

PERSUASI PADA DEBAT CALON GUBERNUR DAN WAKIL GUBERNUR DKI JAKARTA TAHUN 2024

PERSUASION IN THE DEBATE OF THE 2024 DKI JAKARTA GOVERNOR AND DEPUTY GOVERNOR CANDIDATES

Muhammad Wahyudin; Jumadi
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
FKIP Universitas Lambung Mangkurat
2110116210005@mhs.ulm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan wujud, teknik, dan fungsi persuasi dalam debat tersebut, sehingga dapat diketahui strategi komunikasi yang digunakan oleh para pasangan calon. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan teknik dokumentasi dan simak catat. Data dikumpulkan melalui analisis ujaran, kalimat, atau wacana yang terdapat dalam video youtube. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan langsung melalui video debat cagub dan cawagub DKI Jakarta tahun 2024 dari kanal *youtube* "Narasi Newsroom". Hasil penelitian menunjukkan adanya penggunaan wujud, teknik, serta fungsi persuasi oleh para pasangan calon. Wujud persuasi yang digunakan berupa mengajak, memohon, memerintah, menyarankan, dan melarang. Teknik persuasi mencakup teknik rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian, dan proyeksi. Fungsi persuasi meliputi fungsi mengukuhkan atau memperkuat sikap, fungsi mengubah sikap, fungsi menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu, dan fungsi memperkenalkan etika.

Kata kunci: Persuasi, debat, calon gubernur, wakil gubernur

Abstract

This study aims to describe the use of the form, technique, and function of persuasion in the debate, so that the communication strategies used by the candidate pairs can be known. The researcher uses a qualitative method with documentation techniques and looks at notes. Data was collected through an analysis of speech, sentences, or discourse contained in youtube videos. The source of data in this study was obtained directly through the 2024 Jakarta gubernatorial and gubernatorial debate videos from the "Narasi Newsroom" youtube channel. The results of the study show the use of forms, techniques, and persuasion functions by the candidate pairs. The form of persuasion used is in the form of invite, begging, commanding, suggesting, and prohibiting. Persuasion techniques include techniques of rationalization, identification, suggestion, conformity, compensation, substitution, and projection. The function of persuasion includes the function of strengthening or strengthening an attitude, the function of changing an attitude, the function of moving a person to do something, and the function of introducing ethics.

Keywords: Persuasion, debate, governor candidates, deputy governor

Pendahuluan

Wacana merupakan satuan bahasa yang tertinggi dan terlengkap dalam sebuah hierarki gramatikal. Hal ini ditegaskan oleh (Chaer, 2012) bahwa wacana adalah satuan bahasa yang lengkap, sehingga dalam suatu hierarki gramatikal merupakan satuan tata bahasa tertinggi dan terlengkap. (Jumadi, 2017) juga menyatakan bahwa penggunaan bahasa dalam suatu wacana itu bersifat dikotomis. Artinya adanya pemisahan terhadap aspek struktur dan aspek fungsi dalam melihat suatu wacana. Salah satu jenis wacana yang sering digunakan oleh para politikus adalah wacana persuasi. (Akbari, 2025) menyatakan bahwa wacana persuasif adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi, membujuk, atau meyakinkan penerima agar menerima suatu gagasan, pendapat, atau melakukan tindakan tertentu, dan wacana ini sering ditemukan dalam konteks debat.

