

**KOMUNIKASI POLITIK PASANGAN CALON PDIP PADA ALAT PERAGA
KAMPANYE BALIHO PADA PILKADA 2015 DI WILAYAH EKS KARESIDENAN
SURAKARTA**

**(Studi kasus Pasangan Calon PDI-P Pemenang Pilkada 2015 di Kabupaten Wonogiri,
Sukoharjo, Klaten, Boyolali dan Kota Solo)**

Oleh:

Dra Herning Suryo, M Si
Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.I.Kom.
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Pemilihan umum kepala daerah merupakan bentuk penyampaian pesan politik, baik dari kandidat/pasangan calon maupun dari partai politik, Sistem pemilihan langsung ini memberikan peluang yang besar bagi setiap calon kepala daerah/pasangan calon untuk mengkreasi setiap pemilihan pesan politiknya dan cara penyampaian pesan melalui media atau apapun program / kegiatan dalam rangka untuk lebih mendekatkan calon pemimpin kepada rakyatnya dengan harapan rakyat dapat memberikan suaranya pada pilkada, kegiatan itu disebut komunikasi politik. Penelitian ini memfokuskan komunikasi politik pasangan calon PDIP yang menjadi pemenang pada Pilkada 2015 yaitu dari Kabupaten Wonogiri, Sukoharjo, Klaten, Boyolali dan Kota Solo pada alat peraga kampanye yaitu baliho. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan didisain menggunakan studi kasus. Metode pengumpulan data dengan wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Jenis data adalah data primer dan sekunder, untuk menganalisis data menggunakan model interaktif. Kesimpulan hasil penelitian adalah komunikasi politik pada alat peraga kampanye baliho para paslon di Pilkada 2015 di Eks Karesidenan Surakarta rata-rata sudah sesuai dengan apa yang menjadi visi dan misi paslon, kalimat pada baliho menunjukkan program kerja paslon dan menggunakan slogan yang menerangkan tentang kekuatan jatidiri paslon.

A. PENDAHULUAN

Pemilihan umum kepala daerah merupakan bentuk penyampaian pesan politik, baik dari kandidat maupun dari partai politik, sehingga keberadaan kepala daerah dalam rangka membentuk kekuasaan tingkat lokal atau daerah yang benar-benar memberikan keefektifan demokrasi di tingkat lokal yang berlandaskan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.

Pelaksanaan Pemilukada di tingkat teknis menurut Peraturan Pemerintah

Nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2005 tentang Perubahan Pertama atas Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005, serta Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2007 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 menyebutkan bahwa Pemilukada adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di wilayah provinsi dan atau kabupaten atau kota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar

Negara Republik Indonesia Tahun 1945 untuk memilih Kepala Daerah.

Provinsi Jawa Tengah dalam 2 kali periode pemilu legislatif dan pemilu kepala daerah secara langsung pada tahun 2009 dan tahun 2014 ,menurut peta politik di peroleh data bahwa partai demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) memperoleh kemenangan berturut turut (data KPU Jateng tahun 2009 dan tahun 2014), dari kemenangan PDIP tersebut mengindikasikan bahwa Jawa Tengah dapat di katakan sebagai basis dari PDIP.

Partai demokrasi Indonesia Perjuangan merupakan partai kader dan juga merupakan partai massa yang dalam memperjuangkan idiologi dan tujuan serta programnya ingin menguasai ranah pemerintahan secara nasional ,provinsi , kabupaten maupun kota ,dalam hal ini di wilayah provinsi Jawa Tengah PDIP telah menempatkan posisinya dalam menguasai basis massa untuk dapat selanjutnya memperjuangkan policynya di tingkat badan legislatif dan dalam penempatan kepemimpinan di daerah.

Sistem pemilihan langsung ini memberikan peluang yang besar bagi setiap calon kepala daerah untuk mengkreasi setiap pemilihan pesan politiknya dan cara penyampaian pesan melalui media atau apapun program / kegiatan dalam rangka untuk lebih mendekatkan calon pemimpin kepada rakyatnya dengan harapan rakyat dapat memberikan suaranya pada pilkada.

