

ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM PESAN PERSUASIF VIDEO KAMPANYE RIDWAN KAMIL SEBAGAI SEBUAH KEGAGALAN PADA PILKADA JAKARTA 2024

Genta Buana Pratama Putera¹, Indria Angga Dianita², Nisa Nurmauliddina Abdullah³

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,

gentabuana@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,

Indriaangga@telkomuniversity.ac.id

³ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,

nisabdullah@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to analyze Ridwan Kamil's political communication strategy in the 2024 Jakarta Regional Head Election (Pilkada) contest through YouTube social media. The focus of this study is to identify the types and functions of illocutionary, locutionary, and perlocutionary speech acts, as well as the success of persuasive messages in campaign videos uploaded by Ridwan Kamil. The research uses a qualitative approach with discourse analysis methods. Data was obtained from five campaign videos uploaded to Ridwan Kamil's official YouTube account during the campaign period. The results of research show that Ridwan Kamil's political communication is dominated by illocutionary acts in the form of invitations, commitments, and empathetic statements, but lacks a systematic and argumentative message structure. The messages conveyed emphasize emotional, visual, and symbolic aspects rather than program substance. As a result, this communication strategy was less successful in building rational confidence among Jakarta voters. This contributed to Ridwan Kamil's defeat in the 2024 regional elections. This finding aligns with previous research emphasizing the importance of balancing emotional and rational aspects in political communication to attract urban voters' attention.

Keywords: Political communication, Ridwan Kamil, Speech Acts, Persuasive Messages, 2024 Jakarta Regional Election

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik Ridwan Kamil dalam kontestasi Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Jakarta 2024 melalui media sosial YouTube. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi jenis dan fungsi tindak tutur ilokusi, lokusi, dan perlokusi serta keberhasilan pesan persuasif dalam video kampanye yang diunggah oleh Ridwan Kamil. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana. Data diperoleh dari lima video kampanye yang diunggah pada akun YouTube resmi Ridwan Kamil selama masa kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi politik Ridwan Kamil didominasi oleh tindak tutur ilokusi berupa ajakan, komitmen, dan pernyataan empatik, namun kurang mengedepankan struktur pesan yang sistematis dan argumentative. Pesan-pesan yang disampaikan lebih menekankan pada aspek emosional, visual, dan simbolik daripada substansi program. Akibatnya, strategi komunikasi tersebut kurang berhasil dalam membangun keyakinan rasional pemilih Jakarta. Hal ini berkontribusi terhadap kekalahan Ridwan Kamil dalam Pilkada 2024. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya keseimbangan antara aspek emosional dan rasional dalam komunikasi politik untuk menarik perhatian pemilih urban.

Kata Kunci: Tindak Tutur, Pesan persuasif, Struktur Bahasa, Kampanye Politik, YouTube, Ridwan Kamil

I. PENDAHULUAN

Komunikasi politik merupakan bagian esensial dalam proses demokrasi modern, khususnya dalam pelaksanaan pemilihan umum. Peran komunikasi politik tidak hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi sarana penting dalam membentuk sebuah opini publik, membangun citra diri, dan memengaruhi perilaku pemilih (McNair, 2003). Seiring berkembangnya teknologi digital, strategi komunikasi politik mengalami pergeseran dari pendekatan konvensional menuju komunikasi berbasis media sosial, yang lebih interaktif, personal dan bersifat dua arah (Feroza & Misnawati, 2021).

Dalam konteks Indonesia, penggunaan media sosial dalam kampanye politik sudah menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan, termasuk dalam Pilkada Jakarta 2024. Salah satu tokoh aktif menggunakan media digital, khususnya YouTube, sebagai saluran utama kampanye adalah Ridwan Kamil. Ridwan Kamil dikenal memiliki kemampuan visualisasi pesan yang kuat dan gaya komunikasi yang khas, yang sebelumnya cukup berhasil dalam membangun citra kepemimpinan saat menjabat sebagai wali kota Bandung dan Gubernur Jawa Barat. Namun, dalam konteks Jakarta dengan karakter pemilih urban yang kritis dan rasional, strategi komunikasi yang terlalu berfokus pada aspek emosional dan visual belum tentu efektif (Budiman et al., 2020).

Penelitian ini berfokus pada analisis komunikasi politik Ridwan Kamil melalui video kampanye di kanal YouTube selama Pilkada Jakarta 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis tindak tutur ilokusi, lokusi, dan perlokusi yang digunakan, serta menganalisis keberhasilan pesan persuasif dalam menjangkau dan memengaruhi pemilih. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis wacana yang menitikberatkan pada relasi antara teks, konteks sosial, dan kekuasaan dalam produksi pesan (Rohana & Syamsuddin, 2015).

