

BAB IV

KAMPANYE KREATIF JOKOWI-BASUKI MELALUI MEDIA MASSA

1. Majalah

Sejumlah pengamat menyatakan, hasil pemilihan kepala daerah DKI menunjukkan bahwa publik telah kehilangan kepercayaan terhadap partai politik, terutama yang duduk diparlemen, tidak bisa menunjukkan teladan yang baik bagi rakyat yang menyorotnya dari bawah.¹ Para pengamat itu boleh jadi benar. Namun, yang tidak boleh dilupakan adalah peran media, baik elektronik, cetak, maupun *cyber* (dunia maya). Tak dipungkiri, media memiliki peran besar melambungkan nama Jokowi semasa menjadi wali kota Solo. Hal ini membawa aura positif bagi Jokowi sendiri dalam pemilihan DKI. Warga merasakan simpati dan empati pada pasangan yang katanya memang nyentrik dalam hal kepemimpinannya ini.

Strategi yang dipakai oleh pasangan ini sungguh luar biasa, dengan menggunakan strategi modern yang bisa dibilang kampanye kreatif ini menggerus pemilih dari lawannya yakni Foke-Nara. Yang paling terlihat saat kampanye antara kedua pasangan ini adalah kreatifitas dalam berkampanye. Foke-Nara lebih memilih untuk menggandeng politik elit, maka ini jelas berbeda dengan yang dilakukan Jokowi, justru pasangan ini lebih memilih untuk terjun langsung ke masyarakat. Dalam majalah Tempo edisi 16-22 Juli 2012 mengatakan:

“Bagi Joko Widodo, pemilihan Gubernur Daerah khusus Ibu Kota Jakarta layaknya permainan sepak bola. Untuk melawan juara bertahan yang di dukung dana berlimpah dan suporter luas, timnya harus menyiapkan strategi jitu dengan menyerang langsung ke jantung pertahanan lawan. Walikota Solo ini menyebut strateginya itu tiki-taka ala sepakbola spanyol. Negara itu baru saja menjadi kampiun Piala Eropa dengan memainkan sepak bola indah, berupa operan pendek yang cepat dan gerak gesit pemainnya. “kalau Spanyol operan pendek, maka kami

¹ Bagus D. Wijoyo. *Pesona & Karisma Jokowi*. Sinar Kejora. Yogyakarta. 2012. 140

umpan manis ke kampung-kampung”, kata calon yang diajukan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan dan Partai Gerindra itu pekan lalu.”²

Dalam wacana di atas, menunjuk pada struktur makro yakni tematik. Sebuah tema bukan merupakan hasil dari seperangkat elemen yang spesifik, melainkan wujud-wujud kesatuan yang dapat kita lalui agar beraneka kode dapat terkumpul dan koheren. Tematisasi merupakan proses pengaturan tekstual yang diharapkan pembaca sedemikian sehingga dia dapat memberikan perhatian pada bagian-bagian terpenting dari isi teks, yaitu tema.³

Topik secara teoretis dapat digambarkan sebagai dalil (proposisi), sebagai bagian dari informasi penting dari suatu wacana dan memainkan peranan penting sebagai bentuk kesadaran sosial. Topik menunjukkan informasi yang paling penting atau inti pesan yang disampaikan oleh komunikator. Teun van Dijk mendefinisikan topik sebagai struktur makro dari suatu wacana. Dari topik, kita bisa mengetahui masalah dan tindakan yang diambil oleh komunikator dalam mengatasi suatu masalah. Tindakan, keputusan, atau pendapat dapat diamati pada struktur makro dari suatu wacana.⁴

Pada saat putaran pertama, perolehan suara pasangan Jokowi-Basuki mengungguli pasangan lain. Perolehan suara dari pasangan Jokowi-Basuki mengejutkan banyak orang, karena sebelumnya pasangan *incumbent* diperkirakan memperoleh suara tertinggi. Jokowi-Basuki memperoleh suara sebanyak 42,6 % sedangkan pasangan dari Foke-Nara hanya memperoleh 33 % saja. Tim sukses dari Jokowi-Basuki juga sangat terkejut dengan hasilnya, karena mereka memperkirakan suara yang diperoleh akan jauh di bawah Foke-Nara. Tim sukses

² Tempo, “Jokowi 1 Foke 0”, Edisi 16-22 Juli 2012, 35

³ Kris Budiman, *Kosa Semiotika*, (Yogyakarta: LkiS, 1999); Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 75

⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media...*, 75

Jokowi-Basuki bisa memperkirakan hal tersebut karena Jokowi sendiri tidak punya cukup waktu untuk berkampanye.

“Padahal Jokowi tak punya cukup banyak waktu untuk berkampanye. Sejak mendaftar sebagai calon, Maret lalu, Jokowi harus membagi konsentrasinya antara Jakarta dan Surakarta. Setiap Kamis ia terbang ke Jakarta dan balik tiga hari setelahnya.”⁵

Jokowi-Basuki memang tidak mempunyai cukup waktu untuk berkampanye tetapi mereka tidak kekurangan ide dan strategi dalam mencapai kemenangan mereka. Pada saat terbatas waktu tersebut, Jokowi-Basuki menggunakan basis daftar pemilih sementara, tim Jokowi juga mengidentifikasi wilayah-wilayah berdasarkan kelurahan dengan pemilih terbanyak. Tim juga menggolongkan daerah dengan jumlah golput terbanyak, miskin, bersuku Jawa, dan beragama Islam. Dengan digolongkannya beberapa basis tersebut, tim menentukan 77 dari 267 kelurahan yang harus didatangi oleh Jokowi dan Basuki pada masa kampanye. Penentuan materi yang disampaikan pada saat kampanye juga berdasarkan tempatnya, jika kelurahan tersebut tergolong miskin, maka Jokowi akan membahas tentang asuransi kesehatan dan pendidikan seperti yang ia jalankan di Solo.

Jokowi dan Basuki juga sadar betul bahwa mereka tak punya banyak uang untuk berkampanye. Sumbangan dari pengusaha dan perorangan yang masuk dalam rekening tim sukses hanya 9 miliar sampai pekan akhir sebelum pencoblosan. Hal ini disampaikan oleh tim sukses Jokowi:

“Uang ini kami pakai untuk kampanye lapangan, yang biayanya Rp 15 juta sehari,”⁶

Sejak awal memang Prabowo sudah yakin dengan pasangan Jokowi-Basuki. Meskipun kedua orang ini awalnya hanya bertemu beberapa kali tapi

⁵Tempo, “Jokowi 1 Foke 0”, Edisi 16-22 Juli 2012, 35

⁶Tempo, “Jokowi 1 Foke 0”, Edisi 16-22 Juli 2012, 37

kemudian merasa cocok dalam gaya kepemimpinan mereka yang sering dibilang nyentrik. Pada edisi Tempo, 1 April 2012:

“Prabowo mengatakan bersedia menanggung seluruh biaya bila duet dengan Jokowi-Ahok jadi. Dan Mega mengangguk.”⁷

Memang sudah sejak lama Partai Gerinda dan Partai Perjuangan Demokrasi Indonesia ini berkoalisi. Dan bagi mereka akan sangat menguntungkan jika pasangan yang dibentuknya itu menang dalam pemilihan DKI ini. keuntungannya jelas sekali, Prabowo yang akan melaju dalam pemilihan presiden pada tahun 2014.

Dengan adanya sokongan dan dukungan dari Prabowo Subianto yang ingin mencalonkan diri menjadi presiden dalam pemilihan 2014, jalan Jokowi-Basuki menjadi sedikit terbantu dengan adanya tim sukses sendiri dari Prabowo, yakni adik kandungnya Hashim Djojohadikusumo. Beliau yang kemudian bergerak sendiri untuk membiayai seluruh iklan dan survey-survey hingga media elektronik yang memang memakan ongkos banyak. Boy Sadikin selaku ketua tim sukses dari Jokowi-Basuki pun tidak mengetahui pergerakan dari adik Prabowo tersebut.

Bukan hanya dari pihak Prabowo saja yang bergerak dalam kesuksesan Jokowi-Basuki ini, dari pihak partai banteng juga berusaha sekuat mereka.

“Kami kerahkan seluruh staf khusus untuk sekalian survey ke masyarakat dari pintu ke pintu”⁸

Wacana diatas menunjukkan struktur analisis yakni retorik. Survey dari berbagai lembaga menunjukkan bahwa pasangan Jokowi-Basuki memang unggul. Dan lama-kelamaan tim pendukung dari lawan Jokowi-Basuki mulai redup meneriakan bahwa pasangan Foke-Nara adalah pemenangnya. Pemberitaan tentang penghitungan cepat yang di tayangkan ditelvisi memberikan secercah

⁷ Tempo, “Bandar Calon DKI-1”, Edisi 26 Maret – 1 April 2012, 35

⁸ Tempo, “Jokowi 1 Foke 0”, Edisi 16-22 Juli 2012, 37

harapan bagi tim sukses Jokowi-Basuki bahwa yang mereka harapkan memang menjadi pemimpin DKI.