Tentu saja pertarungan diantara calon kepala daerah tidak terbatas pada komunikasi politik yang berupa ketepatan pemilihan pesan politiknya yang sesuai dengan kepentingan dalam masyarakat ,tetapi juga pada strategi mengkomunikasikan visi dan misi baik melalui berbagai media dan tidak terlepas

bagaimana membangun pencitraan masing-masing calon kepala daerah.

Pada penelitian ini ingin memfokuskan pada bagaimana komunikasi politik melalui kampanye yang berupa baliho di bangun para pasangan calon dari PDIP yang menang pada pilkada tahun 2015 di wilayah Eks Karesidenan Surakarta .

Persoalan untuk mengemas pesan politik dalam kampanye pemilu menjadi urusan yang sangat penting bagi partai politik dan calon pasangan bupati, agar makna pesan dapat diterima secara efektif oleh audiensnya. Pesan sebagai elemen kampanye diartikan sebagai pernyataan ringkas yang menyebutkan mengapa pemilih harus memilih seorang kandidat tertentu.

Dalam kampanye politik modern, pesan harus disusun dengan sangat hati-hati sebelum disebar dan menjadi konsumsi media dan publik. Untuk dapat menghasilkan pesan kampanye yang efektif, maka perlu dilakukan orientasi yang mendalam terhadap berbagai hal yang diinginkan khalayaknya.

Para calon bupati-wakil bupati / Walikota dan wakil walikota mengawali masa kampanye pemilihan kepala daerah (Pilkada) dengan menjabarkan visi dan misi serta program kerja selama lima tahun mendatang. Pesan yang terdapat pada visi dan misi tersebut adalah merupakan komunikasi politik bagi paslon kepada publik

Kesemua pesan politik pada upaya pemenangan para calon tidak terlepas dari upaya komunikasi politik yang harus di siapkan dengan sangat matang dan dengan strategis komunikasi yang khusus. Strategi komunikasi politik pada dasarnya merupakan langkah-langkah dalam melakukan komunikasi politik berkaitan

dengan pembuatan, penyebarluasan, penerimaan, dan dampak – dampak informasi berkonteks politik, baik melalui interaksi antar manusia maupun media massa.

Istilah komunikasi politik dalam ilmu politik memang terbilang masih relatif baru, sekalipun obyek kajiannya sudah lama mendapatkan perhatian dalam ilmu politik seperti partisipasi politik, perilaku pemilih, sosialisasi politik, lembaga politik, dan lain-lain. Istilah Komunikasi Politik dalam ilmu politik mulai banyak disebut sejak tahun 1960an ketika Gabriel Almond menerbitkan bukunya “The Politics of Development Area”, dimana dia menyebutkan bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi yang selalu ada dalam setiap sistem politik. Adapun fungsi yang dijalankan oleh sebuah sistem politik tersebut menurut Almond adalah:

- Sosialisasi Politik, internalisasi nilai-nilai politik dari satu generasi ke generasi berikutnya.
- Rekrutmen Politik, penyeleksian individu-individu yang berkompoten untuk duduk dalam jabatan politik maupun jabatan publik.
- Artikulasi Kepentingan, proses penyerapan kepentingan publik atau masyarakat.
- Agregasi Kepentingan, proses pengolahan kepentingan publik menjadi alternatif kebijakan untuk dimasukkan dan diproses dalam sistem politik.
- Komunikasi Politik, proses penyampaian pesan-pesan politik dalam infra struktur politik, supra struktur politik, maupun dalam masyarakat.

- Pembuatan Peraturan, proses pembuatan kebijakan.
- Penerapan Peraturan, proses implementasi kebijakan.

Dari penjabaran fungsi system politik tersebut terlihat bahwa komunikasi politik bukanlah fungsi yang berdiri sendiri, tapi inhern dalam setiap sistem politik dan dapat ditemukan dalam tiap-tiap fungsi sistem politik yang lain. Proses komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik yang terjadi pada saat fungsi-fungsi yang lain dijalankan. Dengan kata lain, komunikasi politik melekat pada fungsi-fungsi yang lain dan merupakan prasyarat yang diperlukan bagi berlangsungnya fungsi-fungsi yang lain. Ketika fungsi sosialisasi politik, rekrutmen politik, artikulasi kepentingan, agregasi kepentingan, pembuatan peraturan, penerapan aturan, sesungguhnya didalamnya sedang berlangsung pula proses komunikasi politik. Komunikasi politik (political communication) dapat diartikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan pesan politik dan aktor -aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan meneliti pesan-pesan politik yang terdapat pada alat peraga kampanye yang berupa baliho. Untuk mengumpulkan data, maka metode perolehan data yang dilakukan adalah melalui wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Wawancara berguna untuk mendapatkan data tentang visi dan misi paslon pada Pilkada 2015 dari kabupaten Wonogiri, Kabupaten Sukoharjo, Kota Solo, Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Klaten. Teknik analisis data dilakukan