Kajian ini menjadi penting karena memberikan pemahaman empiris mengenai bagaimana komunikasi politik dijalankan dalam format video digital dan sejauh mana keberhasilannya dalam konteks elektoral. Dari sisi lain, hasil penelitian ini juga dapat menjadi rujukan praktis bagi politisi, konsultan politik, dan akademisi dalam merancang strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan pemilih digital di era informasi.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan proses simbolis yang mempunyai tujuan untuk memengaruhi sikap, opini, dan perilaku audiens secara sukarela. Menurut (Maliki, 2019), persuasi dilakukan melalui pembujukan tanpa paksaan, sehingga komunikan memiliki kebebasan dalam menanggapi pesan yang diterima. Dalam konteks kampanye politik, komunikasi persuasif menjadi alat strategis untuk membentuk opini dan citra kandidat dimata pemilih.

De Fleur dan Ball-Rokeach (Rendy Setiawan, 2017) membagi strategi komunikasi persuasif dalam tiga kategori yakni psikodinamika yang menekankan pengaruh faktor emosional dan kognitif terhadap perilaku, sosiokultural yang berasumsi bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh norma kelompok dan tekanan sosial, dan konstruksi makna yang memandang bahwa perubahan perilaku terjadi melalui pembentukan pemahaman baru atas suatu fenomena. Strategi ini saling melengkapi dalam proses penyampaian pesan politik yang kompleks dan dinamis.

B. Teori Tindak Tutur

Teori tindak tutur atau *speech act theory* dikembangkan oleh Austin dan disempurnakan oleh Searle. Teori ini menekankan bahwa dalam setiap ujaran terdapat tindakan yang dilakukan oleh penutur. Searle (Safitri et al., 2021) membedakan tiga jenis utama tindak tutur yakni tindak ilokusi, lokusi, dan perlokusi. Dalam konteks komunikasi politik, tindak tutur digunakan untuk menafsirkan bagaimana pesan-pesan kampanye berfungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra, menegaskan komitmen, dan memengaruhi persepsi serta perilaku audiens (Irawan, 2023).

Tindak ilokusi banyak ditemukan dalam bentuk janji, ajakan, dan penegasan identitas politik. Tindak Lokusi seringkali disusun secara informative, sedangkan perlokusi mencerminkan efek dari pesan dalam bentuk reaksi, dukungan, maupun sentiment publik.

C. Kampanye Politik Digital

Kampanye politik adalah kegiatan komunikasi politik terencana yang dilakukan dalam periode tertentu untuk memperoleh dukungan pemilih. Di era digital, kampanye politik mengalami transformasi besar dengan kehadiran media sosial sebagai kanal utama komunikasi. Ridwan Kamil sebagai aktor politik, memanfaatkan YouTube untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye nya secara visual dan naratif kepada publik Jakarta. Kampanye ini mencerminkan tren kontemporer dalam politik elektoral Indonesia, dimana interaktivitas, visualisasi pesan, dan keterlibatan publik menjadi kunci sukses sebuah kampanye (Budiman et al., 2020).

Media digital juga memungkinkan pendekatan yang lebih personal dan partisipatif, menjembatani jarak antara kandidat dan pemilih. Menurut (McNair, 2003), strategi komunikasi politik mencakup perencanaan konten, pemilihan media, dan pengelolaan citra publik. Kampanye melalui YouTube memungkinkan kandidat untuk menunjukkan integritas, kompetensi, dan empati secara langsung melalui performa visual dan gaya komunikasi yang lebih fleksibel (Isa, 2024).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengkaji makna dibalik ujaran komunikasi politik Ridwan Kamil dalam video kampanye Pilkada Jakarta 2024. Menurut (Kumara, 2018) pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara holistic melalui deskripsi naratif dan interpretative terhadap data yang dikumpulkan.

Objek dalam penelitian ini berupa lima video kampanye Ridwan Kamil yang diunggah melalui kanal YouTube resminya selama masa kampanye Pilkada Jakarta 2024. Video dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan pesan politik yang ditujukan kepada masyarakat Jakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan observasi non partisipatif, yakni menyakin transkrip ujaran dalam video, kemudian menganalisisnya untuk mengidentifikasi bentuk tindak tutur ilokusi, lokusi, perlokusi, serta pesan persuasif yang digunakan.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori, yakni dengan membandingkan temuan penelitian terhadap teori komunikasi persuasif dan teori tindak tutur yang relevan. Teknik ini digunakan untuk memastikan konsistensi analisis dan meningkatkan kedalaman interpretasi, sebagaimana dikemukakan oleh (Zuchri Abdussamad, 2021), bahwa triangulasi teori merupakan cara efektif dalam menguji kredibilitas temuan dengan memanfaatkan kerangka teori yang berbeda namun saling menguatkan.

