

RINGKASAN DISERTASI

KOMUNIKASI POLITIK

CALON KEPALA DAERAH PADA PEMILIHAN LANGSUNG

(Studi Kasus pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008)

Oleh

Mahi M. Hkikmat

ABSTRACT

This research was moving from the emergence of changes in legislation regarding local elections, the election of a representative by the parliament with direct elections by the people of the region. In addition there is a change of political system, change the way local elections has also been changed political communications made by the prospective head region.

Therefore, this study aims to assess the candidates of political communication on the direct election of regional heads with a case study on the selection of Governor and Vice Governor of West Java Year 2008. This dissertation uses qualitative methods: a case study approach with data collection techniques of observation, depth interviews, and collecting documents. Data were analyzed using descriptive, qualitative and dramaturgis symbolic interaction perspective. The basic problem of research: political communication at the regional head election candidates Live: A Case Study of Governor Election-Vice Governor of West Java Year 2008.

Results showed the three candidates in the election of regional head of the Governor and Vice Governor of West Java Year 2008 using six forms of political communication, namely: the rhetoric, propaganda, public realtion, political campaigns, political lobbying, and through mass media. Political agitation is not used in the selection of Governor-Vice Governor of West Java because it does not fit with the culture of West Java; Sundanese.

Sixth form of political communication is managed by the regional head candidates in the form of a message of non-verbal messages and verbal messages and by 1) serves as a political actor who adhere to the political scenario; 2) exploiting the potential of prospective head region, both the potential for personal and structural potential in political parties or social organizations as political communication bridges with the people of voters; 3) explore the meaning of labeling in the form of an acronym for naming candidates are assumed to foster a positive impression on the people of voters; and 4) using the mass media as a bridge to the people delivering the political message of voters.

The results of this study proves the benefits of the couple ten Ahmad Heryawan- Dede Yusuf so it can reach the most votes in the election of Governor and Vice Governor of West Java Year 2008. The ten advantages that are: 1) Character messages conveyed more plural; 2) Obtain a solid support political parties, militant, and almost without conflict; 3) Political campaigns many Dede Yusuf as public displays of popular figure; 4) Dare to display messages different; 5) Transmitting messages civil background; 6) Packing messages as a candidate for a new figure (no experience) and promising change; 7) Submission of a message more attention to the desire of the people; 8) Campaign message further highlight local nuances; 9) Ads much political use the local media; 10) Emits a message that the bureaucrats are not clear of CCN (Corruption, Collusion and Nepotism).

The candidates for Governor-Vice Governor of West Java Year 2008 has produced a model of political communication manners, namely, political communication based on local culture; budaya West Java people who *someah hade ka semah*, polite, did not insist, and emphasize togetherness.

ABSTRAK

Penelitian ini beranjak dari munculnya perubahan peraturan perundang-undangan tentang pemilihan kepala daerah, dari pemilihan secara perwakilan oleh DPRD dengan pemilihan secara langsung oleh rakyat daerah. Selain terjadi perubahan sistem politik, perubahan cara pemilihan kepala daerah pun telah mengubah komunikasi politik yang dilakukan oleh calon kepala daerah.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengkaji komunikasi politik calon kepala daerah pada pemilihan secara langsung dengan studi kasus pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Disertasi ini menggunakan metode kualitatif; pendekatan studi kasus dengan teknik pengumpulan data melakukan observasi, wawancara mendalam, dan pengumpulan dokumen. Teknik analisis data menggunakan deskriptif-kualitatif dengan perspektif interaksi simbolik dan dramaturgis. Masalah pokok penelitian: komunikasi politik calon kepala daerah pada Pemilihan Secara Langsung: Studi Kasus Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008.

Hasil penelitian menunjukkan ketiga pasangan calon kepala daerah dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2008 menggunakan enam bentuk komunikasi politik, yakni: retorika, propaganda, *public relation*, kampanye politik, lobi politik, dan melalui media massa. Agitasi politik tidak digunakan dalam pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat karena tidak sesuai dengan budaya masyarakat Jawa Barat; Kesundaan.

Keenam bentuk komunikasi politik tersebut dikelola oleh para calon kepala daerah dalam bentuk pesan non-verbal dan pesan verbal dan dengan cara 1) berperan sebagai aktor politik yang taat pada skenario politik; 2) memanfaatkan potensi calon kepala daerah, baik potensi personal maupun potensi struktural dalam partai politik atau organisasi kemasyarakatan sebagai jembatan komunikasi politik dengan rakyat pemilih; 3) meng-eksplor makna pelabelan dalam bentuk akronim terhadap penamaan pasangan calon yang diasumsikan menumbuhkan kesan positif pada rakyat pemilih; dan 4) menggunakan media massa sebagai jembatan penyampaian pesan politik kepada rakyat pemilih.

Hasil penelitian ini membuktikan sepuluh keunggulan pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf sehingga dapat meraih suara terbanyak dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Kesepuluh keunggulan itu yakni: 1) Karakter pesan yang disampaikan lebih plural; 2) Mendapat dukungan partai politik yang solid, militan, dan hampir tanpa konflik; 3) Kampanye politik banyak menampilkan Dede Yusuf sebagai *public figure* yang populer; 4) Berani menampilkan pesan yang berbeda; 5) Memancarkan pesan berlatar belakang sipil; 6) Mengemas pesan sebagai sosok calon yang baru (tidak berpengalaman) dan menjanjikan perubahan; 7) Penyampaian pesan lebih memperhatikan keinginan rakyat; 8) Pesan kampanye lebih menonjolkan nuansa-nuansa lokal; 9) Iklan politik banyak menggunakan media lokal; 10) Memancarkan pesan bukan birokrat yang bersih dari KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme).

Para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 telah melahirkan model komunikasi politik santun, yakni komunikasi politik yang berbasis budaya lokal; budaya masyarakat Jawa Barat yang *someah hade ka semah*, santun, tidak ngotot, dan mengutamakan kebersamaan.

A. Pendahuluan

Berubahnya peraturan perundangan-undangan politik, ternyata tidak hanya mengubah sistem yang dibangun dalam kehidupan politik, tetapi dapat mengubah berbagai lini kehidupan politik. Seperti halnya perubahan perundang-undangan tentang Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, ternyata dapat mengubah berbagai hal dalam kehidupan politik daerah.

Sejak tahun 1999, Pemilihan Kepala Daerah menggunakan sistem perwakilan yang berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah. Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota dipilih oleh anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Saat itu, sistem pemilihan yang digunakan adalah sistem pemilihan perwakilan. Anggota DPRD sebagai wakil rakyat daerah, memilih kepala daerah baik di tingkat provinsi maupun di tingkat kabupaten atau kota.

Namun, sejalan dengan pergantian perundangan-undangan, yakni diubahnya Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 menjadi Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah telah terjadi pula perubahan sistem pemilihan kepala daerah. Berdasarkan Undang-Undang No. 22 Tahun 1999, kepala daerah dipilih dengan sistem perwakilan oleh anggota DPRD, sedangkan berdasarkan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004, kepala daerah dipilih secara langsung oleh seluruh rakyat daerah.

Perubahan tersebut terjadi pula pada komunikasi politik yang dibangun oleh para calon kepala daerah. Dalam pemilihan langsung, para calon kepala daerah harus merancang komunikasi politik yang dapat memikat rakyat daerah.

Ketika Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 dan para calon kepala daerah dipilih oleh anggota DPRD, mereka lebih memfokuskan komunikasi politik terhadap para anggota DPRD. Hal itu merupakan realitas yang logis karena yang memilih mereka adalah anggota DPRD. Oleh karena itu, wajar jika segala daya upaya komunikasi politik para calon kepala daerah, baik komunikasi verbal maupun non-verbal terfokus pada upaya meraih simpati anggota DPRD. Calon kepala daerah yang dapat meraih simpati besar dari anggota DPRD diasumsikan akan mendapatkan suara terbanyak dari anggota DPRD, sehingga dialah yang akan menjadi kepala daerah terpilih.

Namun, ketika lahir Undang-Undang No. 32 tahun 2004 yang melandasi pemilihan kepala daerah dilakukan secara langsung oleh seluruh rakyat daerah, fokus komunikasi politik para calon kepala daerah pun turut berubah. Fokus komunikasi politik mereka tidak lagi dalam kerangka meraih simpati anggota DPRD, tetapi simpati seluruh rakyat daerah.

Komunikasi politik yang dikembangkan para calon kepala daerah dalam pemilihan kepala daerah secara langsung oleh seluruh rakyat tidak hanya difokuskan pada kelompok kecil, tetapi sangat besar. Semua rakyat daerah memiliki hak yang sama untuk memilih *one man one vote*, sehingga secara umum strategi komunikasi politik calon kepala daerah pun harus sampai kepada seluruh rakyat daerah.

Realitas pemilihan kepala daerah secara langsung yang telah memupuk makin tingginya partisipasi politik rakyat ketimbang pemilihan kepala daerah dengan sistem perwakilan, merupakan kondisi yang

mendorong berubahnya komunikasi politik yang diskenario para calon kepala daerah. Komunikasi politik tersebut akan mengubah pula kegiatan operasional komunikasi politik mereka. Secara umum, terdapat tiga kegiatan yang dilakukan dalam komunikasi politik, yakni sosialisasi politik, pendidikan politik, dan memupuk partisipasi politik.

Sebagaimana halnya persepsi komunikasi secara umum bahwa terdapat dua hal yang inti dalam sebuah proses komunikasi, yakni, komunikator dan pesan. Dalam persepsi yang sederhana, hal tersebut berlaku juga dalam proses komunikasi politik. Ketika komunikasi politik terjadi, akan terdapat komunikator politik dan pesan politik.

Dalam pemilihan kepala daerah, calon kepala daerah termasuk dalam kategori komunikator politik yang dalam istilah Dan Nimmo (1978:125) komunikator infrastruktur. Dan Nimmo mengangkat pemikiran L.W. Dobb yang mengkualifikasikan komunikator infrastruktur ke dalam tiga kategori, yaitu para politisi, profesional, dan aktivis.

Sebagai komunikator politik, calon kepala daerah memainkan perannya berdasarkan kepentingan mereka yang merupakan perwujudan dari kepentingan pribadi, kepentingan partai politik atau kepentingan rakyat daerah. Walaupun yang muncul ke permukaan secara eksplisit merupakan peran-peran yang seolah hanya untuk kepentingan rakyat. Dalam konteks inilah, komunikator politik memiliki peran besar untuk dapat mengemas pesan-pesan politik sehingga dapat meyakinkan rakyat pemilih bahwa eksistensinya hanya untuk kepentingan rakyat.

Arifin (2003:65-98) memaparkan bentuk-bentuk komunikasi politik yang dapat dilakukan oleh komunikator politik sebagai berikut:

1) Retorika, atau seni berbicara, perdebatan-perdebatan di ruang sidang untuk saling mempengaruhi, atau berpidato kepada orang banyak (khalayak); 2) Agitasi politik yang beroperasi untuk membangkitkan rakyat kepada suatu gerakan politik, baik lisan maupun tulisan dengan merangsang dan membangkitkan emosi khalayak; 3) Propaganda dilakukan oleh politikus atau kader partai politik yang memiliki kemampuan dalam melakukan sugesti kepada khalayak dan menciptakan suasana yang mudah terkena sugesti (*suggestivitas*); 4) *Public Relation* adalah hubungan timbal balik (dua arah) secara rasional; 5) Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan orang atau kelompok (organisasi) dalam waktu tertentu untuk memperoleh dan memperkuat dukungan politik dari rakyat atau pemilih; 6) Lobi politik terjadi dialog dengan tatap muka (komunikasi antarpersona) secara informal, namun penting, karena dari hasil lobi itu biasanya ada kesepakatan dan kesepakatan bersama yang akan diperkuat melalui pembicaraan formal dalam rapat atau sidang politik yang akan menghasilkan keputusan dan sikap politik tertentu; 7) Media massa pun, baik cetak maupun elektronik dapat menjadi instrument komunikasi yang efektif. Calon kepala daerah dapat menyampaikan pesan-pesan politiknya, baik dalam bentuk pemberitaan, himbauan, maupun promosi politik lainnya melalui media massa.

Sesuai dengan keseluruhan uraian pada latar belakang penelitian di atas, maka yang menjadi *problem statement* dalam disertasi ini adalah bagaimanakah komunikasi politik yang dikembangkan para

calon kepala daerah guna meraih simpati rakyat pemilih dalam pemilihan secara langsung. Dalam konteks disertasi ini, studi kasus dilakukan pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat bertindak sebagai komunikator politik yang menyampaikan pesan politik untuk memengaruhi rakyat daerah agar memberikan apresiasi, dukungan, dan memilih mereka menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Periode 2008-2013.

Merujuk pada *problem statement* tersebut, dalam konteks pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur secara langsung di Jawa Barat, penulis merumuskan fokus penelitian pada pertanyaan pokok: *Bagaimanakah komunikasi politik yang dikembangkan para calon Kepala Daerah dalam Pemilihan Secara Langsung Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008.*

A.2 Rumusan Masalah

Hasil peneliti ini diharapkan dapat mengungkap bentuk-bentuk komunikasi politik yang dikembangkan, pesan-pesan politik yang dikemas, dan model komunikasi politik yang digunakan oleh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat guna memenangkan pemilihan secara langsung tahun 2008?

A.3 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan secara teoretik dapat memperkaya khasanah penelitian di bidang ilmu komunikasi, terutama penelitian di bidang komunikasi politik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para peneliti di bidang komunikasi politik dalam melakukan penelitian lanjutan. Hasil penelitian ini pun diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pertimbangan bagi para calon kepala daerah, Tim Kampanye, Partai Politik, konsultan politik, serta pihak lainnya guna meraih simpati dan suara terbanyak dalam pemilihan kepala daerah secara langsung.

B. Metode

Dalam penelitian ini, dibedakan dua hal yang menjadi sasaran utama, yakni subjek penelitian dan objek penelitian. Yang dimaksud sasaran subjek dalam penelitian ini adalah *para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat* yang mengikuti pemilihan kepala daerah langsung tahun 2008 di Jawa Barat, sedangkan sasaran objek penelitian adalah *komunikasi politik* para calon Gubernur dan Wakil Gubernur pada pemilihan kepala daerah langsung tahun 2008.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Berdasarkan sifat realitas, metode kualitatif mengandung persepsi subjektif bahwa realitas (komunikasi) bersifat ganda, rumit, semu, dinamis (mudah berubah), dikonstruksikan, dan holistik; kebenaran realitas bersifat relatif (Mulyana, 2001:147).

Dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif karena peneliti berkeyakinan bahwa untuk meneliti *Komunikasi Politik Calon Kepala Daerah pada Pemilihan Secara Langsung* perlu fleksibilitas

yang tinggi dalam menentukan langkah-langkah penelitian Hal itu berangkat dari fakta di lapangan bahwa sangat dimungkinkan dalam penelitian ini ditemukan realitas yang bersifat ganda, rumit, semu, mudah berubah, dikonstruksikan, dan nilai kebenaran bersifat relatif. Obyek penelitian yang fokusnya para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, pengurus Partai Politik, dan Tim Kampanye yang notabene manusia, baik secara individual maupun komunal, bersama dengan kerumitan pikiran, sikap, perilaku, dan karakter mereka, memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi dan sulit untuk diramalkan.

Dalam penelitian ini, pendekatan kasus yang diamati yakni Komunikasi Politik Calon Kepala Daerah dalam Pemilihan Secara Langsung Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Peneliti berusaha mengamati, memahami, dan menganalisis Komunikasi Politik Calon Gubernur pada Pemilihan Langsung Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Salah satu karakter penelitian kualitatif adalah melakukan pengamatan dan berinteraksi dengan subyek penelitian untuk berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka atas dunianya.

Studi kasus, seperti yang dirumuskan Robert K. Yin (2008;1), merupakan sebuah metode yang mengacu pada penelitian yang mempunyai unsur *how* dan *why* pada pertanyaan utama penelitiannya dan meneliti masalah-masalah kontemporer (masa kini) serta sedikitnya peluang peneliti dalam mengontrol peritiswa (kasus) yang ditelitinya. Studi kasus merupakan suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas, dan dimana multisumber dimanfaatkan.

Dengan metode kualitatif, data yang dibutuhkan dalam disertasi ini adalah data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku orang tersebut yang dapat diamati. Orang-orang yang dapat memberikan informasi untuk mendukung penelitian disertasi ini yang dalam tradisi penelitian kualitatif disebut informan.

Pertama, informan kunci utama dalam penelitian ini adalah para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2008; dalam konteks disertasi ini adalah Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur nomor urut 1. Danny Setiawan - Iwan Sulanjana; 2. Agum Gumelar - Nu'man Abdul Hakim; 3. Ahmad Heryawan – Dede Yusuf. Selain mereka, informasi kunci kedua adalah pengurus Partai Golkar dan Partai Demokrat dan/atau Tim Kampanye pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana; 2. Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan/atau Tim Kampanye pasangan Agum Gumelar - Nu'man Abdul Hakim; 3. Pengurus Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Amanat Nasional (PAN) dan/atau Tim Kampanye pasangan Ahmad Heryawan – Dede Yusuf.

Sementara itu, informan ketiga adalah informan tambahan, yakni pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Keberadaan informan tambahan ini cukup penting untuk menggali sisi lain dari komunikasi politik yang dilakukan oleh informan utama. Kendati sebenarnya bisa saja informan tambahan ini diabaikan, tetapi untuk lebih memperdalam khazanah informasi yang didapat peneliti, sehingga peneliti dapat membandingkan dan memberikan

penilaian terhadap komunikasi politik yang digunakan oleh ketiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tersebut.

Dalam konteks penelitian ini yang dijadikan informan tambahan adalah Ketua KPU Provinsi Jawa Barat, Ketua Panwaslu Provinsi Jawa Barat, perwakilan dari Pemerintah Daerah atau Desk Pilkada, dan tokoh masyarakat lainnya yang relevan dengan konteks penelitian disertasi ini.

Sumber data utama/data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan hasil wawancara dengan informan kunci, yakni tiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dan/atau pengurus partai politik pendukung dan/atau tim kampanye mereka sebagai unsur manusia yang terlibat langsung atau sangat paham pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat secara langsung Tahun 2008 plus data lainnya dari informan tambahan. Akan tetapi, untuk melengkapi serta dalam upaya memperoleh pemahaman yang mendalam, data juga akan diperoleh dari berbagai peristiwa “insident” pemilihan kepala daerah secara langsung lainnya sebagai pembanding.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sumber data dalam bentuk kata-kata, tindakan, sumber tertulis, dan data statistik. Penelitian kualitatif juga sering menggunakan data statistik sebagai sumber-sumber data tambahan. Hal ini sesuai dengan pendapat Moleong (2000:116) bahwa setatistik dapat membantu memberi gambaran tentang kecenderungan subjek pada latar penelitian.

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sebagai instrumen utama penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan berbagai teknik pengumpulan data sesuai dengan jenis atau klasifikasi datanya, yakni, observasi, wawancara, dan studi dokumen.

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian diawali dengan realitas pelaksanaan Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, kajian peran calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat dalam konteks peraturan perundang-undangan dan realitas di lapangan sekaligus analisis bahwa peran berdasarkan peraturan perundang-undangan tersebut menjadi bahan bagi para calon Gubernur-Wakil Gubernur untuk membuat skenario komunikasi politik mereka. Nukilan-nukilan dari pelaksanaan Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat yang dalam perspektif komunikasi politik menjadi data paling menonjol dipaparkan kembali lebih mendetail dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan penelitian.

C.1. Pelaksanaan Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2008

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 (Pilgub Jabar 2008) dilaksanakan oleh Penyelenggara KPU Provinsi Jawa Barat dibantu oleh 26 KPU Kabupaten/Kota, 607 Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), 5.862 Panitia Pemungutan Suara (PPS) di tingkat desa/kelurahan, dan sebagai ujung tombak 63.005 Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) yang bertugas di Tempat Pemungutan Suara (TPS).

Untuk mempermudah penyelenggaraan kegiatan dan sesuai dengan amanah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, pelaksanaan Pilgub Jabar 2008 dibagi dalam lima tahapan. Tahapan pelaksanaan Pilgub Jabar 2008, diatur dalam Keputusan KPU Provinsi Jawa Barat Nomor 08 Tanggal 28 Desember 2007 tentang Tahapan, Program dan Jadwal Waktu Penyelenggaraan Pemilihan Umum Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Kelima tahap itu yakni, pemutahiran data pemilih, pendaftaran dan penetapan calon, kampanye dan masa tenang, pemungutan dan penghitungan suara, serta penetapan hasil.

Hasil rekapitulasi akhir Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, pasangan H. Ahmad Heryawan-H.Dede Yusuf mendapatkan suara lebih dari 50% suara yang sah. Oleh karena itu, KPU Provinsi Jawa Barat melalui Keputusan Nomor 46/Kep/KPU-JB/IV/2008 tanggal 22 April 2008 telah menetapkan H. Ahmad Heryawan, Lc. Dan H; Yusuf Macan Effendi sebagai pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat terpilih untuk Periode 2008-2013.

C.2 Peran Calon Kepala Daerah

Dalam konteks politik, calon kepala daerah dalam pemilihan kepala daerah (Pilkada) secara langsung memiliki peran yang sangat penting, bahkan menjadi peran sentral. Calon kepala daerah menjadi subjek sekaligus objek dalam kegiatan Pilkada secara langsung. Seluruh kegiatan penyelenggaraan Pilkada secara langsung yang dilakukan KPUD dibuat untuk “melayani” calon kepala daerah, bahkan tingkat keberhasilan penyelenggaraan pun diukur dengan terpilihnya kepala daerah.

Oleh karena itu, perangkat peraturan perundang-undangan, baik yang dibuat oleh Pemerintah maupun KPUD lebih banyak berbicara tentang peran calon kepala daerah, baik sebagai subjek dengan melakukan tindakan-tindakan yang seharusnya dan sepiantasnya dilakukan, maupun sebagai objek dengan menjadi sumber atau inspirasi tindakan subjek lain.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah memberikan berbagai ketentuan untuk mengatur peran calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dalam Pilkada Langsung. Ketentuan tersebut dapat dianalogikan sebagai skenario yang dibuat oleh pemerintahan (DPR dan Presiden), sehingga Pilkada berjalan sesuai harapan bersama. Para calon kepala daerah dan wakil kepala daerah “dipaksa” harus mengikuti skenario tersebut. Oleh karena itu, jika calon kepala daerah dan wakil kepala daerah “keluar” dari skenario, telah disiapkan aturan lainnya yang berkaitan dengan sanksi, baik sanksi pidana maupun sanksi administratif.

Tabel 1
Nama Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jabar 2008

NOMOR URUT	NAMA PASANGAN		PARTAI PENGUSUNG
	Calon Gubernur	Calon Wakil	
1	Drs. H. Danny Setiawan	Mayjen Purn. Iwan Sulandjana	Partai Golkar Partai Demokrat
2	Jend. Purn Agum Gumelar	Drs.H. Nu'man Abdul Hakim	PDI Perjuangan, PPP, PKB, PBR, PBB, PKPB, PDS
3	H. Ahmad Heryawan, Lc.	H. Dede Yusuf	PKS dan PAN

Sumber: KPU Jabar 2008

Selain mengacu pada undang-undang, peran calon kepala daerah dan wakil kepala daerah dalam penyelenggaraan Pilkada Langsung pun diskenario oleh Peraturan KPUD. Secara substantif dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2004 dijelaskan bahwa dalam teknis penyelenggaraan Pilkada Langsung, KPUD dapat membuat aturan pelaksana yang berfungsi menambahkan, menegaskan, dan menjelaskan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah. Dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, KPUD Provinsi Jawa Barat mengeluarkan sejumlah Surat Keputusan yang mengatur tentang peran pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur.

Pemilihan kepala daerah adalah proses politik yang bersetting politik Negara Indonesia dan dalam latar sistem politik pemerintah daerah serta konteks pemilihan kepala daerah secara langsung. Pilkada secara langsung pun merupakan sistem politik daerah dalam kerangka rekrutmen penguasa daerah alih-alih pimpinan daerah. Dalam perkembangan sistem politik terdapat jembatan untuk merangkai proses politik. Jembatan itulah komunikasi politik. Dan nimmo menganalogikan komunikasi politik ibarat aliran darah dalam tubuh, bukan darahnya, tetapi bagaimana darah tersebut dapat mengalir ke seluruh bagian tubuh. Rusadi Kantaprawira (1983) mempersepsi Komunikasi Politik berfungsi menghubungkan sistem politik yang hidup dalam masyarakat, baik pikiran intern golongan, instansi, asosiasi, ataupun sektor kehidupan politik pemerintah lainnya.

Dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 pun terjadi proses komunikasi politik. Salah satu komunikasi politik yang terjadi adalah antara calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dengan rakyat pemilih (*voter*). Dalam persepsi penelitian ini, Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 adalah komunikator politik, sehingga komunikasi politik merupakan bagian dari kegiatan mereka. Dalam pemilihan kepala daerah, calon kepala daerah termasuk dalam kategori komunikator politik yang dalam istilah Dan Nimmo (1978:125) komunikator infrastruktur.

Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat dapat dikategorikan sebagai komunikator politik. Bahkan, merunut pada beberapa pendapat, di antaranya menurut Pawito (2009:6), komunikator politik semakna dengan aktor. Aktor politik adalah semua pihak yang terlibat atau mengambil peran dalam proses penerimaan pesan dan penyampaian pesan. Aktor politik dapat perorangan atau individu, kelompok, organisasi, lembaga, ataupun pemerintah. Dalam konteks ini, calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 pun dapat dikategorikan sebagai aktor politik.

Sebagai aktor politik, calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat diberikan peran sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Peraturan yang dimaksud, khusus berkaitan dengan penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung adalah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah serta aturan main lainnya yang dibuat oleh penyelenggara Pilkada, baik KPU Daerah maupun Panwaslu.

Berkait dengan pengistilah aktor politik inilah, sehingga peran yang harus dilakukan atau dimainkan oleh calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 sebagaimana tertuang dalam peraturan perundang-undangan dapat dikategorikan sebagai skenario. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini muncul dua skenario, yakni skenario perundang-undangan melalui Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 jo Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 dan skenario Peraturan KPUD Provinsi Jawa Barat.

Dalam konteks pengistilahan aktor dan skenario, enam tahapan yang dibuat oleh KPU Provinsi Jawa Barat dapat dianalogikan sebagai panggung politik karena pada tahap tersebutlah calon Gubernur dan Wakil Gubernur sebagai aktor politik berperan; memainkan skenario perundang-undangan dan skenario KPU Provinsi Jawa Barat.

Dari kelima panggung politik berdasarkan hasil observasi, hanya dua panggung politik yang memberikan kesempatan kepada aktor politik; calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 untuk banyak berperan, bahkan menjadi peran utama.

Pertama, tahap pendaftaran pasangan calon. Dalam tahap ini terjadi lobi politik di antara partai politik dalam menentukan calon untuk berkoalisi yang di antaranya melibatkan aktor politik; calon Gubernur dalam mencari pasangan calon Wakil Gubernur atau sebaliknya serta komunikasi politik antara partai politik beserta calon Gubernur dan Wakil Gubernur dengan KPU Provinsi Jawa Barat dalam kerangka pemenuhan persyaratan sesuai dengan peraturan perundang-undangan, sehingga komunikasi yang terjadi adalah komunikasi politik formal.

Kedua, tahap kampanye dan masa tenang. Dalam tahap ini pun terdapat dua bagian komunikasi politik yang paling signifikan, yakni komunikasi politik antara calon dengan KPU Provinsi Jawa Barat. Kerangka komunikasi politik yang terjadi pun masih formal, berkaitan dengan pemenuhan amanah peraturan perundang-undangan. Kemudian, komunikasi politik antara calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dengan rakyat pemilih dalam bingkai kampanye politik. Kendati dalam tahapan ini pun dipagari dengan peraturan perundang-undangan, terutama terkait tindakan yang boleh dan tidak boleh (dilarang) dilakukan, tetapi konteks situasinya lebih longgar. Oleh karena itu, dalam panggung politik kampanye inilah, para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 dapat mengeksplor segala upaya komunikasi politiknya untuk mendekati dan meraih simpati rakyat pemilih.

Berbicara istilah aktor, skenario, dan panggung sebagaimana konteks penelitian ini studi kasus pada aktor politik calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 yang memainkan peran dalam skenario peraturan perundang-undangan, dan panggung politik dalam tahapan penyelenggaraan

Pemilihan Gubernur Jawa Barat Secara Langsung mengingatkan pada Pendekatan dramaturgis yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Kendati secara substansial terdapat perbedaan yang esensi.

Fakta dalam penelitian ini, calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat sebagai aktor politik. Mereka harus melakoni skenario yang dibuat "orang lain" (peraturan perundang-undangan) termasuk juga panggung politiknya dibuat oleh KPU Provinsi Jawa Barat.

Sementara itu, pendekatan dramaturgis berintikan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia akan mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadap dirinya. Untuk itu setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain (Mulyana, 2001;107). Hal itu berarti bahwa aktor berperan berdasarkan skenario dan panggung yang dibuat atau dikelola oleh dirinya sendiri, bukan disiapkan "orang lain".

Kendati begitu, berdasarkan hasil observasi dan pengakuan Tim Kampanye setiap calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, skenario berdasarkan peraturan perundang-undangan dan panggung politik dalam tahapan yang dibuat oleh KPU Provinsi Jawa Barat, bagi para calon dijadikan bahan rujukan untuk dibuat skenario lainnya yang digodok oleh calon Gubernur dan Wakil Gubernur bersama Tim Kampanye dan Partai Politik pendukung. Skenario itulah yang secara teknis menjadi rujukan bagi peran aktor politik calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat. Oleh karena itu, dapat dipersepsi bahwa skenario yang digunakan oleh calon Gubernur dan Wakil Gubernur adalah hasil pengolahan mereka sendiri dalam bentuk strategi kampanye politik.

Pandangan seperti itu sejalan dengan hasil analisis terhadap dokumen strategi kampanye setiap pasangan calon. Langkah-langkah dalam skenario mereka tidak terlepas dari skenario yang berdasarkan peraturan perundang-undangan. Beberapa contoh dapat dikemukakan sebagai penguat pandangan tersebut.

1. Ketika Partai Golkar menentukan bahwa H. Danny Setiawan sebagai calon Gubernur dari partainya, maka Danny Setiawan dan Pimpinan Partai Golkar membuat skenario untuk mencari calon Wakil Gubernur dengan berbagai strategi sehingga didapatkan Iwan Sulanjana. Skenario itu dibuat karena berdasarkan skenario perundang-undangan, Partai Politik hanya dapat mencalonkan kepala daerah secara berpasangan; tidak bisa sendirian.
2. Ketika PKS gagal mengusulkan calon Wakil Gubernur Ahmad Heryawan untuk mendampingi calon Gubernur Danny Setiawan, Agum Gumelar, dan Nu'man Abdul Hakim, PKS tidak bisa memaksakan diri untuk mencalonkan, bahkan mau sebagai partai pendukung saja. Skenario itu dilakukan karena peraihan suara PKS pada Pemilu 2004 dan Kursi di DPRD Jawa Barat hanya sekitar 11%, sedangkan skenario peraturan perundang-undangan mengharuskan minimal 15%. PKS baru memiliki strategi pencalonan lagi setelah koalisi dengan PAN yang memiliki suara sekitar 5% karena dukungan suara mereka menjadi 16%.
3. Pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dalam foto yang akan dijadikan gambar untuk mencoblos tidak menggunakan kopiah, padahal kedua pasangan calon lain menggunakan kopiah. Skenario itu

dibuat dan dilakukan karena dalam skenario peraturan perundang-undangan tidak ada larangan; boleh atau tidak boleh berkopiah.

4. Pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana menyingkat panggilan nama mereka *Da'i*, pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim menyingkat dengan *Aman*, dan pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf menyingkat *Hade*. Hal itu dimasukkan dalam skenario mereka karena dalam skenario peraturan perundang-undangan tidak dilarang; boleh atau tidak boleh dilakukan.
5. Calon Gubernur Ahmad Heryawan dan calon Wakil Gubernur Nu'man Abdul Hakim berangkat dari partai Islam dan berlatar belakang pesantren, tetapi dalam dokumen skenario mereka tidak direncanakan berkampanye di mesjid. Hal itu tidak mereka skenario karena berkampanye di mesjid menurut skenario perundang-undangan dilarang.

Beranjak dari fakta-fakta tersebut realitas yang ditemukan dalam penelitian ini bersinergis dengan Pendekatan Dramaturgis Erving Goffman bahwa aktor politik calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat melakukan pengelolaan pesan dalam bentuk skenario. Berdasarkan skenario itulah calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat berperan di panggung pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 dengan melahirkan pesan-pesan politik untuk mendekati dan meraih simpati rakyat pemilih.

C.3 Komunikasi Politik Calon Gubernur Jabar 2008

C.3.1 Komunikasi Politik dalam Koalisi

Lahirnya tiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 atas nama Danny Setiawan-Iwan Sulanjana, Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, dan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf tidak serta merta begitu saja ada. Mereka lahir lewat proses komunikasi politik yang alot, baik di antara partai politik maupun di antara kandidat. Bahkan, jika ditelusuri secara saksama, tidak ada satu pun pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat yang bergabung sejak awal. Mereka sama-sama berangkat dari keinginan yang ideal, tetapi di lapangan dihadapkan pada situasi yang berbeda, sehingga tarik ulur, tawar-menawar, lobi politik, dan berbagai model komunikasi mereka lakukan.

Dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, koalisi antar partai politik dalam mencalonkan pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat juga terjadi. Tidak ada satu pun dari ketiga pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur yang dicalonkan oleh satu partai politik. Hal itu terjadi tidak berkaitan dengan tidak adanya partai politik yang memenuhi syarat 15 persen di kursi DPRD Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan catatan hasil Pemilu 2004, ada dua partai politik yang dapat memenuhi syarat 15 persen angka peraih suara DPRD Provinsi Jawa Barat, yakni PDI Perjuangan (17,58%) dan Partai Golkar (27,90%). Namun, kedua partai tersebut tidak mengajukan pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat sendirian. Mereka berkoalisi dengan partai lainnya.

Partai Golkar (27,90%) berkoalisi dengan Partai Demokrat yang memiliki suara di DPRD Provinsi Jawa Barat 7,78% dengan mencalonkan pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana (DAI). PDI Perjuangan

(17,58%) berkoalisi dengan PPP (10,50%), PKB (5,22%), PBR (1,88%), PBB (2,96%), PKPB (2,09%), dan PDS (1,17%) mencalonkan pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim (AMAN). PKS yang memiliki suara di DPRD Provinsi Jawa Barat 11,63% berkoalisi dengan PAN yang memiliki suara 5,14% untuk mencalonkan pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf (HADE). Oleh karena itu, DAI didukung oleh 35,48 persen suara, AMAN didukung oleh 41,40 persen suara, dan HADE didukung oleh 16,77 persen suara.

C.3.2 Akseibilitas Komunikasi Politik Calon Gubernur

Setiap calon kepala daerah yang dipilih secara langsung oleh rakyat daerah pasti memiliki akseibilitas politik terhadap rakyat pemilihnya. Kalau mereka mencalonkan tanpa memiliki akseibilitas politik tidak mungkin mereka akan dipilih oleh partai politik pendukung karena akseibilitas politik akan melahirkan tingkat elektabilitas politik. Dalam konteks komunikasi, akseibilitas politik merupakan jembatan bagi para calon kepala daerah untuk melakukan komunikasi politik yang efektif dengan rakyat pemilih.

Begitu juga dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat secara langsung, baik pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana, Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, maupun Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dipastikan ketika mereka dicalonkan, akseibilitas politik mereka menjadi pertimbangan partai politik yang mencalonkan. Hal itu untuk mempermudah komunikasi politik mereka dengan pemilih dalam kerangka menarik simpati pemilih sehingga mencoblos gambar mereka. Dalam konteks ini, dapat dikategorikan bahwa setiap calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 memiliki potensi komunikasi politik. Dalam hal ini, penelitian ini pun mengungkap tentang potensi komunikasi politik setiap calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dalam Pilkada Langsung Tahun 2008 sebagai berikut.

Dalam bentangan peta akseibilitas politik calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, tampak setiap pasangan calon memiliki keunggulan dan kelemahan. Namun, jika ditimbang-timbang sebagaimana Gambar 4.2, pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana yang dapat dikategorikan paling unggul dan memiliki akseibilitas politik paling tinggi, kemudian pasangan Agum-Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, dan yang terakhir pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf.

Dalam *frame* analisis peta akseibilitas politik, pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Ahmad Heryawan dan Dede Yusuf adalah pasangan yang beruntung. Di antara tiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf adalah pasangan calon yang memiliki akseibilitas politik rendah dibanding dengan pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, tetapi pasangan ini dapat meraih suara terbanyak.

Dalam beberapa takaran, pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf pun memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh kedua pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat lainnya. Dede Yusuf

memiliki tingkat popularitas yang tinggi sebagai artis dan Ahmad Heryawan didukung PKS yang kadernya solid dan memiliki tingkat militansi yang tinggi.

Apalagi berpengalamannya pasangan calon Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim di struktur pemerintahan bukan jaminan untuk efektivitas komunikasi politik mereka terhadap pemilih. Bahkan, menurut analisis Deddy Mulyana (2008:142), pengalaman dapat saja menjadi bumerang jika tidak menunjukkan keberhasilan pada masa lalu. Oleh karena itu, pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf sebagai pasangan calon yang tidak memiliki pengalaman di pemerintahan lebih menjanjikan perubahan bagi rakyat pemilih.

Realitas itu sejalan dengan jargon kampanye politik yang ditebarkan pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf: "Harapan Baru Jawa Barat". Kata 'harapan baru' adalah kata berpetuah yang memiliki makna, jika Jawa Barat dipimpin oleh 'orang baru' alih-alih orang yang belum pernah 'berkuasa' atau tidak berpengalaman menjanjikan sebuah harapan baru bagi pembangunan di Jawa Barat menuju yang lebih baik daripada ketika Gubernurnya Danny Setiawan dan Wakil Gubernurnya Nu'man Abdul Hakim. Makna kata ini dapat menjadi sebuah jawaban atas keinginan warga Jawa Barat yang pesimistik jika pemimpin Pemerintah Provinsi dipegang oleh 'orang lama' akan terjadi perubahan yang lebih baik. Karena di antara kedua calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat saingan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf terdapat *incumbent*, yakni Danny Setiawan (Gubernur *incumbent*) yang berdampingan dengan Iwan Sulanjana dan Nu'man Abdul Hakim (Wakil Gubernur *incumbent*) yang mendampingi Agum Gumelar, maka makna kata tersebut mengena langsung pada kedua calon pesaingnya.

Hal yang sama terjadi juga terhadap pencalonan dua purnawirawan jenderal TNI; Iwan Sulanjana calon Wakil Gubernur mendampingi Danny Setiawan dan Agum Gumelar calon Gubernur didampingi Nu'man Abdul Hakim. Dalam konteks positif, memang sangat memungkinkan mereka dapat memiliki aksesibilitas politik yang tinggi untuk dapat berkomunikasi dengan keluarga besar TNI, tetapi dalam konteks lain kehadiran mereka dapat menjadi kontraproduktif.

Sebagian besar masyarakat Indonesia sedang gandrung terhadap pelaksanaan pemerintahan demokratis yang di antaranya merealisasi dalam pemilihan kepala daerah secara langsung. Oleh karena itu, sangat logis jika hal-hal yang bernuansa "anti" demokrasi sulit diterima atau bahkan ditolak oleh rakyat. Salah satu issue yang santer berkait dengan kehidupan Negara demokrasi di Negara berkembang, termasuk Indonesia adalah dikotomi sipil-militer. Menurut Dede Mariana (2008:22), duduknya figur militer sebagai penguasa merupakan ancaman bagi demokratisasi, khususnya bagi Negara yang sedang berada pada tahap pelebagaan demokrasi seperti Indonesia. Secara teoretis, salah satu prasyarat bagi pelebagaan demokrasi adalah perubahan peran politik militer. Boleh jadi pada masa lalu, figur pimpinan politik baik di pusat maupun di daerah lebih cenderung pada figur militer karena yang menentukan negosiasi antar-elit. Namun, pada era pemilihan secara langsung, ketika pemimpin politik ditentukan oleh seluruh rakyat, peta figur penguasa lebih berpihak pada warga sipil.

Pandangan itu beranjak dari persepsi bahwa perilaku sipil lebih menyukai cara-cara persuasi dan negosiasi dalam memperjuangkan kepentingan politik, sedangkan militer cenderung menyelesaikan persoalan dengan unjuk kekuatan dan praktek represif lainnya. Persepsi itu terbentuk dari pertarungan wacana publik sipil-militer yang berlangsung cukup lama dalam percaturan politik di Indonesia. Dalam konteks pencitraan, ternyata wacana “anti”-militer lebih dominan karena dibumbui oleh tindakan-tindakan kekerasan yang dianalogikan sebagai militerisme, seperti, DOM di Aceh, kekerasan polisi terhadap pengunjung rasa, kasus kekerasan di STPDN dan lembaga pendidikan lainnya serta tindakan lainnya yang mendukung persepsi bahwa praktik militerisme sangat tidak manusiawi dan kontraproduktif dengan visi Negara demokrasi.

Oleh karena itu, ketika terdapat calon kepala daerah, seperti calon Wakil Gubernur Jawa Barat Mayor Jenderal (TNI) Iwan Sulanjana dan Calon Gubernur Jawa Barat Jenderal (TNI) Agum Gumelar, bukan hal yang tidak mungkin yang muncul pada benak rakyat pemilih sipil justru kesan antipati. Mereka tidak menghendaki Provinsi Jawa Barat dipimpin oleh militer karena takut terjadi tindakan militerisme. Hal ini menjadi kontraproduktif dengan strategi ingin menarik simpati keluarga besar TNI, tetapi melepaskan simpati kalangan sipil murni yang jelas jumlahnya jauh lebih banyak.

Selain itu, riak-riak yang mengancam soliditas kader dan simpatisan seperti yang tersirat dalam pernyataan Ketua DPD Partai Golkar Jawa Barat dan Ketua DPD PDI Perjuangan Jawa Barat dalam menentukan pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur dari partai mereka bisa jadi menjadi faktor berkurangnya suara pemilih. Dalam konteks politik, setiap figur pimpinan politik akan memiliki kontituen. Dalam budaya politik rakyat Indonesia yang kolektivis, peran *opinion leader* para figur pimpinan politik banyak menentukan suara konstituen. Bahkan, dalam budaya politik seperti itu, konstituen pendukung sering mengidentifikasi diri dengan figur yang mereka sayangi, sehingga keberhasilan figur menjadi kebahagiaan bagi konstituen, termasuk juga kegagalan figur menjadi bagian kekecewaan konstituen. Hal ini bukan hal yang tidak mungkin terjadi pada pencalonan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim.

Dalam konteks real, pencalonan Danny Setiawan menjadi Gubernur Jawa Barat dari Partai Golkar berawal dari “konflik” internal. Hasil Rapimda antara DPP, DPD Provinsi, dan DPD Kabupaten/Kota “sepakat” bahwa yang berhak mencalonkan itu Ketua DPD Partai Golkar Jawa Barat Uu Rukmana. Namun, atas dasar lobi politik di kalangan elit partai, Danny Setiawan-lah yang diputuskan maju. Begitu juga dalam penentuan calon Wakil Gubernur, muncul empat nama pimpinan politik, Uu Rukmana (Ketua DPD Jawa Barat), Yance (Bupati Indramayu), Dedi Rosadi (Bupati Cirebon), dan Tuty Alawiyah (Bupati Majalengka), tetapi Danny Setiawan mengambil Iwan Sulanjana dari Partai Demokrat. Dalam tataran elit Partai Golkar, “konflik” tersebut dapat saja terselesaikan, tetapi di tingkat *grassroot*, konstituen pendukung UU Rukmana, Yance, Dedi Rosadi, dan Tuty Alawiyah sangat mungkin kecewa dan sangat mungkin mengalihkan pilihan mereka. Dalam konteks komunikasi, “konflik” internal yang terjadi di elit politik merupakan pesan terhadap para pendukung yang dapat menghasilkan respon yang berbeda. Apalagi

wacana publik di media massa sempat juga berkembang tentang kekecewaan keempat elit politik tersebut karena tidak dijadikan calon Wakil Gubernur oleh Danny Setiawan. Oleh karena itu, wajar jika muncul kesimpulan dari Tim Kampanye Maki Yuliawan bahwa pendukung Danny Setiawan-Iwan Sulanjana tidak solid. Boleh jadi, mereka tidak solid juga dalam memberikan suara.

Hal yang sama terjadi pada pencalonan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim. Penetapan Nu'man Abdul Hakim menjadi calon Wakil Gubernur mendampingi Agum Gumelar berangkat dari "konflik" internal juga. Sejatinya, rencana awal yang dicalonkan PDI Perjuangan untuk menjadi calon Wakil Gubernur Jawa Barat adalah Ketua DPD PDI Perjuangan Jawa Barat, Rudi Harsa Tanaya. Bahkan, keputusan itu sudah menjadi kesepakatan antara DPP, DPD Provinsi, dan DPD Kabupaten/Kota, tetapi Agum Gumelar memilih Nu'man. Hal itu sangat logis mengakibatkan Rudi Harsa Tanaya dan para pendukungnya kecewa sehingga pada awal-awal Deklarasi Pencalonan, pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim sempat surut dari massa PDI Perjuangan. Walaupun setelah itu, "konflik" tersebut dapat terselesaikan di tingkat elit partai, tetapi komunikasi politik non-verbal telah dimainkan dengan pesan konflik dan kekecewaan Rudi Harsa Tanaya. Oleh karena itu, kekecewaan pendukung Rudi Harsa Tanaya yang sempat mengancam akan berpindah koalisi dengan PKS, bukan hal tidak mungkin menjatuhkan suara mereka ke Ahmad Heryawan-Dede Yusuf.

C.3.3 Pesan Non-Verbal

Pakaian dan warna adalah simbol yang terjadi dalam proses komunikasi politik dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat bersaing dalam mengemas pesan non-verbal dengan cara menggunakan pakaian dan menonjolkan warna sebagai jembatan komunikasi dengan rakyat pemilih. Mereka berharap simbol pakaian dan warna dapat lebih mengefektifkan komunikasi politik mereka dengan rakyat pemilih. Makna-makna yang mereka skenario melalui pakaian yang mereka gunakan; melalui warna yang mereka tonjolkan dapat dimaknai positif oleh rakyat pemilih sehingga mereka bersimpati dan memberikan pilihannya.

Pentingnya pesan non-verbal, disadari juga oleh ketiga pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur dalam pemilihan secara langsung tahun 2008. Oleh karena itu, salah satu strategi yang mereka lakukan adalah dengan menggunakan pesan non-verbal seperti yang sangat menonjol adalah dalam penggunaan pakaian dan warna. Setiap pasangan calon berusaha menguatkan pesan verbal mereka dengan pesan non-verbal. Fungsi repetisi pesan terjadi, misalnya, ketika pasangan calon menggunakan pakaian yang berwarna dan beratribut kepartaiannya. Secara verbal Danny Setiawan didukung oleh Partai Golkar yang dikuatkan dalam pesan non-verbal dengan ia sering menggunakan jas berwarna kuning dan berlogo beringin dalam beberapa kesempatan di panggung politik. Hal yang sama dilakukan oleh pasangan calon lainnya. Bahkan, pesan non-verbal yang berfungsi repetisi lebih dominan lagi dalam penggunaan warna yang merupakan identitas partai politik pendukung. Agum Gumelar didukung PDI Perjuangan sehingga warna merah selalu mendominasi penampilan mereka ketika berkampanye.

Pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim lebih kreatif dalam mengemas simbol pesan non-verbal warna dalam pakaian yang mereka gunakan. Ideologi nasionalis dan religious yang merupakan kekuatan mereka dan partai pendukungnya disubsitisi dengan pesan non-verbal dalam bentuk warna yang mereka gunakan. Dalam beberapa kesempatan di panggung politik, Agum-Nu'man sering menggunakan sal berwarna merah-hijau. Hal itu merupakan pesan non-verbal yang mereka sampaikan kepada pemilih bahwa mereka didukung oleh kalangan nasionalis dan agamis (Islam) sekaligus mengkomunikasikan bahwa mereka didukung oleh partai berbendera merah (PDI Perjuangan) dan partai berbendera hijau (PPP dan partai Islam lainnya). Pesan non-verbal tersebut dengan harapan gayung bersambut dari kalangan nasionalis dan agamis (Islam), terutama dari para pendukung dan simpatisan PDI Perjuangan, PPP, PKB, PBR, dan PKPB, untuk memilih mereka.

Pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih memandang plural tentang warna, baik warna pakaian yang mereka gunakan maupun warna yang disajikan dalam atribut kampanye. Mereka memandang, warna dari kacamata estetika, sehingga semua warna diberikan kesempatan untuk tampil sepanjang memberikan nilai keindahan. Dengan penggunaan warna seperti itu, mereka ingin menegaskan bahwa pasangan Heryawan-Dede membuka kesempatan komunikasi dengan semua warna. Mereka memberikan pesan non-verbal kepada semua pemilih bahwa dirinya tidak hanya mengharapkan didukung oleh simpatisan PKS dan PAN, tetapi oleh seluruh warga Jawa Barat. Hal itu berangkat dari sebuah keyakinan bahwa pendukung PKS dan PAN pasti akan memilih mereka. Yang dibutuhkan oleh mereka adalah suara tambahan dari luar PKS dan PAN, sehingga komunikasi politik yang mereka gunakan lebih plural, termasuk penggunaan warna.

Calon Gubernur-Wakil Gubernur ketika mereka menggunakan pakaian dan warna, mereka memilah-milah pakaian bagaimana yang harus dipakai dan warna apa yang harus digunakan. Secara umum, pertimbangan mereka ketika memilih pakaian atau warna untuk menguatkan ikatan politis antara mereka dengan pendukung, termasuk dengan rakyat pemilih di luar pendukung. Mereka berusaha mendekat-dekatkan diri; menyama-nyamakan ideologi, sehingga dapat berkomunikasi secara efektif dengan rakyat pemilih. Mereka menyadari bahwa kesamaan adalah unsur yang paling penting dalam mendukung tingkat efektivitas komunikasi.

Dalam konteks komunikasi politik, memberikan makna-makna politis pada penggunaan pakaian dan warna untuk mendapatkan simpati dan mempengaruhi khalayak merupakan bentuk propaganda. Dengan pakaian dan warna, secara politis dapat menumbuhkan sugesti terhadap khalayak bahwa mereka simpati, kagum, dan merasa menjadi bagian dari kandidat, sehingga mereka terpengaruh untuk berpihak, mendukung, bahkan memilih calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat.

Oleh karena itu, jika dianalisis berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur atau Tim Kampanye mereka, terdapat perbedaan signifikan yang memberikan alasan yang kuat sehingga mereka menggunakan pakaian atau warna sebagai pesan non-verbal kepada rakyat pemilih. Alasan-alasan inilah yang mendorong mereka melahirkan sebuah skenario

yang berbeda dalam penggunaan pakaian dan warna. Bahkan, skenario inilah yang dapat menunjukkan titik lemah sekaligus titik unggul bagi setiap pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur dalam menyampaikan pesan non-verbal.

Danny Setiawan berstrategi selalu menggunakan jas kuning bergambar beringin. Skenario itu digunakan untuk mengibarkan label bahwa dirinya dicalonkan oleh Partai Golkar. Dengan pakaian itu, ia berharap terjadi komunikasi politik dengan kader dan simpatisan Partai Golkar yang dalam Pemilu 2004 meraih suara 5.777.935. Ia berharap dapat dukungan dari pemilih Partai Golkar yang besar tersebut. Namun, ia tidak memperhitungkan bahwa kader dan simpatisan Partai Golkar sejak awal sudah pecah. Dikecewakannya Ketua DPRD Partai Golkar Jawa Barat: Uu Rukmana, Ketua DPD Partai Golkar Kab. Indramayu: Yance, Ketua DPD Partai Golkar Kab. Cirebon: Dedi Rosadi, dan Ketua DPD Partai Golkar Kab. Majalengka: Tuty Alawiyah, berindikasi surutnya dukungan dari sebagian kader Golkar, terutama pendukung fanatik keempat tokoh Partai Golkar tersebut. Oleh karena itu, mengenakan baju berlabel Golkar, termasuk mengibarkan bendera kuning, hanya efektif untuk sebagian kader Partai Golkar yang pro pada dirinya. Padahal, ketika tokoh dan simpatisan Partai Golkar sudah pro terhadap dirinya tidak perlu dikuatkan dengan pesan non-verbal.

Penggunaan label Partai Golkar, baik berbentuk pakaian maupun warna dalam atribut kampanye lainnya juga justru telah menyekat dan memagari komunikasi politik dirinya dengan simpatisan dari partai lain atau rakyat pemilih yang selama ini selalu netral: *swing voters*. Apalagi pada era reformasi, catatan hitam tentang perilaku Golkar pada era Orde Baru masih belum pulih; masih ada sebagian rakyat meragukan reformasi dan niat baik Partai Golkar. Oleh karena itu, ketika muncul calon penguasa yang diusung Partai Golkar, stereotif masa lalu masih mengendap pada diri sebagian rakyat Jawa Barat, terutama kalangan muda yang melabelkan diri sebagai kaum reformis. Mereka masih anti status quo yang sering dituduhkan pada Partai Golkar. Oleh karena itu, ketika Danny Setiawan menyampaikan pesan non-verbal dengan selalu menggunakan jas kuning bergambar beringin dan semua atribut kampanyenya didominasi warna kuning, sisi lain ia memang dapat meneguhkan para pendukungnya dari Partai Golkar, kendati tidak dalam kondisi utuh. Namun, di sisi lain ia pun menyekat aksesibilitas dengan rakyat pemilih non Partai Golkar.

Begitu juga Iwan Sulanjana, calon Wakil Gubernur pasangan Danny Setiawan yang sering menggunakan pakaian yang berlabel Partai Demokrat. Boleh jadi ia dapat menyampaikan pesan non-verbal bahwa didirinya didukung oleh Partai Demokrat, tetapi suara Partai Demokrat sesuai hasil Pemilu 2004 di Jawa Barat belum dapat diandalkan. Partai Demokrat pada Pemilu 2004 hanya mendapatkan suara 1.610.093. Jumlah itu pun belum terpecah dengan pendukung Ajeng Ratna Suminar yang dikecewakan karena “hak”-nya untuk mencalonkan digeser oleh Iwan Sulanjana. Selain penggunaan pakaian berlabel Partai Demokrat pun menyekat simpati rakyat pemilih dari partai lain atau *swing voters*.

Hal yang nyaris sama terjadi juga pada pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim. Kendati pasangan ini lebih kreatif dalam menykenario kemasan pesan non-verbal. Dominasi warna merah, baik

dalam pakaian maupun atribut kampanye yang digunakan Agum memang dapat mengkomunikasikan bahwa ia adalah calon Gubernur dari PDI Perjuangan. Namun, berkibarnya warna kebanggaan PDI Perjuangan tersebut tidak merupakan jaminan simpatinya pengikut PDI Perjuangan yang dalam Pemilu 2004 meraih suara 3.640.703. Kekecewaan mereka karena tokoh kesayangannya, Rudi Harsa Tanaya, tidak menjadi calon merupakan ancaman besar bagi Agum. Konflik internal yang pernah terjadi dalam penentuan Wakil Gubernur diindikasikan telah memecah suara pendukung PDI Perjuangan; sebagian memilih calon lain dan sebagian Golput. Kendati, hal itu dapat diganti dengan suara PPP dan empat partai lainnya, yang mendukung Nu'man Abdul Hakim, tetapi jumlahnya tidak signifikan. Bahkan, kehadiran PDS sebagai bagian dari koalisi pasangan ini, justru melahirkan keraguan di kalangan “umat Islam” pendukung Nu'man dan hal itu tidak setimpal dengan suara pendukung PDS yang kecil.

Pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dalam mengemas pesan non-verbal melalui pakaian dan warna tampaknya lebih cermat. Ketika memutuskan mereka untuk tidak memakai kopiah dalam foto utama, padahal kedua pasangan calon lainnya menggunakan kopiah, itu adalah pertarungan strategi. Mereka paham bahwa kopiah adalah pakaian ideologis bagi kalangan muslim di Indonesia dan juga di Jawa Barat. Namun, mereka menganggap Dede Yusuf tidak artistik dengan menggunakan kopiah. Mereka harus memutuskan, tetapi tidak dengan serta merta; mereka melakukan survey terhadap warga Jawa Barat, ternyata warga Jawa Barat yang suka menggunakan kopiah itu hanya 10 persen. Itu pun kebanyakan mereka gunakan pada saat Shalat Jum'at, atau perayaan-perayaan keagamaan. Dalam konteks kejujuran, mereka menanamkan keyakinan bahwa dengan tanpa kopiah, wajah mereka lebih jelas; tidak terjadi manipulasi wajah. Tanpa kopiah juga menunjukkan realitas dari jargon mereka untuk melakukan perubahan di Jawa Barat, sehingga mereka tampil beda. Mereka ingin menampilkan bahwa mereka sosok Islam substantif, bukan Islam simbolik. Oleh karena itu, ketika foto resmi calon dipampangkan, baik di papan pengumuman maupun surat suara, penampilan pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf berbeda dengan kedua pasangan lainnya, sehingga persepsi lain muncul, misalnya, mereka memang mewakili kalangan muda karena yang sering menggunakan kopiah hitam resmi adalah kalangan orang tua, pejabat, yang kadang menanamkan makna feodalisme. Hal itu menguatkan persepsi bahwa calon tanpa kopiah adalah calon yang egaliter, makna inilah yang disukai oleh kalangan muda.

Skenario berpakaian yang dilakukan pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf pun respek pada suara publik. Mereka paham bahwa kelemahan mereka yang sering dijadikan bagian *black compaign* pendukung pasangan calon lain adalah eksistensi mereka berkait dengan kesundaan. Karena Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dibesarkan bukan di Tatar Sunda, sehingga sebagian masyarakat Jawa Barat meragukan kesundaan mereka. Hal itu mereka jawab di antaranya dengan pesan non-verbal dalam bentuk pakaian. Dalam beberapa kesempatan, seperti yang terjadi ketika kampanye rapat umum di Lapangan Gazeboo Bandung, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf menggunakan *iket barangbang semplak* dan menyelipkan sebilah kudjang di pinggangnya. Pakaian itu memberikan pesan non-verbal kepada masyarakat Jawa Barat, bahkan mereka peduli dan mencintai budaya Sunda.

Dalam skenario warna pun, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf tidak terjebak pada “pengkultusan” warna partai pendukung mereka; putih hitam untuk PKS dan biru untuk PAN. Mereka memandang warna adalah keindahan, sehingga warna apapun selama indah mereka gunakan dalam setiap atribut kampanye. Dalam konteks politik, dengan menggunakan berbagai warna, dapat dimaknai bahwa mereka terbuka untuk mendapat dukungan dari partai lain, termasuk juga dalam kalangan pemilih yang tidak berpartai; *swing voters*. Hal itulah yang mendorong pemilih Ahmad Heryawan-Dede Yusuf tidak hanya dalam PKS-PAN, tetapi dari semua partai dan semua lini masyarakat Jawa Barat. Kalau mereka hanya mengandalkan suara PKS-PAN yang dalam Pemilu 2004 hanya 16 persenan, mereka pasti tidak akan menang dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2008.

C.3.4 Pesan Verbal

C.3.4.1 Visi, Misi, dan Program Kerja

Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 melakukan komunikasi verbal, di antaranya, dalam dua hal, yakni berbentuk lisan dan tulisan. Oleh karena itu, data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari dokumen-dokumen tertulis, baik yang dimiliki oleh para calon, Tim Kampanye, Partai Politik maupun data hasil kliping dari media massa. Sementara itu, komunikasi verbal bentuk lisannya, di ambil dari catatan rekaman penulis terhadap sejumlah even; ketika para calon Gubernur-Wakil Gubernur ber-retorika di depan massa, ber-*public relation* dengan masyarakat, dan kegiatan-kegiatan kampanye lainnya.

Secara umum baik kata-kata yang ditulis oleh para calon Gubernur-Wakil Gubernur maupun yang diungkapkan di depan rakyat pemilih, hampir semuanya bermuara pada visi, misi, dan program kerja para calon. Hal itu memang logis karena pada dasarnya seseorang mencalonkan kepala daerah itu untuk menjual visi, misi, dan program kerja mereka. Jika visi, misi, dan program kerja tersebut sesuai keinginan dan harapan pemilih, maka calon tersebutlah yang akan dipilih.

Namun, sebagaimana takaran kampanye Pemilu di Indonesia yang kebanyakan masih bernuansa primitif, maka kampanye dalam Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat pun primitif (meminjam istilah Deddy Mulyana). Baik rakyat pemilih maupun calonnya lebih konsentrasi pada figur, bukan pada substansi yang diungkapkan figur. Kedatangan figur dengan sejumlah simbol-simbolnya dianggap lebih penting daripada visi, misi, dan program kerja mereka. Apalagi jika kampanye dilakukan di tengah lautan massa, retorika para calon menjadi tidak ”bermakna”. Rakyat lebih konsen pada liak-liuk tubuh penyanyi dangdut daripada pada isi pidato para calon.

Kendati begitu, bukan hal yang mubazir juga jika dalam penelitian ini diungkap tentang pesan-pesan verbal yang disampaikan para calon kepada rakyat pemilih karena mungkin juga ada beberapa visi, misi, atau program kerja calon yang dapat memikat rakyat pemilih. Pesan-pesan verbal para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 tersebut, terbagi dalam tiga kategori sebagai berikut.

Pertama, pesan verbal tertulis yang disampaikan melalui dokumen visi, misi, dan program kerja calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 wajib disampaikan oleh para calon dalam kampanye awal melalui Sidang Paripurna DPRD Provinsi Jawa Barat. Di luar kegiatan tersebut, sebenarnya tidak ada kewajiban bagi para calon untuk kembali mengungkapkan visi, misi, dan program kerja.

Dalam konteks bentuk, setiap pasangan calon memiliki kreasi masing-masing dalam mengungkapkan visi mereka. Danny Setiawan-Iwan Sulanjana memaparkan visinya dengan terinci dan mendetail, Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim membuat visinya dengan menyerupai jargon, tetapi diberikan penjelasan yang panjang, dan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf menyajikan visinya sangat pendek dan sederhana.

Memang sulit sekali untuk menakar visi dan misi ketiga pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 karena visi dan misi adalah mimpi. Setiap orang berhak mimpi apapun, termasuk juga para calon Gubernur-Wakil Gubernur. Mereka akan memiliki visi dan misi yang berbeda karena persepsi mereka pun berbeda dalam memandang Provinsi Jawa Barat. Apalagi, secara konseptual, visi dan misi hanya berupa konsep-konsep yang bersifat abstrak, sehingga sulit untuk mengukurnya. Oleh karena itu, visi dan misi tampak hanya paparan teoretis yang berupa keinginan-keinginan, harapan, dan tujuan. Visi dan misi akan mulai mengkristal pada tahapan derajat realitas lebih tinggi ketika diterjemahkan menjadi program kerja. Dalam konteks inilah, program kerja Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat yang harus dapat terukur.

Dalam konteks komunikasi politik, yang dimaksud terukur dapat dikategorikan sejalan dengan harapan rakyat pemilih. Komunikasi politik akan berdampak positif jika terjadi kesamaan makna di antara kandidat dengan pemilih. Bahkan, kesamaan makna pun belum cukup jika kandidat mengharapkan efek atau dampak positif alih-alih sesuai dengan harapan. Jika para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat berharap dirinya mendapatkan simpati dari rakyat pemilih, maka mereka harus memformulasi program kerja yang sesuai dengan harapan rakyat Jawa Barat atau dapat menjawab persoalan yang sedang dihadapi rakyat Jawa Barat.

Oleh karena itu, untuk menakar baik atau tidaknya program kerja yang dibuat oleh pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat 2008, idealnya harus menggunakan parameter pengetahuan tentang harapan atau keinginan rakyat Jawa Barat. Hal itu tidak menjadi ranah penelitian ini. Namun, sebagai perbandingan saja dengan merujuk pada prinsip bahwa seharusnya program kerja lebih konkret daripada visi dan misi, setiap program kerja calon Gubernur-Wakil Gubernur dianalisis dari derajat ke-konkretannya.

Dalam program kerja Danny Setiawan-Iwan Sulanjana terdapat beberapa point yang dianggap memiliki derajat kekonkretan yang tinggi, yakni: Penciptaan 200.000 – 400.000 kesempatan kerja baru per tahun; Peningkatan cakupan air bersih hingga mencapai 80% dari total jumlah rumah tangga selambat-lambatnya pada tahun 2013; Peningkatan ratio elektrifikasi hingga mencapai 80 – 100% dari total jumlah rumah tangga selambat-lambatnya pada tahun 2013; pengurangan kemiskinan hingga berada pada kisaran

15 – 18% pada tahun 2013; mempertahankan dan meningkatkan kontribusi sektor KUKM dalam pembentukan PDRB Jawa Barat minimum 65% per tahun; ratio SMK berbanding SMK mencapai 60:40 dan 80% lulusan SMK terserap di pasar kerja serta angkatan kerja Jawa Barat memiliki keterampilan dan sertifikasi agar terserap dalam pasar kerja dalam dan luar negeri.

Sementara itu, program kerja pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim hanya berupa paparan sebagai berikut:

Berdasarkan penjelasan di atas, pada akhirnya langkah-langkah kebijakan tersebut akan dituangkan dalam bentuk program dan kegiatan pembangunan secara terarah, dengan pendanaan tidak hanya yang bersumber dari pemerintah, tetapi juga memobilisasi segenap potensi dan pendanaan yang ada di masyarakat. Selain itu, dalam operasionalisasinya akan sangat bergantung pada dukungan dan partisipasi semua pihak, yang tentunya memiliki kesamaan dalam semangat untuk berubah dan gerak langkah pembangunan yang berlangsung sendiri-sendiri serta mensinergiskan demi meraih kinerja yang kompetitif.¹

Point-point yang dapat dianggap memiliki derajat kekonkretan dalam program kerja Ahmad Heryawan-Dede Yusuf di antaranya: Menyediakan layanan kesehatan gratis bagi masyarakat miskin; Menetapkan anggaran secara proporsional dengan perbandingan 50% : 50% antara biaya aparatur dan biaya publik.

Jika takarannya hal tersebut, dalam konteks program kerja, Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dapat dikategorikan lebih unggul ketimbang kedua pasangan calon lainnya. Hal itu wajar karena Danny Setiawan adalah calon *incumbent* yang lebih menguasai persoalan yang terjadi di Jawa Barat daripada pasangan calon lainnya.

Kedua, pesan verbal lisan yang disampaikan langsung oleh para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 ketika ber-retorika, bersilaturahmi, dan bertatap muka dengan rakyat pemilih. Dalam beberapa kesempatan, terutama saat masa kampanye 14 hari, para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 berkampanye dengan bertatap muka langsung dengan rakyat pemilih dalam berbagai bentuk, kampanye terbuka di lapangan, bersilaturahmi di pesantren, bertatap muka di pasar, dan kegiatan lainnya. Pada kesempatan itu pula para calon memaparkan visi, misi, dan program kerjanya yang menurut mereka paling cocok disampaikan kepada pemilih. Bahkan, tidak sedikit program kerja mereka itu disampaikan dalam bentuk janji yang real kepada rakyat.

Tabel 2
Program Kerja/Janji Verbal Calon

Pasangan Calon		
Danny-Iwan	Agum-Nu'man	Heryawan-Dede
Memberdayakan usaha kecil dan menengah; Membuka lapangan kerja baru; Menarik investor dari luar; Membangun infrastruktur kota dan desa; Penataan pasar tradisional;	Memberantas KKN; Menyejahterakan petani; Siap menjadi pemimpin yang tegas/tidak ambivalen; Meningkatkan daya beli masyarakat; Meningkatkan peran swasta; Menjadikan manusia Jawa Barat yang	Menyediakan satu juta lapangan kerja; Menggratiskan sekolah sampai SMA; Memberdayakan mahasiswa-mahasiswa; pandai untuk mejadi think-tank mereka;

Tidak akan banyak ngonbral janji;	bersumber daya dan berdaya saing; Tidak akan banyak ngobral janji;	Siap selalu berkonsultasi dengan para senior; Pelayanan kesehatan gratis; Peningkatan kesejahteraan guru, petani, dan nelayan; Memperhatikan budaya keraton; Meningkatkan daya beli masyarakat; Meningkatkan investasi KUKM; Mewirauahakan anak muda; Peningkatan ekonomi pengusaha lokal; Pelakukan perubahan yang lebih baik;
-----------------------------------	---	---

Pesan-pesan verbal yang disampaikan secara lisan oleh para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 yang sempat dicatat sebagaimana dalam tabel di atas, secara umum menunjukkan relevansi yang erat dengan program kerja yang tertulis. Namun, kalau ditakar dengan derajat ke-konkretan, pesan verbal lisan yang diungkapkan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih tinggi ketimbang Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim.

Dalam hal ini, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih berani "mengobral janji" daripada kedua pasangan calon lainnya. Bahkan, dalam beberapa pertemuan tatap muka dengan rakyat pemilih, baik Danny Setiawan-Iwan Sulanjana maupun Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim pernah berkilah bahwa mereka tidak akan banyak mengobral janji.

Ketiga, pesan verbal yang ditulis dalam atribut-atribut kampanye, bahkan dijadikan tagline iklan politik, baik di media massa maupun media luar ruang. Ketiga pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 memasang kata-kata "berpetuah" dalam atribut mereka.

Tabel 3
Pesan Verbal Tertulis Calon Melalui Atribut

Pasangan Calon		
Danny-Iwan	Agum-Nu'man	Heryawan-Dede
Mengabdikan dengan Hati;	Demi Jabar;	Harapan Baru Jawa Barat; Saatnya yang muda memimpin Jawa Barat; Bersatu Bangun Jawa Barat; Peningkatan kesejahteraan guru;

Seperti halnya pesan verbal lisan, pesan verbal tertulis yang disampaikan melalui atribut kampanye pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih "kaya" daripada dua pasangan calon lainnya. Kendati dalam konteks makna dari kata-kata yang mereka sampaikan di atribut kampanye sulit untuk ditakar, tetapi setidaknya, pasangan Heryawan-Dede Yusuf menunjukkan tingkat kreativitas yang tinggi dalam mengolah pesan verbal tertulis di atribut kampanye.

Beranjak dari paparan pesan verbal berdasarkan ketiga hal data tersebut dan merujuk pada fakta bahwa pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf mendapatkan suara terbanyak dalam Pemilihan

Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, terdapat kelebihan dalam penggunaan pesan verbal. Pertama, pesan verbal lisan yang disampaikan oleh Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih konkret daripada pesan verbal calon lainnya; Kedua, dalam mengungkapkan pesan verbal lisan, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih berani memberikan janji daripada calon lainnya; Ketiga, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih kreatif dalam membuat pesan non-verbal yang ditulis pada atribut kampanye, sehingga banyak model dan pilihan.

C.3.4.2 Labelisasi Nama Panggilan

Dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2008 terjadi penyingkatan nama panggilan pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur. Pasangan calon Nomor 1: Danny Setiawan-Iwan Sulanjana disingkat *DA'I*. Pasangan calon Nomor 2: Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim menjadi *AMAN*, dan pasangan calon Nomor 3: Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dipanggil *HADE*.

Penyingkatan nama dalam bentuk akronim dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat pun tidak dilahirkan untuk kesia-siaan. Secara umum, terjadinya penyingkatan atau akronim bertujuan untuk lebih memudahkan panggilan, sekaligus mempermudah masyarakat untuk mengingat pasangan calon. Dalam konteks ini, tujuannya penyingkatan tersebut sangat logis. Daya ingat orang terhadap kata atau gabungan kata akan lebih mudah jika kata itu lebih sedikit, artinya makin panjang kata yang digunakan, maka orang akan makin kesulitan untuk mengingatnya.

Dalam konteks komunikasi politik, pelabelan dengan singkatan, baik dalam bentuk akronim atau singkatan lainnya merupakan bagian dari propaganda. Propaganda adalah salah satu bentuk komunikasi politik untuk memberikan sugesti kepada khalayak sehingga pandangan khalayak terpengaruh. Dengan akronim nama, misalnya, *DA'I*, *AMAN*, dan *HADE* dapat memberikan sugesti kepada rakyat pemilih tentang karakter, visi, misi, program kerja dan hal yang lainnya yang menyangkut calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Para calon Gubernur-Wakil Gubernur berharap dengan akronim tersebut memberikan sugesti yang berpengaruh baik pada khalayak sehingga memberikan pandangan positif terhadap mereka.

Ketika pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana memberikan label berupa simbol kata *DA'I*, maka makna yang dikedepankan adalah makna yang lama; pendakwah. Makna ini mendapat penguatan, pengakuan, dan kesepakatan bersama, khususnya di antara Tim Sukses, Pasangan Calon, dan rakyat pendukung karena memiliki nilai positif dalam budaya Indonesia. Pendakwah adalah profesi positif yang menyiratkan orang yang memiliki ilmu tinggi di bidang agama (Islam). Oleh karena itu, jika disinergiskan dengan pasangan calon diharapkan memberikan imbas positif juga terhadap rakyat pemilih bahwa pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana adalah pasangan orang berilmu tinggi dan selalu taat pada ajaran agama (Islam). Dalam hal kampanye untuk pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat diharapkan rakyat pemilih memiliki citra positif, terutama pemilih dari umat Islam yang notabene menguasai hampir 90 persen rakyat Jawa Barat.

Begitu juga, ketika kata AMAN menjadi simbol untuk memanggil pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, makna lama dari simbol tersebut menjadi bagian dari citra diri pasangan tersebut. Dalam *frame* kebudayaan Indonesia dan budaya kesundaan, AMAN adalah simbol ketenangan, tidak ada gangguan, kondisi yang stabil. AMAN bagi bangsa Indonesia dan orang Sunda bermakna positif. Makna ini pun disepakati sebagai visi dari Agus Gumelar-Nu'man Abdul Hakim. Dengan simbol ini diharapkan rakyat pemilih memiliki citra positif di benak mereka karena kalau AMAN ini terpilih menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat, maka wilayah Jawa Barat selalu aman, sehingga baik Pemerintah Provinsi Jawa Barat maupun rakyat Jawa Barat akan tenang untuk membangun Jawa Barat.

Bagi pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf, kata HADE juga memiliki makna yang positif. Dalam makna masyarakat Sunda, bahkan nyaris menjadi bagian dari pemahaman masyarakat Jawa Barat, HADE menunjukkan makna bagus, kondisi yang memuaskan. Oleh karena itu, dapat dipersepsikan, dengan simbol HADE dapat melahirkan citra positif di rakyat pemilih bahwa kalau pasangan ini terpilih akan bekerja dengan HADE, bekerja melayani masyarakat Jawa Barat dengan bagus atau memuaskan.

Sebenarnya, ketiga simbol tersebut dapat dimaknai apa saja karena tidak terdapat hubungan yang mengikat antara simbol dengan maknanya (*arbitrer*); setiap orang memiliki kebebasan untuk memberikan makna pada kata apapun. Namun, bagi simbol dalam bentuk kata DAI, AMAN, dan HADE, masyarakat Jawa Barat sudah memiliki referensi atau kesepakatan lama bahwa kata tersebut bermakna positif, sehingga makna itu dimanfaatkan oleh semua pasangan calon. Manusia memang kadang-kadang berpikir sering irasional, sehingga makna positif pada kata tersebut dihubung-hubungkan atau dikait-kaitkan dengan visi pasangan calon. Apalagi dalam beberapa hasil penelitian, kata-kata atau bahasa dapat menjadi bagian dari upaya pencitraan diri seseorang. Bahkan Jurgen Habermas pernah mengatakan bahwa bahasa merupakan medium dominasi dan kekuasaan dengan mengisi ruang kesadaran rakyat dengan citra sangat tokoh.

Dalam kaca mata Teori Penjulukan (*labeling theory*), proses penjulukan dapat sedemikian hebat. Karena berondongan julukan, citra diri asli seseorang akan sirna, digantikan dengan citra diri baru sesuai julukan. Karena penjulukan, akan lahir sebuah kenyataan untuk mencari hal-hal yang “membenarkan” kondisi atau “membenar-benarkan”. Karena pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana diberi label DA’I, bukan tidak mungkin akan lahir pembenaran bahwa Danny Setiawan memang orang yang ahli dalam pemerintahan karena sejarah hidupnya dihabiskan menjadi pegawai pemerintah (birokrat) dan ia terkenal juga sebagai pemimpin yang dekat dengan kalangan ulama, sehingga napas Islami selalu menjadi bagian program kerjanya. Dengan label AMAN, pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim dapat saja melahirkan persepsi pembenaran bahwa wilayah Jawa Barat akan aman kalau dipimpin oleh seorang jenderal. Pembenaran juga dapat terjadi terhadap pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf. Karena berlabelkan HADE, mereka akan dipersepsikan akan menjadi pemimpin yang hade juga.

Termasuk strategi pemilihan singkatan bagi nama calon Gubernur-Wakil Gubernur akan menjadi materi promosi. Konsep memasarkan singkatan atau akronim nama calon adalah personal branding

strategy. Karena singkatan nama calon Gubernur-Wakil Gubernur juga sama dengan merek, sehingga menjadi penting untuk mempelajari dan meng-implementasi-kan konsep personal branding. Personal branding adalah bagian terpenting dalam konsep pemasaran dan bertujuan menciptakan persepsi terhadap merek untuk masuk ke benak pasar (*mind share*) hingga menguasai hati pemilih (*heart share*). *Da'i* adalah merek bagi Danny Setiawan-Iwan Sulanjana, *Aman* merek bagi Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, dan *Hade* juga mereka bagi Ahmad Heryawan-Dede Yusuf. Merek tersebut memasuki benak pasar para pemilih rakyat Jawa Barat dan bersaing untuk menarik hati pemilih.

Berkait dengan akronim *Da'i* untuk pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana, *Aman* untuk pasangan Agum Nu'man, dan *Hade* untuk pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dalam konteks budaya Sunda, ketiganya memiliki makna yang baik. Bahkan, ketiga akronim nama tersebut dapat memenuhi kategori budaya masyarakat Sunda, walaupun dalam takaran tertentu tingkat gradasi keberterimaan istilah tersebut dalam benak masyarakat Sunda mungkin saja berbeda. Setidaknya terdapat beberapa takaran yang menguatkan tingkat keberterimaan akronim *Hade* lebih baik ketimbang *Da'i* dan *Aman*.

Pertama, ketiga nama tersebut sering digunakan dalam khazasah interaksi di masyarakat Sunda. Kendati dalam konteks etimologi, dari ketiga istilah tersebut, *Hade* dianggap sebagai kata asli Bahasa Sunda, sedangkan *Da'i* kata serapan bahasa Arab dan *Aman* berasal dari Bahasa Indonesia alih-alih Bahasa Melayu. Namun, dalam konteks kekinian ketiga kata tersebut sudah menjadi bagian dari alat komunikasi dalam Bahasa Sunda, sehingga sangat dimungkinkan seluruh masyarakat Sunda akan paham dengan makna kata tersebut. Walaupun begitu, pemahaman terhadap makna kata tersebut bukan berarti memberikan perhatian yang sama terhadap ketiga kata tersebut. Secara historis, eksistensi kata *Hade* sebagai kata asli Bahasa Sunda akan lebih memiliki keintiman dalam benak masyarakat Sunda ketimbang kata serapan lainnya. Oleh karena itu, wajar saja jika masyarakat Sunda akan lebih menyukai kata *Hade* ketimbang kata *Da'i* dan *Aman*. Apalagi Tim Kampanye Ahmad Heryawan-Dede Yusuf membumbui kata *Hade* dengan penyedap jargon-jargon positif masyarakat Sunda: *Hade Elmuna*; *Hade Basana*; *Hade Akhlakna*. Dalam konteks masyarakat Sunda, orang yang *hade elmuna*, *hade basana*, dan *hade akhlakna* adalah orang yang sempurna.

Kedua, kondisi politik Jawa Barat seperti halnya realitas politik nasional yang sedang mengalami krisis kepemimpinan dan krisis figur. Masyarakat Jawa Barat sedang mendambakan lahirnya pemimpin yang mumpuni dan dapat menjawab harapan rakyat. Dalam budaya Sunda, harapan itu salah satunya dapat tertumpu pada penamaan sebagaimana orang tua memberikan nama pada anaknya; mereka akan selalu memberikan nama yang terbaik karena berharap anaknya menjadi orang terbaik. Begitu juga dalam konteks penamaan *Da'i*, *Aman*, *Hade*, dengan penambahan menjadi *hade elmuna*, *hade basana*, dan *hade akhlakna*, maka figur Ahmad Heryawan-Dede Yusuf akan memberikan harapan baru bagi mereka. Penamaan inipun menguatkan realitas bahwa baik Ahmad Heryawan maupun Dede Yusuf adalah figur baru dalam sosok kepemimpinan di Jawa Barat, sehingga sangat wajar jika sosok calon Gubernur dan

Wakil Gubernur ini lebih menjanjikan harapan baru bagi masyarakat Jawa Barat sebagaimana jargon-jargonnya yang ditebar di alat peraga kampanye.

Ketiga, kendati makna untuk sebuah nama manasuka, tetapi tetap saja harus ada relevansi yang sinergis antara nama dengan makna yang diharapkan muncul. Relevansi yang kuat antara nama dan makna merupakan kekuatan untuk makin menanamkan kepercayaan terhadap nama tersebut.

Hal itu berlaku juga bagi akronim penamaan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. *Da'i* untuk pasangan Birokrat-Tentara tidak sinergis. Akan lebih tepat jika akronim *Da'i* digunakan oleh calon yang berlatar belakang pesantren seperti Nu'man Abdul Hakim atau Ahmad Heryawan atau setidaknya calon yang berangkat dari partai Islam bukan dari Partai Golkar dan Partai Demokrat. Akronim *Aman*, boleh jadi sinergis dengan calon seorang jenderal militer, tetapi tidak adanya nuansa ke-Islaman melenyapkan peran Nu'man yang lahir dari kalangan santri. Apalagi, dalam konteks politik kekinian di Indonesia, militer tidak sedang di atas angin seperti pada era Orde Baru, sehingga kesan militer bisa jadi tidak lagi marketable. *Hade* merupakan kata yang kental dengan ideologi lokal; kesundaan. Sejak awal Ahmad Heryawan-Dede Yusuf diragukan kesundaannya karena keduanya “dibesarkan” di luar Jawa Barat, walaupun Ahmad Heryawan lahir di Sukabumi dan Dede Yusuf keturunan Tasikmalaya. Kendati diragukan kesundaannya, tetapi ia mengusung ideologi Sunda dengan *Hade*-nya: *Hade Elmuna*, *Hade Basana*; *Hade Akhlakna*. Setidaknya, hal itu merupakan perbaikan citra diri mereka sekaligus sebagai jawaban atas keraguan atas kesundaan mereka.

Keempat, seperti ketika menentukan calon Gubernur dan Wakil Gubernur, baik pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana maupun pasangan Agum Gumelar Nu'man Abdul Hakim, lahir dengan berbumbu “konflik” internal partai politik. Sementara itu, kelahiran pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dengan kesepakatan yang sederhana. Dalam konteks akronim penamaan, pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana sempat berganti-ganti sebelum menetapkan kata *Da'i*, Tim Kampanye pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim “tidak sepakat” memberikan nama akronim *Aman*; ada sebagian anggota Tim Kampanye yang mengkampanyekan nama saja, Agum-Nu'man, sedangkan akronim *Hade* lahir dengan sederhana, disepakati Tim Kampanye dan dibumbui *hade elmuna*, *hade basana*, *hade akhlakna*.

Ketika sebuah nama panggilan berganti-ganti atau ada bagian internal yang memberikan nama tersebut berbeda, secara logis rakyat pemilih akan mengalami kesulitan untuk mengingat nama tersebut: *Pusdais* atau *Da'i*, *Aman* tau *Agum-Nu'man*? Hal itu tentu akan berbeda dengan nama *Hade* yang hanya satu; disepakati muncul dalam semua atribut kampanye dan berbumbu ideologi lokal. Daya reseptif masyarakat akan lebih cepat merekam akronim *Hade* ketimbang *Da'i* dan *Aman*. Propaganda *Hade* akan lebih efektif daripada *Da'i* dan *Aman*.

C.3.5 Komunikasi Politik Melalui Media Massa

Secara teknis, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 jelas sekali kebijakan pemerintah dalam mengarahkan kampanye Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah menghilangkan sebagian dari kampanye politik tradisional dan menambahkan kampanye model modern.

Kendati dalam ketentuan kampanye tidak secara tersurat bahwa kampanye model tradisional, seperti, arak-arakan ke jalanan dilarang, bahkan masih ada kampanye-kampanye yang bernuansa model tradisional, seperti, rapat umum dan penyebaran alat peraga di tempat umum, tetapi jelas sekali bahwa sekat-sekat batasan rapat umum dan penyebaran alat peraga di tempat umum, sehingga tidak memungkinkan terjadi kembali kampanye arak-arakan sebagai kampanye model tradisional murni. Selain itu, telah melahirkan model kampanye modern, misalnya, kampanye menggunakan media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Padahal, model kampanye tersebut pada pra-reformasi sempat dilarang oleh Pemerintah.

Dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2008 pun, iklan politik yang mengkampanye kandidat menjadi bagian komunikasi politik yang dilakukan oleh ketiga pasangan calon. Untuk meraih simpati pemilih. Para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat pada Pilgub Jabar 2008 melakukan strategi dengan memasang iklan politik di media massa.

C.3.5.1 Kampanye Politik di Televisi

Berkait dengan penggunaan media elektronik, khususnya televisi sebagai sarana komunikasi politik para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 melalui iklan kampanye politiknya, dilakukan kajian khusus dengan membandingkan isi kampanye audio visual tersebut. Iklan kampanye politik yang disajikan oleh ketiga pasangan calon adalah iklan politik yang ditayangkan di televisi lokal Bandung dan Jawa Barat. Pertimbangan pemilihan penayangan iklan politik di televisi lokal karena televisi stasiun lokal lebih spesifik dalam menentukan target pemirsa masyarakat pemilih, yakni masyarakat Bandung dan Jawa Barat.

Sajian iklan kampanye politik dari ketiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 yang ditayangkan di televisi tersebut dianalisis, terutama betkait dengan isi dan substansinya. Oleh karena itu, dapat diuraikan perbandingan isi iklan kampanye politik ketiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 sebagai berikut:

Tabel 4
Perbandingan Isi Iklan Kampanye Politik
Ketiga Pasangan Gubernur-Wakil Gubernur Jabar 2008

IKLAN KAMPANYE DANNY-IWAN	IKLAN KAMPANYE AGUN-NU'MAN	IKLAN KAMPANYE HERYAWAN-DEDE
Pasangan Calon Selalu Menggunakan Pakaian Formal	Pasangan Calon Menggunakan Pakaian Variatif (kadang formal kadang non-formal)	Pasangan Calon Menggunakan Pakaian Variatif (kadang formal kadang non-formal)
Pasangan Calon Selalu Menyebut Nama Keduanya	Iklan Pasangan Calon Selalu Menyebut Nama Keduanya	Iklan Pasangan Calon Selalu Menyebut Nama Keduanya

Pasangan Calon Selalu Menyebut Nomor Urut Pemilihan	Iklan Pasangan Calon Selalu Menyebut Nomor Urut Pemilihan	Iklan Pasangan Calon Selalu Menyebut Nomor Urut Pemilihan
Pasangan Calon Banyak Mendekati Kalangan Muda	Pasangan Calon Banyak Mendekati Kaum Miskin	Pasangan Calon Banyak Mendekati Masyarakat Semua Kalangan
Ada yang Menampilkan Artis (tidak terlalu terkenal)	Selalu Menampilkan Artis Nasional, Terkenal, dan Nyunda	Tidak Pernah Menampilkan Artis
Lebih Menonjolkan Calon Gubernur daripada Calon Wakil Gubernur	Lebih Menonjolkan Calon Gubernur daripada Calon Wakil	Lebih Menonjolkan Calon Wakil Gubernur daripada Calon Gubernur
Berlatar Belakang Kerumunan/Dukungan Massa	Berlatar Belakang Kondisi Masyarakat Miskin	Berlatar Belakang Kondisi Masyarakat yang Harus Dilayani/Dibantu
Menggambarkan Praktek Mencoblos ke Gambar Pasangan dan Nomor Urut	Menggambarkan Praktek Mencoblos ke Gambar Pasangan dan Nomor Urut	Tidak Menggambarkan Praktek Mencoblos ke Gambar Pasangan dan Nomor Urut
Menggunakan Lagu dan Musik	Menggunakan Lagu dan Musik	Menggunakan Musik
Menonjolkan Calon Gubernur sebagai Orang yang Berpengalaman	Menonjolkan Calon Gubernur sebagai Tokoh Nasional	Menonjolkan Calon Wakil Gubernur sebagai Anggota DPR RI dan Artis Nasional
Menggunakan Jargon: Satu untuk Jawa barat; Silih asih, silih asuh, silih asah	Menggunakan Jargon : Cinta Jawa Barat; Berwawasan Nasional; Demi Jabar; Jabar bangkit	Menggunakan Jargon: Harapan Baru Rakyat Jabar
Menonjolkan Hasil Pembangunan Saat Ini	Menggambarkan Kondisi Saat ini yang Memprihatinkan	Menunjukkan Kepedulian Secara Langsung terhadap Rakyat (menengok orang sakit dan terlibat langsung dalam kegiatan rakyat)
Tidak Menggunakan Logo	Menggunakan Logo Kentongan	Tidak Menggunakan Logo
Berbahasa Indonesia	Berbahasa Campuran: Indonesia-Sunda	Berbahasa Indonesia
Isu Politik yang Diangkat: Pemimpin Soleh; Pemimpin mau mendengar rakyatnya; Pemimpin Dekat dengan rakyat; Pemimpin mampu menjadi ayah yang baik dan imam bagi umat	Isu Politik yang Diangkat: Pemimpin yang Bisa Melakukan Perubahan	Isu Politik yang Diangkat: Perubahan lebih baik; Pemimpin melayani rakyat; Pemimpin yang Bersih; Pemimpin yang mampu mengatasi masalah pendidikan dan pengangguran, memberikan solusi ekonomi pedesaan

Selain itu, terdapat juga perbedaan penonjolan gambar di antara ketiga pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat 2008 ini. Perbedaan yang dimaksud sebagai berikut:

Tabel 5
Perbedaan Isi Kampanye Politik

Danny – Iwan	Agum - Nu'man	Heryawan – Dede
Banyak melibatkan pemilih pemula (kalangan pemuda/pemudi)	Banyak melibatkan kaum miskin	Melibatkan banyak kalangan, baik miskin maupun kaya
Latar belakang kerumunan/kumpulan orang muda	Latar belakang kondisi kemiskinan, kekumuhan.	Latar belakang kondisi masyarakat yang harus dilayani/dibantu
Menggunakan Jargon: Satu untuk Jawa Barat Silih asah, silih asuh, silih asuh.	Menggunakan Jargon: Cinta Jawa Barat Berwawasan Nasional Demi Jabar	Menggunakan Jargo: Perubahan Harapan Baru Jawa Barat

	Jabar Bangkit	
Konsep Kepemimpinan: Pemimpin Soleh Pemimpin Mau Mendengar Rakyatnya Pemimpin Dekat dengan Rakyat Pemimpin Mampu Menjadi Ayah yang Baik dan Imam bagi Umatnya.	Konsep Kepemimpinan: Pemimpin yang Bisa Melakukan Perubahan Pemimpin Berwawasan Nasional	Konsep Kepemimpinan: Pemimpin Melayani Rakyat Pemimpin yang Bersih Pemimpin yang Mampu Mengatasi Masalah Pendidikan dan Pengangguran Pemimpin yang Memberikan Solusi Ekonomi Pedesaan.

Namun, secara umum karakter iklan politik ketiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 itu nyaris sama dengan karakter kebanyakan iklan politik televisi di Indonesia. Dalam konteks pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat, dominasi penampilan figur dan ajakan mencoblos nomor urut merupakan bagian *content* yang diutamakan oleh ketiga pasangan calon.

Seperti halnya iklan politik pada Pemilu 2004 yang minim *negative campaign*², iklan politik TV pada Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat 2008 pun nyaris tidak ditemukan *negative campaign*. Padahal, dengan masih mencalonkannya *incumbent*, yakni Danny Setiawan, *negative campaign* sangat memungkinkan dilakukan, terutama berkait dengan kekurangan-kekurangan pelaksanaan pembangunan di Jawa Barat di bawah pimpinan Danny Setiawan. Kendati pun dalam beberapa pase iklan politik TV pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim gambar-gambar kemiskinan dan kekumuhan juga disodorkan, tetapi tidak secara langsung disebutkan sebagai kekurangan pembangunan Jawa Barat pada masa Danny Setiawan.

C.3.5.2 Kampanye di Media Cetak

Selain media elektronik, media cetak pun merupakan media beriklan bagi pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dalam Pilgub Jabar 2008. Ketiga pasangan calon Gubernur dan Tim Kampanyenya mengakui bahwa mereka pun menggunakan media cetak sebagai salah satu tempat memasang iklan politik mereka. Kendati tidak semua pasangan calon mengakui optimal menggunakan media cetak dalam mengkampanyekan dirinya. Ahmad Heriyawan mengakui bahwa menggunakan media cetak dengan strategi seefisien mungkin; karena beberapa media cetak memasang tarif yang sangat mahal. Ia lebih cenderung menggunakan media lokal yang langsung memiliki akses kepada rakyat Jawa Barat ketimbang media nasional.

Apapun strategi yang dilakukan setiap pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dalam menggunakan media cetak, yang jelas ketiga pasangan calon Gubernur Jawa Barat menggunakan media cetak sebagai salah satu sarana mengiklankan diri mereka alih-alih para calon pun menggunakan media cetak sebagai *chanel* dalam melakukan komunikasi politik dengan rakyat pemilih. Oleh karena itu, perlu dipaparkan iklan politik pasangan calon Gubernur dalam media cetak tersebut.

Secara umum, iklan politik Pasangan Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat pada Pilgub Jabar 2008 yang dimuat di media cetak dipersiapkan secara matang. Iklan politik tersebut pun

menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dan sederhana. Kata-kata yang digunakan pada umumnya memiliki makna-makna konotasi positif yang mengarah tidak langsung pada maksud yang ingin dicapai, misalnya, bahasa dalam iklan politik Danny Setiawan-Iwan Sulanjana yang mempromosikan "DA' L... Mengabdikan dengan Hati" sebagai bentuk pesan imajinasi.

Iklan politik pasangan Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat di media cetak pun menyajikan komposisi warna yang unik. Hal tersebut tercermin dalam iklan pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana yang didominasi warna kuning dan warna degradasi lainnya; pasangan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim dengan didominasi warna merah; dan pasangan Ahmad Heriyawan-Dede Yusuf warna campuran. Hal tersebut menunjukkan identitas partai politik yang mengusung mereka.

Dalam iklan politik di media cetak ini juga, pemunculan wajah pasangan calon sangat dominan alih-alih sangat menonjol. Kehadiran seorang *public figure* dalam sebuah iklan merupakan daya tarik tersendiri. *Public figure* dalam sebuah iklan untuk menarik perhatian khalayak terhadap produk yang diiklankan. Kredibilitas tokoh yang dimunculkan dalam iklan akan menaikkan citra produk yang diiklankan (Krugman, 1994:341).

Munculnya tokoh-tokoh partai dalam iklan politik pun ditujukan untuk menarik perhatian rakyat pemilih dan akhirnya citra para kandidat terangkat dan pemilih akan memutuskan pilihannya pada para kandidat tersebut.

Munculnya kandidat Wakil Gubernur Dede Yusuf sebagai *public figure* merupakan hal yang baru dalam komunikasi politik, khususnya kehidupan periklanan politik negara Indonesia bahkan bagi rakyat Jawa Barat. Kemunculan wajah Dede Yusuf sebagai orang yang memiliki peran ganda (aktor dan cawagub) turut menjadi faktor pendongkrak kemenangan pasangan HADE dalam Pilgub Jawa Barat 2008.

Pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat pun dalam memasang iklan di media cetak menggunakan slogan; rangkaian kata-kata yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan daya tarik khalayak. Slogan tersebut terdapat dalam iklan politik pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dengan "Mengabdikan dengan Hati", pasangan Agum-Nu'man dengan "Demi Jabar" dan pasangan Ahmad Heriyawan-Dede Yusuf "Harapan Baru Jawa Barat".

Secara umum, kampanye politik calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat pada pemilihan secara langsung Gubernur-Wakil Gubernur Tahun 2008 cukup memadai. Karena kalau berkaca pada masa lalu, sebenarnya politikus Indonesia tidak memiliki pengalaman yang mapan untuk memasang iklan politik di media massa. Bahkan, sampai tahun 1997, Pemerintah Republik Indonesia masih menganggap, iklan politik di media massa, terutama media elektronik "berbahaya".

Kendati kampanye politik di Indonesia beranjak lebih 'modern' ketimbang sebelum reformasi, yakni dengan mulai merambahnya iklan politik di media massa, tetapi tetap saja tidak dapat dibandingkan dengan kampanye politik di Amerika. Bahkan, dalam konteks pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, Deddy Mulyana (2008:140-144) menilai masih "primitif". Menurut Deddy Mulyana, kampanye ketiga pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat adalah kampanye

“primitif”, termasuk iklan-iklan di surat kabar dan TV. “Intinya sekedar membujuk, ‘Pilihlah Kami, tak bedanya dengan iklan kecap yang selalu mengklaim nomor 1. Tak ada kampanye penuh greget, yang dapat membangkitkan emosi apalagi bawah sadar khalayak.”

Oleh karena itu, dampak kampanye politik lewat media massa tersebut (dalam bentuk iklan, berita, debat politik, acara atau rubrik khusus) tidak dapat mempengaruhi perilaku pemilih (*voter behavior*). Media massa baru efektif dalam membentuk pendapat mengenai isu-isu baru bila individu dan kelompoknya belum mempunyai pendapat mengenai isu-isu tersebut. Begitu opini terbentuk, maka pendapat baru itulah yang harus diperteguh. Proses pembentukan pendapat itu akan kuat sekali bila individu tidak memiliki sumber informasi lainnya mengenai isu-isu tersebut. Namun, dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, pembicaraan isu-isu baru terasa kurang diperhatikan. Para calon lebih pada pengerahan massa dan penonjolan penampilan, terutama wajah kandidat daripada program-program politik mereka.

Realitas tidak beranjaknya perbaikan iklan politik di media massa yang dinilai Deddy Mulyana “primitif” dapat dianggap wajar. Selain politikus Indonesia tidak cukup pengalaman, juga terkait dengan konteks budaya masyarakat Indonesia.

Upaya pembedaan substansi iklan politik di media massa oleh para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 sebagai “sekat” budaya yang berkembang di Jawa Barat pun tidak dilakukan. Setiap calon memasang iklan politik di media massa dengan materi iklan yang sama dengan tidak membeda-bedakan substansi iklan berdasarkan sebaran atau daya pancar media. Baik di wilayah Jawa Barat yang didominasi budaya Sunda, Sunda-Jawa, maupun Sunda-Metropolis, para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat tetap menayangkan dan memasang iklan yang sama di media massa. Oleh karena itu, dalam pemilihan media pun mereka cenderung lebih memilih media nasional atau media lokal yang daya sebar dan daya pancarnya wilayah Jawa Barat, bukan per-wilayah sebagaimana “sekat” perkembangan budaya di Jawa Barat.

Kendati, pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dalam memilih media cetak lebih fokus pada media cetak yang tingkat persebarannya lebih lokal, seperti Radar Bogor, Radar Cirebon, Suara Parahyangan, dan surat kabar lokal lainnya, tetapi bukan atas pertimbangan perbedaan budaya karena materi iklannya pun sama dengan yang dipasang di media nasional. Pertimbangan mereka, sebagaimana pengakuan Ahmad Heryawan, lebih cenderung pada pertimbangan basis pemilih mereka dan biaya iklan. Mereka menganggap terdapat beberapa wilayah yang bukan basis pemilihan PKS-PAN, sehingga iklan politik di wilayah tersebut harus lebih gencar. Selain itu, mereka mempertimbangkan bahwa memasang iklan di media lokal lebih murah ketimbang media nasional.

Walaupun begitu, dalam konteks ini Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih berbeda ketimbang Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim. Ketika kedua pasangan calon tersebut lebih memilih media besar dan tentu mahal dalam pemasangan iklan politik, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf justru memilih media lokal yang daya sebarannya sempit, tetapi murah. Boleh jadi, hal ini

merupakan kelebihan bagi pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf karena dalam konsep *community news* sebagaimana dipraktikkan di negara-negara maju, lebih unggul dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Terdapat kecenderungan, masyarakat lebih tertarik terhadap berita-berita yang lebih dekat dengan dirinya atau yang berada di seputar dirinya. Oleh karena itu, koran lokal sering menjadi pilihan masyarakat lokal ketimbang koran nasional, sehingga iklan politik yang dipasang oleh Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih memiliki kecenderungan dapat dibaca langsung oleh masyarakat lokal ketimbang iklan yang dipasang di koran nasional.

Dalam konteks intensitas penayangan dan pemuatan iklan politik di media massa, Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim memang lebih gencar ketimbang iklan politik Ahmad Heryawan-Dede Yusuf sebagaimana Tabel 4.6. Dalam beberapa teori media massa, intensitas memang salah satu faktor dalam menentukan pengaruh media massa terhadap khalayak; makin tinggi tingkat intensitas pemberitaan atau penyiaran media maka akan makin memperteguh pesan yang disampaikan. Artinya, kalau informasi yang disampaikan kepada publik justru sudah memiliki persepsi negatif, maka persepsi negatif itulah yang diperkuat oleh media massa tersebut.

Danny Setiawan – Iwan Sulanjana selalu memasukan materi *pemimpin berpengalaman* dan didominasi *warna kuning* alih-alih identitas Partai Golkar. Dalam satu sisi, boleh jadi ketika mengatakan bahwa pasangan calon itu berpengalaman, publik makin diperteguh untuk percaya dan para simpatisan Partai Golkar pun makin kuat untuk memilih Danny-Iwan. Namun, tidak disadari bahwa hal yang bertolak belakang pun dapat terjadi. Dalam satu sisi pengalaman pun memang dapat menjadi bagian dari yang positif, tetapi jika pengalaman itu bermakna positif di benak khalayak. Namun, pada sisi lain, justru berpengalaman itu dapat saja menjadi bomerang ketika khalayak memaknai bahwa selama Danny Setiawan menjadi Birokrat dan Gubernur Jawa Barat tidak memberikan kontribusi yang memuaskan. Apalagi, persepsi negatif terhadap kalangan birokrat pada era reformasi sedang berkembangbiak. Perilaku negatif birokrat dalam bentuk tindak KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) sedang menjadi opini publik, sehingga siapapun birokratnya sangat dimungkinkan untuk dicurigai. Begitu juga tentang penguatan intensitas dukungan dari Partai Golkar. Pada era reformasi ini pun penghakiman opini publik terhadap Golkar belum pulih. Terdapat sebagian masyarakat yang “trauma” dipimpin oleh Golkar, bahkan mereka menuding Golkar biang keladi “kekacauan” di negeri ini. Oleh karena itu, ketika informasi bahwa pasangan calon Danny Setiawan-Iwan Sulanjana lebih menonjolkan *pengalaman* dan *Partai Golkar*, maka penegasan yang dilakukan media massa melalui iklan politiknya bukan hal yang tidak mungkin penegasan persepsi negatif.

Hal yang sama terjadi juga pada pasangan calon Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim. Materi iklan yang lebih menonjolkan Agum Gumelar yang tentara, Nu'man Abdul Hakim yang berpengalaman menjadi Wakil Gubernur, dan dominasi warna PDI Perjuangan. Pada era reformasi, eksistensi politik tentara sedang mengalami degradasi; opini publik “anti” pemimpin publik dari kalangan militer sedang menguat, sehingga penonjolkan figur Agum Gumelar dengan militernya boleh jadi penegasan persepsi

negatif tersebut. Begitu juga kepengalamanan Nu'man sebagaimana persepsi terhadap Danny, mungkin persepsi negatiflah yang berkembang. Penonjolan warna dan simbol PDI Perjuangan boleh jadi dapat memperteguh dukungan dari kalangan simpatisan PDI Perjuangan, tetapi dapat juga memperkendur orang yang “anti” PDI Perjuangan. Bahkan, realitas sejak awal dukungan PDI Perjuangan terhadap pasangan ini pun sudah terpecah.

Persepsi-persepsi negatif yang diteguhkan melalui media massa itulah secara tidak langsung memperkuat posisi Ahmad Heryawan-Dede Yusuf. Setidaknya, sebagai “orang baru”, menjanjikan perubahan dan menjadi harapan baru bagi rakyat Jawa Barat dengan harapan bisa lebih baik. Dalam konteks lain, peneguhan persepsi negatif terhadap Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim menjadi salah satu sumber keuntungan bagi Ahmad Heryawan-Dede Yusuf. Paling tidak, pemilih yang “bingung”, dimungkinkan untung-untungan memilih pasangan calon non-Danny-Iwan dan non-Agum-Nu'man.

Dalam konteks materi iklan pun, terutama iklan politik yang ditayangkan di televisi terdapat perbedaan konten yang menonjol dari Ahmad Heryawan-Dede Yusuf. Pertama, iklan politik pasangan ini bernapas pluralisme; tidak hanya menonjolkan ke-PKS-an dan ke-PAN-an. Iklan mereka lebih mengakomodasi semua kepentingan, termasuk kepentingan Partai Golkar, PDI Perjuangan, PPP, dan Partai lainnya. Contoh ril dalam pemilihan warna yang disajikan dalam iklan politik mereka. Mereka tidak memilih warna PKS (putih-hitam) atau PAN (biru), tetapi semua warna mereka gunakan, termasuk warna kuning, merah, hijau, dan warna lainnya.

Contoh lainnya, dalam konteks substansi iklan, terutama iklan yang ditayangkan di televisi dengan menonjolkan tokoh-tokoh besar dari sisi nilai-nilai positifnya. Iklan politik Ahmad Heryawan-Dede Yusuf mengeksplor nilai-nilai positif Bung Karno, Pak Harto, Pa Habibie, K.H. Abdurahman Wahid, Amien Rais, dan tokoh-tokoh populer lainnya yang diidolai banyak orang. Pasangan ini tidak menyekat Bung Karno “milik” PDI Perjuangan, Pak Harto dan Pak Habibie “milik” Partai Golkar, K.H. Abdurahman Wahid “milik” PKB, Amien Rais “milik” PAN dan seterusnya, tetapi mereka meng-“klaim” bahwa nilai-nilai positif yang dibawa dengan kebesaran nama para tokoh tersebut menjadi inspirasi bagi pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf untuk mengabdikan diri mereka terhadap warga Jawa Barat. Iklan politik ini adalah iklan politik yang paling cerdas dan membuka sekat-sekat yang membelenggu rakyat pemilih. Oleh karena itu, sangat mungkin sebagian simpatisan PDI Perjuangan yang mencintai Bung Karno; sebagian simpatisan Partai Golkar yang mencintai Pak Harto, dan pengagum K.H. Abdurahman Wahid, Amien Rais, dan tokoh lainnya yang ditonjolkan dalam iklan politik Ahmad Heryawan-Dede Yusuf akan memilih mereka.

Hal-hal tersebutlah yang dalam penelitian ini terbukti bahwa dalam iklan politik di media massa pun, pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih unggul ketimbang kedua pasangan calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat lainnya. Oleh karena itu, wajar jika suara yang memilih Ahmad Heryawan-Dede Yusuf tidak hanya suara PKS-PAN, tetapi suara rakyat Jawa Barat yang berbeda latar belakang politik.

C.3.5.3 Iklan Politik di Media Luar Ruang

Dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, media luar ruang pun menjadi bagian dari kampanye politik mereka. Oleh karena itu, baik Undang-Undang No. 32 Tahun 2008 maupun secara teknis peraturan KPU Provinsi Jawa Barat menyuratkan juga pengaturan tentang pemasangan media luar ruang.

Namun, secara umum pesan yang disampaikan oleh ketiga pasangan calon, baik dalam bentuk spanduk, baligo, poster, stiker, dan alat peraga kampanye lainnya hampir sama. Mereka kebanyakan menyodorkan pesan tentang gambar/foto pasangan calon dengan berbagai pose, nama pasangan calon, akronim nama calon, dan visi-misi atau jargon calon.

Seperti halnya kampanye politik di media massa, kampanye menggunakan media luar ruang pun cukup memiliki peranan penting dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Dalam konteks substansi yang dimuat di dalam baliho, spanduk, stiker, banner, dan atribut kampanye lainnya tidak terdapat perbedaan yang signifikan dengan substansi yang ada dalam iklan kampanye di media cetak dan media elektronik. Penonjolan wajah pasangan calon, nama pasangan calon, nomor urut pasangan calon, jargon pasangan calon, dan asal partai pasangan calon merupakan materi yang termuat dalam atribut kampanye tersebut.

Pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim, selain menonjolkan tentang diri mereka, baik dalam bentuk gambar, nama, nomor urut, dan jargon juga menonjolkan asal partai politik mereka, baik dengan menyebutkan langsung, memasang logo partai politik, maupun dominasi warna. Sementara itu, pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih plural, bahkan warna kuning menonjol digunakan untuk mewarnai hurup "HADE" dan warna merah mereka gunakan untuk menuliskan jargon mereka "Harapan Baru Masyarakat Jawa Barat".

Kendati dalam pandangan mata atribut kampanye pasangan Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim lebih semarak ketimbang atribut kampanye Ahmad Heryawan-Dede Yusuf, tetapi secara kuantitas tidak ditemukan data jumlah atribut kampanye yang dibuat masing-masing pasangan calon. Ketiga Tim Kampanye pun mengakui bahwa mereka tidak mencatat angka yang pasti tentang jumlah atribut kampanye yang mereka buat. Tim Kampanye Danny-Iwan dan Agum-Nu'man menyatakan ribuan, sedangkan Tim Kampanye Ahmad Heryawan-Dede Yusuf menyatakan ratusan.

Padahal, menurut Deddy Mulyana (2010:49), jumlah atribut kampanye, ukuran atribut kampanye, dan lokasi pemasangan merupakan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kemungkinan keterpilihan pasangan calon. Karena tidak ditemukan data yang akurat, maka ukuran-ukuran kuantitatif tersebut tidak dapat dipaparkan dalam penelitian ini. Namun, terdapat satu faktor lagi yang menurut Deddy Mulyana ikut menentukan juga kemungkinan keterpilihan pasangan calon, yakni kualitas atribut kampanye yang lebih menarik. Yang dimaksud kualitas dalam kontek ini adalah penampilan wajah pasangan calon, tetapi bukan sekedar kegantengan atau kecantikan, juga emosi yang ditampilkan pasangan calon.

Wajah yang tampil *close-up* dalam atribut kampanye akan membuat khalayak lebih terdorong untuk memilih mereka. Berdasarkan ilmu kamera, ambilan *close-up* mengesankan keintiman dan keterlibatan. Apalagi jika wajah tersebut tersenyum, memberikan kesan ramah dan riang; wajah dengan setengah badan (*medium shot*) menunjukkan hubungan perorangan, kesan objektif, netral dan tidak memihak; sedangkan wajah dengan seluruh tubuh (*long shot*) berarti menjaga jarak atau mendepersonalisasi dan mengurangi keterlibatan emosi khalayak.

Deddy Mulyana pun menegaskan, ekspresi wajah yang ditampilkan dalam baliho penting karena perilaku non-verbal manusia yang paling banyak “berbicara” adalah ekspresi wajah, khususnya pandangan mata. Menurut Albert Mehrabian (dalam Mulyana,2010:50), andil wajah bagi pengaruh pesan adalah 55%, sedangkan vocal 30%, dan verbal hanya 7%. Menurut Birdwhistell (dalam Mulyana,2010:50), perubahan wajah sedikit saja dapat menciptakan kesan berbeda.

Dalam pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 tampilan wajah setiap pasangan calon pada atribut kampanye memang didominasi oleh foto *close up* setiap pasangan calon. Kendati calon Agum Gumelar sempat juga memasang baliho di beberapa tempat dengan memasukkan gambar dirinya seluruh tubuh, tetapi jumlahnya tidak banyak. Pasangan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf pun memasang beberapa baliho yang menampilkan foto mereka setengah badan, tetapi sama jumlahnya tidak banyak.

Oleh karena itu, dalam konteks ilmu kamera, mereka sudah memeragakannya dengan baik. Namun, dalam hal menampilkan keintiman wajah dengan senyuman, dapat dipastikan Dede Yusuf yang akan lebih menarik khalayak. Selain karena ketampanan wajahnya, kepopuleran namanya, kepewawain memainkan peran di atas panggung alih-alih terbiasa di depan kamera dapat menjadi faktor penentu lebih “berbicara” fotonya dalam atribut kampanye daripada calon lain.

C.3.6 Model Komunikasi Politik Cagub Jabar 2008

Komunikasi adalah sebuah proses. Menurut Effendy (2000:11), proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain. Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, dan sebagainya yang timbul di lubuk hati komunikator.

Isi dari pikiran atau perasaan dapat merupakan salah satu kategori konteks proses komunikasi terjadi, selain situasi, lingkungan, dan hal-hal lain di luar aspek isi pikiran atau perasaan. Isi pikiran atau perasaan pun menjadi titik penting terjadinya proses komunikasi, sehingga tidak akan terjadi proses komunikasi jika tidak ada isi pikiran atau perasaan karena isi pikiran atau perasaan adalah sesuatu yang hendak disampaikan dalam proses komunikasi. Inilah yang dalam perspektif komunikasi dinamakan pesan. Oleh karena itu, salah satu rujukan kategori konteks proses komunikasi adalah isi pesan. Ketika pesan yang akan disampaikan adalah pesan-pesan politik, maka konteks proses komunikasi itu dapat dikategorikan sebagai proses komunikasi politik.

Dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2008 terjadi proses komunikasi politik. Selain terjadi proses komunikasi sebagaimana kategori Effendy, isi pesan dalam proses komunikasi yang terjadi pun adalah pesan-pesan politik, dapat berupa sosialisasi icon-icon politik, lambang-lambang politik atau apapun yang berkaitan dengan politik. Apalagi konteks lingkungan terjadinya proses komunikasi bernuansa politik; pemberi atau penerima pesan adalah aktor politik dan lingkup peristiwa itu terjadi pada sistem politik daerah. Oleh karena itu, lengkaplah bahwa proses komunikasi yang terjadi dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat adalah proses komunikasi politik.

Setidaknya, fenomena-fenomena yang muncul dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat mengisyaratkan bahwa telah terjadi proses komunikasi politik. Proses komunikasi politik tersebut dapat dilukiskan dalam beberapa model komunikasi politik Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Hal ini sejalan pemikiran Gordon Wiseman dan Larry Barker (dalam Mulyana, 2007:133) bahwa fungsi model komunikasi adalah melukiskan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual, serta menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

Apalagi, seperti ditegaskan oleh Mulyana (2007:131), model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata ataupun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting dalam fenomena tersebut. Oleh karena itu, untuk melukiskan fenomena-fenomena komunikasi politik dalam pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat diperlukan model komunikasi politik.

Berdasarkan fokus penelitian dan data-data yang diperoleh dalam penelitian disertasi ini, baik melalui observasi, wawancara, maupun studi dokumentasi dapat dibuat model komunikasi politik calon kepala daerah pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008. Model komunikasi politik tersebut melibatkan ketiga pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 yang bertindak sebagai aktor politik.

Model komunikasi politik calon kepala daerah pada Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 sebagaimana gambar 4.17 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah beserta peraturan teknisnya plus sejumlah Peraturan KPU Jawa Barat merupakan skenario yang memberikan rujukan kepada partai politik untuk dapat mencalonkan kadernya menjadi kepala daerah.
2. Dalam pemilihan kader partai atau figur calon kepala daerah, partai politik memperhitungkan potensi komunikasi politik yang dapat dibangun figur bakal calon. Figur bakal calon yang potensi komunikasinya besar diasumsikan akan mendapatkan suara pemilih yang banyak.
3. Secara internal partai politik melakukan komunikasi politik dengan kader-kader partai yang memiliki potensi komunikasi politik yang besar atau dengan tokoh masyarakat dalam kerangka rekrutmen bakal calon kepala daerah.
4. Secara eksternal, partai politik melakukan lobi politik dengan partai politik lainnya untuk menggagas koalisi dalam mengusung bakal calon kepala daerah.

5. Hasil komunikasi politik internal dan eksternal, partai politik atau gabungan partai politik yang berkoalisi menetapkan pasangan calon kepala daerah.
6. Dengan harus beracuan pada skenario undang-undang dan peraturan KPU Jawa Barat dan berbekal potensi komunikasi politik, para calon Gubernur dan Wakil Gubernur menyiapkan *skenario* untuk mengelola pesan politik.
7. Pesan politik yang mereka ramu bersama partai politik pendukung dan Tim Kampanye yang berupa skenario komunikasi politik bertujuan memberikan pendidikan politik, melakukan sosialisasi politik, dan menarik partisipasi politik.
8. Pesan politik yang disiapkan oleh para calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat dalam Pemilihan Tahun 2008 disampaikan dalam bentuk : retorika, propaganda, *public relations*, kampanye, lobi politik, dan melalui media massa.
9. Para calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 tidak melakukan komunikasi politik dalam bentuk agitasi politik karena tidak sesuai dengan *culture* bangsa yang kolektivis, apalagi *culture* masyarakat Jawa Barat alih-alih masyarakat Sunda yang *someah hade ka semah*, tidak ngotot, dan lebih mengutamakan kebersamaan.
10. Cara penyampaian pesan paling menonjol yang dilakukan calon dalam Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 adalah menggunakan pesan non-verbal dengan melakukan 1) politik penjurukan dalam bentuk akronim; 2) penggunaan pakaian "politik"; 3) penonjolan warna partai politik; 4) memasang iklan di media elektronik; 5) memasang iklan di media cetak; dan 6) memasang atribut kampanye pada media luar ruang.
11. Cara penyampaian pesan menggunakan pesan verbal dilakukan juga calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008, tetapi tidak memberikan makna yang dalam karena kata yang disusun dalam bentuk sajian visi, misi, dan program kerja terlampau kaku. Pesan non-verbal tersebut mulai hidup jika disampaikan langsung melalui lisan dalam sajian kampanye janji-janji para calon terhadap para pemilih.
12. Pesan politik dari para calon kepala daerah dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 dengan bentuk point 8 dan dengan cara point 10 dan 11 disampaikan melalui tatap muka dan menggunakan media massa.

D. Simpulan dan Saran

D.1 Kesimpulan

Berdasarkan seluruh uraian pada bab sebelumnya, dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat untuk memenangkan Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 menggunakan bentuk komunikasi politik *Retorika, Propaganda, Public Relations, Kampanye Politik, Lobi Politik*, dan melalui *Media Massa*.

2. Calon Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008 tidak menggunakan bentuk komunikasi *agitasi politik* karena tidak sesuai dengan *culture* Jawa Barat yang *someah hade ka semah*, santun, tidak ngotot, dan mengutamakan kebersamaan.
3. Terdapat sepuluh keunggulan yang mendorong pasangan calon Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dapat meraih suara terbanyak dalam Pemilihan Gubernur-Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2008:
 - a. Karakter pesan politik yang disampaikan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf terhadap pemilih lebih plural. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf tidak menyekat komunikasi politik hanya untuk pengurus dan simpatisan PKS atau PAN, tetapi terbuka untuk seluruh pemilih yang ada di Jawa Barat, termasuk para simpatisan dan pendukung pasangan calon lain.
 - b. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf didukung oleh partai yang militan dan solid, bahkan hampir tanpa konflik. Ketika diputuskan Ahmad Heryawan yang akan dicalonkan PKS, tidak ada satu pun kader partai yang “kecewa”. Hal yang sama terjadi juga pada pencalonan Dede Yusuf dari PAN. Suara pendukung dan simpatisan kedua partai ini sangat memungkinkan utuh masuk pada kotak suara Ahmad Heryawan-Dede Yusuf.
 - c. Dede Yusuf adalah *public figure* yang populer. Ia artis film, sinetron, dan iklan yang sering tampil, baik di depan publik langsung, maupun di media massa. Popularitasnya menjadi bekal menjadi komunikator politik yang baik dalam melakukan *public relation*, berakting di media massa dan atribut-atribut kampanye media luar ruang.
 - d. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf berani menampilkan pesan yang berbeda. Mereka tampil difoto resmi, beberapa atribut kampanye, dan surat suara, tidak menggunakan kopiah dengan label opini baru sebagai calon *bermuda*, sehingga makin mengukuhkan keberpihakan kalangan muda dan pemilih pemula.
 - e. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf adalah satu-satunya calon yang memancarkan pesan berlatar belakang sipil, sedangkan kedua calon lainnya terdapat unsur militer. Konteks politik kekinian, figur militer sedang didera opini publik stereotif negatif. Era ini adalah era *civil society*. Figur orang sipil lebih disukai.
 - f. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf mengemas pesan sebagai sosok calon yang baru dan menjanjikan perubahan. Sebagian besar rakyat Jawa Barat menginginkan perubahan, sehingga ketika muncul sosok baru/belum berpengalaman dan menjanjikan pesan perubahan, kecenderungan yang tinggi jika rakyat Jawa Barat akan lebih bersimpati ketimbang terhadap tokoh berpengalaman. Berpengalaman atau pun tidak bukan jaminan untuk dapat meraih simpati pemilih, bahkan dapat kontraproduktif jika pengalamannya tidak memberikan kesan positif pada rakyat.
 - g. Dalam mengemas pesan politik, Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih “menghargai” suara-suara rakyat Jawa Barat. Dalam beberapa langkah kampanye, ketika mereka menghadapi masalah, maka suara rakyat Jawa Baratlah yang menjadi patokan melalui survey, pooling dan lain sebagainya.

- h. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih mewarnai kampanye dengan pesan bernuansa lokal alih-alih kesundaan. Keraguan sebagian rakyat Jawa Barat atas kesundaan Ahmad Heryawan-Dede Yusuf dijawab dengan nuansa-nuansa Sunda dalam beberapa kesempatan kampanye dan pelabelan nama pasangan dengan akronim *Hade*.
 - i. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf lebih fokus pada media-media lokal. Dalam prinsip *community news*, pemilihan media lokal sangat positif karena berangkat dari kecenderungan bahwa masyarakat lebih memperhatikan berita/informasi yang lebih dekat dengan diri mereka.
 - j. Ahmad Heryawan-Dede Yusuf, memancarkan pesan satu-satunya calon yang “bersih” dari nuansa birokrat. Padahal, era ini nama baik birokrat sedang dipertanyakan, terutama terkait ulah sejumlah oknum birokrat dengan KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme)-nya yang mencuat di media massa.
4. Keunggulan komunikasi politik Ahmad Heryawan-Dede Yusuf tidak terlepas dari peluang yang diciptakan oleh Danny Setiawan-Iwan Sulanjana dan Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim. Kedua pasangan ini mermbuka peluang dengan :
- a. Kampanye politik Danny Setiawan-Iwan Sulanjana & Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim terlalu fokus pada kader dan simpatisan partai politik pendukung mereka;
 - b. Propaganda politik Danny Setiawan-Iwan Sulanjana & Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim terlalu mengedepankan aspek keberpengalaman mereka;
 - c. *Public Relations* Danny Setiawan-Iwan Sulanjana & Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim menonjolkan aspek birokrat;
 - d. Danny Setiawan-Iwan Sulanjana & Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim menonjolkan pesan kemiliteran mereka terhadap rakyat pemilih;
 - e. Danny Setiawan-Iwan Sulanjana & Agum Gumelar-Nu'man Abdul Hakim tidak menunjukkan keseriusan dalam melakukan lobi politik meredam konflik internal, terutama di kalangan *akar rumput*.
5. Model komunikasi politik ‘santun’ yang berpegang pada budaya lokal masih merupakan prinsip demokrasi yang dipegang teguh oleh masyarakat Jawa Barat. Walaupun cara-cara berdemokrasi ala Amerika sudah menjadi warna yang dominan, tetapi belum dapat mengubah prinsip demokrasi yang berbasis budaya lokal. Demokrasi lokal di Jawa Barat masih selektif dalam memilih bentuk komunikasi politik yang digunakan oleh para calon kepala daerah. Oleh karena itu, dalam takaran tertentu, demokrasi lokal di Jawa Barat dapat dianggap masih primitif karena kekuatan budaya lokal berdampak juga pada dangkalnya substansi komunikasi politik yang dikembangkan para calon kepala daerah.

D.2 Saran

D.2.1 Saran Akademis

1. Kajian dan penelitian tentang komunikasi politik calon kepala daerah dalam pemilihan secara langsung diharapkan dapat memperkaya dan memberikan kontribusi bagi disiplin ilmu yang telah ada dan telah

mapan lainnya seperti disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik yang juga di dalamnya lebih fokus pada Ilmu Komunikasi Politik dengan berbagai pendekatan.

2. Fenomena komunikasi politik calon kepala daerah dalam pemilihan secara langsung dapat dikaji dari berbagai aspek dan perspektif komunikasi sehingga yang dilahirkan tidak hanya pengelolaan pesan dalam berbagai bentuk komunikasi politik, tetapi akan lebih luas pada aspek komunikasi lainnya.
3. Fenomena kehidupan komunikasi politik calon kepala daerah dalam pemilihan secara langsung merupakan realitas yang sangat kaya, menarik, dan kompleks dengan berbagai dinamikanya. Realitas tersebut sangat menarik untuk diteliti dengan perspektif Ilmu Komunikasi. Penelitian ini hanyalah sekelumit realitas komunikasi politik. Sebenarnya, masih banyak realitas komunikasi politik calon kepala daerah dalam pemilihan secara langsung yang dapat diungkap dengan berbagai pendekatan, baik pendekatan subyektif maupun pendekatan obyektif, sehingga penelitian-penelitian tersebut dapat memperkaya khasanah komunikasi politik.
4. Perspektif budaya lokal dapat dijadikan salah satu pendekatan dalam melakukan penelitian komunikasi politik calon kepala daerah dalam pemilihan secara langsung sehingga dapat melahirkan varian demokrasi lokal yang berbasis budaya lokal.

D.2.2 Saran Praktis

1. Semua bentuk komunikasi politik memiliki kelebihan sekaligus kekurangan dalam menampilkan pesan politik. Oleh karena itu, bentuk-bentuk komunikasi politik tersebut dapat digunakan calon kepala daerah dengan terlebih dahulu melakukan pemilahan dari aspek-aspek kelebihannya sehingga aspek itulah yang disubstitusikan dalam bentuk saling melengkapi.
2. Kecermatan dalam pengelolaan bentuk komunikasi politik merupakan langkah yang harus dilakukan oleh setiap calon kepala daerah. Harus disadari oleh semua calon kepala daerah bahwa semua aspek kehidupan manusia ini adalah komunikasi sehingga semua aspek kehidupan manusia ini dapat dikelola agar menjadi kekuatan untuk menyampaikan pesan politik yang efektif. Pengenalan dan pemilihan aspek positif (kelebihan) kehidupan perseorangan calon kepala daerah merupakan langkah awal yang harus dilakukan karena aspek tersebutlah yang akan menjadi jembatan bagi efektifnya bentuk komunikasi politik yang dilakukan.
3. Model komunikasi politik yang berbasis budaya lokal perlu menjadi titik sentral yang dikembangkan oleh para calon kepala daerah dalam meraih simpati calon pemilih dengan cara-cara yang lebih modern; sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.
4. Model komunikasi politik bermedia dalam bentuk iklan politik di media elektronik, media cetak, dan media luar ruang perlu menjadi agenda penting yang dilakukan oleh para calon kepala daerah dalam pemilihan secara langsung sebagai bagian dari kampanye modern sembari perlahan meninggalkan kampanye tradisional yang dapat memicu terjadinya konflik dan kekerasan.

E. Ucapan Terimakasih

Penulis ucapkan terimakasih kepada Prof. H. Kusnaka Adimihardja, M.A.Ph.D., Dr. Hj. Betty R.F. Sabur, Dra., M.S., Prof. Dr. H. Asep Saeful Muhtadi, M.A, Prof. H. Deddy Mulyana, M.A.Ph.D., Prof. Dr. H. Soleh Soemirat, M.S., Prof. Dr. H. Engkus Kuswarno, M.Si., Prof. Dr. H. Asep Kartiwa, Drs.S.H.M.S., dan Prof. Dr. Ir. H. Mahfud Arifin, M.Si, selaku Tim Promotor, Oponen Ahli, dan Guru Besar Program Doktor Ilmu Komunikasi Pasacasarjana Univeritas Padjadjaeran yang telah meluangkan banyak waktu di sela kesibukan beliau untuk membimbing dengan tulus, ikhlas, dan membuka cakrawala berpikir penulis. Semoga Allah Swt membalas kebaikan menjadi kesalehan dan dengan pahala yang setimpal. Amiiin.

F. Daftar Pustaka

- Alfian. 1991. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik di Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Alwasilah, A. Chaedar. 2002. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya
- Bang, Hendrik P. 2003. *Governance and Political Communication*. New York: Manchester University Press
- Blumler, Jay G. 1983. *Communicating to Voters: Television In the European Parlieamentary Elections*. California: Sage Publ. Inc
- Burgoon, Michael. 1974. *Approaching Speech/Communication*. New York: Holt, Rinerhart & Winston
- Civilkly, Jeand M. 1974. *Messages: A Reader in Human Communication*. New York: Random House
- Clark, Robert P. 1978. *Power and Policy in the Third World*. New York: Wiley & Sons, Inc.
- Devito, Joseph A. 1997. *Communicology an introduction to the study of communication*, Harper & Row, New York,
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adiya Bakti
.....2000. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya
- Gazali, Effendi. 2004. *Communication of Politics and Politics of Communication in Indonesia: A Study on Media Performance, Responsibility, and Accountability*. Doctor Thesis to Obtain the Degree of Doctor from Radboud University Nijmegen, 9 Desember
- Goffman, Erving. 1974. *The Presentation of Self in Every Life*. USA: Penguin Books
- Graber, Doris A. 1984. *Mass Media and American Politics*. Washinton DC: CQ Press.
- Harun, Rochajat dan Sumarno A.P. 2006. *Komunikasi Politik*. Bandung: Mandar Maju
- Hikmat, Mahi M. 2010. *Komunikasi Politik: Teori dan Praktek dalam Pilkada Langsung*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Hovlan, Carl I. 1953. *Reader and Public Communication*. New York: The Free Press of Glencoe

- and I.L. W. Weis. 1951. *The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness*. Public Opinio Quartely
- Johannesen, Richard L. 1991. *Virtue Ethics, Character, and Political Communication*. New York: Praeger Publisher
- KPU Provinsi Jawa Barat. 2008. *Laporan Penyelenggaraan Pemilu Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2008*
- Kantaprawira, Rusadi. 1983. *Sistem Politik di Indonesia*. Bandung: Sinar Baru
1980. *Pendekatan Sistem dalam Ilmu-Ilmu Sosial: Aplikasi dalam Meninjau Kehidupan Politik Indonesia*, Bandung: Sinar Baru
- Knapp, Mark I. 1972. *Nonverbal Communication in Human Interaction*. New York: Holt, Rinehart, dan Winston
- Krugman, Dean M. 1994. *Advertising, Its Role in Modern Marketing*. Orlando: The Dryden Press
- Lasswell, Harold D. 1972. *The Structure and Function of Communication in Society*. Chicago: University of Illion Press
- Leather, D. Gale. 1976. *Nonverbal Communication System*. Sydney: Allyn and Bacon. Inc.
- Liliweri, Alo. 2000. *Politik Komunikasi dan Komunikasi Politik: Suatu Analisis tentang Isi Pesan Beberapa Surat Kabar di Kupang*. Bandung: YPSDM
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. California USA: Wardsworth Publishing Company
- Mariana, Dede. 2008. *Dinamika Demokrasi & Perpolitikan Lokal di Indonesia*. Bandung: Asosiasi Ilmu Politik Bandung
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
 -----2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
 -----2008. *Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori, dan Aplikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran
 -----2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhtadi, Asep Saeful. 2002. *Dinamika Komunikasi Politik NU*. Disertasi. Bandung: PPS Unpad
 -----2008. *Kampanye Politik*. Bandung: Humaniora
- Nimmo, Dan. 1978. *Political Communication and Public Opinion in America*. California: Goodyear Publising Company Santa Monica
- Norris, Pippa. 2001. *Campaign Communications*. Lawrence LeDuc, Richard Niemi dan Pippa Norris (eds). *Comparing Democracies 2: Elections and Voting in Global Perspective*. SAGE
- O'Keefe, Garret J. 1975. *Political Campaigns and Mass Communication Research*. California: Sage Publication, Inc
- Pace, R. Watne and Don F. Faules. 2000. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 tentang Pemilihan, Pengesahan Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah

- Pletsch, Barbara dan Frank Esser. 2004. *Comparing Political Communication; Reorientation in a Changing World*. Frank Esser dan Barbara Pletsch (eds). *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Cambridge University Press
- Prihatmoko, Joko J. 2005. *Pemilihan Kepala Daerah Langsung*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rauf, Maswardi. 1993. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rosidi, Ajip. 2009. *Manusia Sunda*. Bandung: Kiblat Buku Utama
- Satjadibrata, R. 1954. *Kamus Bahasa Sunda*. Djakarta: Perpustakaan Kementerian P.P. dan K.
- Scheidel, Thomas M. 1976. *Speech Communication and Human Interaction*. Edisi ke-2 Glenview III: Scott, Foresman & Co.
- Setiyono, Budi. 2008. *Iklan dan Politik: Menjaring Suara dalam Pemilihan Umum*. Jakarta: AdGoal.Com
- Severin, Werner J. 1992. *Communication Theories: Origins, Methods, and Use in the Mass Media*. New York: Longman
- Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1983. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S
- Sudiana, Dendi. 1986. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Sumarno A.P. 1995. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Bandung: Al-Hasan
- Susanto, Astrid S. 1975. *Pendapat Umum*. Jakarta: Bina Cipta
-----, 1976. *Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Bina Cipta
- SP. Varma. 2001. *Teori Politik Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Trent, Judith S. dan Robert V. Friedenberg. 1995. *Political Campaign Communication*. New York: Praeger Publishers
- Tubbs, Stewart L. – Sylvia Moss. 2000. *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Yin, Robert K. 2008. *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Jakarta : Rajawali Pers