Padahal Komisi Pemilihan Umum Daerah Jakarta baru akan mengumumkan hasil dari penghitungan itu pada tanggal 20 Juli tetapi dikarenakan hitung cepat dari berbagai lembaga survey, maka sudah dipastikan akan terjadi pemilihan untuk putaran kedua. Karena dengan perkiraan tak ada pemenang yang bisa menghasilkan 50 % plus satu suara maka sudah pasti akan ada putaran kedua. Hal ini sudah ditetapkan oleh peraturan daerah provinsi DKI Jakarta sebagai ibu kota negara Indonesia:

“Pasal 11 ayat 1 Undang-undang Nomor 29 tahun 2007 tentang pemerintahan Provinsi DKI Jakarta sebagai Ibu kota negara, pemenang belum dihasilkan.”⁹

Pada putaran kedua pemilihan DKI ini, kedua pasangan memang sama-sama bergerak. Lobi-lobi politik pun dijalin untuk menuju kemenangan yang sesungguhnya. Jokowi-Basuki tetap di dukung oleh partai Gerindra dan PDI. Tetapi menurutnya itu saja tidak cukup, Jokowi mencoba merangkul pasangan yang tidak masuk dalam putaran yang kedua. Jokowi optimis mengantongi komitmen dari ketiga pasangan yang gagal melaju dalam putaran yang kedua. Meskipun jarang bertemu tetapi secara intens Jokowi sudah berkomunikasi dengan kandidat lain seperti Faisal Basri-Biem dan Alex noerdin-Nono Sampono.

Jika putaran pertama Jokowi lebih intens dalam mendekati masyarakat, maka pada saat putaran kedua ini, Jokowi melebarkan sayapnya dengan mempertahankan pendukungnya.

Perbedaan ini benar-benar sangat mencolok antara kedua pasangan, Jokowi-Basuki yang lebih memilih untuk mendekati masyarakat dan merangkul seluruh

⁹ Tempo, “berpacu Menuju Putaran Final”, Edisi 16-22 Juli 2012, 39

pendukung setianya, sedangkan lawan dari pasangan ini justru lebih memilih untuk mencari dukungan dari para partai elit politik seperti Demokrat. Hal ini juga terlampir dalam majalah Tempo edisi 16 September 2012:

“Elit Partai Demokrat turun gunung untuk memenangkan Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli di putaran kedua Pemilihan Gubernur Jakarta. Gerilyawan Jokowi-Basuki mengepung Ibu Kota.”¹⁰

Dalam wacana di atas termasuk dalam struktur wacana mikro yakni retorik. Strategi dalam level retorik ini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya, dengan menggunakan kata yang berlebihan seperti yang disampaikan di atas ada kata “turun gunung” dan “Gerilyawan Jokowi-Basuki mengepung Ibu Kota”.

Dapat diketahui bahwasanya retorik mempunyai fungsi persuasif, dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu disampaikan kepada khalayak. pemakaiannya diantaranya dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaannya sama bunyinya seperti sajak), sebagai suatu strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan isi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak. Bentuk lain dari gaya retorik adalah ironi (ejekan) dan metonimi. Tujuannya adalah melebihkan sesuatu yang positif mengenai diri sendiri dan melebihkan keburukan pihak lawan.¹¹

Memang pada saat kalahnya pasangan dari Foke-Nara dan partai yang mengusungnya membuat mereka harus mengencangkan strategi dalam putaran kedua. Namun hal itu tidak membuat pasangan dari Jokowi-Basuki gentar dalam peperangan putaran kedua.

¹⁰ Tempo, “Adu Jitu Ronde Kedua”, Edisi 10-16 September 2012, 100

¹¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media...* 83-84

Pada putaran kedua, masih tetap dengan gaya kampanye yang pertama yakni dukungan dari para relawan setia Jokowi-Basuki. Mereka menggelar acara silaturahmi relawan dan pendukung Jokowi di tennis Indoor Senayan dengan menampilkan artis ibu kota. Hal ini tidak dilakukan pada putaran pertama karena kesan yang ditampilkan nantinya akan berbeda. Acara ini untuk mempererat para pendukung agar pada putaran kedua Jokowi-Basuki tetap menjadi pemenangnya.

Tidak bisa dipungkiri juga, para relawan ini adalah salah satu tim sukses yang hebat pula. Dengan cara pembagian beberapa wilayah, gerakan dari relawan ini sungguh cepat menyebar luas. Mereka menggunakan cara bagi-bagi pin, stiker dan yang paling ditunggu-tunggu oleh masyarakat adalah baju kotak-kotak yang khas dengan Jokowi-Basuki. Reaksi ini sungguh luar biasa jika mengingat waktu kampanye yang singkat dan Jokowi sendiri tak punya banyak waktu juga untuk bergerak menuju Jakarta karena harus membagi waktunya di Solo.

Dengan waktu yang singkat itu pula, ada isu kampanye hitam yang menyerang pasangan Jokowi-basuki. Tim sosialisasi dan kampanye pun menyiasati hal ini dengan memanfaatkan teknologi *Skype*. Ide ini awalnya juga datang dari Jokowi yang selalu menggunakan *Skype* untuk komunikasi jarak jauh. Cara ini terbukti efektif. Seperti yang terlampir dalam Tempo edisi 16 September 2012:

“Dari halaman belakang rumahnya di Solo yang dipasang layar lebar, Jokowi bisa terkontak dengan warga Condut dan Menteng Dalam. Di kawasan ini, sudah ada mobil yang bergerak membawa laptop, layar, proyektor LCD, dan penguat sinyal. Jokowi berdialog dengan dengan warga Condut membicarakan aspirasi mereka. Kebanyakan peserta sasarannya adalah kelompok mahasiswa dan rakyat kecil”¹²

Wacana di atas menunjukkan strategi untuk menampilkan diri sendiri secara positif, hal ini termasuk kedalam struktur mikro yakni sintaksis. Cara ini memang

¹² Tempo, “Adu Jitu Ronde Kedua”, Edisi 10-16 September 2012, 102

efektif, karena masyarakat merasa diperhatikan meskipun Jokowi saat itu sedang tidak ada di tempat kejadian. Media yang digunakan Jokowi terbukti ampuh untuk mengambil simpati dari masyarakat. Justru dengan segala yang melekat tentang Jokowi, entah itu gesturnya, cara kepemimpinannya, cara berkomunikasi semua itu sudah menjadi identitas Jokowi sebelum benar-benar menjadi pemimpin DKI Jakarta. Apalagi dengan gestur Jokowi yang dibilang *ndeso* itu justru menarik perhatian masyarakat.

Jokowi sudah menjalankan citra politiknya pada masa-masa kampanye, citra politik sendiri dapat dipahami sebagai gambaran seorang yang terkait dengan politik (kekuasaan, kewenangan, otoritas, konflik, dan konsensus). Citra politik berkaitan dengan pembentukan pendapat umum karena pada dasarnya pendapat umum politik terwujud sebagai konsekuensi dan kognisis komunikasi politik. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat atau perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan dan citra itulah yang mempengaruhi pendapat atau perilaku khalayak.¹³

Begitu juga yang dilakukan oleh Jokowi-Basuki, mereka mengolah citra sejak awal debut dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Meskipun sempat diterpa dengan isu SARA yang menjadi hambatan dalam kampanye, semua itu sirna dengan sendirinya. Isu SARA yang dilatarbelakangi oleh rekan Jokowi yakni Basuki yang berasal dari keturunan Ras Cina dan beragama Kristen, menjadi sedikit tegang dalam kampanye. Isu SARA itu jelas diterbangkan karena Isu tersebut merupakan cara yang jitu untuk menjatuhkan pasangan ini. Indonesia merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya memeluk agama Islam, dan Ras Cina merupakan sebagian kecil dari masyarakat Indonesia. Pendukung dari pihak

¹³ Ardial. *Komunikasi Politik*. (Jakarta: Indeks, 2009), 45

lawan memang jelas berseberangan karena Foke sendiri merupakan orang yang terlihat taat dalam agama Islam. Pendukungnya kebanyakan adalah Ulama dan Habib yang ada di Jakarta. Dalam majalah Gatra edisi 1 Agustus 2012 menyebutkan :

“Mayoritas ulama Betawi dekat dengan Foke, mantan ketua PWNU Jakarta. Sudah lama Foke dekat dengan ulama, jauh sebelum jadi gubernur. Tiap dua pekan, ada pengajian rutin kiai dan habib di rumah Foke.”¹⁴

Dalam wacana di atas, seperti menggambarkan bahwa Foke lebih bisa mengambil hati warga Jakarta karena banyak dari Habib yang mendukungnya. Wacana ini masuk dalam struktur mikro yakni sintaksis. Strategi untuk menampilkan diri sendiri secara positif.