Persuasi adalah bahasa yang digunakan seseorang dengan tujuan untuk berusaha memengaruhi orang lain agar orang lain melakukan sesuatu yang telah dipersuasikan. (Keraf, 2017) menyatakan bahwa persuasi adalah sebuah seni berbahasa yang digunakan untuk meyakinkan pendengar atau pembaca agar mengikuti kehendak pembicara atau penulis. Unsur utama dalam persuasi adalah kepercayaan, sehingga seseorang yang menggunakan bahasa persuasi harus berusaha menumbuhkan kepercayaan hadirin atau pembaca agar maksud dan tujuan yang dipersuasikan bisa tercapai. Persuasi sering digunakan dalam argumentasi, yaitu untuk meyakinkan orang lain (Hilmina dkk., 2024). Persuasi umumnya disampaikan melalui pendekatan yang bersifat emosional, yaitu dengan cara membangkitkan perasaan pembaca agar pandangannya dapat dipengaruhi atau diubah. Persuasi tidak dilakukan dengan kekerasan maupun paksaan terhadap penerima persuasi, melainkan harus dengan upaya rangsangan berupa bujukan, rayuan, ataupun ajakan agar orang lain mengikuti sesuai dengan keinginannya.

Bahasa persuasi juga banyak digunakan dalam proses debat. Debat adalah suatu pertukaran pendapat mengenai ide atau gagasan seseorang dan saling memberi alasan untuk mempertahankan pendapatnya. (Pratama dkk., 2018) juga menyatakan bahwa debat adalah proses saling adu argumentasi antar pribadi maupun antarkelompok yang berusaha mendiskusikan suatu permasalahan. Selaras dengan pernyataan tersebut, (Atus dkk., 2025) juga menyatakan bahwa debat merupakan bentuk wacana lisan yang berisi pertukaran pendapat dan adu argumen secara intens, sehingga menjadi sarana bagi penutur untuk menyampaikan gagasan sekaligus memengaruhi audiens melalui tuturan yang digunakan. (Futiah, 2021) menyatakan bahwa debat bertujuan untuk meyakinkan pendengar bahwa gagasan yang disampaikan paling baik, mendengarkan gagasan orang lain, serta menemukan solusi dari

permasalahan yang dijadikan sebagai mosi dalam debat. Persuasi dalam debat sering diiringi dengan kalimat deklaratif yang bertujuan untuk mengungkapkan pernyataan agar orang lain memperoleh informasi yang disampaikan (Hamidah dkk., 2023). Terdapat beberapa jenis-jenis persuasi yang banyak dikenal oleh masyarakat, diantaranya persuasi advertensi, politik, propaganda, dan pendidikan. Salah satu jenis persuasi yang banyak menarik antusias masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia adalah persuasi politik. Persuasi politik biasanya digunakan oleh para politisi dalam kampanye, debat, dan agenda politik lainnya untuk memperoleh banyak dukungan dari orang lain. Pilkada tahun 2024 menjadi salah satu ajang politisi atau calon kepala daerah untuk menyampaikan visi dan misinya kepada pendukungnya dengan gaya bahasa dan retorikanya masing-masing, tidak terlepas dari penggunaan bahasa persuasif.

Salah satu rangkaian dalam kontestasi Pilkada 2024 adalah debat Pilkada. Dalam hal ini, debat yang menjadi fokus peneliti adalah debat Pilkada DKI Jakarta 2024. Debat tersebut diikuti oleh tiga pasangan calon, yaitu Ridwan Kamil sebagai calon gubernur dan Suswono sebagai calon wakil gubernur dari pasangan nomor urut satu, Dharma Pongrekun bersama Kun Wardana dari pasangan nomor urut dua, serta Pramono Anung yang berpasangan dengan Rano Karno dari pasangan nomor urut tiga. Pilkada DKI Jakarta dipilih sebagai objek penelitian karena kota Jakarta masih memiliki peran penting dalam pusat kegiatan ekonomi, bisnis, maupun sektor lainnya di tingkat nasional, walaupun sudah tidak lagi menjadi Ibu Kota Negara Indonesia. Berbagai permasalahan perkotaan sering menjadi perhatian publik bahkan mancanegara, sehingga dalam hal ini debat politik menjadi momentum penting bagi para paslon untuk menyampaikan gagasannya. Debat menjadi penting untuk diteliti lebih mendalam karena banyak ditemukan ujaran oleh peserta debat, yaitu cagub dan cawagub yang mengarah pada penggunaan bahasa persuasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini nantinya akan lebih memperdalam lagi mengenai penggunaan wujud, teknik, dan fungsi bahasa persuasi yang disampaikan oleh calon gubernur dan wakil gubernur dengan menggunakan analisis teori dari Gorys Keraf.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti mengangkat judul “Persuasi pada Debat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Tahun 2024”. Penelitian ini diharapkan nantinya dapat dijadikan sebagai bahan referensi pembelajaran maupun penelitian lanjutan mengenai bahasa persuasi.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam mengenai bentuk, teknik, dan fungsi bahasa persuasi dimanfaatkan oleh para peserta dalam debat calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2024. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan keadaan sifat suatu objek atau gejala tertentu (Abdussamad, 2021).

Waktu dan Tempat Penelitian

Proses pengumpulan serta analisis data dalam penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan. Penelitian dilakukan secara online melalui platform YouTube, yaitu pada kanal “Narasi Newsroom”

Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini berasal dari unggahan video kanal *youtube* “Narasi Newsroom”. Kanal tersebut dipilih karena mengunggah video debat pilkada dari beberapa provinsi, termasuk provinsi DKI Jakarta. Video yang diunggah terdiri dari debat pertama, kedua, dan ketiga.

Prosedur

Peneliti mengumpulkan data melalui metode simak yang didukung oleh teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mencari video debat cagub dan cawagub DKI Jakarta tahun 2024, kemudian mendengarkan dan mencatat tuturan yang menggunakan wujud, fungsi, dan teknik persuasi pada kanal *youtube* “Narasi Newsroom”.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini bersumber dari penggunaan bahasa persuasi dalam debat calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2024. Instrumen penelitian disusun berdasarkan pendekatan teori mengenai bahasa persuasi, dengan dukungan perangkat telepon genggam sebagai media penunjang dokumentasi. Peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik dokumentasi, yaitu dengan mengamati dan mengkaji dokumen yang berhubungan dengan topik penelitian. Peneliti mentranskrip tuturan yang terdapat dalam video debat pertama, kedua, dan ketiga cagub dan cawagub DKI Jakarta tahun 2024, kemudian mencatat tuturan yang mengarah pada penggunaan bahasa persuasi.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman. (Sugiyono, 2023) menyebutkan bahwa terdapat beberapa tahapan penting dalam analisis kualitatif, yaitu proses pengumpulan data, penyederhanaan atau reduksi data, penyajian data secara sistematis, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi hasil temuan. Peneliti mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan proses melihat, mendengar, serta mencatat semua ujaran yang disampaikan pada video debat cagub dan cawagub DKI Jakarta tahun 2024. Setelah melakukan reduksi data dengan menyeleksi tuturan yang mengandung unsur persuasi, peneliti melanjutkan ke tahap penyajian data secara sistematis dalam bentuk narasi yang tersusun dari hasil transkrip yang mengandung unsur bahasa persuasi dan kemudian diklasifikasikan sesuai dengan teori analisis yang digunakan. Tahapan terakhir dalam proses analisis data pada penelitian ini adalah menyimpulkan hasil dan melakukan verifikasi. Kesimpulan ditarik setelah seluruh tahapan sebelumnya, yaitu pengumpulan data, reduksi data, serta penyajian data, telah dilakukan. Setelah menyimpulkan, dilakukan verifikasi data dengan mengaitkan data dengan penelitian sebelumnya untuk menjadi bahan perbandingan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Wujud Bahasa Persuasi pada Debat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Tahun 2024

“Jadi sebagai gubernur jika nantinya warga masih merasa tidak adil mohon laporkan.”

(3)

Berdasarkan data (3), dapat diketahui bahwa penutur cenderung memakai bentuk bahasa persuasi berupa permohonan. Penggunaan bahasa persuasi yang bersifat memohon terlihat dari adanya kata “*mohon*” dalam tuturan tersebut. Penutur menggunakan bahasa persuasi memohon bertujuan untuk memohon kepada pendengar agar melaporkan apabila masih ada warga yang merasa tidak adil ketika penutur menjadi gubernur.

“Kita tidak boleh sombong jadi pemimpin, harus rendah hati.”

(4)

Berdasarkan data (4), dapat diketahui bahwa penutur cenderung memakai bentuk bahasa persuasi berupa larangan. Penggunaan bahasa persuasi yang bersifat melarang terlihat dari adanya kata “*tidak boleh*” dalam tuturan tersebut. Kalimat larangan tersebut dimaksudkan penutur untuk menyampaikan nilai etika dalam sebuah kepemimpinan, yaitu tidak sombong.

Jika dilihat lebih dalam lagi, ujaran tersebut bukan hanya bertujuan untuk melarang, melainkan juga untuk memunculkan citra kepemimpinan yang baik dari penutur tersebut agar terlihat bernilai bagi pendengar.

“**mari** kita berlatih untuk bekerja sama secara komunitas untuk kebaikan sesama, bukan untuk kepentingan kita pribadi.”

(7)

Berdasarkan data (7), dapat diketahui bahwa penutur cenderung memakai bentuk bahasa persuasi berupa ajakan. Penggunaan bahasa persuasi yang bersifat mengajak terlihat dari adanya kata “*mari*” dalam tuturan tersebut. Bahasa persuasi mengajak digunakan penutur untuk mengajak pendengar agar turut ikut bekerjasama demi kepentingan kelompok, bukan kepentingan pribadi.

“Untuk itu, perlu ada integrasi dan koordinasi yang sangat erat antara dunia kerja dan lingkaran kampus, lingkaran politeknik dan SMK agar bisa cocok.”

(12)

Berdasarkan data (12), dapat diketahui bahwa penutur cenderung memakai bentuk bahasa persuasi berupa saran. Penggunaan bahasa persuasi yang bersifat saran terlihat dari adanya kata “*perlu*” dalam tuturan tersebut. Bahasa persuasi menyarankan digunakan penutur untuk memberikan saran kepada berbagai pihak agar bisa bekerja sama dalam mengatasi permasalahan ketidaksesuaian antara persyaratan dan keterampilan pasar kerja dengan kompetensi pencari kerja.

“Jadi hal pertama yang harus kita lakukan adalah bagaimana kita mengoptimalkan manajemen.”

(17)

Berdasarkan data (17), dapat diketahui bahwa penutur cenderung memakai bentuk bahasa persuasi berupa perintah. Penggunaan bahasa persuasi yang bersifat perintah terlihat dari adanya kata “*lakukan*” dalam tuturan tersebut. Penutur menggunakan bahasa persuasi perintah bertujuan untuk memberikan arahan atau menyampaikan tujuan untuk mengoptimalkan manajemen suatu program.

2. Teknik Bahasa Persuasi pada Debat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Tahun 2024

“Kekuasaan adalah ibadah, bukan untuk keuntungan. Kekuasaan harus memiliki manfaat. Kekuasaan harus adil untuk semua kelompok dan kekuasaan harus mengutamakan rakyat.”

(27)

Data (27) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik rasionalisasi. Melalui teknik rasionalisasi, penutur berusaha menyampaikan alasan yang dianggap masuk akal dan berdasarkan logika mengenai sistem kekuasaan seharusnya dijalankan, yaitu untuk kepentingan rakyat dan bukan untuk keuntungan pribadi. Selain itu, teknik rasionalisasi juga digunakan penutur untuk meyakinkan pendengar melalui kalimat yang dituturkan. Kalimat yang dituturkan tersebut tampak lebih berpihak pada rakyat atau warga Jakarta sehingga pendengar akan memilihnya sebagai Gubernur DKI Jakarta.