IV. . HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis lima vidio kampanye yang diunggah di kanal YouTube *@RidwanKamilOfficial*. Vidio tersebut dipilih berdasarkan kelengkapan unsur kampanye politik seperti penyampaian visi, misi, program kerja, serta ajakan kepada masyarakat. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teori tindak tutur dari Austin dan Searle, yang membagi ujaran kedalam tiga bentuk yakni ilokusi, lokusi, dan perlokusi. Peneliti berfokus pada ujaran-ujaran verbal dari Ridwan Kamil yang muncul dalam vidio.

Pada aspek tindak tutur ilokusi, ditemukan bahwa Ridwan Kamil menggunakan banyak bentuk ujaran yang bermuatan ajakan, pernyataan komitmen, dan janji politik. dalam vidio “Konser Satu Jakarta”, Ridwan kamil menyatakan bahwa setiap RW akan mendapatkan anggaran sebesar Rp.100.000.000 hingga Rp. 200.000.000. Ujaran ini termasuk kedalam tindak ilokusi komisif karena menunjukkan sikap komitmen politik kepada khalayak. Selain itu, dalam vidio “Rdiwan Kamil ke Pulau Panjang dan Pulau Untung Jawa”, Ridwan Kamil mengatakan bahwa biaya sekolah anak-anak di swasta akan ditanggung sepenuhnya oleh pemerintah provinsi. Ujaran ini juga merupakan sebuah bentuk janji yang memperkuat posisi Ridwan Kamil sebagai kandidat yang peduli terhadap pendidikan rakyat.

Tindak tutur lokusi ditemukan bahwa bentuk penyampaian informasi dan program kerja secara deskriptif. Dalam vidio “Gen Z Baru Mulai Kejra, Bisa Tinggal Di Tengah Kota?”. Ridwan Kamil menjelaskan secara langsung tentang proyek pembangunan rumah susun murah untuk anak muda Jakarta. Ujaran seperti “Kita bangun rusun subsidi untuk Gen Z yang baru mulai bekerja” mencerminkan upaya menyampaikan data secara faktual dan konkret. Ujaran-ujaran ini memperlihatkan penggunaan lokusi yang berfungsi untuk memperjelas maksud kampanye dan memudahkan audiens dalam memahami visi yang ditawarkan kandidat.

Pada aspek tindak tutur perlokusi, penelitian ini tidak menganalisis komentar atau tanggapan audiens secara langsung melalui kolom komentar atau metric YouTube seperti like dan share. Fokus penelitian ini berada pada isi pesan yang diucapkan dalam video. Namun, tindak perlokusi tetap dianalisis dalam arti bahwa ujaran Ridwan Kamil mengandung potensi untuk menciptakan efek tertentu terhadap pemirsa, seperti membangun harapan, rasa percaya, atau motivasi. Misalnya, dalam pernyataan “Jakarta harus mempunyai pemimpin yang merangkul semua suku dan agama”, Ridwan Kamil berusaha menanamkan gagasan inklusivitas yang secara potensial memengaruhi pandangan audiens mengenai siapa yang layak memimpin Jakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ridwan Kamil menyusun pesan kampanyenya dengan pendekatan retorik dan strategis yang terstruktur. Setiap tindak tutur yang digunakan seperti ilokusi, lokusi, perlokusi disesuaikan dengan konteks audiens dan kebutuhan untuk membangun citra sebagai pemimpin yang kredibel dan progresif. Ujaran- ujaran tersebut tidak hanya menyampaikan program, tetapi juga membentuk narasi kepemimpinan yang merakyat, terencana, dan solutif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan tidak bersifat monologis, tetapi diarahkan untuk membangun keterhubungan simbolik antara komunikator dan pemilih.

Secara teoritis, temuan ini mendukung gagasan bahwa komunikasi persuasif tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga cara bagaimana menyampaikannya dan dampak potensial yang bisa ditimbulkan oleh ujaran tersebut. Tindak tutur ilokusi menjadi pilar utama dalam membangun pesan kampanye politik karena dapat menyampaikan niat, janji, dan ajakan secara eksplisit. Sementara itu, tindak lokusi memperkuat kejelasan pesan, dan tindak perlokusi berperan dalam menciptakan resonansi emosional atau kognitif terhadap audiens meskipun tidak selalu terlihat secara langsung dalam interaksi digital.