Menurut pendapat William Abig, definisi komunikasi dalam kampanye itu adalah suatu pengoperan lambang-lambang yang bermakna antar individu.¹⁵ Oleh karena itu tidak heran bahwasanya ada pihak yang melayangkan isu SARA untuk menjegal pasangan dari Jokowi-Basuki. Isu SARA memang ampuh untuk menjegal lawan, tetapi bisa juga menjadi bumerang. Masyarakat lebih simpati kepada Jokowi-Basuki yang menurut mereka lebih dekat dengan rakyat. Dan akhirnya isu tersebut hanya lewat begitu saja ditelinga masyarakat. Meskipun banyak dari kalangan ulama yang menentang Basuki sebagai calon Wakil Gubernur DKI Jakarta, tidak membuat masyarakat surut kepercayaan terhadap kepemimpinan dari Basuki.

Setelah semua yang dilakukan Jokowi dalam berkampanye, yang masuk ke dalam teori komunikasi politik, ini juga bertujuan membentuk dan membina opini

¹⁴ Gatra, “Sentimen Agama Pilkada Jakarta”, Edisi No. 38 Tahun XVIII 26 Juli-1 Agustus 2012,

¹⁵ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), 30

publik (pendapat umum) serta mendorong partisipasi politik dan pendapat umum merupakan konsekuensi dari proses komunikasi politik yang bersifat mekanistik. Konsep opini publik bertitik tolak dari asasi yang ada pada diri manusia, yaitu hak kebebasan mengeluarkan pendapat, menyatakan kehendak, ide, atau gagasan.

Presiden Roosevelt yang sangat terkenal mengemukakan empat hak, yaitu: (1) *freedom of speech* (kebebasan berbicara dan menyatakan pendapat); (2) *freedom of religion* (kebebasan beragama); (3) *freedom from fear* (kebebasan dari ketakutan); (4) *freedom from want* (kebebasan dari kemelaratan).¹⁶ Oleh karena itu, meskipun banyak yang menyatakan bahwa Jokowi-Basuki tak layak untuk melaju dalam pemilihan DKI Jakarta namun kembali lagi pada masyarakat. Karena setiap individu mempunyai hak. Hak tersebut yang digunakan masyarakat untuk memilih calon yang terbaik dalam memimpin daerah mereka. Bukan dengan melihat latar belakang serta agama yang dianut, melainkan adalah cara pimpinnya yang dilihat.

Jokowi memang orang Solo dan berharap menjadi pemimpin dari DKI Jakarta. Bukan berarti itu tidak sah di mata masyarakat, karena setiap individu mempunyai hak untuk menilai seseorang. Sama halnya dengan rekan dari Jokowi yakni Basuki yang dikenal masyarakat dengan sebutan Ahok, dulu pernah menjabat sebagai bupati bangka belitung. Sukses dalam menjabat sebagai bupati dan dikenal dengan bupati yang jujur oleh masyarakatnya, tetapi ada yang mengganjal mengapa Basuki tidak bisa diterima secara terbuka oleh beberapa kalangan di DKI Jakarta yakni alasannya ialah agama yang dianutnya adalah Kristen dan beliau merupakan keturunan dari Ras Cina. Sekali lagi, itu semua

¹⁶ Ardial. *Komunikasi Politik...*, 49

kembali kepada setiap individu masing-masing, karena setiap individu mempunyai hak prioritas dalam menentukan pilihannya.

2. Koran

Jika dalam majalah lebih membahas tentang satu calon yang diunggulkan, maka berbeda dengan koran, koran lebih menyeluruh karena koran terbit secara harian. Jadi kemungkinan besar pembahasan yang ada di dalamnya lebih menyeluruh dan detail setiap harinya. Perkembangan dari kedua calon yang menuju ke putaran kedua ini membuat sejumlah koran mengangkatnya sebagai berita utama.

Di dalam isi pada koran memang kebanyakan membahas tentang kedua calon secara bersamaan di dalamnya. Tetapi itu tidak membuat para pembaca merasa kebingungan untuk memihak dari kedua calon tersebut. Memang sedikit banyak ada beberapa faktor yang bisa menjadikan media massa sebagai alat untuk kampanye mereka. Akan tetapi jika melihat isi dari koran akan jelas berbeda dengan majalah yang lebih memihak kepada salah satu calon.

Pembahasan antara majalah dan koran memang hampir mirip, seperti dukungan partai yang terus mengalir ke kubu Foke-Nara atau tentang Isu SARA yang meledak di masyarakat. Dan satu yang belum di bahas dalam majalah yakni tentang perjalanan dari panwaslu untuk kedua pasangan calon dari pemimpin DKI Jakarta ini.

Kampanye untuk putaran kedua ini juga sempat dibahas oleh Koran Tempo edisi Sabtu, 1 September 2012. Dengan judul “Adu Kampanye Di Layar Kaca”, ini jelas berarti bahwasanya memang media ini tidak bermaksud untuk memihak kepada salah satu calon.

Dalam artikel yang menjadi berita utama dalam koran tersebut menyebutkan:

“Tahapan Kampanye akan digelar pada 14-16 September. Berbeda dengan putaran pertama, kampanye pada putaran kedua tidak menggelar rapat-rapat umum yang berpotensi menghimpun massa ribuan banyak. Kampanye ditetapkan hanya digelar lewat siaran tekevisi dan dalam ruangan tertutup dengan jumlah massa maksimal 200 orang. Selain itu, penajaman visi dan misi oleh masing-masing calon gubernur melalui media elektronik. Dan menurut Ketua Kelompok Kerja Kampanye KPU DKI Jakarta Suhartono, KPU DKI akan menambah porsi jam tayang di televisi untuk kampanye itu.”¹⁷

Wacana di atas menunjukkan adanya struktur makro karena didalamnya keseluruhan membahas tentang jadwal kampanye yang di gelar oleh KPU. Karena sebuah tema bukan merupakan hasil dari seperangkat elemen yang spesifik, melainkan wujud-wujud kesatuan yang dapat di lihat dalam teks atau dengan berbagai cara yang dilalui agar beraneka kode dapat terkumpul dan koheren.

Pembahasan selanjutnya juga tidak terlalu menonjolkan salah satu calon pasangan. Pembahasan secara umum dalam koran tidak membuat pasangan Jokowi-Basuki menjadikan koran sebagai alat alternatif dalam kampanyenya. Seperti yang dijelaskan dalam isi koran yang tadi, bahwasanya kampanye pada putaran kedua ini akan lebih kepada *talkshow* atau sejenisnya yang berhubungan dengan media elektronik.

Dalam putaran kedua ini, banyak pemberitaan tentang panwaslu sehubungan dengan kampanye yang dilakukan oleh kedua calon. Ada beberapa pesan yang tersampaikan dalam artikel dari Koran Tempo Edisi Kamis, 6 September 2012:

“Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo diadakan ke panitia Pengawasan Pemilu (Panwaslu) DKI Jakarta. Tim Advokasi Jakarta Baru, yang mendukung Joko Widodo, mengadakan Fauzi dan tim suksesnya atas dugaan berkampanye di luar jadwal dan penggunaan anggaran pemerintah DKI untuk kampanye. Mereka mempertanyakan spanduk bergambar Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli di beberapa

¹⁷ Koran Tempo, “Adu Kampanye Di Layar Kaca”, Edisi Sabtu, 1 September 2012, C1

titik di Jakarta, seperti di depan kantor Kepolisian Sektor Menteng dan Stasiun Cikini. “spanduk-spanduk tersebut akan menggiring masyarakat memilih nomor urut 1 (Fauzi-Nachrowi),” kata koordinatir tim, Habiburokhman, di Panwaslu, kemarin. Habiburokhman membantah kabar yang menyebutkan pelaporan tersebut merupakan serangan balasan atas laporan dari tim sukses Fauzi ihwal iklan Asosiasi Pedagang Pasar seluruh Indonesia yang emnampilkan Prabowo Subianto, Joko Widodo, dan Basuki Tjahaja Purnama, calon wakil Gubernur DKI Jakarta dari PDI dan Gerindra.”¹⁸

Pesan yang disampaikan pada wacana di atas merupakan struktur dari pada struktur makro yakni tematik. Wacana di atas merupakan sebuah topik yang disampaikan di awal dalam sebuah berita. Topik sendiri secara teoretis merupakan gambaran dalil (proposisi), sebagai bagian dari informasi penting dari suatu wacana dan memainkan peranan penting sebagai pembentuk kesadaran sosial.

“calon gubernur DKI Jakarta, Joko Widodo, merasa di keroyok “gajah”. Tak satu pun partai yang calonnya telah gugur pada putaran pertama lalu mengalihkan dukungannya kepadanya.”padahal kami sudah menjalin komunikasi”, katanya. Namun Jokowi menyatakan masih ada senjata pamungkas yang disimpannya. Senjata otu terbukti ampuh pada putaran pertama lalu, yakni “lari” dan berkoalisi dengan masyarakat. Itu juga yang membuatnya santai menghadapi isu SARA yang belakangan gencar menggencet dia dan calon wakil gubernur, Basuki T. Purnama (Ahok).”¹⁹

Wacana di atas menunjukkan struktur mikro dari analisis wacana yakni stilistik. Pusat perhatian stilistika adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana.²⁰ Bisa juga dilihat dengan menggunakan analisis struktur miksro yakni retorik, karena bahasa yang digunakan hiperbolik.

