan ini, pemikiran yang dapat diajukan dalam pembahasan ini, para kandidat di Debat Pilkada Jawa Barat 2024, kehilangan momentum untuk membranding diri dan pasangannya. Gejala yang ada, adalah membangun penguatan kepercayaan kepada konstituen atau pendukungnya sendiri, sehingga dapat tetap loyal terhadap partai dan pilihan partai yang ada dalam Pilkada Jawa Barat. Hemat kata, hakikat dari debat Pilkada, yakni untuk memasarkan gagasan kepada seluruh warga Jawa Barat, belum mampu dimanfaatkan secara maksimal oleh seluruh kandidat dalam debat Pilkada Jawa Barat.

5 SIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan di atas, penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut. Pertama, pada sisi strategi untuk meraih preferensi publik dalam debat politik, seluruh pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur Jawa Barat memilih mode yang aman: *acclaim*. Strategi *attack*

(menyerang) dan *defense* (bertahan terhadap serangan) sama sekali tidak terungkap. Padahal, sebagian dari kandidat pernah menjabat sebagai kepala daerah atau wakil kepala daerah di Jawa Barat.

Kedua, dari sisi wacana, seluruh kandidat lebih memilih narasi akan melakukan program jika kelak terpilih. Menurut W. L. Benoit istilah tersebut *future plans*; rencana-rencana yang akan dilaksanakan atau dijanjikan dilaksanakan jika calon terpilih. Tidak ada kandidat yang secara tegas mengungkapkan rekam jejak (*track record/past deeds* yang pernah dilakukan) yang relevan dengan kondisi Jawa Barat sekarang. Dalam paparan visi dan misi, seluruh calon menyampaikan tujuan umum atau *general goals*. Dari aspek wacana karakter, seluruh pasangan calon menunjukkan aspek cita-cita (*ideals*) dan beberapa calon secara samar menyampaikan pesan pada aspek kualitas pribadi (*personal qualities*) dan kemampuan kepemimpinan (*leadership ability*). Kecanggungan ini bisa jadi disebabkan karena momen ini merupakan debat pertama sehingga masing-masing calon masih meraba-raba narasi yang akan dikemukakan.

Ketiga, dari temuan penelitian ini dapat disarankan bahwa kajian dari aspek retorika pada momentum debat publik bisa memperkaya temuan yang lebih beragam dari aspek komunikasi. Kajian yang melibatkan seluruh aktivitas debat publik para kandidat diyakini dapat memunculkan temuan baru yang bermanfaat bagi khazanah kajian Ilmu Komunikasi.

Terakhir, dalam konteks kontestasi politik, debat Pilkada Jawa Barat pada dasarnya, bukan sekedar sarana sosialisasi ide dan gagasan kepada publik, namun merupakan pertarungan gagasan atau ideologis yang diharapkan mampu memperkuat *brand* atau citra kandidat. Sayangnya, gejala yang lebih menguat lebih mengarah pada perdebatan yang lebih berfungsi sebagai penguatan *brand* dari kandidat (pragmatis dan bukan ideologis), sebagaimana sudah dikenal sebelumnya, dibanding dengan mempengaruhi publik dengan gagasan dari kandidat. Dengan kata lain pula, fungsi kampanye dalam debat, dampaknya masih terbatas, baik untuk mengubah pilihan, atau mempengaruhi pilihan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Benoit, W. L., Pier, P. M., Brazeal, L. M., McHale, J. P., Klyukovski, A., & Airne, D. (2001). *The Primary Decision: A Functional Analysis of Debates in Presidential Primaries* (Vol. 38). London: Praeger.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cula, Adi Suryadi. (2018). *Demokrasi dan Budaya Politik Indonesia*.
<https://doi.org/10.33541/sp.v5i23.512>. Sumber:
<http://ejournal.uki.ac.id/index.php/sp/article/view/512>
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis and Critical Policy Studies*. *Critical Policy Studies*, 177-197.
- Fathurrijal, Analisis Penerapan Retorika di Panggung Debat Antar Calon Gubernur DKI Jakarta 2017, *Jurnal Al-Alam*, Universitas Mataram.
- Foucault, M. (1980). *Power Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977*. New York: Pantheon Books.
- Gee, J. (1999). *An Introduction to Discourse Analysis Theory and Method*. New York: Routledge.
- Gronbeck, B. E. (2004). *Rhetoric and Politic*. In L. L. Kaid, *Handbook of Political Communication* (pp. 167-193). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kaid, Lynda Lee (ed.). (2004) *Handbook Of Political Communication Research*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Kartajaya, Hermawan. (2017). Philip Kottler dan Iwan Setiawan. *Marketing 4.0*. Jakarta : Gramedia.

- Kartajaya, Hermawan. (2004). *Positioning, Diferensiasi Dan Brand*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,
- Kenski, Kate and Kathleen Hall Jamieson (ed). (2017), *The Oxford Handbook of Political Communication*, Oxford University Press, Oxford.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Kurniawan, Roby Cahyadi. (2009). *Kampanye Politik : Idealitas dan Tantangan*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* ISSN 1410-4946. Volume 12, Nomor 3, Maret 2009 (257 - 390)
- Yuliyanto, M. (2018). Dinamika Kampanye Politik Dalam Demokrasi Elektoral (Studi Deskriptif - Analitis Kampanye Pemilu pada Serentak 2018 di Propinsi Jawa Tengah). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 87-96. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.87-96>
- McKinney, M. S., & Spialek, M. L. (2017). Political Debates. In M. Allen (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods* (pp. 1272-1276). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Nugroho, Wisnu Adhi. (2023). “Pengamat: Debat capres perlu tapi tak signifikan ubah elektabilitas”. Selasa, 12 Desember 2023 19:27 WIB. Diunduh dari <https://www.antaraneews.com/berita/3868185/pengamat-debat-capres-perlu-tapi-tak-signifikan-ubah-elektabilitas>.
- Paltridge, B. (2012). *Discourse Analysis: An Introduction*. London: Bloomsbury Academic.
- Suharto, Tri dkk. (2020). “Analisis Wacana Kritis Komunikasi Verbal pada Debat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur 2018” dalam *Jurnal Linimasa*, Vol 3 Juli 2020.
- Sukarno, Bedjo. (2011). *Peran Oposisi sebagai Checks and Balance dalam Sistem Politik Demokrasi di Indonesia*. Terbitan 2012. Sumber : <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Joglo/article/view/109>
- Wahyuni, Sri (2023), *Riset Kualitatif Strategi dan Contoh Praktis*, Kompas Media Nusantara.
- Wancoko, Ilham Dwi Ridlo. (2023). “Debat Capres-Cawapres Disebut Hanya Berpengaruh 3–5 Persen terhadap Elektabilitas”. Senin, 4 Desember 2023 | 17:06 WIB