sejak memulai wawancara sampai dengan diperolehnya data.

Interview (wawancara) merupakan alat pengumpulan data yang penting karena melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realitas/ gejala yang diteliti. Kemudian wawancara yang dipakai menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) yang dimaksudkan untuk kepentingan wawancara yang lebih mendalam dan lebih memfokuskan pada persoalan yang menjadi pokok dari minat penelitian, yaitu melihat bagaimana peran media sosial berbasis video *Youtube* itu memberikan pengaruh kepada dosen dalam mengkonstruksi pesan kebhinnekaan dan anti kebhinnekaan yang terbangun.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dengan pendekatan metode studi kasus dimana metode ini cocok digunakan bila penelitian berkenaan dengan bagaimana dan mengapa. Yin (Yin, 2002:13) menyebutkan bahwa studi kasus sebagai sebuah bentuk penelitian yang mencoba menginvestigasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata terutama ketika batasan antara fenomena dan konteks tidak terlalu jelas.

Studi kasus bisa berarti metode atau strategi dalam penelitian, bisa juga berarti hasil dari suatu penelitian sebuah kasus tertentu. Studi kasus adalah suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasi suatu kasus dalam konteksnya secara natural tanpa adanya intervensi dari pihak luar (Salim, 2001:93).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. SURAKARTA

VISI: Terwujudnya Surakarta sebagai Kota Budaya, Mandiri, Maju dan Sejahtera

MISI:

- Waras: Mewujudkan masyarakat yang sehat jasmani, dan rohani, dan sosial dalam lingkungan hidup yang sehat menuju masyarakat produktif, kreatif dan sejahtera serta membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat
- Wasis: Mewujudkan masyarakat yang cerdas, terampil, berbudi pekerti luhur, berkarakter dan berkontribusi kemajuan daya saing kota
- Wareg: Mewujudkan masyarakat kota yang produktif mampu memenuhi kebutuhan dasar jasmani dan rohani menuju masyarakat mandiri dan partisipatif membangun kesejahteraan kota
- Mapan: Mewujudkan masyarakat yang tertib, aman, damai, berkeadilan, berkarakter dan berdaya saing melalui pembangunan daerah yang akuntabel (sektoral, kewilayahan, dan kependudukan) dan tata kelola pemerintahan yang efektif, bersih, responsif dan melayani
- Papan: Mewujudkan keseimbangan kebutuhan papan serta daya dukung dan daya tampung lingkungan dengan dinamika kebutuhan pertumbuhan penduduk menuju kota berwawasan pembangunan berkelanjutan

Komunikasi Politik Baliho: Berseri Tanpa Korupsi (Waras, Wasis, Wareg, Mapan, Papan).

Melihat komunikasi politik yang dilakukan melalui baliho dengan jargon Berseri Tanpa Korupsi lalu penjabaran dari jargon tersebut yang dituliskan waras,

wasis, wareg, mapan, papan merupakan komunikasi politik yang sejalan dengan visi dari pasangan calon tersebut yaitu dengan mengimplementasikan 3WMP. Komunikasi politik yang dituliskan sejalan dan tersirat dari visi misi pasangan calon Rudy-Purnomo. Hal ini berarti bahwa tim pemenangan memang berusaha menjelaskan secara detail apa yang menjadi visi misi dari pasangan calon melalui komunikasi politik yang dituliskan dalam baliho.