“mantan Wakil Presiden RI Jusuf Kalla menyuarakan dukungannya bagi pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama. Pasangan ini disebut Kalla sebagai pemimpin yang bisa bergaul dekat dengan warganya.”²¹

2012, C2 ¹⁸ Koran Tempo, “Fauzi Dituding Gelar Kampanye Di Luar Jadwal”, Edisi Kamis, 6 September

¹⁹ Koran Tempo, “Kendalinya tetap di Saya”, Edisi Senin, 13 Agustus 2012, C5

²⁰ Alex Sobur. *Analisis Teks Media...*, 82

²¹ Koran Tempo, “Kalla Dukung Jokowi, Foke Disokong Elite Partai”, Rabu, 19 September 2012,

Wacana di atas menunjukkan struktur mikro yakni semantik. Dimana dalam wacana tersebut menunjukkan bahwa seorang mantan Wakil Presiden RI mendukung pasangan Jokowi-Basuki untuk menang dalam pilgub 2012. Dukungan tersebut merujuk pada struktur semantik dimana tidak hanya mendefinisikan bagian mana yang penting dari suatu struktur wacana tetapi juga menggiring ke arah sisi tertentu dari suatu peristiwa.

Meskipun Jokowi tidak mempunyai dukungan dari elit politik, tetapi dengan adanya dukungan dari beberapa pihak yang pernah menjadi orang nomor dua di Indonesia sudah cukup mewakili dari salah satu kalangan elit. Tidak hanya itu, calon kandidat juga harus memperjuangkan untuk bisa menang dengan jalan debat publik. Seperti kutipan yang ada di bawah ini:

“Secara keseluruhan, menurut Husin, dua kandidat ini cukup baik dalam menyampaikan program kerja, visi-misi, dan solusi untuk Jakarta. Kemampuan itu, kata dia, tak lepas dari latar belakang dua calon gubernur yang berasal dari kalangan birokrat. Di atas kertas, Husin menambahkan, program kerja yang dilontarkan para kandidat sudah mewakili apa yang diinginkan warga, misalnya terkait dengan pemukiman dan layanan publik. Namun Husin menilai kelemahan dari debat ini ada pada pengawasan terhadap program kerja mereka.”²²

Wacana tersebut juga menggambarkan tentang peristiwa penting dalam kampanye Jokowi-Basuki. Analisis struktur dalam wacana tersebut merujuk pada struktur mikro yakni semantik.

“pemilih juga tidak boleh terkecoh oleh pemberitaan media massa dan media sosial yang berusaha memainkan emosi publik di mana seolah-olah pilkada DKI Jakarta adalah pertarungan semut versus gajah, perubahan versus *status quo*, laskar rakyat versus laskar partai, dan nasionalis versus religius. Pemilih yang cerdas dan rasional akan menjatuhkan pilihan berdasarkan fakta obyektif kinerja, kapasitas kepemimpinan, kemampuan manajerial para kandidat yang sedang berlaga.”²³

²² Koran Tempo, “Debat Jokowi Versus Foke Imbang”, Edisi, Sabtu 15 September 2012, A3

²³ Koran Tempo, “Mengukur Kinerja Foke dan Jokowi”, Kamis, 6 September 2012, A10

Bentuk wacana yang umum diatas menggambarkan struktur analisis skematik. Karena didalamnya tidak mengandung undur dukungan sama sekali kepada kedua calon kandidat yang melangkah dalam pilgub DKI Jakarta.

Pada debat kandidat yang terjadi, ada beberapa respon terhadap debat tersebut seperti ungkapan di bawah ini:

“Husin mengungkapkan, debat kandidat calon gubernur akan mempengaruhi tingkat keterpilihan mereka pada hari pencoblosan, 20 September mendatang. Pasalnya, dari sini masyarakat bisa menilai bagaimana figur dua pasang calon gubernur dan wakil gubernur dengan nomor urut satu dan tiga ini.”²⁴

Memang benar yang dikatakan, bahwasanya jawaban yang dilontarkan atau janji dari kedua calon Gubernur dan Wakil Gubernur tersebut sangat mempengaruhi masyarakat. Masyarakat menilai sendiri jawaban dan janji yang dilontarkan saat debat berlangsung. Wacana di atas masih menunjukkan bentuk umum dari suatu wacana. Jadi struktur analisisnya masuk dalam kategori skematik.

Berikut ini merupakan janji-janji Jokowi dalam meraih dukungan dari masyarakat DKI Jakarta:

“Janji Jokowi untuk Si Miskin: pertama, berkantor hanya selama satu jam dan lebih banyak berkeliling menjaring aspirasi masyarakat. Kedua, membangun kampung susun di bantaran sungai dan rel kereta. Ketiga, melegalkan beberapa wilayah abu-abu. Keempat, menggratiskan pendidikan dan kesehatan lewat program “Jakarta Sehat” dan “Jakarta Pintar”. Kelima, melucuti tongkat dan senjata petugas Satuan Polisi Pamong Praja.”²⁵

Jokowi menggambarkan dirinya sendiri sebagai pemimpin yang bisa diandalkan di masa mendatang untuk menggantikan pemimpin yang terdahulu. Dengan menggunakan kalimat yang aktif, maka wacana di atas masuk dalam kategori struktur mikro yakni Sintaksis.

²⁴ Koran Tempo, “Debat Jokowi Versus Foke Imbang”, Edisi, Sabtu 15 September 2012, A3

²⁵ Koran Tempo, “Konsep Pembangunan Kampung Susun Warga Minta Dialog Lagi”, Edisi, Selasa, 25 September 2012, C1

Sesaat setelah pencoblosan pada tanggal 20 September, banyak dari pihak atau lembaga hitung cepat (*quick count*) memperdiksi bahwa Jokowi-Basuki lebih unggul dibandingkan dengan Foke-Nara. Hal ini juga disampaikan Koran Tempo pada Edisi Sabtu 22 September 2012.

“Sejauh ini, kemenangan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama baru berdasarkan hasil hitung cepat (*quick count*). Namun mereka sudah menyiapkan langkah 100 hari pertama setelah dilantik menggantikan Gubernur Fauzi Bowo. Pasangan ini akan berfokus pada program 100 hari pertama yang mereka janjikan selama kampanye.”²⁶

Dengan adanya program 100 hari yang disampaikan oleh pasangan Jokowi-Basuki, maka wacana ini masuk dalam analisis struktur sintaksis. Karena belum dinyatakan menang secara resmi, Jokowi-Basuki sudah membuat rencana yang bisa dikatakan sebagai janjinya pada saat kampanye. Hal ini menunjukkan cirri-ciri dari sintaksis yakni menampilkan dirinya sendiri secara positif dan lawan secara negatif. Seperti wacana yang ada dibawah ini juga sama.

“ Wakil Gubernur DKI Jakarta terpilih versi hitung cepat sejumlah lembaga survei, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok), mengatakan akan menyesuaikan postur serta alokasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah DKI 2013 terpilih versi hitung cepat, dan Basuki selama kampanye lalu. Program yang dijanjikan pada masa kampanye lalu, seperti membangun kampung susun dan superblok, akan segera diwujudkan pemerintahan baru mereka. Anggranannya akan dimasukkan ke APBD 2013. Ahok yakin anggaran Rp 44 triliun itu cukup untuk seluruh program yang dijanjikan Jokowi-Basuki. Alokasi anggaran akan didasari skala prioritas program. Beberapa skala prioritas program. Beberapa program yang akan langsung dieksekusi setelah dilantik di antaranya program Kartu Jakarta Sehat, Kartu Jakarta Pintar, pembangunan apartemen sederhana dan terpadu (superblok), penataan kampung kumuh dengan kampung susun, serta penyelesaian pembangunan koridor *busway*.”²⁷

Rencana-rencana itu merupakan janji yang harus mereka tepati kelak saat menjabat sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur. Strateginya dalam menunjukkan

²⁶ Koran Tempo, “Jokowi-Basuki Berfokus pada Program 100 Hari”, Edisi, Sabtu 22 September 2012, C2

²⁷ Koran Tempo, “Ahok Siap Masukkan Program Kampung Susun ke APBD 2013”, Edisi, Rabu, 26 September 2012, C2

rencana-rencana tersebut sudah menampilkan diri kepada masyarakat secara positif, hal ini merupakan struktur analisis dari sintaksis.

Selain itu, Panwaslu tidak hanya duduk diam menyaksikan para calon yang memperebutkan kusri Gubernur dan wakil Gubernur ini, mereka sudah punya tata tertib yang harus dijalani. Tetapi tetap saja ada kecurangan pada saat kampanye. Seperti wacana dalam koran Tempo pada Edisi Selasa, 25 September 2012 ini.

