

**GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO
PADA PILPRES 2014**

Riswandi
Dosen Universitas Mercu Buana Jakarta
Email: riswandi0906@gmail.com

ABSTRACT

Style of communication sometimes can be more important than the content (content) of communication. Many people who understand the content well, but not until the communication message is received or not others because of the inability to convey the message properly. In the context of the organization of the state, in order to create a quality relationships between cabinet and people in general to the president, the president needs to develop specific communication styles that are part of the character of his personality so that it can contribute to the effectiveness of his administration. The issue to be observed is how the communication style tendencies Jokowi and Prabowo as a presidential candidate in the 2014 presidential election and the communication style based on whether they can be examined personality traits. Norton suggests ten style of communication that is dominant, dramatic, animated expressive, open, argumentative, relaxed, friendly, precise and leaving an impression. Tubbs and Moss mentions six communication style that is the controlling style, the equalitarian style, the structuring style, the dynamic style, and the withdrawal style. Another concept that is relevant to the problem is the personality, which according to experts, there are four individual personality that includes melancholy, Solaris, phlegmatic, and sanguine. The study states that the communication style tends Jokowi tend phlegmatic relaxed personality, whereas Prabowo communication style tends to dramatic personality tends Solaris.

Keywords: communication style, personality, elections, communication behavior.

PENDAHULUAN

Pemilu Presiden (Pilpres) 2014 menjadi momentum yang menentukan perjalanan Bangsa Indonesia kedepan dalam berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, social, politik, budaya, dan keamanan. Mengapa demikian? Karena lewat figur-figur calon

presiden/wakil presiden (capres/cawapres) dan keputusan politik yang mereka tetapkan kita dapat melihat bagaimana rancangan dan bentuk masa depan Indonesia di masa yang akan datang. Oleh karena itu, calon-calon pemimpin bangsa ini seharusnya adalah orang-orang yang mempunyai kompetensi dan

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

integritas pribadi yang baik dan dapat diandalkan sebagai calon-calon pemimpin negara dan masyarakat.

Jika diperhatikan paracapres/cawapres tersebut berkomunikasi sebagaimana bisa dilihat atau dibaca lewat pemberitaan media, maka akan terlihat bahwa mereka mempunyai cara dan gaya masing-masing ketika menyusun dan menyampaikan pesannya kepada khalayak. Ada capres/cawapres yang terlihat *simple* (sederhana) dalam merangkai pesan-pesannya sehingga mudah untuk dipahami, ada yang menyusun kata-kata sedemikian rupa sehingga terlihat seolah-olah sistematis dan terkandung adanya ketegasan sikap, sementara ada pula capres/cawapres yang dalam berkomunikasi terlihat agak “arogan” jika dilihat dari sisi nonverbalnya. Singkatnya cara berkomunikasi paracapres/cawapres ini memiliki gaya tersendiri yang menjadi ciri khas masing-masing.

Media massa, baik cetak maupun elektronik mempunyai gaya tersendiri pula ketika meliput dan menyampaikan informasi seputar capres pada pemilu 2014. Media merupakan wahana yang sangat ampuh untuk menyosialisasikan figure dan program-program capres kepada seluruh masyarakat. Sekarang ini media, termasuk surat kabar berperan penting dalam memperkenalkan tokoh

-tokoh politik sekaligus membentuk citra tentang mereka kepada khalayak. Media menyediakan tempat bagi masyarakat untuk melihat dan mengenal calon-calon pemimpinnya dan dalam konteks ini adalah capres pada pemilu 2014. Surat kabar memiliki kelebihan dibandingkan televisi dalam hal ruang (*space*) dan durasi.

Cara atau gaya berkomunikasi terkadang menjadi lebih penting dari isi (konten) komunikasi. Banyak orang yang memahami konten dengan baik, tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima orang lain karena ketidakmampuan menyampaikan pesan tersebut dengan baik. Ketidakmampuan seorang pemimpin organisasi dalam menyampaikan pesan-pesan kepada bawahan akan berimplikasi pada ketidakmampuannya untuk memahami kebutuhan bawahan dan hal ini akan berpengaruh pula pada tidak terciptanya hubungan interpersonal yang baik di dalam organisasi tersebut.

Salah satu aspek yang penting dalam membina hubungan antara anggota dan pemimpin adalah komunikasi, dan aspek ini bisa dijadikan indikator sejauh mana hubungan itu bisa dinilai adil atau tidak. Hubungan interpersonal yang baik akan melahirkan keadilan interaksional, yaitu seimbang dan

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

saling menguntungkan antara pemimpin dan anggota (Ivan, 2012: 42).

