

# GAYA KOMUNIKASI JOKOWI PADA DEBAT POLITIK PILPRES 2014

Novita Damayanti

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta  
novitadi@yahoo.com

## Abstrak

Pada Pilpres 2014 muncul sosok yang berbeda dengan gayanya yang sederhana dan dekat dengan rakyat. Munculnya sosok Jokowi pada Pilpres 2014 menambah keragaman karakter calon presiden Indonesia di kancah politik Indonesia. Komunikasi politik pasangan Jokowi-Jk pada Pilpres 2014 berhasil memenangkan Pilpres ini. Salah satu bentuk komunikasi politik adalah melalui debat politik yang ditayangkan secara langsung oleh media massa televisi. Debat politik capres dan cawapres Pilpres 2014 diselenggarakan oleh KPU dengan perbedaan format dari debat capres-cawapres Pilpres 2009 dan 2004. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi politik Jokowi pada debat capres Pilpres 2014 yang diselenggarakan oleh KPU. Teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini : komunikasi politik, interaksi simbolik, dramaturgi/impression management, debat politik, pencitraan, dan gaya komunikasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Menggunakan data tayangan debat Pilpres 2014. Gaya komunikasi Jokowi pada debat capres Pilpres 2014 menonjolkan karakteristik pribadi Jokowi. Penampilan kedua kandidat dengan pakaian, ekspresi wajah, volume suara, intonasi, bahasa tubuh, gesture. Kandidat capres menjawab permasalahan yang diutaran dalam debat Pilpres 2014 menguatkan gaya komunikasi politik dari Jokowi. Gaya komunikasi Jokowi yang santai, berbicara dengan volume suara yang tidak lantang dan menjawab pada aspek-aspek yang sejalan dengan programnya.

Kata kunci : komunikasi politik, debat politik, gaya komunikasi, *impression management*

## Abstracts

*In the 2014 presidential election appear different figure with his style simple and close to the people. The emergence of the figure of Jokowi in the 2014 presidential election adds to the diversity of Indonesian presidential candidate characters in Indonesian politics. Political communication Jokowi-Jk in the 2014 presidential election won this presidential election. One form of political communication is through a political debate ditayangkan directly by the mass media television. Political debate and vice presidential candidate 2014 presidential election organized by the Commission with a difference format of the presidential-vice presidential debate in 2009 and 2004. Thus, this study aims to find out how political communication style Jokowi in the 2014 presidential election presidential debate diselenggarakan by the Commission. Difgunakan theories and concepts in this study: political communication, symbolic interaction, dramaturgy / impression management, political debate, imaging, and communication style. The research method uses a qualitative approach with constructivism paradigm. Using the 2014 presidential election debates impression data communication style Jokowi in the 2014 presidential election presidential debate highlight the personal characteristics Jokowi. The appearance of the two candidates with clothing, facial expressions, voice volume, intonation, body language, gesture. Presidential candidates address issues diutaran in the 2014 presidential election debate menguatkan political communication styles of Jokowi. Jokowi communication style is relaxed, speaking with a voice that is not loud volume, and answer the aspects that are in line with the program.*

*Keywords: political communication, political debate, communication style, impression management*

Fenomena pada Pilpres di Indonesia adalah debat calon presiden dan wakil presiden yang diselenggarakan oleh KPU. Pada Pilpres 2014, kegiatan polling juga turut serta diadakan bersamaan dengan debat antar pasangan capres dan cawapres yang diselenggarakan Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang

diliput oleh sejumlah stasiun televisi (TV) swasta. Program Debat ini sengaja diselenggarakan oleh KPU secara resmi yang dibiayai oleh negara. Program debat ini adalah metode baru dalam Pilpres di Indonesia. KPU mendesain debat presiden seperti debat calon presiden Amerika antara Obama dan McCain. Keputusan ini

diambil KPU karena metode kampanye rapat terbuka selama ini tidak mendidik masyarakat. Pertimbangan lainnya, kampanye secara terbuka telah menelan banyak biaya. Dedy N. Hidayat dalam Akhmad Danial (2009 : xxv) merekam, jika selama era 1970-an hanya empat Negara (Amerika, Jepang, Australia, dan Kanada) yang mengizinkan iklan politik di televisi, pada akhir 1990-an ada sekitar 50 negara yang juga memberlakukan penggunaan ranah publik bagi iklan politik (Plasser, 2001). Debat di televisi antar kandidat juga kian menjadi faktor penting (Coleman, 2000). Dari sisi jumlah, selama 1970-1999, negara yang menyelenggarakan debat politik di televisi meningkat dari 10 negara menjadi sekitar 35 negara (Plasser, 2001).

Debat antar pasangan capres dan cawapres dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas demokrasi. KPU bekerjasama dengan stasiun TV swasta yang ada di Indonesia untuk mendapat hak siar langsung. Terdapat lima stasiun TV yang mendapat hak siar secara langsung, yaitu Trans TV, Metro TV, TV One, SCTV, dan RCTI. Media televisi lain di luar media yang menayangkan secara langsung ini juga mendapat hak siar Debat Capres/Cawapres, namun itu berupa siaran tunda.