“Menurut Maulana, kegiatan kampanye itu ditata dalam Peraturan KPU Nomor 14 Tahun 2010 dan Keputusan KPU DKI Nomor 13 Tahun 2011. Di sana disebutkan, tim sukses dilarang menggelar kampanye di luar jadwal yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum. Kegiatan yang masuk kategori kampanye antara lain mengajak masyarakat memilih pasangan calon serta menyampaikan visi, misi, dan program pasangan calon. Maulana menegaskan, APPSI tidak masuk jajaran tim sukses Jokowi-Basuki. Karena itu, dia menyayangkan Panitia Pengawas Pemilu yang menganggap iklan KPPS itu melanggar jadwal kampanye.”²⁸

Topik dari wacana tersebut menunjukkan makna umu dari suatu wacana. Jadi, dalam wacana ini termasuk dalam kategori superstruktur yakni skematik. Karena wacana ini tidak menggambarkan adanya dukungan kepada salah satu dari calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang sedang berlaga.

Ada juga hal yang sekiranya menjadikan batu sandungan untuk Jokowi-Basuki dalam melangkang di Pilgub DKI Jakarta ini, salah satunya ialah mengenai isi Khutbah yang disampaikan oleh penyanyi dangdut papan atas yakni Rhoma Irama.

“Raja dangdut Rhoma Irama ujug-ujug saja menangis di depan serombongan wartawan yang menunggu kedatangannya di kantor Panitia Pengawas Pemilu DKI Jakarta kemarin. Saat itu ia baru tiba di kantor Panwaslu. Rhoma dimintai keterangan oleh Pengawal Pemilu ihwal ceramah tarawihnya di masjid Al-Isra, Tanjung Duren, Jakarta Barat, yang dituding berbau SARA dan melanggar ketentuan waktu serta lokasi kampanye. Bila terbukti, Rhoma terancam pidana

²⁸ Koran Tempo, “Kasus Iklan Jokowi Polisi Periksa Pengurus APPSI”, Edisi, Selasa, 25 September 2012, C3

pemilu dengan masa hukuman hingga 18 bulan bui. Setelah meredakan tangisnya dengan susah payah, Rhoma membantah tudingan tersebut. “Saya ke sana bukan kampanye, tapi sebagai mubalig,” katanya. “Seorang ulama wajib menyampaikan pesan Al-quran,” dia menambahkan.²⁹

Dengan menggunakan bahasa yang sedikit hiperbola maka wacana ini masuk ke dalam kategori struktur makro yakni retorik. Seperti kalimat setelah meredakan tangisnya yang susah payah, ini menggambarkan bahwa Rhoma Irama menangis tersedu-sedu hingga beliau sulit untuk menenangkan dirinya.

Panwaslu juga sebenarnya tidak menutup mata dengan adanya isu yang berkembang di kalangan masyarakat. Hanya saja, Panwaslu sedikit lamban dalam menangani masalah yang sedang terjadi.

“Panitia Panwaslu dinilai lamban menangani isu suku, agama dan ras yang berkembang menjelang pemilihan putaran kedua pada September nanti. “ini menyebabkan penggunaan isu SARA semakin tinggi dan bervariasi,” ujar manajer pemantauan Jaringan Pendidikan Pemilih untuk Rakyat (JPPR) Masykurudin Hafidz kemarin.”³⁰

Wacana ini disampaikan oleh si penulis berita dalam bagian utama sehingga masih menjadi bentuk unum dari suatu wacana. Maka dari itu bisa dikategorikan sebagai Skematik dalam struktur analisisnya.

Isu Sara ini sangat mengganggu sekali bagi pasangan Jokowi-Basuki, tapi tidak dijadikan sebagai hambatan bagi pasangan Jokowi-Basuki dalam memenangkan Pilgub DKI Jakarta di tahun 2012 itu. Isu SARA di Indonesia memang masih menjadi momok yang menakutkan bagi sejumlah kalangan yang sensitif terhadap Agama dan Ras. Padahal cerminan dari seorang pemimpin itu juga sangat penting. Orang Indonesia masih kaku dalam hal ras, agama, serta adat yang berlaku di daerahnya.

²⁹ Koran Tempo, “Rhoma Menangis, Rhoma Membantah”, Edisi, Selasa, 7 Agustus 2012, A5

³⁰ Koran Tempo, “Panwaslu Dinilai Lamban Redam Isu SARA”, Edisi, Sabtu 25 Agustus 2012,

Namun hal itu tidak menyurutkan semangat dari Jokowi-Basuki untuk memenangkan pertandingan meraih kursi Gubernur dan wakil Gubernur.

“Dari 1.250 responden yang diwawancarai lewat telepon, 36,74 persen mendukung Jokowi-Ahok. Sedangkan responden yang memilih Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli (Foke-Nara) sebesar 29,47 persen dari total responden.”³¹

Wacana di atas juga termasuk ke dalam kategori skematik karena masih dalam bentuk umum dari suatu wacana. Sedangkan dalam wacana yang ada di bawah ini merupakan gambaran mengapa Jokowi-Basuki lebih disukai oleh masyarakat luas dibandingkan dengan Foke-Nara.

“Apa yang dilakukan Jokowi Basuki yang melesit dalam pemilukada DKI Jakarta kali ini jelas karena sejalanannya upaya pemasaran dan penjualan. *Investasi marketing* dan *personal branding* mereka tanamkan sejak memimpin Surakarta dan Bangka Belitung seperti yang ada dalam rekam jejak mereka. *Selling* penting karena perlu hasil nyata saat ini, karena upaya pemasaran jangka panjang tanpa eksekusi yang prima menjadi rencana kosong belaka. Di sini ditunjukkan bahwa upaya pelayanan masyarakat yang dilakukan Jokowi sejak memimpin Surakarta tidak hanya menyentuh aspek dasar hajat hidup orang banyak. Namun, pada saat yang sama Jokowi intens mengomunikasikannya kepada publik setiap kemajuannya. Itu menjadi upaya *marketing/branding* yang sangat efektif.”³²

Jika Jokowi-Basuki lebih dianggap mampu dalam memimpin sebuah daerah, maka perlu adanya bukti yang nyata dari adanya janji-janji yang sampainya selama kampanye. Marketing yang dilakukan oleh Jokowi-Basuki juga termasuk bagus, karena dapat mengusir Foke dari Jabatannya sebagai Gubernur. Kemudian analisis wacana dengan struktur mikro ini adalah Semantik, karena dalam penyampaiannya kata-katanya merujuk pada pasangan Jokowi-Basuki yang lebih positif ketimbang Foker-Nara.

“Lain halnya dengan Foke-Nara. Sebagai gubernur yang masih menjabat, Foke sebenarnya bisa jauh lebih berhasil menerapkan strategi *marketing*. Sayangnya

³¹ Koran Tempo, “Hasil Survey Unggulkan Jokowi-Ahok”, Edisi, Sabtu 15 September 2012, A3

³² Media Indonesia, “Strategi Marketing Jokowi-Ahok”, Edisi, Sabtu 22 September 2012, 25

perkembangan isu-isu mendasar seperti masalah kemacetan, banjir, ekonomi, dan kesejahteraan rakyat serta penerapan *good corporate government* yang sudah ditangani tidak dikomunikasikan terus-menerus kepada publik.”³³

Seperti yang sudah disampaikan di atas bahwasanya Jokowi-Basuki lebih unggul dalam pemasaran, Foke-Nara tidak bisa mengupayakan semua kekacauan yang terjadi di Jakarta, misalnya selama ini rutinitas jalan yang padat kendaraan. Dengan kalimat yang pasif tetapi masih tetap menggambarkan diri sendiri yang merujuk pada dukungannya terhadap pasangan Jokowi-Basuki, maka wacana ini termasuk kedalam sintaksis.

Banyak juga kejanggalan yang terjadi pada saat kampanye. Kejanggalan ini terjadi pada pasangan Foke-Nara yang dana kampanyenya mencapai Rp.2,3 Miliar. Seperti yang sudah dikutip di bawah ini:

“pada audit dana kampanye Foke-Nara ditemukan 255 penyumbang dana kampanye yang identitasnya tidak jelas. Mulai dari donatur tidak bernama, tanpa alamat, tidak menyertakan NPWP, juga tanpa menyertakan akta bagi badan hukum. Padahal total sumbangan dari 255 donatur itu mencapai Rp.2,3 miliar.”³⁴

Dan sekali lagi, secara tidak langsung hal ini merujuk pada dukungannya terhadap pasangan Jokowi Basuki. Kalimat yang digunakan tentu saja kalimat yang pasif agar samar tetapi tetap saja ujung-ujungnya jika pembaca yang membaca tulisan tersebut sudah pasti menganggap pasangan Foke-Nara sebagai pihak yang negatif. Ini berarti masuk dalam sintaksis yang menggambarkan dirinya sendiri secara positif dan orang lain secara negatif dengan kalimat yang disampaikan adalah pasif.