Dalam konteks penyelenggaraan negara, dalam rangka menciptakan kualitas hubungan antar jajaran cabinet dan rakyat pada umumnya dengan presiden, maka seorang presiden perlu mengembangkan gaya komunikasi tertentu yang merupakan bagian dari karakter kepribadiannya sehingga dapat berkontribusi bagi efektivitas pemerintahannya. Dengan demikian, semua keputusan dan kebijakan yang diambil oleh presiden sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan akan mendapat dukungan dari jajaran kabinet dan rakyat. Yang diteliti ialah gaya komunikasi Calon Presiden Joko Widodo (Jokowi) dan Prabowo Subianto (Prabowo), sedangkan periode penelitian adalah pada masa kampanye Pemilu Presiden (Pilpres) sebagaimana ditetapkan Komisi Pemilihan Pusat (KPU), yaitu 10 Juni sampai dengan 6 Juli 2014.

PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. “Bagaimanakah gaya komunikasi Prabowo dan Joko Widodo pada Pilpres 2014?”

2. “Berdasarkan gaya komunikasinya itu, apakah dapat diketahui kepribadian Prabowo dan Jokowi?”

TINJAUAN PUSTAKA

Gaya Komunikasi

Ivan (2012) yang mengutip pendapat Norton mengatakan bahwa ada sepuluh gaya komunikasi sebagai berikut:

1. Dominant. Komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraan dan tidak suka pembicaraannya dipotong.
2. Dramatic. Dalam berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metaphora, cerita, fantasi, dan permainan suara.
3. Animated expressive. Komunikator cenderung menggunakan bahasa nonverbal, untuk member warna dalam berkomunikasi seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture, dan gerak badan.
4. Open. Komunikator bersikap terbuka, ramah tamah, gregarious, tidak ada rahasia dan *approachable*, sehingga timbul rasa percaya dan terbentuk komunikasi dua arah.
5. Argumentative. Komunikator cenderung suka berargumen dan agresif dalam berkomunikasi.
6. Relaxed. Komunikator lebih tenang, sabar, dan menyenangkan
7. Friendly. Komunikator mampu bersikap

positif dan saling mendukung terhadap orang lain

8. *Attentive*. Komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati, dan sensitive.
9. *Precise*. Komunikator lebih fokus pada ketelitian, dokumentasi, dan bukti dalam informasi dan argumentasi.
10. *Impression leaving*, yaitu kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya. (Ivan, 2012: 49).

Konsep lain yang juga relevan dengan topik penelitian ini ialah dari Tubbs dan Moss. Tubbs dan Moss (1996) mengemukakan pula enam gaya komunikasi, yaitu:

1. *The Controlling Style*. Ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Pada umumnya dalam bentuk kritik, tidak jarang bernada negative sehingga menyebabkan orang lain memberi respon atau tanggapan yang negative pula.
2. *The Equalitarian Style*. Di sini peserta komunikasi dapat mengungkapkan gagasan atau pendapatnya dalam suasana yang rileks, santai, dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Aspek penting dalam gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan.

Gaya komunikasi ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tulisan yang bersifat dua arah (*two way communication*).

3. *The Structuring Style*. Gaya komunikasi yang berstruktur ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Komunikator lebih memberi perhatian pada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.
4. *The Dinamic Style*. Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action oriented*). Gaya komunikasi ini dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesman* atau *saleswomen*).
5. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik. Gaya ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang

cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

6. *The Relinquishing Style*. Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat, ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan/sender mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggungjawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebankan.
7. *The Withdrawal Style*. Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut (Tubbs and Moss, 1996: 156).

Konsep lain yang mendukung untuk digunakan sebagai pisau analisis ialah tentang kepribadian. Kepribadian ialah kualitas psikologis yang memberikan kontribusi terhadap ketahanan (*enduring*) individu dan pola khusus dari perasaan, pola pikir, dan perilaku. Karakteristik kepribadian merupakan

kualitas yang setidaknya konsisten sepanjang waktu dan dalam berbagai situasi dari kehidupan seseorang. Kepribadian manusia bersifat komprehensif, artinya mengacu pada semua aspek dari individu, yaitu kehidupan mental, pengalaman emosional, dan perilaku social (Cervone dan Pervin, 2011: 267).

Gaya komunikasi merupakan bagian dari perilaku komunikasi seseorang yang prosesnya dipengaruhi oleh factor kepribadian. Factor-faktor genetis dan peran lingkungan sangat berkontribusi terhadap kepribadian dan perbedaan antarindividu. Para ahli psikologi evolusioner meyakini bahwa manusia mewarisi mekanisme psikologis yang menentukan bagaimana orang merespon lingkungan. Di sisi yang lain, lingkungan juga berperan penting dalam perkembangan kepribadian manusia. Jika kita tidak tumbuh dalam suatu lingkungan social dengan orang lain, kita bahkan tidak akan menjadi seseorang dalam hal di mana istilah “seseorang” tersebut dipahami sebagai sesuatu yang berlaku umum. Jadi faktor-faktor seperti tingkat inteligensia, struktur syaraf, sistem kepercayaan (*belief system*), pengalaman, pola-pola asuh dalam keluarga, dan pendidikan berkontribusi terhadap gaya komunikasi orang.

Filosof Yunani, Hippocrates (400 tahun Sebelum Masehi) mengemukakan empat

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

tipe kepribadian dasar manusia sebagai berikut (Cervone dan Pervin, 2011):

1. Melankolis. Ciri-cirinya adalah moody, pencemas, kaku, serius, pesimis, tertutup, antisosial, pendiam.
2. Koleris. Ciri-cirinya mudah tersentuh, tidak kenal lelah, agresif, mudah tergugah, mudah berubah, impulsive, optimistis, aktif.
3. Plegmatis. Ciri-cirinya pasif, berhati-hati, pemikir, damai, terkontrol, dapat diandalkan, tidak mudah berubah, kalem.
4. Sanguinis. Ciri-cirinya social, senang bergaul, senang berbicara, responsive, santai, bersemangat, bebas, kepemimpinan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang bersifat deskriptif ini terdiri dari dua tahap. Pada Tahap Pertama; menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Populasinya adalah seluruh surat kabar nasional, sedangkan sampelnya adalah enam surat kabar yang terbit di Jakarta dan Daerah dengan alasan keenam surat kabar ini mendapatkan penghargaan dari Dewan Pers tahun 2010 sebagai surat kabar terbaik dari sisi berita. Keenam surat kabar tersebut adalah Kompas, Suara Pembaruan, Republika, Pelita, Kedaulatan Rakyat (Jogyakarta) dan Waspada (Medan).

Terdapat 63 judul berita pada enam surat kabar yang menjadi sampel yang mengandung makna gaya komunikasi. Jadi terdapat 63 berita berbentuk *hardnews* pada enam surat kabar yang dijadikan sampel dalam penelitian ini (*total sampling*).

Penelitian difokuskan pada ucapan kedua capres tersebut dalam bentuk *pernyataan langsung* dan atau *pernyataan tidak langsung* mereka yang dimuat oleh surat kabar tersebut. Pernyataan langsung biasanya ditulis oleh surat kabar dengan menggunakan tanda petik (‘), sedangkan pernyataan tidak langsung biasanya ditulis oleh surat kabar dengan menggunakan bahasa atau kalimat redaksi (jurnalis) surat kabar itu sendiri dengan mengatasnamakan nara sumber (dalam hal ini adalah para capres).

Berikut ini dikemukakan operasionalisasi konsep gaya komunikasi beserta dimensi dan indikatornya sebagai berikut:

1. Dimensi: *Dominant*. Indikator: Komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraan dan tidak suka pembicaraannya dipotong.
2. Dimensi: *Dramatic*. Indikator: Dalam berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

- kiasan, metaphora, cerita, fantasi, dan permainan suara.
3. Dimensi: *Animated expressed*. Indikator: Komunikator cenderung menggunakan bahasa nonverbal, untuk warna dalam berkomunikasi seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture, dan gerak badan.
 4. Dimensi: *Open*. Indikator: Komunikator bersikap terbuka, ramah tamah, gregarious, tidak ada rahasia dan *approachable*, sehingga timbul rasa percaya dan terbentuk komunikasi dua arah
 5. Dimensi: *Argumentative*. Indikator: Komunikator cenderung suka berargumen dan agresif dalam berkomunikasi
 6. Dimensi: *Relaxed*. Indikator: Komunikator lebih tenang, sabar, dan menyenangkan
 7. Dimensi: *Friendly*. Indikator: Komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain
 8. Dimensi: *Attentive*. Indikator: Komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati, dan sensitive.
 9. Dimensi: *Precise*. Indikator: Komunikator lebih fokus pada ketelitian, dokumentasi, dan bukti dalam informasi dan argumentasi.
 10. Dimensi: *Impression leaving*. Indikator: Kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya.
 11. Dimensi: *The Controlling Style*. Indikator: Ada kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Pada umumnya dalam bentuk kritik, tidak jarang bernada negative sehingga menyebabkan orang lain memberi respon atau tanggapan yang negative pula.
 12. Dimensi: *The Equalitarian Style*. Indikator: Komunikator mengungkapkan gagasan atau pendapatnya dalam suasana yang rileks, santai, dan informal. Dalam suasana yang demikian, setiap anggota mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Aspek penting dalam gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan
 13. Dimensi: *The Structuring Style*. Indikator: Gaya komunikasi yang berstruktur ini memanfaatkan pesan-pesan secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan dan penjadwalan tugas.
 14. Dimensi: *The Dinamic style*. Indikator: Komunikator lebih memberi perhatian pada keinginan untuk mempengaruhi

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

15. Dimensi: *The Relinquishing Style*.
Indikator: Komunikator cenderung agresif, karena ia memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan.
16. Dimensi: *The Withdrawl Style*.
Indikator: Komunikator berupaya menstimulasi atau merangsang pendengarnya untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik. Gaya ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

Yang menjadi unit analisisnya adalah kata atau kalimat yang terdapat pada paragraph dalam berita yang mengandung nuansa atau makna sepuluh gaya komunikasi menurut Norton dan enam gaya komunikasi menurut Tubbs dan Moss. Reliabilitas penelitian ini diuji melalui Rumus Holsti, sedangkan dua orang koder ialah 1) Rahmadya Putra Nugraha, M.Si dan 2) Sofie Aunul, SE. M.Si (Dosen

Tetap FIKOM UMB) dengan hasil reliabilitas = $0,87 = 87\%$.

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah deskriptif analitis dengan rumus sebagai berikut: (Rachmat Kriyantono, 2007: 123).

$$\frac{F_x}{\sum f_x} \times 100\%$$

Pada Tahap Kedua: Teknik pengumpulan data wawancara dengan Dr. Muhammad Iqbal (pakar Psikologi Politik sekaligus pengamat politik dan Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan koding melalui analisis isi terhadap berita enam surat kabar yang menjadi objek penelitian terlihat ada empat gaya komunikasi prabowo dan Jokowi yang menonjol, yaitu *dramatic* (Prabowo), *argumentative* (Prabowo dan Jokowi), gaya komunikasi *friendly* (Jokowi), *impression leaving* (Prabowo dan Jokowi), dan *the structuring style* (Prabowo dan Jokowi).

Gaya komunikasi *dramatic* merujuk pada pesan-pesan komunikator yang disampaikan secara berlebihan, menggunakan kiasan, cerita, dan fantasi. Selama melakukan kampanye Prabowo sering menggunakan kata-

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

kata yang mengandung kiasan dan mendramatisasi pesan-pesannya, layaknya seorang orator sedang berpidato.

Prabowo memang dikenal sebagai sosok yang mempunyai latar belakang dan pengalaman cukup luas sebagai seorang militer yang *nota bene* tentu saja adalah seorang nasionalis yang cinta tanah air. Selain itu, Prabowo juga berasal dari keluarga yang terpandang di mana ayahnya dikenal sebagai seorang pakar ekonomi, yaitu Prof. Soemitro Djojohadikusumo, sedangkan kakeknya Margono Djojohadikusumo dikenal sebagai salah seorang *founding* Bank Negara Indonesia 1946.

Gaya komunikasi Prabowo lain yang menonjol adalah *argumentative*, di mana seorang komunikator yang mempunyai gaya komunikasi ini dikenal suka berargumen dan agresif dalam berkomunikasi. Gaya komunikasi lain yang menonjol pada diri Prabowo adalah *impression leaving*, yaitu gaya komunikasi seorang komunikator yang ketika menyampaikan pesan-pesannya maka dalam pesan tersebut terkandung suatu maksud ingin membentuk kesan pada komunikannya. Di sini komunikator ingin membangun citra (*image*) tentang dirinya lewat pesan-pesan yang disampaikannya dan kesan itu diharapkan terbentuk di kepala komunikannya.

Gaya komunikasi lain yang menonjol

pada diri Prabowo pada saat masa kampanye pilpres ialah *the structuring style*. Pesan-pesan verbal dan lisan yang disampaikan dalam gaya komunikasi berstruktur ini berupa perintah yang harus dilaksanakan dan penjadwalan tugas. Ketika Prabowo melakukan kampanye dan berkomunikasi dengan khalayak, maka tidak bisa dihindari bahwa ia tentu akan menyosialisasikan program-programnya jika ia terpilih kelak sebagai presiden.

Gaya komunikasi *the structuring style* yang dipakai Prabowo ini tidaklah aneh atau wajar, jika dilihat dari perspektif pengertian gaya komunikasi itu sendiri. Pada bagian terdahulu telah dijelaskan bahwa gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku yang dapat digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan untuk mendapatkan respon tertentu dalam suatu situasi tertentu pula.

Prabowo merancang dan menyusun pesan-pesannya sedemikian rupa dengan tujuan ingin mendapatkan respon tertentu dari masyarakat, dalam hal ini ialah agar masyarakat mau mendukungnya menjadi presiden dalam pemilihan presiden yang akan datang. Itulah perilaku komunikasi Prabowo yang dikategorikan sebagai *the structuring style*. Jadi gaya komunikasi ini muncul karena adanya suatu kondisi yang memaksa dan

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

menuntut, sehingga mau tidak mau dan suka tidak suka, ia harus melakukannya.

Gaya komunikasi yang menonjol pada diri Jokowi adalah *relaxed*, *argumentative*, *impression leaving*, dan *the structuring style*. Gaya komunikasi *relaxed* adalah gaya komunikasi di mana komunikator bersikap tenang, sabar, dan menyenangkan. Jokowi mempunyai gaya komunikasi yang unik di mana ia dalam setiap menyampaikan pesan-pesannya selalu tampak tenang dan tidak terburu-buru dalam mengucapkan kata-kata. Selain itu, kata-kata yang dinyatakannya cenderung mudah dimengerti oleh orang awam, dalam arti tidak menggunakan konsep-konsep yang cenderung “akademik” atau ilmiah.

Gaya komunikasi Jokowi yang ditampilkan oleh Jokowi pada saat masa kampanye yang juga cukup menonjol adalah gaya komunikasi *argumentative*. Sama seperti yang dilakukan oleh Capres Prabowo, Jokowi ketika menyampaikan pesan-pesannya juga ‘terjebak’ ke dalam pembelaan diri. Artinya ia berusaha memberikan alasan atau penjelasan terhadap setiap program ia tawarkan selaku capres dengan harapan masyarakat dapat memahaminya.

Gaya komunikasi Jokowi lain yang

juga menonjol adalah *impression leaving*. *Persis* sama seperti Prabowo, Jokowi juga mau tidak mau, suka tidak suka telah terjebak ke dalam suatu situasi di mana dia memang harus berusaha menyampaikan pesan-pesannya kepada masyarakat dengan tujuan membentuk kesan pada masyarakat, dengan harapan ia akan terpilih menjadi presiden. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan kata-kata yang dia sampaikan selalu mengarah pada pembentukan kesan positif di hati dan pikiran masyarakat.

Gaya komunikasi Jokowi berikutnya yang juga menonjol adalah *the structuring style*. Di sini tampak bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh Jokowi selaku komunikator tidak bisa dilepaskan dalam konteks kampanye pilpres, artinya pesan-pesan tersebut merupakan program-program yang ia jual dan sosialisasikan kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, kata-kata yang ia ungkapkan selalu berubah-ubah dan berganti-ganti sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada pada saat itu, dengan harapan ia mendapat respon tertentu pula dari khalayak atau masyarakat.

Gaya komunikasi Prabowo yang terungkap lewat pemberitaan media, yaitu *dramatic*, *argumentative*, *impression leaving*, dan *the structuring style* mencerminkan karakter kepribadiannya.

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

Secara teoritis kepribadian orang mengacu pada semua aspek dari individu yang mencakup kehidupan mental, pengalaman emosional, dan perilaku social, sedangkan gaya komunikasi merupakan bagian dari perilaku komunikasi seseorang yang prosesnya dipengaruhi oleh factor kepribadian.