Dalam pelaksanaannya, program debat ini dibagi dalam beberapa hari dengan tema yang berbeda, dan tiap tema dipandu oleh satu orang moderator yang juga bertindak sebagai finelis. Siarannya dibagi antara Debat Capres dan Debat Cawapres. Meskipun demikian, format perdebatannya dibatasi oleh KPU. Pertama, yang memiliki hak bertanya hanya satu orang finelis tunggal, yang juga bertindak sebagai moderator yang telah ditunjuk oleh KPU. Format ini ditetapkan KPU juga atas permintaan tim kampanye tiga pasangan calon, untuk menghindari saling serang antar pasangan. Kedua, tiap kandidat hanya diberi waktu sekitar 2-3 menit dalam menjawab pertanyaan itu. Begitu pula dalam mendeskripsikan visi-misi dan program, tiap kandidat diberi waktu sekitar 15 menit. Ketiga, tidak disediakan sesi pertanyaan dari audien.

Semestinya dalam kampanye, para capres dan cawapres melakukan persuasi dan propaganda politik, termasuk kepada media massa. Ketika berkampanye, yang dilakukan para aktor politik pun sebenarnya adalah mengkonstruksikan realitas. Para capres dan cawapres membuat realitas sedemikian rupa sehingga pembicaraan politiknya menarik perhatian massa. Nilai lebih seorang aktor politik terletak pada kemampuannya mengemas pesan saat ia berhadapan dengan massa. Karena itu menurut Hamad (2004:29) para aktor

politik selalu berurusan dengan permainan kata dalam pembicaraan politik. Dalam perspektif ini bahasa bukan alat menyatakan gagasan semata, tetapi juga digunakan oleh para aktor politik untuk membentuk gagasan-gagasan politik di benak khalayak. Bahasa digunakan untuk menguasai persepsi seseorang, untuk kemudian mempengaruhi apa yang dilihat seseorang dan bagaimana orang tersebut mengkonseptualisasikan suatu realitas. Kecermatan ini akan meningkatkan citra yang dapat tergambar di hasil polling, yang dilakukan oleh lembaga polling ataupun media massa.

Jokowi merupakan seseorang yang cukup fenomenal dengan keberhasilan beliau dalam memimpin Solo kemudian memenangkan Pilkada DKI Jakarta. Terpilihnya Jokowi sebagai gubernur DKI Jakarta cukup fenomenal dimana hasil polling selalu memenangkan Fauzi Bowo sebagai pemenang Pilkada dan hasil Pilkada menunjukan Jokowi-Ahok sebagai pemenang Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Kemudian sosok Jokowi menjadi euphoria sehingga diumumkan sebagai calon presiden dari PDIP yang didampingi oleh Jusuf Kalla.. Keduanya diusung oleh PDIP sebagai calon presiden dan wakil presiden 2014 yang ternyata memenangkan Pilpres 2014.

Dalam penelitian ini, debat sebagai representasi dari gaya komunikasi Jokowi yang akan dianalisis oleh peneliti. Tayangan debat politik di televisi yang berupa *audiovisual* menyampaikan pesan yang kompleks baik verbal, nonverbal, dan faktor pendukung lainnya.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana gaya komunikasi pasangan Jokowi pada debat capres Pilpres 2014 yang diselenggarakan oleh KPU ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi pasangan Jokowi pada debat capres Pilpres 2014 yang diselenggarakan oleh KPU.

### **Dramaturgi**

Erving Goffman seorang sosiolog interaksionis, memperdalam kajian dramatisme dan menyempurnakannya dalam bukunya yang dikenal sebagai salah satu sumbangan terbesar bagi teori ilmu sosial *The Presentation of Self in Everyday Life*. Dalam buku ini Goffman yang mendalami fenomena interaksi simbolik mengemukakan kajian mendalam mengenai Dramaturgi. Dramaturgi sebagai salah satu varian dari interaksionisme simbolik sering menggunakan konsep

“peran sosial” dalam menganalisis interaksi sosial. Peran ekspektasi yang didefinisikan secara sosial yang dimainkan seseorang dalam suatu situasi untuk memberikan citra tertentu kepada khalayak yang hadir (Mulyana, 2010 : 108-109)

Goffman dalam Mulyana (2010, 112) mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran-diri yang akan diterima orang lain. upaya ini disebut sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yakni tehnik-tehnik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu. Terdapat atribut untuk mempresentasikan diri ini, termasuk busana yang dipakai, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni, perlengkapannya, cara berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan waktu luang yang kita habiskan. Goffman dalam Mulyana (2010: 113) mengatakan bahwa aktifitas untuk mempengaruhi orang lain disebut sebagai “pertunjukan” (*performance*).