“Kumis vs Kotak-Kotak.”³⁵

³³ Media Indonesia, “Strategi Marketing Jokowi-Ahok”, Edisi, Sabtu 22 September 2012, 25

³⁴ Media Indonesia, “Awas Politik Uang!”, Edisi, Sabtu 8 September 2012, 5

³⁵ Media Indonesia, “Kumis vs Kotak-Kotak”, Edisi, Kamis, 20 September 2012, 20

Kata-kata di atas merupakan jenis skematik karena menunjukkan bentuk umum dari suatu teks. Hal ini juga bisa dilihat dari judul berita yang ingin disampaikan oleh komunikator. Judul berita dibuat semenarik mungkin agar pembaca berita melihat isi di dalamnya.

3. Media Sosial

Media sosial ini merupakan media dari internet sebagai sarana sosial. Media sosial dalam penelitian kali ini ada tiga yakni Facebook, Twitter, dan You Tube. Jokowi melakukan kampanyenya secara tidak langsung melalui media sosial tersebut.

a. Facebook

Facebook merupakan jaringan media sosial yang teramat populer dikalangan masyarakat, mulai dari ana-anak, remaja, dan dewasa. Tidak heran jika Jokowi memanfaatkan media sosial ini sebagai salah satu senjata dalam kampanye kreatifnya.

Ada beberapa postingan yang menarik dari admin sebagai *page* di *facebook* ini yakni pada tanggal 19 Mei 2012, admin yang merupakan simpatisan dari Jokowi ini sungguh lihai memainkan kata untuk menarik simpati pembacanya:

“ Pemimpin itu harus Tegas tanpa ragu..!!
tetap semangat seprti di saat pagi..
Selamat Pagi Solo...
Selamat Pagi Jakarta...
Selamat Pagi Nusantara...”

Jika dilihat menggunakan struktur atau elemen wacana yang dikemukakan oleh van Dijk maka termasuk struktur Mikro karena hal yang diamati adalah retorika (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan

dilakukan).³⁶ Termasuk dalam golongan retorik karena di dalam postingan tersebut kata “Tegas” menggunakan huruf kapital atau besar, sedangkan di dalam penulisan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, kata yang awalnya memakai huruf kapital atau besar hanya Tuhan, tempat, dan nama. Ini membuktikan bahwa memang ada penekanan pada kata “Tegas” dalam postingan tersebut.

Admin yang mengelola tentunya mempunyai maksud tersendiri, yakni memberikan gambaran bahwasanya pemimpin memang harus tegas dalam segala kebijakan yang diambilnya dan itu merujuk kepada Jokowi. bukan hanya itu ada penafsiran lain mengapa admin menuliskan kata tegas dengan menggunakan huruf depannya kapital atau besar, itu karena admin merasa kecewa terhadap kepemimpinan Fauzi Bowo yang pada saat itu sedang menjabat dan mencalonkan diri kembali untuk memimpin Jakarta sekali lagi.

Bukan hanya itu, admin tersebut juga menyebutkan tempat yang menjadi genggamannya Jokowi nantinya. Salam kepada Solo di taruh di urutan yang pertama karena memang pada saat itu Jokowi masih menjabat sebagai walikota Solo. Jakarta menjadi kota kedua karena Jokowi pada saat itu memang sedang mencalonkan diri sebagai Gubernur DKI Jakarta. Dan tidak lupa juga admin menulis salam untuk semua masyarakat Indonesia. Hal ini memang sepele tetapi sungguh luar biasa karena dengan sedikit sentuhan salam orang akan merasa sedikit lebih akrab. Dan itu lah gunanya sosialisasi, seperti sosialisasi politik yang digunakan oleh Jokowi. menghampiri warga dengan tersenyum tanpa keraguan karena memang kita adalah orang timur yang hangat dengan salam dan sapa.

³⁶ Alex Sobur. *Analisis Teks Media*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 84

Pada postingan yang lalu pada tanggal 15 Mei 2012, admin memberikan sedikit sentuhan tentang perjalanan Jokowi melalui tautan yang mirip dengan *stand up comedy* yang dilakukan Jokowi.

“Jokowi: saya hanya tukang kayu dan seblmny belum pernah berkecimpung di dunia politik. Penmpln saya juga tidak seprtn penampilan seorang pejabat, apalagi walikota. Dan saya juga tidak tahu knapa wktu itu terpilih menjadi walikota solo, mgkin karena rakyat sdah bosan dengan wajah2 lama.”

Jika dilihat dari uraian yang disampaikan Jokowi di atas yang di posting oleh admin ini, maka jenis elemen dalam analisis wacana masuk pada Sintaksis, straetegi untuk menampilkan diri sendiri secara positif dan lawan secara negatif.³⁷ Bukan hanya itu, kata-kata yang dilontarkan Jokowi juga menyiratkan tentang sosialisasi politik. Yang dimaksud sosialisasi politik adalah proses pembentukan sikap dan orientasi politik para anggota masyarakat. Melalui proses sosialisasi politik inilah para anggota masyarakat memperoleh sikap terhadap kehidupan politik yang berlangsung dalam masyarakat. Proses ini berlangsung seumur hidup yang diperoleh secara sengaja dalam pendidikan formal, nonformal, dan informal, maupun secara tidak sengaja melalui kontak dan pengalaman sehari-hari, baik dalam kehidupan keluarga dan tetangga maupun dalam kehidupan masyarakat.³⁸

Jokowi memperkenalkan dirinya lewat cerita masa lalunya, yang kemudian mengemukakan mengapa masyarakat memilihnya, meskipun terkesan ramah dengan menggunakan kata rendah hati tetapi di ujung kalimatnya, Jokowi menambahkan “mungkin sudah bosan dengan wajah2 lama” ini merupakan salah satu ungkapan secara tidak langsung untuk mempromosikan dirinya. Dan perlu diketahui lawan terberat Jokowi ialah pasangan *incumbent*. Sejak putaran

³⁷ Alex Sobur. *Analisis Teks Media...* 80

³⁸ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*. (Jakarta: Grasindo, 2010), 177.

pertama dan kedua, memang kedua pasangan Jokowi-Basuki dan Foke-Nara sudah diramalkan akan masuk pada putaran yang kedua.

b. Twitter

Dukungan dari dunia maya memang begitu luar biasa untuk Jokowi. Semua masyarakat sangat antusias dengan pencalonan Jokowi di Gubernur DKI Jakarta ini, bukan hanya masyarakat Jakarta saja yang merasa antusias tetapi daerah-daerah di seluruh Indonesia juga merasakannya.

Jokowi mempunyai akun di Twitter dengan *nickname* @jokowi_do2. Jokowi yang berasal dari Solo dan saat itu masih menjabat sebagai walikota, tidak menyurutkan tindakannya untuk terus mencari dukungan. Lewat dunia maya seperti ini juga termasuk kampanye, meskipun Jokowi tidak menyebutkan secara langsung dalam *timeline*-nya untuk memilihnya pada saat pemilihan berlangsung.

Dalam sebuah *timeline*-nya di Twitter pada 12 Juni 2012, beliau mengatakan:

“malam ini yg mau foto nya pakai baju kotak kotak saya RT yok siapa mau?”

Ini membuat sejumlah pengguna Twitter menyerbu *timeline*-nya dan memang benar Jokowi me-*retweet* beberapa orang. Bukankah orang yang dianggap sebagai pemimpin yang bijaksana seperti yang dibayangkan sebelumnya tidak ada yang mempunyai kriteria seperti ini. Oleh karena itu, mungkin dengan cara pendekatan lewat dunia maya seperti ini Jokowi lebih bisa diterima dengan cepat oleh banyak orang khususnya masyarakat Jakarta.

Jokowi juga sungguh lihai dalam menarik simpati dari warga Jakarta yang sekiranya dulu kurang diperhatikan oleh Gubernur DKI Jakarta. Sebagai

orang yang dikenal baru oleh warga Jakarta, Jokowi tak segan-segan untuk terjun langsung ke kampung-kampung demi orang-orang agar mengenalnya lebih dekat. Saat sebelum Jokowi berangkat ke daerah yang sudah direncanakan, beliau men-*tweet* agar yang membaca *timeline*-nya tahu.

“sesaat lagi menuju pasar teluk gong pejalalan kalimati pesing jakarta barat setelah makan siang sampai ketemu d sana teman teman”

Hal ini juga merupakan salah satu bentuk kampanye yang dilakukan Jokowi secara tidak langsung. Dengan menggunakan bahasa yang lugas dan mudah dicerna oleh setiap orang (tua maupun muda). citra seseorang yang terkait dengan politik yang terjalin melalui pikiran, perasaan, dan kesucian subyektif akan memberi kepuasan baginya, dan memiliki paling sedikit tiga kegunaan. Pertama, memberi pemahaman tentang peristiwa politik tertentu. Kedua, kesukaan atau ketidaksukaan umum kepada citra seseorang tentang politik menyajikan dasar untuk menilai objek politik. Ketiga, citra diri seseorang dalam cara menghubungkan diri dengan orang lain.³⁹

Citra politik juga membantu seseorang dalam memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya tentang referensi politik. Citra politik akan menjadi perhatian penting jika seorang menganggap bahwa dalam memenuhi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologis, hanya dapat diatasi dan dilakukan oleh negara. orang bertukar citra politik melalui komunikasi politik sebagai cara untuk menyelesaikan konflik dan mencari konsensus dalam upaya manusia dan masyarakat memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya.

³⁹ Ardial. *Komunikasi Politik...*, 45

c. You Tube

You Tube merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh Jokowi-Basuki dalam berkampanye. Mereka mengunggah sebuah video yang sangat mudah dicerna oleh masyarakat. Sebenarnya, awal cerita bermula pada simpatisan Jokowi yang membuat video klip untuk mendukung Jokowi-Basuki tetapi lanjut kemudian Jokowi-Basuki mengikut sertakan simpatisan ini untuk membuat video klip kembali yang memang isinya adalah real kampanye dari Jokowi-Basuki. Karena video yang dibuat oleh simpatisan ini, tim sukses mempunyai ide untuk membuat flashmob di HI. Dibawah ini merupakan sebuah lirik yang menjadi sorotan *public* pada saat kampanye berlangsung.

Bel berbunyi
Pagi-pagi
Masi ngantuk, kututup mataku lagi
Kuteringat
Harus Cepat

Janji buat KTP di Lurah terdekat

Dari ranjang ku langsung
melompat
Kusiap secepat Kilat

Namun terhentak ketika kumelihat
Ratusan orang dijalanan yang padat
Motor mobil gerobak pun saling
sikat
Gimana
Ah ah
Caranya gua lewat?

Kok slalu macet kayak gini
Udah lama kok gak bisa diatasi
Katanya pada mau buat MRT
Tau gini
Ih ih
Gua pindah ke bali
ih ih
Eh malah macet di s'manggi

Ti-tiga jam
Ku di jalan
Tiba di kantor lurahnya kebablasan
Keringatan
Capek Pisan
Tambah kaget kulihat panjangnya
antrian
Jakartaku kok bisa begini?
Antri nggak berhenti-henti

Ku duduk bersama tiga puluh orang
Kipas-kipas kita semua kepanasan
Keringatanpun mulai bercucuran
Dimana
Ah ah
Petugas kelurahan?

Akhirnya muncul satu orang
Wajahnya garang dengan kumis
yang panjang
Katanya buat kelar butuh tiga bulan
Asalkan
Ah An
Kalau Kasih Setoran
Ah An
Duit gua pas-pasan

Du du du du duit dari mana?
Ketinggalan dirumah

Katanya ku datang besok saja
Mulutkupun ternganga

Jakartaku kok bisa kejam begini
Macet kumuh brantakan ga kenal
hari
Kiri kanan setoran ga berhenti-
henti
Kubutuh
Uh uh
Kubutuh mas Jokowi

Ku mau macet jakarta teratasi
Ku mau kumuh jakarta diberesi
Jangan lagi setoran kanan dan kiri

Ku mau
Uh uh
Jokowi dan Basuki

Ku mau banjir diberesin
Anggaran pembangunan gak
dicomotin
Rakyat miskin juga bisa diayomin
Ku mau
Uh uh
Ku mau mas Jokowi
Ih ih
Juga mas Basuki
Ih ih
Jokowi dan Basuki

Lirik yang ada di dalamnya mengandung arti yang dalam dimana video tersebut dibuat oleh simpatisan dari Jokowi. Arti di dalamnya menunjukkan bahwa pasangan *incumbent* yang mengaku dirinya bisa menata ibu kota Jakarta ternyata sama saja. Maka dari itu, Jakarta butuh Jokowi dan Basuki untuk menatanya lebih baik lagi. Seperti itulah kira-kira maksud dari lirik lagu tersebut. Video yang berdurasi 3,21 menit ini mampu membuat masyarakat teransang untuk mengenal Jokowi lebih jauh. Setelah sukses menggebrak dengan video ini, akhirnya video ini dijadikan jingle oleh Jokowi-Basuki dalam kampanye-kampanye yang dijalaninya. Seperti pada saat pertemuan Jokowi dengan ribuan warga Jakarta di bundaran HI, tim sukses Jokowi-Basuki menggelar parade kotak-kotak yang lebih mirip dengan flashmob karena pada saat terakhir semua warga ikut menari bersama. Video ini di unggah untuk mengundang dan membuka mata warga Jakarta, untuk maju bersama Jokowi-Basuki. Tim sukses Jokowi-Basuki mengunggah video ini dan mengatakan bahwa kampanye yang dilakukannya adalah kampanye kreatif.

Dalam lirik tersebut, termasuk juga dalam elemen sintaksis seperti:

“Akhirnya muncul satu orang
Wajahnya garang dengan kumis yang panjang
Katanya buat kelar butuh tiga bulan

Asalkan
 Ah An
 Kalau Kasih Setoran
 Ah An
 Duit gua pas-pasan”

Ada beberapa kata yang secara blak-blakan menampilkan dirinya sendiri dan terlihat positif di masyarakat, hal ini kemudian menimbulkan lawan dari Jokowi-Basuki menjadi negatif. Di dalamnya juga ada beberapa strategi yang merujuk dalam level retorik. Karena di dalam lirik tersebut ada beberapa kata yang hiperbola, seperti:

“Ti-tiga jam
 Ku di jalan
 Tiba di kantor lurahnya kebablasan
 Keringatan
 Capek Pisan
 Tambah kaget kulihat panjangnya antrian”

Beberapa kali ada kalimat yang isinya tentang kekecewaan dari pemimpin lama. Permasalahan yang tidak kunjung selesai dan seringkali terulang kesalahan yang sama, itulah gambaran dari lirik lagu ini.

Dalam video berikutnya, para pemainnya juga sama. Perbedaannya ialah Jokowi dan Basuki ikut serta dalam video tersebut. Ini adalah real video untuk kampanye mereka. Karena mereka juga masuk di dalamnya. Sebelumnya, para pemain ini adalah simpatisan untuk Jokowi, di You Tube admin dengan nama CameoProject ini mengaku bahwasanya dia bukan berkampanye untuk calon pilgub ini, tetapi hanya simpatisan yang mencurahkan isi hati. Composer untuk video yang kedua ini digarap oleh seorang artis yakni Yosi Mokalau.

“Selamat tinggal yang lama.. inilah saatnya... Jakarta Baru, Harapan Baru.. Wajah Baru.. (Jokowi: kami datang dan membawa gebrakan Indonesia) (Basuki: kami nomor tiga, kamu pilih siapa) Aku pilih Jokowi.. juga pilih Basuki.. JOKOWI dan BASUKI!”

Lirik lagu ini memang singkat tetapi mengandung arti yang dalam. Jakarta yang kumuh juga belum dapat diatasi. Belum lagi harus setoran sana-sini dalam

mengurus ijin, KTP atau yang lainnya. Banjir belum dapat ditanggulangi. Semua itu adalah fakta yang memang warga Jakarta terima selama ini.

Dengan adanya gebrakan dari Jokowi yang sudah terkenal dalam memajukan Kota Solo, maka masyarakat Jakarta mulai percaya dengan kehadiran Jokowi sebagai calon pemimpin yang baru di daerahnya.

Dalam lirik ini termasuk dalam analisis wacana pada elemen Semantik, karena menggambarkan diri sendiri. Kebaikan atau hal-hal yang positif mengenai diri sendiri digambarkan dengan detail yang besar, eksplisit, langsung dan jelas.⁴⁰

d. Game Online Jokowi

Game Jokowi terdiri dari 30 level yang di setiap level ada tantangan tersendiri. Dalam game tersebut juga menyisipkan beberapa pesan di setiap levelnya. Game itu memang seputar keadaan Jakarta yang masih carut marut dengan Koruptor, pengusaha gelap, preman dan sampah. Inilah cara promosi Jokowi yang kreatif untuk masyarakat DKI Jakarta.

Dalam game tersebut, Jokowi sebagai pemain di dalamnya mempunyai senjata yakni tomat untuk meledakkan sasaran yang di tujuhnya. Untuk menentukan kecepatan dalam lemparan tomat tersebut, hanya tergantung panjang atau pendeknya panah, jika panah panjang maka lemparan akan semakin kuat dan jika arah panah itu pendek maka lemparan pun juga pelan.

Seperti yang dijelaskan di atas, ada beberapa tantangan yang ada di dalam game tersebut. Game ini diadpsi dari game yang sudah tidak asing lagi, *angry bird*. Karena game tersebut memainkannya juga sangat mudah saja.

⁴⁰ Alex Sobur. *Analisis Teks Media...* 78

Dalam menuju level yang ketiga, setelah melewati level kedua maka akan muncul tulisan seperti ini:

“pemimpin adalah ketegasan tanpa ragu”

Tulisan tersebut juga sama seperti yang di posting di *facebook*. Jokowi menggambarkan dirinya sendiri, bahwa pemimpin itu harus tegas dalam mengambil kebijakan dan tidak ragu untuk mengambil keputusan.

Kata-kata tersebut sama halnya dengan strategi semantik yang menggambarkan dirinya sendiri secara positif. Mesmang itulah gunanya kampanye dengan menggunakan game ini. Mempromosikan diri untuk cerminan masyarakat yang baik. Contohnya pada level lima, saat meledakkan koruptor dan jika berhasil melakukan misi maka akan muncul kata seperti ini:

“Rapikan birokrasi”

Meskipun hanya dua kata tetapi isi dan maknanya sangat dalam. Sama seperti lirik lagu yang disampaikan Jokowi-Basuki untuk kampanyenya yang berjudul Jakarta Baru. Jargon ini juga mempunyai arti tersembunyi dengan singkatan “JB” yakni Jokowi-Basuki dan Jakarta Baru.

Pada level enam juga begitu, untuk meledakkan pengusaha hitam yang bersembunyi di balik warga. Jika lanjut ke level berikutnya maka akan muncul kalimat seperti ini:

“Jakarta Baru tanpa kekerasan”

Jakarta yang terkesan sebagai kota metropolitan yang kejam ini memang tidak heran ada kekerasan di mana-mana. Pengusaha hitam yang rela melakukan apapun demi suksesnya bisnis yang dijalaninya. Sama halnya dengan game tersebut, pengusaha hitam seringkali bersembunyi dibalik warga agar tidak tertangkap. Dan tugas Jokowi yang digambarkan dalam game tersebut adalah membersihkan

pengusaha hitam yang ada di Jakarta dan menghapus segala bentuk kekerasan yang ada.

Pada level tujuh ini saatnya membersihkan preman. Jakarta yang kota metropolitan ini juga seringkali di cap sebagai kota yang keras. Segalanya harus dengan uang. Setoran sana-sini seperti yang ada dalam lirik lagu di atas. Itulah kenyataannya, Jakarta sebagai ibu kota menjadikan rakyatnya lebih sengsara dengan adanya sampah masyarakat seperti itu. Untuk lanjut pada level berikutnya, maka akan muncul tulisan seperti ini:

“kesulitan yang membuat kita takut tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit, jadi jangan mudah menyerah!”

Kalimat motivasi tersebut sepertinya ditujukan kepada masyarakat yang tertindas oleh sejumlah preman. Untuk melawan para preman tersebut haruslah dengan keberanian yang sangat tinggi, maka dengan begitu kesulitan yang dialami akan memudar.

Tabel Hasil Kajian Berdasarkan Jenis Media Mengenai Kampanye Kreatif Jokowi-Basuki

Jenis Media	Wacana		Analisis Struktur
Media cetak	Majalah		
	Tempo	Bagi Joko Widodo, pemilihan Gubernur Daerah khusus Ibu Kota Jakarta layak nya permainan sepak bola	tematik
		Elit Partai Demokrat turun gunung untuk memenangkan Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli di putaran kedua Pemilihan Gubernur Jakarta. Gerilyawan Jokowi-Basuki mengepung Ibu Kota	retoris
		Dari halaman belakang rumahnya di Solo yang	Sintaksis

		dipasangi layar lebar, Jokowi bisa terkontak dengan warga Condet dan Menteng Dalam.	
	Gatra	Mayoritas ulama Betawi dekat dengan Foke, mantan ketua PWNU Jakarta. Sudah lama Foke dekat dengan ulama, jauh sebelum jadi gubernur. Tiap dua pekan, ada pengajian rutin kiai dan habib di rumah Foke.	Sintaksis
	Koran		
	Koran Tempo	“Tahapan Kampanye akan digelar pada 14-16 September.	Tematik
		Gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo diadakan ke panitia Pengawasan Pemilu (Panwaslu) DKI Jakarta.	Tematik
		calon gubernur DKI Jakarta, Joko Widodo, merasa di keroyok “gajah”. Tak satu pun partai yang calonnya telah gugur pada putaran pertama lalu mengalihkan dukungannya kepadanya.	Stilistik dan retorik
		mantan Wakil Presiden RI Jusuf Kalla menyuarkan dukungannya bagi pasangan Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama. Pasangan ini disebut Kalla sebagai pemimpin yang bisa bergaul dekat dengan warganya.	Semantik
		program kerja yang dilontarkan para kandidat sudah mewakili apa yang diinginkan warga, misalnya terkait dengan pemukiman dan layanan publik.	Semantik
		pemilih juga tidak boleh terkecoh oleh pemberitaan media massa dan media sosial yang berusaha memainkan emosi publik di mana seolah-olah pilkada DKI Jakarta adalah pertarungan semut versus gajah, perubahan versus <i>status quo</i> , laskar rakyat versus laskar partai, dan nasionalis versus religius.pemilih yang cerdas dan	Skematik

		rasional akan menjatuhkan pilihan berdasarkan fakta obyektif kinerja, kapasitas kepemimpinan, kemampuan manajerial para kandidat yang sedang berlaga.	
		debat kandidat calon gubernur akan mempengaruhi tingkat keterpilihan mereka pada hari pencoblosan, 20 September mendatang.	Skematik
		Sejauh ini, kemenangan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo-Basuki Tjahaja Purnama baru berdasarkan hasil hitung cepat (<i>quick count</i>). Namun mereka sudah menyiapkan langkah 100 hari pertama setelah dilantik menggantikan Gubernur Fauzi Bowo.	Semantik
		Janji Jokowi untuk Si Miskin	Sintaksis
		Program yang dijanjikan pada masa kampanye lalu, seperti membangun kampung susun dan superblok, akan segera diwujudkan pemerintahan baru mereka	Sintaksis
		tim sukses dilarang menggelar kampanye di luar jadwal yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum.	Skematik
		Raja dangdut Rhoma Irama ujug-ujug saja menangis di depan serombongan wartawan yang menunggu kedatangannya di kantor Panitia Pengawas Pemilu DKI Jakarta kemarin.	Retoris
		Panitia Panwaslu dinilai lamban menangani isu suku, agama dan ras yang berkembang menjelang pemilihan putaran kedua pada September nanti.	Skematik
		Dari 1.250 responden yang diwawancarai lewat telepon, 36,74 persen mendukung Jokowi-Ahok. Sedangkan responden yang memilih Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli (Foke-Nara) sebesar 29,47 persen dari total responden.	Skematik
		Apa yang dilakukan Jokowi Basuki yang melejit dalam pemilukada DKI Jakarta kali ini jelas karena sejalanannya upaya pemasaran dan penjualan.	Semantik
		Sebagai gubernur yang masih	Sintaksis

		menjabat, Foke sebenarnya bisa jauh lebih berhasil menerapkan strategi <i>marketing</i> .	
		pada audit dana kampanye Foke-Nara ditemukan 255 penyumbang dana kampanye yang identitasnya tidak jelas.	Sintaksis
		Kumis vs Kotak-Kotak	Stilistik
Media Sosial	Facebook	Pemimpin itu harus Tegas tanpa ragu..!! tetap semangat sepr di saat pagi.. Selamat Pagi Solo.. Selamat Pagi Jakarta.. Selamat Pagi Nusantara..	Retoris
		Jokowi: saya hanya tukang kayu dan seblmny belum pernah berkecimpung di dunia politik. Penmpln saya juga tidak sepr penampilan seorang pejabat, apalagi walikota. Dan saya juga tidak tahu knapa wktu itu terpilih menjadi walikota solo, mgkin karena rakyat sdah bosan dengan wajah2 lama	Sintaksis
	Twitter	malam ini yg mau foto nya pakai baju kotak kotak saya RT yok siapa mau?	Semantik
		sesaat lagi menuju pasar teluk gong pejagalan kalimati pesing jakarta barat setelah makan siang sampai ketemu d sana teman teman	Semantik
	You Tube	Akhirnya muncul satu orang Wajahnya garang dengan kumis yang panjang Katanya buat kelar butuh tiga bulan Asalkan Ah An Kalau Kasih Setoran Ah An Duit gua pas-pasan	Sintaksis
		Ti-tiga jam Ku di jalan Tiba di kantor lurahnya keablasan Keringatan Capek Pisan Tambah kaget kulihat panjangnya antrian	Retoris
	Game Online	pemimpin adalah ketegasan tanpa ragu	Sintaksis
	Jokowi	Rapikan birokrasi	Sintaksis
		Jakarta Baru tanpa kekerasan	Sintaksis
kesulitan yang membuat kita takut tapi sering ketakutanlah yang membuat jadi sulit, jadi jangan		Skematik	

		mudah menyerah	
--	--	----------------	--