Gaya komunikasi Prabowo yang *dramatic, argumentative, impression leaving*, dan *the structuring style* dipengaruhi oleh kepribadiannya yang cenderung *koleris*. Ciri-ciri orang dengan kepribadian *koleris* yakni mudah tersentuh, tidak kenal lelah, agresif, mudah tergugah, mudah berubah, impulsive, optimis, dan aktif. Sehubungan dengan ini, Muhammad Iqbal, Ketua Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana mengatakan:

“Kepribadian seseorang dibentuk oleh pengalaman, pola asuh dalam keluarga, pendidikan, dan juga system kepercayaannya (belief system)”. Jadi dapat dipahami bahwa kepribadian Prabowo, sebagaimana terlihat dari gaya komunikasinya, juga sedikit banyak dipengaruhi oleh pengalamannya selama dididik dalam lembaga kemiliteran dan pola asuh dalam keluarganya”. (Wawancara dengan Muhammad Iqbal: 22 Juni 2015).

“Begitu juga dengan gaya komunikasi

Jokowi yang tampak lebih tenang, bersahabat dan terbuka, merepresentasikan budaya Jawa tipikal, sebagaimana diketahui ia dilahirkan di Solo dan kuliah di Fakultas Kehutanan UGM, dan berasal dari keluarga yang sederhana dan pernah mengalami pahit getirnya kehidupan di masa kecil” (Wawancara dengan Muhammad Iqbal: 22 Juni 2015).

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa gaya komunikasi yang menonjol pada diri Jokowi adalah *relaxed, argumentative, impression leaving*, dan *the structuring style*. Secara substansial teoritis, gaya komunikasi seperti ini cenderung mempunyai karakter kepribadian *plegmatis* dengan ciri-ciri sebagai berikut: pasif, berhati-hati, pemikir, damai, terkontrol, dapat diandalkan, tidak mudah berubah, kalem.

Berdasarkan analisis media mengenai substansi gaya komunikasi Prabowo dan Jokowi yang dikonfrontir dengan hasil wawancara dengan narasumber, maka terlihat bahwa kepribadian Prabowo cenderung *Koleris*, sedangkan kepribadian Jokowi cenderung *Plegmatis*. Ciri-ciri orang yang mempunyai kepribadian *koleris* ialah mudah tersentuh, tidak kenal lelah/enerjik, agresif, mudah tergugah, mudah berubah, impulsive, optimistis, dan aktif, sedangkan orang dengan

GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PILPRES 2014

kepribadian plegmatis ciri-cirinya ialah pasif, berhati-hati, pemikir, damai, terkontrol, dapat diandalkan, tidak mudah berubah, dan *kalem*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana dikemukakan pada bagian terdahulu, maka dapatlah dikemukakan hal-hal sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi Capres Prabowo pada saat kampanye Pilpres 2014 cenderung dramatic, di mana pesan-pesannya disusun secara berlebihan, menggunakan kata-kata kiasan, bercerita dan fantasi. Gaya komunikasi ini berkaitan erat dengan karakter kepribadiannya yang cenderung Koleris dengan ciri-ciri mudah tersentuh, tidak kenal lelah, agresif, mudah tergugah, mudah berubah, impulsive, optimistis, dan aktif.
2. Gaya komunikasi Capres Jokowi cenderung relaxed, dengan ciri-ciri berbicara tenang, sabar, dan menyenangkan. Gaya komunikasi seperti ini banyak dipengaruhi oleh kepribadian Jokowi yang cenderung Plegmatis dengan ciri-ciri pasif, berhati-hati, damai terkontrol, dapat diandalkan, tidak mudah berubah, dan kalem.
3. Dari perspektif gaya komunikasi,

perilaku komunikasi Prabowo dan Jokowi tidak dilepaskan dari konteks Pilpres 2014 (situasional). Oleh karena itu pesan-pesan yang mereka sampaikan selaku komunikator ketika itu dapat pula dikategorikan sebagai gaya komunikasi argumentative, impression leaving, dan the structuring style.

**GAYA KOMUNIKASI CAPRES JOKO WIDODO DAN PRABOWO SUBIANTO
PADA PILPRES 2014**

DAFTAR PUSTAKA

- Cervone, Daniel dan Lawrence, A Pervin. 2011. *Kepribadian: Teori dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ivan. “*Memahami Gaya Komunikasi*”. Harmoni. Biro Konsultasi Psikologi UIN. Suska Riau 24 Januari 2012.
- Krippendorf, Klaus. 2003. *Analisis Isi: Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Jakarta: Penerbit Alfabeta.
- Tubbs, Stewart L & Sylvia, Moss. 1996. *Human Communication. Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: Rosdakarya.