Debat Capres-Cawapres Pilpres 2014 ditayangkan melalui media massa khususnya televisi yang ditonton oleh rakyat Indonesia. Debat yang dilakukan oleh Jokowi-JK merupakan pertunjukan yang disaksikan oleh rakyat untuk memberikan mereka keyakinan untuk dipilih. Kehidupan sosial dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan merujuk pada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Pangung depan dibagi menjadi 2 bagian : front pribadi (*personal front*), dan *setting*, yaitu situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan. *Personal front* ini meliputi bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor, misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, posture tubuh ekspresi wajah, pakaian, penampilan usia, ciri-ciri fisik dan sebagainya (Mulyana, 2010:114-115)

Panggung depan mengandung anasir struktural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alis mewakili kepentingan kelompok atau organisasi ( Mulyana, 2010:116). Capres-cawapres Megawati-Prabowo pada pilpres 2009 di Indonesia merupakan calon yang diusung oleh partai politik sehingga mereka menampilkan ideologi dari partai pengusung. Selain membawa peran dan karakter individu, aktor-aktor sosial juga berusaha mengelola kesan orang lain terhadap kelompoknya, baik itu keluarga, tempat bekerja, partai politik, atau organisasi lainnya yang mereka wakili. disebut sebagai tim pertunjukan (*performance team*) yang mendramatisasi suatu aktivitas (Mulyana, 2010 :121).

### **Komunikasi Politik**

Pentingnya kedudukan media yang digunakan sebagai strategi komunikasi politik itu terekam dalam tiga elemen komunikasi politik yang diutarakan oleh Mc Nair (2003: 4), meliputi: organisasi politik, media, dan warga negara. Mc Nair kemudian memberikan batasan yang lebih luas tentang komunikasi politik: Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan yang spesifik.; Komunikasi yang ditujukan kepada aktor politik dari individu (non politik) seperti pemilih atau kolumnis di media.; Komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktivitas mereka. Baik yang dimuat dalam pemberitaan media massa maupun dalam bentuk-bentuk media lainnya.

Semua wacana politik termasuk dalam komunikasi politik. Tidak hanya wacana yang bersifat verbal atau pernyataan tertulis, tetapi juga meliputi non verbal seperti gaya berpakaian, gerak-gerik tubuh dan design logo. Mengacu pada Dan Nimmo (1993), yang dikutip Harsono Suwardi, komunikasi politik dalam arti sempit, sebagai suatu komunikasi yang dikategorikan mempunyai nilai atau bobot politik, apabila komunikasi yang dimaksud mempunyai konsekuensi atau akibat politik yang mengatur tingkah laku manusia dibawah kondisi pertentangan (konflik). Kedua, dalam arti luas, komunikasi politik setiap jenis penyampaian pesan, khususnya yang bermuatan informasi politik dari suatu sumber ke sejumlah penerima pesan. Dan Nimmo (1993:56) menguraikan bahwa komunikasi politik memiliki cakupan yang meliputi komunikasi politik, pesan politik, persuasi politik, media komunikasi politik, khalayak komunikasi politik, dan akibat-akibat komunikasi politik. Komunikator merupakan pihak yang memprakarsai penyampaian pesan kepada pihak lain, atau mencerminkan pihak yang memulai dan mengarahkan suatu tindakan komunikasi. Pada komunikasi politik, komunikator dapat memerankan dua posisi, yaitu sebagai narasumber individu dan nara sumber kolektif. Komunikator politik terbagi dalam tiga kategori yaitu: politisi, komunikator profesional, dan aktivis. Ketiganya disebut sebagai komunikator kunci pada komunikasi politik.

### **Bentuk Pesan Komunikasi Politik**

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis pada pihak lain secara tertulis maupun lisan. Bentuk yang paling umum dari bahasa verbal manusia ialah : bahasa terucap. Bahasa terdiri dari : simbol-simbol (kata-kata) dan aturan-aturan

penggunaannya. Sehingga kalau kita mempelajari bahasa lain, kedua hal tersebut harus diperhatikan: selain kata-kata, aturan-aturan juga berbeda pada setiap bahasa. Bahasa terucapkan terdiri dari : simbol-simbol, dan suara yang dapat mewakili benda, perasaan, gagasan. Salah satu karakteristik unik dari manusia ialah kecakapan dan kemampuannya dalam menggunakan suara dan tanda sebagai pengganti dari benda dan perasaan. Kemampuan ini mencakup empat kegiatan yakni : menerima, menyimpan, mengolah dan menyebarkan simbol-simbol. Kegiatan – kegiatan ini yang membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya (Samovar,1981:135).

Komunikasi yang penyampaian pesannya dengan bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, simbol, *gesture*, intonasi suara, dan lainnya. Pada komunikasi nonverbal tidak menggunakan lisan atau tulisan, komunikasi ini bermanfaat untuk memberikan penegasan. Komunikasi nonverbal adalah suatu mengenai ekspresi, wajah, sentuhan, waktu, gerak, syarat, bau, perilaku mata dan lain-lain. Komunikasi nonverbal adalah proses yang dijalani oleh seorang individu atau lebih pada saat menyampaikan isyarat-isyarat nonverbal yang memiliki potensi untuk merangsang makna dalam pikiran individu atau individu-individu lain. Terdapat beberapa fungsi komunikasi nonverbal: Repetisi atau pengulangan; Substitusi atau pengganti; Kontradiksi atau berlawanan; Komplemen atau pelengkap; Aksentuasi

Maka dapat dikatakan penggunaan komunikasi nonverbal dengan misalnya dengan simbol akan membuat makna dan maksud dari komunikasi akan lebih bebas dari distorsi dan kerancuan. Sehingga dengan komunikasi nonverbal akan membuat komunikasi makin efektif dalam penyampaian pesan.