2. KLATEN

VISI: Mewujudkan Kabupaten Klaten yang Maju, Mandiri dan Berdaya Saing

MISI:

- Mewujudkan sumber daya manusia yang cerdas, sehat dan berbudaya
- Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih (good and clean governance)
- Meningkatkan dan Mengembangkan Ekonomi Daerah yang lebih produktif, kreatif, inovatif, dan berdaya saing berlandaskan ekonomi kerakyatan yang berbasis potensi lokal
- Meningkatkan kapasitas infrastruktur publik dan penyediaan kebutuhan sarana prasarana dasar sosial masyarakat
- Meningkatkan kapasitas pengelolaan dan kelestarian sumberdaya alam yang selaras dengan tata ruang wilayah
- Mewujudkan tatanan kehidupan masyarakat yang berakhlak dan berkepribadian
- Meningkatkan kapasitas pengarusutamaan gender dan perlindungan anak

- Meningkatkan kapasitas pelayanan publik

Komunikasi Politik Baliho: (1) Mengabdikan Tiada Henti, (2) Mohon Doa Restu dan Dukungannya : Hati Mulya.

Komunikasi politik yang ditunjukkan oleh pasangan calon dari Kota Klaten terdiri dari dua contoh, yang pertama adalah mengabdikan tiada henti. Hal ini merupakan suatu janji atau komitmen yang akan dilakukan oleh pasangan calon Sri Hartini-Sri Mulyani yang akan terus mengabdikan kepada Kota Klaten tiada henti. Jargon tersebut tidak langsung menunjukkan visi misinya namun lebih kepada penonjolan karakter pribadi dari pasangan calon untuk terus mengabdikan. Kemudian contoh kedua adalah Mohon doa restu dan dukungannya, lebih menunjuk kepada suatu permohonan kepada rakyat Klaten untuk mendoakannya dan merestuinnya menjadi bupati. Hal ini juga memang tidak menjelaskan secara eksplisit kepada visi misi pasangan calon, tetapi lebih kepada meminta dukungan pribadi agar dipilih menjadi pemimpin. Kemudian kata Hati Mulya yang menunjukkan singkatan kata dari kedua nama pasangan calon.

3. BOYOLALI

VISI: Pro Investasi Mewujudkan Boyolali Yang Maju dan Lebih Sejahtera

MISI:

- Boyolali, melanjutkan semangat Pro Investasi
- Boyolali membangun untuk perubahan.
- Boyolali, bersih, berintegritas, sejahtera.

- Boyolali, Sehat, Produktif dan Berdaya Saing.
- Boyolali, lumbung padi dan pangan nasional.
- Boyolali kota susu, produsen daging dan hasil ternak/perikanan.
- Boyolali, lebih maju dan berteknologi

Komunikasi Politik Baliho:
Meneruskan Pembangunan Boyolali Pro Investasi.

Melihat komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan dari kota Boyolali adalah Meneruskan Pembangunan Boyolali Pro Investasi, hendak memperlihatkan bahwa kata-kata yang digunakan merupakan penjelasan secara jelas dari visi misi pasangan calon yang merupakan petahana. Hal ini memperlihatkan bahwa selama ini pembangunan pro investasi sudah berjalan baik dan hendak diteruskan, oleh karena itu tim pemenangan merasa percaya diri untuk kembali menggunakan jargon Pembangunan Boyolali Pro Investasi.

4. WONOGIRI

VISI: Membangun Wonogiri SUKSES, Beriman, Berbudaya, Berkeadilan, Berdaya Saing dan Demokratis

MISI:

- Mengelola pemerintahan dengan membangun tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif dan demokratis terpercaya yang meliputi unsur manajemen keuangan, manajemen pelayanan dan manajemen hukum dan pengawasan dengan semboyan SUKSES sebagai pola managerial

yang memiliki makna sebagaimana penjelasan singkat dalam Visi;

- Meningkatkan kualitas hidup manusia Wonogiri melalui peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan dengan Program Wonogiri Pintar, peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan program Wonogiri Kerja Wonogiri Sejahtera, peningkatan kualitas kesehatan dengan program Wonogiri Sehat serta Wonogiri beriman sesuai dengan agama dan keyakinan masing-masing mengedepankan sikap toleransi antar umat;
- Membangun dan memberdayakan Wonogiri dari pinggiran dengan memperkuat prioritas pembangunan di desa;
- Meningkatkan produktifitas rakyat Wonogiri dan daya saing di segala bidang sehingga Wonogiri dapat maju dan bangkit bersama daerah-daerah lain;
- Mengembangkan dan melestarikan adat dan budaya serta tradisi di masyarakat Wonogiri;
- Pemerataan pembangunan yang berkeadilan di segala bidang;
- Mengembangkan seluruh potensi-potensi didalam jiwa dan raganya Wonogiri untuk kemaslahatan rakyat Wonogiri.