Dengan demikian, struktur komunikasi kampanye Ridwan Kamil yang berbasis tindak tutur menunjukkan keberhasilan strategi dalam mengemas pesan politik menjadi media persuasi yang sistematis dan bernilai performatif. Kampanye politik melalui media digital seperti YouTube mampu menciptakan ruang komunikasi yang adaptif dan efektif, dimana bentuk ujaran memainkan peran kunci dalam membangun persepsi, menciptakan pengaruh, dan mendorong keputusan politik publik secara tidak langsung.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Ridwan Kamil, sebagai calon gubernur dalam Pilkada Jakarta 2024, secara strategis memanfaatkan platform YouTube untuk menyampaikan pesan-pesan kampanye yang bersifat persuasif. Analisis menggunakan teori tindak tutur dari Austin dan Searle menunjukkan bahwa setiap video kampanye diteliti mengandung struktur komunikasi yang kuat dan terencana, dengan dominasi tindak ilokusi dalam bentuk ajakan, pernyataan komitmen, dan janji politik. Tindak lokusi digunakan untuk menyampaikan informasi secara deskriptif dan faktual, sementara tindak perlokusi dipahami dari potensi pengaruh ujaran terhadap pemahaman dan persepsi audiens, bukan melalui interaksi langsung seperti komentar atau respons digital.

Pola penyampaian pesan digunakan Ridwan Kamil menekankan aspek performatif komunikasi politik, dimana bentuk, isi dan penyampaian pesan bekerja secara sinergis untuk membangun citra, meningkatkan kepercayaan publik, serta menanamkan nilai-nilai kepemimpinan yang inklusif, inovatif, dan partisipatif. Keberhasilan penggunaan tindak tutur dalam kampanye ini mencerminkan pentingnya peran bahasa dalam membentuk konstruksi sosial dan politik di ruang digital. Kampanye melalui YouTube terbukti menjadi ruang strategis untuk mengartikulasikan pesan politik yang bersifat personal sekaligus publik.

B. Saran

Peneliti merekomendasikan kepada para praktisi komunikasi politik, khususnya tim kampanye calon kepala daerah agar mempertimbangkan penggunaan pendekatan linguistik, seperti teori tindak tutur, dalam menyusun narasi kampanye yang lebih efektif dan komunikatif. Pemanfaatan media sosial seperti YouTube hendaknya tidak difokuskan pada tampilan visual dan estetika, tetapi juga memperhatikan dimensi ujaran dan pesan yang dapat menciptakan dampak komunikatif jangka panjang terhadap pemilih.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup studi dengan melibatkan interaksi audiens, misalnya melalui analisis komentar, data *engagement*, atau studi netnografi untuk menggambarkan secara utuh respon publik terhadap kampanye digital. Selain itu, penelitian lintas platform (Instagram, Tiktok, dan lainnya) juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi politik digital dalam kontestasi elektoral di Indonesia.

REFERENSI

- Budiman, A., Tanthowi, P. U., Asy'ari, H., Saputra, I., Manil, E. N. G., Raka Sandi, I. D. K. W., & Priyatna, N. (2020). *Mendaulatkan Suara Pemilih*.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Irawan, E. (2023). *Analisa Pesan Dan Media Kampanye Politik Politisi Muda Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Pada Pemilihan Umum Legislatif Kota Tangerang Selatan Di Tahun 2019*. XIII(1), 80–91.
- Isa, A. (2024). *Retorika Prabowo Subianto dalam Debat Pertama Pemilihan Presiden 2024*. 143–168.
- Kumara, A. R. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 3–92.
- Maliki, D. N. (2019). Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Anti-Kekerasan Seksual Oleh Komunitas Lentera Sintas Indonesia. *Komunikasi Dan Bisnis*, VII(1), 15.
- McNair, B. (2003). AN INTRODUCTION TO POLITICAL COMMUNICATION, Third edition. *An Introduction to Political Communication, Third Edition*, 1–250. <https://doi.org/10.4324/9780203699683>
- Rendy Setiawan. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF ADMIN FACEBOOK PJBO (PEKANBARU JUAL BELI ONLINE) DALAM MENARIK MINAT MEMBER TERSURVEY DI PEKANBARU*. 4(2), 1–15.
- Rohana & Syamsuddin. (2015). *Buku Analisis Wacana*. <http://eprints.unm.ac.id/19564/>
- Safitri, R. D., Mulyani, M., & Farikah. (2021). Teori Tindak Tutur dalam Studi Pragmatik. *KABASTRA: Kajian Bahasa Dan Sastra*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.31002/kabasttra.v1i1.7>
- Zuchri Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.pdf>