### Debat Politik

Menurut J.J. Auer (Perloff, 1998:380) pada debat harus terdapat: (1). Konfrontasi, (2). Seimbang dan waktu yang cukup luas ,(3). Kandidat yang setara, (4). Proposisi pernyataan, (5). Untuk membuat keputusan khalayak. Bila melihat dari beberapa hal tersebut maka debat politik bukan merupakan debat murni. Terutama debat politik capres dan cawapres yang terjadi di Indonesia pada Pilpres 2014, dimana mekanismenya sangat membatasi kandidat dan terlalu datar. Debat capres-cawapres pilpres 2014 karena dibatasi sedemikian rupa maka acara debat ini menjadi jauh dari esensi perdebatan. Ketika para kandidat saling bertemu secara langsung dalam acara itu, mereka masih saling sungkan mengkritik dan menyanggah. Bahkan terkesan

saling mendukung dan saling menguatkan tiap program yang di usung antar kandidat. Paling tidak, pernyataan antar Capres tersebut bersifat saling melengkapi pernyataan Capres lain. Jawaban yang diberikan pun tidak spesifik. Debat politik tersebut terkesan sebagai ajang reuni tokoh politik yang sedang bertarung.

Myles Martel (Perloff, 1998:380) mendefinisikan debat kampanye politik sebagai, “ penampilan bersama dua atau lebih kandidat yang berlawanan, yang menempati posisinya masing-masing, dengan pernyataan yang langsung untuk memperoleh dukungan tanpa adanya interupsi”. Definisi ini lebih mendekati pada debat politik karena adanya pertemuan dalam satu tempat, *face to face*, dan diskusi.

Terdapat beberapa jenis debat menurut Perloff (1998:380-383): *Press conference format* , kandidat di Tanya oleh jurnalis yang format nya seperti saat konferensi pres.; *The town meeting debate*, pertanyaan dari khalayak yang belum menentukan pilihan. Khalayak di pilih oleh lembaga polling.; *A single moderator format*, merupakan satu moderator yang akan memberikan pertanyaan. Lebih teratur dan isu yang akan ditanya lebih fokus.

Menurut Perloff (1998:378) debat politik di televisi seperti sebuah permainan dimana perlu adanya kontestan yang memperebutkan juara (menjadi presiden), karena acara ini mereka menjadi terkenal dalam lingkup nasional serta debat mempunyai nilai hiburan bagi masyarakat. Hal ini terjadi pada sistem politik yang demokrasi karenanya debat politik menjadi satu bagian dalam kampanye pemilihan presiden. Kathleem Jamieson dan David Birdsell ( Perloff, 1998:378) menyatakan sistem politik Amerika tumbuh karena adanya debat politik.

Debat calon presiden dan calon wakil presiden menjadi *event* dalam kampanye politik yang mempunyai fungsi bagi kandidat, pemilih dan sistem politik. Debat politik merupakan bagian dari pembelajaran masyarakat dan diskusi publik, sehingga debat bukan hanya ajang untuk tampil di media. Dari perspektif kandidat, debat merupakan ajang untuk memperoleh suara, menguatkan suara, dan penegasan bahwa ia memang pantas menjadi presiden. Sidney Kraus (Perloff, 1998:379) memiliki pemikiran yang berbeda mengenai debat politik, yaitu “Bukan untuk memberikan pendidikan politik pada publik tapi untuk memenangkan pemilihan”. Fungsi debat politik bagi pemilih adalah sebagai tempat untuk mengetahui bagaimana kandidat, mengetahui jalan pikiran dan nilai yang dimiliki oleh kandidat, serta mengetahui seperti apa figure kandidat tersebut. Bagi sistem politik, debat mempunyai fungsi sebagai

pembelajaran bagi publik untuk meningkatkan nilai politik.

### Representasi

Istilah representasi menurut Eriyanto (2001:113) menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan. Representasi ini penting dalam dua hal. Pertama, apakah seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Kedua, bagaimana representasi tersebut ditampilkan.

Debat kandidat Presiden RI yang selama ini ditayangkan sejumlah stasiun televisi dinilai hanya debat kosong dan tidak menjelaskan posisi masing-masing calon. Substansi debat adalah adanya interaksi langsung antar calon presiden dan wakil presiden dengan calon lain. Seorang calon bisa mempertanyakan program yang dijanjikan calon lain. Dengan cara itu, masyarakat dapat menemukan titik perbedaan antar calon. Ahli ilmu politik dari Universitas Gajah Mada, Dr. Riswandha Imawan dalam Hafied Cangara (2009:392) mengatakan debat antar pasangan calon merupakan alternatif terbaik untuk menunjukkan keunggulan dan juga kelemahan pasangan calon atas calon lain.

### Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkumu-

nikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan. (Raynes, 2001).