Komunikasi Politik Baliho: Bergerak Berjuang Bersama, Sesarengan Mbangun Wonogiri.

Komunikasi politik yang hendak ditunjukkan oleh tim pemenangan dari pasangan calon Joko Sutopo-Joko Purnomo ini adalah bergerak berjuang bersama, sesarengan mbangun Wonogiri.

Tidak secara eksplisit menjelaskan dari visi misi paslon namun lebih kepada ajakan atau persuasif kepada masyarakat Wonogiri untuk berjuang bersama. Sesarengan membangun Wonogiri sebenarnya merupakan visi dari pasangan calon ini untuk membangun Wonogiri Sukses, sehingga komunikasi politik yang dilakukan menunjukkan visi atau arah yang akan dicapai oleh kedua pasangan calon.

5. SUKOHARJO

VISI: Terus Membangun Sukoharjo yang Lebih Sejahtera, Maju, dan Bermartabat di Dukung Pemerintahan Yang Profesional

MISI:

- Memperkuat tata kelola pemerintahan yang bersih, efektif, demokratis dan transparan.
- Meningkatkan kualitas hidup manusia dan masyarakat.
- Mendorong penguatan kemandirian ekonomi yang berbasis pada pertanian dan industri serta pengelolaan potensi daerah dengan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup.
- Meningkatkan kualitas kehidupan bergama dan bermasyarakat.
- Mewujudkan kondisi masyarakat yang aman, tentram dan dinamis

Komunikasi Politik Baliho: Berjuang Untuk Kesejahteraan Rakyat.

Apa yang menjadi kesejahteraan rakyat baru bisa dilihat dari misi yang akan dilakukan oleh pasangan calon ini.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Komunikasi Politik Pasangan Calon PDIP Pada Alat Peraga Kampanye Baliho Pada Pilkada 2015 Di Wilayah Eks Karesidenan Surakarta (Studi kasus Pasangan Calon PDI-P Pemenang Pilkada 2015 di Kabupaten Wonogiri, Sukoharjo, Klaten, Boyolali dan Kota Solo)” ini adalah bahwa bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh tim pemenangan PDIP memang tidak semuanya menjelaskan secara eksplisit dari visi misi dari kedua pasangan calon. Ada yang memang menjelaskan secara jelas visi misi paslon, tetapi ada yang menjelaskan dari karakter paslon itu sendiri serta kalimat persuasif/ ajakan yang ditujukan kepada calon pemilih.

Saran dari peneliti adalah sebaiknya tim pemenangan memberikan variasi dalam komunikasi politik yang dilakukan melalui berbagai media, salah satunya adalah baliho yang merupakan media yang efektif digunakan pada pilkada tahun 2015.

Saran selanjutnya adalah pesan dalam komunikasi politik melalui baliho hendaknya selaras dengan visi misi paslon agar publik/rakyat dapat menangkap lebih jelas apa yang menjadi visi misinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rozali, *Pelaksanaan Otonomi Luas dengan Pemilihan Kepala Daerah Secara Langsung*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik, Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi komunikasi Politik di Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006.
- Budiardjo, Miriam, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia, 1991.

- Cangara, Hafied, 2009, *Komunikasi Politik; Konsep, Teori, dan strategi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- leo Agustino, *Pilkada dan Dinamika Politik Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Lexy J.
- Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Karya. 2009
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik, omunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Pawito, 2009, *Komunikasi Politik: Media massa dan Kampanye Pemilihan*, Kalasutra, Yogyakarta.
- Rauf, Maswadi dkk, *Indonesia dan Komunikasi Politik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- Saepul Muhtadi, Asep, *Komunikasi Politik Indonesia, Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA, 2005.
- Sumarno, *Dimensi-Dimensi Komunikasi Politik*, Bandung: PT Citra Adhya Bakti.
- Sutopo, H.B., 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta.