

PERSAINGAN SIMBOLIK DALAM DEBAT PUBLIK CALON KEPALA DAERAH DAN WAKIL KEPALA DAERAH TAHUN 2015

Sempu Dwi Sasongko

Mahasiswa Magister Pendidikan Bahasa Indonesia

Abstrak: Penelitian ini secara umum dimaksudkan untuk mendeskripsikan persaingan simbolik dalam debat publik calon kepala daerah dan wakil kepala daerah tahun 2015. Tujuan khusus penelitian ini adalah mendeskripsikan (a) bentuk persaingan simbolik, dan (b) strategi persaingan simbolik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan rancangan analisis wacana kritis. Data penelitian ini berupa data verbal, potongan wacana debat publik pasangan calon dari KPU Kediri, Kota Blitar, dan Trenggalek. Analisis data dilakukan dengan analisis wacana kritis Fairclough. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bentuk persaingan simbolik yang digunakan berupa (1) bentuk makna kabur yang meliputi (a) makna bias, (b) makna terlalu umum atau terlalu khusus, dan makna implisit; (2) bentuk logika bias yang berupa (a) generalisasi berlebihan, bukti lemah, dan premis lemah; dan (3) bentuk nilai bias, baik bias nilai moral maupun bias nilai ilmiah.

Strategi persaingan simbolik yang digunakan meliputi (1) strategi penghalusan pernyataan yang meliputi (a) pelabelan positif dan pelabelan negatif, (b) pengonotasian dan pengiasan; (2) strategi pelogisan pernyataan yang meliputi (a) penyebabakibat, (b) penganalogian, dan (c) pemertegasana; dan (3) strategi pemositifan pernyataan yang meliputi (a) peluhuran, (b) pemformalan, dan (c) pemartabatan.

Kata Kunci: persaingan simbolik, debat publik, bentuk persaingan simbolik, strategi persaingan simbolik

PENDAHULUAN

Debat publik merupakan salah satu jenis kampanye dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah. Melalui kampanye debat publik pasangan calon menyampaikan visi, misi, dan rencana program kerja selama lima tahun ke depan. Selain itu, debat publik merupakan bentuk pengujian visi, misi, dan program kerja serta uji kemampuan, kepemimpinan, dan

kevisioneran dari setiap peserta atau pasangan calon. Melalui debat publik pula calon pemilih mendapat informasi dan gambaran setiap pasangan calon yang akan dipilihnya.

Sebagai kampanye, debat publik merupakan wacana politik bagi pelaku politik. Bahasa dalam wacana politik merupakan sebuah instrumen untuk mengkonsolidasi dan memanipulasi konsep-konsep dan relasi timbal balik dalam area

kuasa dan kontrol, serta area struktur sosial dan ideologis yang lain (Santoso, 2012:105). Berkenaan dengan hal tersebut menurut Wittgenstein, bahasa mengandung unsur permainan karena bahasa pembentuk persepsi untuk melicinkan jalan pencapaian tujuan (dalam Thomson, 2005:32).

Wacana debat publik merupakan wacana persaingan antarcalon sebagai sarana untuk mendapatkan dukungann masyarakat pemilih atau memenangkan pemilihan; untuk memperoleh atau melanggengkan kekuasaan. Fakta seperti ini menyiratkan terjadinya persaingan simbolik di antara para kandidat atau peserta pemilihan. Untuk itu jargon atau slogan politik sering dipergunakan oleh para calon dalam menyakinkan publik.

Persaingan simbolik atau sering disebut pula pertarungan simbolik yaitu persaingan antarwacana untuk mempertahankan kekuasaan atas pelaku sosial yang lain, atas eksistensinya, pandangannya, persepsinya, dan apresiasinya (Bourdieu, 1991; Roekhan, 2009). Penyebab persaingan itu adalah perbedaan pandangan dunia, perbedaan sudut pandang ideologi dan politik, serta perbedaan nilai-nilai. Tujuan utamanya adalah mendapatkan kekuasaan memproduksi dan menunjukkan pandangan dunia yang paling diakui, yang dianggap paling benar, yang paling legitimas.