Heffner (1997) mengklasifikasikan ulang gaya komunikasi dari McCallister (1992) ke dalam tiga gaya, yakni (Liliweri, 2011:310-311): Gaya pasif (*passive style*), gaya seseorang yang cenderung menilai orang lain selalu benar dan lebih penting daripada diri sendiri.; Gaya tegas (*assertive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang lain.; Gaya agresif (*aggressive style*), gaya seseorang individu yang selalu membela hak-haknya sendiri, merasa superior, dan suka melanggar hak orang lain, dan selalu mengabaikan perasaan orang lain.

Dalam praktek komunikasi sehari-hari memang ada banyak gaya berkomunikasi namun esensinya ada empat yang utama (Liliweri, 2011: 311) : *Emotive style traits*, yang menggambarkan gaya komunikasi seseorang yang selalu aktif namun lembut, dia mengambil inisiatif sosial, merangkul orang dengan informal, menyatakan pendapat secara emosional.; *Director style traits*, yang menyampaikan pendapatnya sebagai orang sibuk, kadang-kadang mengirimkan informasi tetapi tidak memandang orang lain, yang tampil dengan sikap serius dan suka mengawasi orang lain.; *Reflective style traits*, yang suka mengontrol ekspresi emosi mereka, yang menunjukkan pilihan tertentu dan memerintah, cenderung menyatakan pendapat dengan terukur, dan

Tabel Representasi

PERTAMA	REALITAS
	(Dalam bahasa tulis seperti dokumen, wawancara, transkrip, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti pakaian, <i>makeup</i> , perilaku, gerak-gerik, ucapan, ekspresi, suara)
KEDUA	REPRESENTASI
	(Elemen-elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i> , grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera, tata cahaya, editing, musik, dan sebagainya)  Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan di antaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi, setting, dialog, dan sebagainya.
KETIGA	IDEOLOGI
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.

Sumber: John Fiske, *Television Culture*, London and New York, Routledge, (1987: 5.) (Eriyanto, 2001 : 115)

Tabel Gaya Komunikasi

<b>GAYA KOMUNIKASI</b>	
<b>Langsung</b>	<b>Tidak Langsung</b>
Tipe orang yang selalu mengatakan apa yang dia maksudkan, dan dia selalu memahami apa yang dia katakan.	Tipe orang yang cara berkomunikasi selalu tidak langsung, dia langsung menganjurkan dan menerapkan apa yang dia katakan.
Orang ini tidak membutuhkan “garis bawah” dari pernyataan penting melalui kata-kata.	Kata-kata yang penting yang di-“garis bawah” merupakan bernilai sehingga dia selalu membaca ulang makna “garis bawah” itu.
Kejujuran merupakan dasar untuk menentukan kebijakan yang terbaik.	Kepercayaan hanya dapat tumbuh jika terjadi sesuatu masalah.
Kepercayaan lebih penting daripada berhadapan dengan perasaan.	Kepercayaan tidak dapat dipisahkan dengan perasaan.
<b>PERANAN KONTEKS</b>	
<b>Rendah</b>	<b>Tinggi</b>
Selalu mengutamakan heterogenitas dan budaya individual.	Selalu mengutamakan homogenitas dan budaya kolektif.
Orang ini mengetahui dan menguasai sedikit-sedikit tentang “segala sesuatu”	Orang ini mengetahui dan menguasai sangat banyak tentang “sesuatu”.
Pernyataan pesan secara eksplisit, bicara langsung.	Pernyataan pesan selalu implisit, kata-kata yang diungkapkan bukan merupakan pesan komunikasi yang utama.
Ketika menjelaskan sesuatu maka tanda-tanda non-verbal tidak penting	Ketika menjelaskan sesuatu maka peranan tanda-tanda non-verbal sangat penting karena dia memperkuat pesan verbal.
<b>EKSPRESI WAJAH</b>	
<b>Ekspresi Wajah Kurang Penting</b>	<b>Ekspresi Wajah Merupakan Kunci Komunikasi</b>
Ekspresi wajah selalu moderat.	Ekspresi wajah serius.
Fakta-fakta yang dikemukakan lebih penting daripada cara anda mengatakan sesuatu.	Cara mengatakan sesuatu lebih penting dari mengungkapkan kata-kata dalam komunikasi.
Menerima dan memberikan informasi merupakan tujuan pertukaran komunikasi.	Menerima dan memberikan informasi tidak selalu merupakan tujuan pertukaran informasi, relasi lebih penting.
Harmoni tidak selalu dibutuhkan dalam pertukaran informasi.	Selalu menjaga harmoni demi tujuan pertukaran komunikasi.
Kritik merupakan sesuatu yang baik dalam komunikasi.	Kritik merupakan sesuatu yang tabu dalam komunikasi.
Konfrontasi itu perlu untuk mengasah kecerdasan.	Konfrontasi merupakan sesuatu yang tidak lazim
Kalau setuju katakan setuju, dan tidak setuju katakan tidak setuju.	Sangat sulit mengatakan sikap “tidak setuju”.
Berkomunikasi lebih enak jika berhadap-hadapan.	Berkomunikasi berhadap-hadapan tidaklah utama.
Selalu berasumsi bahwa apa yang dikatakan selalu mirip.	Apa yang dikatakan dan dirasakan seseorang tidaklah sama.
<b>ORIENTASI TUGAS ATAU ORIENTASI PERSONAL</b>	
<b>Orientasi Tugas</b>	<b>Orientasi Personal</b>
Pemisahan tegas antara tugas dan personal.	Tidak ada pemisahan yang tegas antara orientasi tugas dan personal.
Kerja lebih utama, omong sedikit.	Mulai dengan bicara sedikit lalu langsung kerja.
Tidak terlalu penting memperhatikan emosi, relasi antarpersonal dalam tugas.	Relasi antarpersonal sangat mempengaruhi kinerja seseorang.
Tujuan akan dilengkapi oleh tugas	Tujuan dapat dibangun melalui relasi.

melihat kesulitan yang harus kita ketahui.; *Supportive style traits*, yang diam dan tenang penuh perhatian, melihat orang dengan perhatian penuh, cenderung menghindari kekuasaan, dan dia membuat keputusan dengan mempertimbangkan semua pihak.

Tiga Gaya Utama Komunikas, Myers-Briggs dalam Liliweri (2011: 318) telah menyusun indikator dari ketiga gaya komunikasi yaitu: Gaya agresif, Gaya pasif, Gaya asertif

### **Paradigma, Metode dan Jenis Penelitian**

Konstruktivisme seperti yang dikatakan oleh Guba dan Lincoln dalam Denzin (2009:124), mengadopsi ontologi kaum relativis *ontology relativisme*, epistemologi transaksional, dan metodologi hermeneutis atau dialektis. Tujuan dari penelitian dengan paradigma tersebut diarahkan untuk menghasilkan berbagai pemahaman yang bersifat rekonstruksi, yang di dalamnya kriteria kaum positivis tradisional tentang validitas internal dan eksternal digantikan dengan terma-terma sifat layak dipercaya (*trustworthiness*) dan otentitas (*authenticity*).

Konstruktivisme dalam Agus Salim (2006:51) merupakan paradigma yang hampir merupakan antithesis terhadap paham yang menempatkan pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atas ilmu pengetahuan. Secara ontologis, aliran ini menyatakan bahwa realitas itu ada dalam beragam bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang melakukannya. Karena itu, realitas yang diamati oleh seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang sebagaimana yang biasa dilakukan di kalangan positivis atau post-positivis. Atas dasar filosofis ini, aliran ini menyatakan bahwa hubungan epistemologis antara pengamat dan objek merupakan satu kesatuan, subjektif dan merupakan hasil perpaduan interaksi di antara keduanya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Pawito (2007:143) bahwa studi ini sendiri memang dirancang sebagai sebuah studi kasus yang memiliki karakteristik dinamis di dalam penggunaannya untuk memperoleh gambaran mengenai berbagai persoalan yang menarik dalam kehidupan sosial. Menurut Deddy Mulyana (2006:201) studi kasus adalah “uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program,

atau suatu situasi sosial”.

### **Teknik Pengumpulan Data**

*Studi Dokumentasi*. Mengamati dan mengumpulkan pesan-pesan yang terdapat dalam tayangan debat capres-cawapres bentuk CD yang dianggap memiliki makna tertentu dalam rangka mengkonstruksi sebuah realitas. Pesan-pesan ini kemudian akan dikategorikan berdasarkan keperluan penelitian ini untuk dijadikan data primer.

*Studi Kepustakaan*. Mencari dan mengumpulkan tulisan, buku, serta informasi lain tentang debat Capres-cawapres 2014.

### **Teknik Analisis Data**

Terdapat beberapa analisis data yang umum dilakukan dalam penelitian kualitatif, yaitu: Pengumpulan data (data collection), pada bagian ini peneliti mengumpulkan berbagai jenis data dari berbagai sumber. Baik dokumentasi tayangan debat, wawancara terhadap informan.; Sajian data (display data). Data yang terkumpul dan telah dikelompokkan tersebut, disusun secara logis dan sistematis sehingga peneliti dapat melihat dan menelaah komponen-komponen penting dari sajian data. Pada tahap ini, pengumpulan data masih memungkinkan jika data yang ada masih dianggap kurang lengkap.; Pada bagian ini juga dilakukan reduksi dan klasifikasi data. Disini, peneliti mengumpulkan informasi-informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, dan selanjutnya mengelompokkan data tersebut sesuai dengan topik masalahnya. (konstruk derajat I).; Tipikasi data. Menyusun data disesuaikan dengan tipe informasi yang selanjutnya dilakukan interpretasi dan pembahasan yang akan menghasilkan model. (konstruk derajat II).; Kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi data sesuai dengan konteks permasalahan dan tujuan penelitian. Dari interpretasi yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan.

### **Hasil Penelitian**

Berdasarkan dari penampilan Jokowi pada tayangan debat capres Pilpres 2014 maka dihasilkan analisis penelitian sebagai berikut : Gaya komunikasi Jokowi pada debat capres- Pilpres 2014 menunjukkan beberapa karakteristik. Cara beliau berbicara, komunikasi verbal, non-verbal, prilaku, penampilan menjadi bagian dalam analisis gaya komunikasi Jokowi.

Tabel

VARIABEL TAMPILAN	Gaya Komunikasi Jokowi
	Asertif
Moto dan Keyakinan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Percaya diri dapat menyelesaikan masalah dengan dialog, mendengarkan pendapat orang untuk mendapat solusi.</li> <li>2. Setiap problem ada solusi dan setiap masalah ada jalan keluarnya.</li> <li>3. Perlu adanya evaluasi dan cek setiap program pemerintah yang dilakukan.</li> </ol>
Gaya Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak memberikan banyak pernyataan tapi menunjukkan harapan menyelesaikan masalah</li> <li>2. Ekspresi diri yang biasa saja tidak berlebihan, santai dan tidak menggebu-gebu.</li> <li>3. Menggunakan Bahasa sederhana, Bahasa Indonesia dan terselip Bahasa keseharian bercampur dengan Bahasa Jawa.</li> <li>4. Berbicara dengan gaya yang santai.</li> </ol>
Karakteristik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimis</li> <li>2. Terbuka</li> <li>3. Berbicara langsung</li> <li>4. Percaya diri</li> <li>5. Aktif namun santai</li> <li>6. Santai</li> <li>7. Ekspresi wajah biasa saja</li> </ol>
Perilaku	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenang dalam menjawab</li> <li>2. Berorientasi pada penyelesaian masalah</li> <li>3. Bekerja untuk memnuju kemajuan</li> </ol>
Tanda-tanda Nonverbal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekspresi wajah biasa saja tidak menunjukkan emosi yang berlebihan.</li> <li>2. Gestur hanya menggunakan ilustrator dengan tangan ketika sedang berbicara.</li> <li>3. Kontak mata tidak banyak mengarah pada audiens.</li> <li>4. Volume suara sedang, intonasi sedang, penekanan pada kata-kata tertentu.</li> </ol>
Tanda-tanda Verbal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pernyataan menggunakan kata “kita” bukan saya.</li> <li>2. Penggunaan Bahasa Indonesia dan menggunakan Bahasa sehari-hari : “ Tegas” “akan dibuat rame”.</li> </ol>
Konfrontasi & Pemecahan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berdialog, negosiasi, dan orientasi menyelesaikan masalah.</li> <li>2. Kompromi dan berpikir positif.</li> </ol>



<b>GAYA KOMUNIKASI JOKOWI</b>
<b>Langsung</b>
Jokowi termasuk tipe orang yang selalu mengatakan apa yang dia maksudkan, dan dia selalu memahami apa yang dia katakan.
Jokowi ini tidak membutuhkan “garis bawah” dari pernyataan penting melalui kata-kata.
Kejujuran merupakan dasar untuk menentukan kebijakan yang terbaik.
Kepercayaan lebih penting daripada berhadapan dengan perasaan.
<b>PERANAN KONTEKS</b>
<b>Tinggi</b>
Jokowi berasal dari suku Jawa sehingga mengutamakan homogenitas dan budaya kolektif.
Jokowi mengetahui dan menguasai sangat banyak tentang “sesuatu”.
Beberapa pesan implisit, kata-kata yang diungkapkan bukan merupakan pesan komunikasi yang utama.
Jokowi ketika menjelaskan sesuatu maka peranan tanda-tanda nonverbal sangat penting karena dia memperkuat pesan verbal.
<b>EKSPRESI WAJAH</b>
<b>Ekspresi Wajah Kurang Penting</b>
Ekspresi wajah Jokowi selalu moderat.
Fakta-fakta yang dikemukakan Jokowi lebih penting daripada cara anda mengatakan sesuatu.
Bagi Jokowi menerima dan memberikan informasi merupakan tujuan pertukaran komunikasi.
Harmoni tidak selalu dibutuhkan dalam pertukaran informasi.
Kritik merupakan sesuatu yang baik dalam komunikasi.
Jokowi terkadang melakukan konfrontasi itu perlu untuk mengasah kecerdasan.
Berkomunikasi lebih baik jika berhadap-hadapan.
<b>ORIENTASI TUGAS ATAU ORIENTASI PERSONAL</b>
<b>Orientasi Tugas</b>
Pemisahan tegas antara tugas dan personal.
Kerja lebih utama, omong sedikit.
Tidak terlalu penting memperhatikan emosi, relasi antarpersonal dalam tugas.
Tujuan akan dilengkapi oleh tugas

### Diskusi

Debat capres Pilpres 2014 yang diselenggarakan KPU merupakan jenis debat *A single moderator format*, merupakan satu moderator yang akan memberikan pertanyaan. Lebih teratur dan isu yang akan ditanya lebih fokus. Sidney Kraus (Perloff, 1998:379) memiliki pemikiran yang berbeda mengenai debat politik, yaitu “Bukan untuk memberikan pendidikan politik pada publik tapi untuk memenangkan pemilihan”. Debat capres Pilpres 2014 salah satu bentuk kampanye yang

dimanfaatkan oleh kandidat untuk memenangkan Pilpres seperti yang terjadi pada pasangan Jokowi-JK. Jokowi-Jk berhasil memenangkan Pilpres 2014 dengan berbagai bentuk komunikasi politiknya. Jokowi pada debat capres 2014 dapat diamati dari pakaian, perilaku, gerak-gerik, ucapan, ekspresi, suara yang ditransmisikan ke dalam kode representasional yang tercermin di antaranya saat debat bagaimana karakter Jokowi, narasi, setting, dialog, dan sebagainya.

Pembahasan dari hasil penelitian gaya komunikasi

Jokowi yaitu bahwa dari hasil analisis peneliti memaknai gaya komunikasi Jokowi masuk dalam gaya komunikasi asertif. Gaya tegas (assertive style), gaya seseorang yang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang lain. Selain itu Gaya komunikasi Jokowi meliputi gaya komunikasi sebagai berikut :

*Emotive style traits*, yang menggambarkan gaya komunikasi seseorang yang selalu aktif namun lembut, dia mengambil inisiatif sosial, merangkul orang dengan informal, menyatakan pendapat secara emosional.

*Supportive style traits*, yang diam dan tenang penuh perhatian, melihat orang dengan perhatian penuh, cenderung menghindari kekuasaan, dan dia membuat keputusan dengan mempertimbangkan semua pihak.

Kehidupan sosial dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Pada debat Pilpres 2014 Jokowi menampilkan *front region* dan *personal front*. Wilayah depan merujuk pada peristiwa debat capres pilpres 2014 yang memungkinkan kandidat bergaya atau menampilkan peran formalnya dengan pakaian yang sopan, formal, menggunakan stela jas, kemeja kotak-kotak, dan kemeja putih. Pangung depan dibagi menjadi 2 bagian : front pribadi (*personal front*), dan *setting*, yaitu situasi fisik yang harus ada ketika kandidat melakukan debat. *Personal front* ini meliputi bahasa verbal dan bahasa tubuh sang kandidat, misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah Bahasa daerah/ keseharian, intonasi, posture tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampilan usia, ciri-ciri fisik dan sebagainya.

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan gaya komunikasi Jokowi yaitu gaya komunikasi asertif. Gaya tegas (assertive style), gaya seseorang yang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang lain. Selain itu Gaya komunikasi Jokowi meliputi gaya komunikasi sebagai berikut : *Emotive style traits*, yang menggambarkan gaya komunikasi seseorang yang selalu aktif namun lembut, dia mengambil inisiatif sosial, merangkul orang dengan informal, menyatakan pendapat secara emosional. *Supportive style traits*, yang diam dan tenang penuh perhatian, melihat orang dengan perhatian penuh, cenderung menghindari kekuasaan, dan dia membuat keputusan dengan mempertimbangkan semua pihak.

### Daftar Pustaka

- Alfian, Alfian. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Arifin, Anwar. *Komunikasi Politik: Paradigma-Teori-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik di Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka .2003.
- Berger, Peter L and Luckman, Thomas. *The Sosial Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchors Book. 1967.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik : Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers. 2009.
- Comer, John and Pels, Dick (ed). *Media and Restyling of Politics*. London : Sage Publication. 2003.
- Creswell, John w. *Research Design (Terjemahan)* Chryshnanda, DL & Bambang Hastobroto. Jakarta : KIK press. 2002.
- \_\_\_\_\_. *Handbook of Qualitative Research (edisi ketiga) 2*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2011
- Golding, Peter and Murdock, Graham. *Communication Politics: Mass Communication and the Political Process*. Leicester University Press. 1986.
- \_\_\_\_\_. *Culture Communication, and Political Economy*” in Curran, James and Michael Gurevitch (eds), *Mass Media and Society*. London : Edward Arnold. 1991.
- Hidayat, Dedy N. *Menjadi Presiden dalam Era “Media Presidency” : Pengantar Manajemen Komunikasi Kepresidenan*. Jakarta: LP3ES. 2004.
- Kavanagh, Denis. *Election Campaign: The New Marketing of Politics*. Blackwell. 1995.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi : Serba Ada Seba Makna*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011
- McNair, Brian. *An Introduction to Political Communication*. London, Routledge. 2003.
- \_\_\_\_\_. *An Introduction to Political Communication*. New York : Routledge. 2011.
- Moleong, Lexy.J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2000.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2003.
- \_\_\_\_\_. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2006
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2010

- Nimmo, Dan . *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1993.
- Perloff, Richard M. *Political Communication : Politics, Pers. and Public in America*. New Jersey : Lawrence Erlbaum associates, Inc. 1998.
- Putra, I Gusti Ngurah. *Media, Komunikasi, dan Politik: Sebuah Kajian Kritis*. Yogyakarta : FISIPOL UGM. 2008.
- Salim, Agus. *“Teori dan Paradigma: Penelitian Sosial”*, Yogyakarta : Tiara Wacana. 2006
- Sudibyo, Agus. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKiS. 2001.
- Suwardi, Harsono, Sedjaja, Sasa Djuarsa dan Budi Setio. *Politik Demokrasi dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Galang Press. 2002.