Persaingan simbolik adalah persaingan memperebutkan wacana dominan (doxa) yang dianggap benar, tepat, dan diterima publik (Wahyuni, 2008; Jazery, 2013).

Persaingan simbolik erat kaitannya dengan kekuasaan simbolik, sebab kekuasaan simbolik dimaksudkan untuk mendapat pengakuan. Kekuasaan simbolik bekerja melalui pengetahuan, kesadaran (mekanisme nonfisik atau kepatuhan). Mekanisme ini oleh Bourdieu disebut sebagai mekanisme objektif atau kekerasan simbolik.

Persaingan simbolik seperti halnya kekerasan simbolik berbentuk makna, logika, dan nilai yang bias yang dipaksakan secara samar sehingga publik tidak merasakan bahwa pernyataan itu bias, tidak logis dan tidak benar atau tidak baik (Rusdiati, 2003). Hal tersebut didasarkan pada rasa percaya, kesediaan menerima, atau loyalitas publik.

Sebagai sebuah wacana, debat publik calon kepala daerah dan wakil kepala daerah tahun 2015 tentunya mengandung pernyataan bias dan hal ini relatif tepat dikaji dengan analisis wacana kritis.

Sebagaimana diketahui bahwa wacana debat publik mencerminkan profil pasangan calon. Simbol-simbol yang dipilih dan digunakan merupakan kemasam untuk mempengaruhi publik. Untuk itu, bahasa atau simbol perlu diintegrasikan dengan praksis kewacanaan dan praksis sosial budaya (Santoso, 2012). Dengan demikian, pemahaman atau penafsiran simbol dalam sebuah wacana debat publik perlu mempertimbangkan siapa pemakaiannya, untuk maksud dan tujuan apakah, di situasi apakah bahasa itu digunakan.

Berdasarkan uraian singkat latar belakang masalah dan

keterbatasan penelitian ini dimaksudkan untuk memaparkan dan menjelaskan (1) bentuk persaingan simbolik wacana debat publik calon kepala daerah dan wakil kepala daerah tahun 2015; (2) strategi persaingan simbolik wacana debat publik calon kepala daerah dan wakil kepala daerah tahun 2015.

METODE

Penelitian sebagai aktivitas ilmiah ditandai penggunaan metode yang tepat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pemilihan dan penggunaan ini didasarkan pada pertimbangan berikut. Pertama, tujuan penelitian ini mendeskripsikan bentuk dan strategi persaingan simbolik. Kedua, data penelitian ini berupa data verbal, yakni potongan wacana debat publik peserta pemilihan. Ketiga, setting penelitian ini alamiah, yakni debat publik pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah pemilihan serentak pertama kali di tahun 2015. Keempat, sebagai praktik berwacana, persaingan simbolik dalam debat publik dipandang sebagai praktik pemaknaan. Penganalisisan, penafsiran, pemaknaan persaingan simbolik berdasarkan konteks, baik praksis sosial, tujuan penggunaan, dan sosiobudaya (Badara, 2013).

Data penelitian ini berupa potongan wacana debat publik, baik pernyataan maupun ungkapan calon kepala daerah atau wakil kepala daerah. Data tersebut diperoleh dari rekaman debat publik di tiga KPU, yakni KPU Kediri, Trenggalek, dan KPU Kota Blitar. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik sadap dan teknik catat (Sudaryanto, 1988)

Rancangan analisis wacana kritis yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Fairclough. Proses analisis dilakukan dalam tiga tahap. Pertama, deskripsi yakni analisis pernyataan yang diasumsikan menggambarkan persaingan simbolik, baik bentuk maupun strateginya. Kedua, penafsiran yakni mengaitkan bentuk atau strategi dengan penyampaian dalam debat publik. Ketiga, menjelaskan dengan cara menghubungkan hasil penafsiran persaingan simbolik dan konteks sosio-budaya sehingga diperoleh pemahaman yang utuh tentang persaingan simbolik (periksa Eriyanto, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan pertanyaan penelitian, deskripsi hasil penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yakni (1) bentuk persaingan simbolik, dan (2) strategi persaingan simbolik dalam wacana debat publik calon kepala daerah dan wakil kepala daerah.

Bentuk Persaingan Simbolik

Bentuk-bentuk persaingan simbolik yang ditemukan dalam wacana debat publik pasangan calon kepala daerah meliputi (1) bentuk makna kabur, (2) bentuk logika bias, dan (3) bentuk nilai bias.

Pernyataan dinyatakan bermakna kabur apabila pernyataan tersebut bermakna samar. Makna kabur yang ditemukan dalam pernyataan para calon, peserta debat berbentuk makna bias (politik, sosial, budaya, dan stereotip), makna yang terlalu umum atau terlalu khusus, dan

makna implisit (implikatur, konotatif dan kiasan). Sebagaimana tampak pada data berikut.

(01) Kabupaten Kediri pada dekade terakhir ini telah dibangun dan dikembangkan oleh *pemerintah bersama masyarakat* pada berbagai sektor (MK-BP 01)

(02) Visi, misi semuanya baik dan berguna, *hanya satu hal* yang tidak boleh dilupakan, pembangunan di Trenggalek harus berkarakter Trenggalek dan *yang tahu karakter Trenggalek hanya orang Trenggalek*. (MK-BSt 03)

Pada data (01) terdapat ungkapan *pemerintah bersama masyarakat* mengandung **makna bias** karena ungkapan tersebut mempunyai jangkauan makna yang luas. ‘Pembangunan dan pengembangan Kediri dilakukan oleh pemerintah bersama-sama masyarakat.’ ‘Pemerintahan Harmas (Hariyanti-Masykuri) tidak dapat mewujudkan pembangunan Kediri tanpa bersama masyarakat Kediri.’ ‘Pembangunan Kediri yang dilakukan Harmas untuk kesejahteraan masyarakat.’ Pernyataan seperti itu dapat pula dimaknai, ‘masyarakat (Kediri) merupakan pelaku utama pembangunan yang dikembangkan oleh pemerintahan Harmas.

Pernyataan atau ungkapan dalam bahasa politik seperti kampanye atau debat publik mengandung kepentingan politik, kepentingan tersembunyi. Pernyataan yang mengandung makna kabur karena **bias** (‘simpangan atau belokan’) digunakan sebagai sarana pencitraan untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat bahwa pemerintahan

Harmas selalu melibatkan peran masyarakat dalam mewujudkan pembangunan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat.

Data (02) terdapat pernyataan Priyo Handoko, calon wakil bupati *yang tahu karakter Trenggalek hanya orang Trenggalek*. Pernyataan ini pun memiliki jangkauan makna yang luas. ‘Masyarakat Trenggalek selayaknya dipimpin oleh orang Trenggalek.’ ‘Orang asli Trenggalek akan membangun dan mengembangkan Trenggalek.’ ‘Orang luar Trenggalek tidak paham karakteristi Trenggalek.’ Pernyataan itu juga dapat dimaknai, ‘Orang asing kecil kemungkinan dapat mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan warga Trenggalek.’

Data (02) merupakan pernyataan yang mengandung **makna bias stereotip**. Makna kabur karena **bias stereotip** merupakan kata, kalimat atau pernyataan yang mengandung stigma terhadap pihak tertentu yang berlawanan atau bersaing.

Pernyataan atau ungkapan *hanya orang Trenggalek* ditujukan kepada calon pesaingnya, yakni Emil yang masih tercatat sebagai warga DKI, Jakarta. Wacana seperti ini digunakan calon untuk membentuk wacana doxa. Wacana untuk membentuk stigma negatif lawan, pencitraan positif bagi pemiliknya atau penggunanya. Dengan stereotip itu masyarakat diajak untuk memilih Kolik-Priyo Handoko.

Bentuk persaingan simbolik yang kedua adalah logika bias karena generalisasi berlebihan, bukti lemah atau premis lemah. **Logika bias**

adalah logika yang dibelokkan untuk melogiskan pernyataan yang tidak logis.

Sebagai contoh berikut diberikan pernyataan para calon peserta debat publik seperti data (03) dan (04).

(03) Kalau orang itu bodoh mesti masyarakatnya melarat. Kalau *orang pintar*, saya yakin *orang itu kaya*. (LB-BL 02)

(04) *Kota-kota besar itu sudah sulit menemukan tenaga-tenaga kerja terdidik*, makanya kita bilang masa depannya ada di desa, “future is here.” Ada di Trenggalek untuk puntra-putra Trenggalek, Jangan kita bingung ada “go jek” itu motor on line, *yang melamar S1 atau S2*. (LB-PL 03)

Dalam penalaran **bukti** adalah alasan yang digunakan untuk menolak atau memperkuat suatu pendapat, pendirian atau gagasan. Bukti yang lemah menyebabkan suatu pendapat atau gagasan akan ditolak. Pernyataan seperti pada data (03) mengandung *logika bias* berupa *bukti lemah*, yakni “Kalau orang itu bodoh mesti masyarakat melarat.” Wacana seperti ini tidak didasari pada bukti yang kuat, tetapi hanya berdasarkan keyakinan (*saya yakin*). Wacana seperti ini sengaja diungkap oleh Samanhudi (calon petahana) sebagai wacana dominan sebab programnya hendak *menyejahterakan* dan *mencerdaskan* warga masyarakat kota Blitar. Melalui wacana yang mengandung *logika bias* para pelaku politik memanfaatkan logika implikatur sebagai wacana dominan

semakin kuat dan sarana pencitraan semakin positif.

Pada data (04) terdapat **logika bias** berupa *premis lemah*. Premis adalah kalimat atau pernyataan yang digunakan sebagai dasar untuk menarik simpulan. Premis yang salah atau lemah akan mengakibatkan simpulan yang ditarik salah.

Pernyataan, “*Kota-kota besar itu sudah sulit menemukan tenaga-tenaga kerja terdidik*” merupakan premis salah atau lemah. Pernyataan, “*Jangan bingung ada ‘go jek’ itu motor on line, yang melamar S1 atau S2*” bertolak belakang dengan pernyataan terdahulu.

Pernyataan Emil yang mengandung *logika bias* digunakan untuk membangun wacana dominan karena implikatur. Di kota orang sulit mencari lowongan kerja. Sarjana-sarjana bersaing mendapatkan pekerjaan, hingga akhirnya menjadi sopir go-jek. Implikatur ini memperkuat penyampaian maksud bahwa calon tersebut berusaha menciptakan lapangan kerja jika dirinya menjadi kepala daerah.

Bentuk ketiga persaingan simbolik yang digunakan dalam debat publik adalah *nilai bias*. Kata *nilai* berarti ‘hal-hal yang penting,’ ‘sesuatu yang dapat menyempurnakan hakikat manusia.’ *Nilai bias* dimaksudkan ‘nilai yang disimpangkan untuk mendukung kepentingan pemakainya.

Nilai bias yang ditemukan dalam wacana debat publik berupa *nilai moral* dan *nilai ilmiah*. Moral adalah hal yang berhubungan dengan baik atau buruk. *Nilai bias-moral* yang ditemukan terlihat pada data (05) dan (06) berikut.

(05)
i kabupaten Trenggalek kalau dilihat **angka partisipasi sekolah (APS)** yang dari SLTP dan SLTA masih rendah. (NB-NM 02)

(06)
ah, di sini sebenarnya di dalam situ ada dua macam pohon yang dapat **top working**. Kita **cut pohon-pohon yang ukurannya saking besarnya**. ... pohon itu besar tetapi nilainya kecil. (NB-NI 01)

Pernyataan pada data (05) mengandung **nilai bias-moral** sebab pernyataan **angka partisipasi sekolah ... masih rendah** berkaitan dengan tanggung jawab kemanusiaan. Artinya, keinginan masyarakat Trenggalek untuk bersekolah masih rendah. Kemauan bersekolah anak-anak usia sekolah masih rendah. **Bias nilai moral** ini digunakan oleh Kolik, calon bupati, untuk mengekspresikan keprihatinannya sebagai calon kepala daerah.

Secara implikaturis Kolik peduli dan berusaha memecahkan masalah pendidikan yang masih besar di Trenggalek. Rendahnya angka partisipasi sekolah menyebabkan kualitas tenaga kerja rendah. Pernyataan ini dijadikan alasan logis pentingnya program pendidikan untuk mengurangi kemiskinan. Rendahnya APS pula yang dijadikan alasan pentingnya lahan hutan Perhutani seharusnya dikuasai oleh pemerintah Trenggalek.

Pada data (06) terdapat **bias ilmiah**, yaitu nilai ilmiah yang

dibelokkan untuk mencapai tujuan D atau maksud tertentu yang terselubung. Pernyataan calon bupati Emil tersebut mengandung nilai ilmiah karena **pohon besar tetapi buahnya sedikit** itu tidak menguntungkan petani. Untuk itu, melalui teknik **pemotongan (cut dan N top working)** produk buah-buahan Trenggalek lebih menguntungkan para petani karena produksinya meningkat.

Pernyataan berupa konsep produktivitas buah-buahan seperti itu dijadikan sebagai sarana ekspresi citra diri bahwa Emil adalah seorang ilmuawan dan perencana pembangunan. Selain itu, pernyataan nilai bias ilmiah ini menjadikan wacana tersebut lebih dominan menandingi wacana pesaingnya.

Strategi Persaingan Simbolik

Hasil analisis data penelitian ini menemukan strategi persaingan simbolik berupa (1) penghalusan (2) pelogisan, dan (3) pemositifan pernyataan.

Strategi **penghalusan** pernyataan yang ditemukan dalam wacana debat publik meliputi: **pelabelan, pengiasan, dan pengonotasian**. Pelabelan berarti ‘pemberian label,’ ‘usaha memberikan keterangan tentang identitas, merek atau petunjuk tentang orang yang diberi label.’ Pelabelan, baik positif maupun negatif dimaksudkan sebagai cara untuk menghaluskan atau untuk menyamarkan pernyataan.

Data (07) dan (08) merupakan contoh pernyataan yang mengandung **pelabelan**.

(07).... Satu kearifan lokal yang ada di Trenggalek. **Masyarakatnya yang gotong royong**. Kita

melihat kaum *wanita sebagai pilar keluarga*. Kita bicara mengenai *masyarakat yang agamis*. Kita bicara *generasi muda haus akan berkarya*. (P-PP 09)

(08) Pinus juga rakus terhadap air, sehingga banyak pinus banyak sumber air akan mati. Oleh karena itu, saya berangan-angan bahwa *Perhutani tidak perlu berisau* (P-PN 04)

Data (07) merupakan pernyataan calon bupati Trenggalek tentang masyarakat Trenggalek yang bercirikan *gotong royong, agamis*; kaum wanitanya *pilar keluarga*, dan kaum muda yang *haus berkarya*. Pernyataan yang positif atau *pelabelan positif* ini dapat memunculkan *kesan positif* pada pihak yang dilabeli. Selain itu, *pelabelan* merupakan propaganda untuk kepentingan tertentu, bahkan penciptaan kesadaran palsu bagi masyarakat (Suseno dalam Sobur, 2012).

Pelabelan lain yang ditemukan dalam wacana debat publik berupa *pelabelan negatif* seperti terlihat pada contoh data (08). Pernyataan, “Pinus juga rakus terhadap air, sehingga banyak pinus banyak sumber air akan mati” memunculkan makna implikatur bahwa tanaman pinus (Perhutani) merugikan warga masyarakat hutan. Hutan pinus menyebabkan sumber air mati. Hutan pinus menyengsarakan masyarakat Trenggalek.

Makna implikatur ini ditempelkan kepada perum Perhutani. Pelabelan negatif itu

ditegaskan dengan pernyataan, *Perhutani tidak perlu berisau*. Kata *risau* berarti ‘gelisah’ atau ‘rusuh, buruk kelakuan’ (Depdiknas, 2012).

Pernyataan seperti (08) termasuk memarjinalkan, memojokkan sehingga menimbulkan kesan negatif bagi perum Perhutani membangkitkan perasaan benci. Akan tetapi di sisi pengujarnya terkesan positif karena berempati pada masyarakat sekitar hutan.

Dalam persaingan simbolik wacana yang mengandung pelabelan cenderung akan menjadi pemenangnya (Bourdieu, 1991, Rusdiati, 2003). Dengan pelabelan negatif persepsi publik dibatasi dan didesak untuk menerimanya tanpa pilihan (Eriyanto, 2006).

Strategi persaingan simbolik yang digunakan dalam wacana debat publik dapat berupa pengonotasian dan pengiasan seperti dipaparkan berikut ini.

(09) Bupati dan wakil bupati harus ngantor rutin di desa. Kita harus *bisa mendorong pelayanan* sampai ke pelosok-pelosok (P-Pn 07)

(10) Nggak mungkin mengandalkan diri sendiri. Kuncinya *bagai* sapu lidi, gotong royong. Daerah-daerah selatan harus bersatu. Itulah kenapa ada jalan pantai selatan. (P-Pit 05)

Pada data (09) terdapat kata *pelayanan* yang berarti ‘orang yang melayani.’ Dengan demikian, bupati atau wakil bupati adalah pelayan. Pemimpin daerah harus bisa mendorong semua aparatnya memberikan pelayanan kepada masyarakat. Makna konotasi seperti

itu dapat meninggikan penguajarnya karena mampu menepis kesan bahwa bupati atau wakil bupati adalah pejabat yang selalu dilayani. Kesan yang hendak dibangun melalui pernyataan itu adalah Emil, calon bupati adalah pemimpin daerah yang baik karena mampu menjadi pelayan masyarakat. Penggunaan strategi ini dalam bidang politik mampu membantu dan meninggikan seseorang (Santoso, 2002).

Pada data (10) terdapat pernyataan “Kuncinya *bagai* sapu lidi” Kata *bagai* merupakan penanda *pengiasan tidak langsung*. Pernyataan yang menggunakan *pengiasan*, baik *pengiasan langsung* maupun *tidak langsung* selain berfungsi menghaluskan, memperindah juga untuk maksud-maksud terselubung. Wacana yang mengandung pengiasan memiliki kemampuan mendesak publik untuk menerima sebagai sesuatu yang benar (Roekhan, 2009).

Dari hasil analisis data, selain strategi *penghalusan* dalam persaingan simbolik terdapat strategi *Pelogisan*. Istilah *pelogisan* diartikan ‘penciptaan hubungan logis antarpernyataan yang sebenarnya tidak memiliki hubungan.’ *Pelogisan* dapat berupa *penyebabakibatan*, *penganalogian*, dan *pemertegasan*.

Data (11) dan (12) merupakan contoh pernyataan yang mengandung *Pelogisan*.

(11) Nuwun sewu sekarang tanya *sing lawas karo sing anyar apik endi? Apik anyar to? Sing anyar karo sing lawas penak endi?*

Wong Blitar miliha sing anyar.
(Pl-Pny 03)

(12) Apa artinya negeri ini *baik* kalau *masyarakatnya tidak bertaqwa*. Kita *tidak aman*, kita *banyak pencurian*, kita *tidak sportif* dan sebagainya. (Pl-Png 01)

Pada data (11) terdapat pernyataan “*sing lawas karo sing anyar apik endi?*” dan “*wong Blitar miliho sing anyar!*” Kedua pernyataan tersebut tidak mempunyai hubungan sebab akibat (*penyebabakibatan*), tetapi dipaksakan. Pemaksaan itu didasari pada pemikiran, “barang yang baru lebih lebih baik daripada barang lama.” Demikian pula pemerintahan baru (Muchsin) tentu lebih baik daripada pemerintahan lama (Samanhudi) karena ada pemerintahan baru dengan suasana baru. Logika tersebut tersembunyi di balik pemaksaan hubungan sebab akibat.

Pada data (12) terdapat pernyataan *masyarakat tidak bertaqwa* dianalogikan dengan *kita tidak aman, kita banyak pencurian*, dan *kita tidak sportif*. Ketidaknyamana, banyak pencurian atau tidak sportif bukan hanya disebabkan oleh ketidaktaqwaan. Pernyataan tersebut diungkap sebagai strategi penggambaran Kediri di masa pemerintahan sekarang. Di balik itu, makna implikaturnya bahwa di bawah kepemimpinan Ari-Arifin (AA), kehidupan Kediri lebih aman, tidak banyak pencurian karena kepemimpinan AA lebih sportif. Pemaksaan seperti ini diharapkan

dapat diterima benar dan logis oleh publik.

Strategi ketiga yang digunakan sebagai strategi persaingan simbolik adalah *pemositifan* pernyataan. *Pemositifan* berarti ‘membuat pernyataan menjadi tegas, pasti atau meyakinkan dan dapat diterima publik.

Strategi *pemositifan* yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi *peluhuran*, *pemformalan*, dan *pemartabatan*.

Data (13), (14), dan (15) berikut merupakan contoh strategi *pemositifan*.

(13) Kita tahu bahwa visi maupun misi

adalah kata-kata tertulis dan merupakan *rangkaian kata-kata saja, yang sangat terpenting adalah bagaimana kita bekerja sesuai visi dan misi*. Karena itu, kami, Harmas, dalam hal ini *berjanji untuk bekerja sekuat-kuatnya dan sebaik-baiknya ... memajukan kabupaten Kediri*. (Ps-Plh 01)

(14) Di Trenggalek sesuai dengan geografis yang ada hampir 50% kawasan hutan. Ini *kawasan tanah negara dikuasai oleh Perhutani*. ... Karena bagaimana juga, *ini secara administrasi kabupaten Trenggalek*, tetapi kalau tidak bisa dinikmati adalah kerugian masyarakat Trenggalek. (Ps-Pf 03)

(15)... kenyataan setelah survey, *masyarakat masih miskin*. ... Masyarakat sekitar hutan hanya hanya bisa menderes getah. Tidak bisa menanam tanaman tumpang sari sebab di bawah

pinus tanaman sulit hidup. (Ps-Pm 01)

Pada data (13) terdapat *peluhuran* yakni pernyataan, “visi maupun misi adalah kata-kata yang tertulis dan merupakan *rangkaian kata-kata saja*.” Pernyataan tersebut mengandung maksud bahwa “visi, misi calon bupati tidak hanya baik dalam kata-kata, bukan janji-janji manis yang tertulis.” Pernyataan (13) mengandung komitmen atau nilai perjanjian yang mengikat seseorang untuk memegang teguh dan melaksanakannya. Untuk itu, diakhir pernyataan ditutup dengan “... kami, Harmas ... *berjanji untuk bekerja sekuat-kuatnya dan sebaik-baiknya*.”

Pernyataan (13) mengandung bias dan kontradiksi, tetapi di dalam terdapat nilai komitmen bersifat *luhur (peluhuran)* dengan maksud politis, yakni membangun wacana dominan.

Data (14) merupakan pernyataan yang mengandung strategi *pemformalan* karena pernyataan “*Kawasan tanah negara (yang selama ini) dikuasai oleh Perhutani. ... secara administrasi (berada di wilayah) kabupaten Trenggalek*, tetapi kalau tidak bisa dinikmati adalah kerugian masyarakat Trenggalek” merupakan strategi *pemformalan*. Dinyatakan sebagai *pemformalan* berdasarkan adat kebiasaan bahwa suatu wilayah administrasi umumnya dikuasai oleh daerah yang bersangkutan. Hutan di wilayah Trenggalek tentu dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk masyarakat Trenggalek. Pemikiran itu yang ingin disampaikan oleh Kolik sehingga pernyataan tersebut mampu mempersuasi warga

Trenggalek khususnya warga sekitar hutan.

Pada data (15) tersebut terdapat pernyataan *masyarakat masih miskin* merupakan strategi *pemartabatan* dengan menunjukkan fakta bias, yakni *masyarakat sekitar hutan hanya bisa menderes getah, tidak bisa menanam tanaman tumpangsari*.

Pernyataan seperti (15) merupakan strategi untuk menunjukkan legitimasi (pembenaran karena mempunyai dasar) kepala daerah dalam memanfaatkan potensi wilayah. Pernyataan itu pun dapat digunakan sebagai strategi deligitimasi (terhadap Perhutani) yang menekankan bahwa kelompok sendiri yang benar (Eriyanto, 2006)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diperoleh simpulan sebagai berikut. Pertama, bentuk persaingan simbolik dalam wacana debat publik calon kepala daerah dan wakil kepala daerah berupa (1) bentuk makna kabur, (2) bentuk logika bias, dan (3) bentuk nilai bias. Bentuk makna kabur berupa (a) bias, baik bias politik, sosial, budaya, dan stereotip; (b) makna terlalu umum atau terlalu khusus; dan (c) makna implisit, baik makna implikatur, konotatif maupun kiasan. Bentuk logika bias berupa (a) generalisasi berlebihan, (b) buktilemah, dan (c) premis lemah. Bentuk nilai bias berupa (a) nilai moral dan (b) nilai ilmiah. Kedua, strategi persaingan simbolik dalam wacana debat publik meliputi (1) strategi penghalusan pernyataan dilakukan melalui (a)

pelabelan positif maupun negatif, dan (b) pengonotasian dan pengiasan; (2) strategi pelogisan dilakukan melalui (a) penyebabakibat, (b) penganalogian, dan (c) pemertegasan; dan (3) strategi pemositifan melalui (a) peluhuran, (b) pemformalan, dan (c) pemartabatan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitin tersebut disarankan (1) pelaku politik khususnya peserta debat publik agar menggunakan bentuk-bentuk yang mampu menghadirkan komunikasi politik yang dapat menimbulkan pencerahan bagi publik (calon pemilih); (2) peneliti selanjutnya disarankan meneliti respon publik karena wacana ini menampilkan jargon atau plesetan; (3) guru dan dosen bahasa disarankan menumbuhkembangkan berbahasa kritis dengan memanfaatkan wacana bahasa debat untuk mewujudkan masyarakat berdaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Badara, A. 2013. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Edisi Ketiga. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bourdieu, P.. 1991. *Language and Symbol Power*. Terjemahan oleh Gino Raymand and Matthew A. 1994. Cambridge: Harvard University Press.
- Depdiknas. 2012. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Eriyanto, 2006. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks*

- Media*. Bantul-Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara.
- Fatimah. 2014. *Strategi Pertarungan Simbolik dalam Rubrik Indonesia Satu Harian Kompas*. Tesis tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Islam Malang.
- Jazery, M. 2013. *Pertarungan Simbolik dalam Wacana Bantuan Khusus Mahasiswa*. (Online), (Journal uny.ac.id. diakses 26 September 2015).
- Roekhan. 2009. *Kekerasan Simbolik di Media Massa*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Rusdiati, S.R.. 2003. *Bahasa, Pertarungan Simbolik, dan Kekerasan*. Basis VII(11-12): 31-40.
- Santoso, A. 2002. *Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Wacana Politik*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.
- Santoso, A. 2012, *Studi Bahasa Kritis: Menguak Bahasa Membongkar Kuasa*. Bandung: Mandar Maju.
- Sobur, A. 2012. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudaryanto. 1988. *Metode Linguistik. Bagian Kedua Metode dan Teknik Pengumpulan Data*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Thomson, J.B.. 1986. *Filsafat Bahasa dan Hermeneutik*. Terjemahan oleh Abdulllah K.A. 2005. Surabaya: Visi Humanika.
- Wahyuni, L.. 2008. *Konstruksi Jender dalam Pertarungan Simbolik di Media Massa*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Malang.