“Gubernur DKI Jakarta sebagai ayah daripada warga Jakarta itu harus mendahulukan yang ber-KTP Jakarta.”

(47)

Data (47) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik Identifikasi. Teknik identifikasi digunakan penutur untuk membangun kedekatan emosional dengan warga Jakarta dengan mengidentifikasikan peran gubernur sebagai seorang "ayah" yang harus melindungi dan mengutamakan warganya sendiri. Pemilihan kata "ayah" sebagai representasi dari gubernur terhadap warganya dapat membangun kepercayaan serta kedekatan kepada pendengar.

“kita punya program bersama dengan DPRD yang sudah mengambil inisiatif, kita mendukung sekolah gratis tidak hanya di negeri tapi juga swasta, swasta yang ditunjuk, Insya-Allah partisipasi sekolah ada 1.100-an yang putus sekolah, itu kita bisa lakukan sebuah dukungan, khususnya ke kaum perempuan.”

(33)

Data (33) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik sugesti. Teknik sugesti digunakan penutur untuk memberi harapan dan meyakinkan bahwa akan ada banyak perempuan yang mendapatkan manfaat dari program ini, menciptakan rasa optimisme mengenai dampak positifnya. Penggunaan kata "gratis" dalam tuturan tersebut, secara tidak langsung akan mensugesti pendengar terhadap program yang ditawarkan.

“Jakarta memang merupakan pusat semua budaya, namun budaya Betawi sebagai kearifan lokal tentu akan diprioritaskan dengan gerakan membangun budaya Betawi”

(35)

Data (35) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik konformitas. Bentuk konformitas dalam tuturan tersebut tampak pada penggunaan *budaya Betawi* sebagai penyesuaian diri penutur terhadap pendengarnya yang mayoritas berasal dari suku Betawi. Teknik konformitas pada data (35) digunakan penutur untuk mengajak warga Jakarta untuk menyepakati dan mendukung pelestarian budaya Betawi sebagai bagian dari identitas kota, dengan memberikan contoh budaya yang sudah menjadi bagian dari tradisi.

“sehingga orang selatan tinggalnya di selatan tidak usah ke pusat, kerja di Selatan ngemall di selatan, orang di barat tinggal di Barat, kerja di Barat, ngemallnya di Barat, tidak semua ke pusat.”

(40)

Data (40) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik kompensasi. Bentuk teknik kompensasi yang digunakan berupa solusi yang ditawarkan penutur kepada pendengar atas persoalan mobilitas pergerakan warga Jakarta yang memusatkan aktivitasnya di pusat kota sehingga sering terjadi kepadatan. Kemudian, kompensasi yang ditawarkan oleh penutur adalah dengan membangun pusat-pusat pertumbuhan di masing-masing wilayah.

“Nah, Itulah makanya setelah Jabodetabek ini dilihat, dikembangkan menjadi aglomerasi karena di Jakarta tidak bisa menyelesaikan sendiri, baik banjir, macet, maupun polusi. Salah satunya memang harus berkolaborasi.”

(56)

Data (56) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik penggantian. Teknik penggantian digunakan penutur untuk mengganti pendekatan yang hanya fokus pada Jakarta dengan pendekatan yang lebih inklusif dan berbasis kolaborasi dengan wilayah aglomerasi Jakarta, yaitu Jabodetabek.

“Saya yakin dalam 5 tahun ke depan Jakarta akan menjadi salah satu dari 50 kota Global di dunia.”

(59)

Data (59) menunjukkan bahwa penutur menggunakan teknik proyeksi. Teknik proyeksi digunakan penutur untuk menggambarkan gambaran masa depan yang lebih baik, yang membuat pendengar merasa optimis dan percaya bahwa perubahan yang dijanjikan bisa terjadi.

3. Fungsi Bahasa Persuasi pada Debat Calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Tahun 2024

“Nama saya Muhammad Ridwan Kamil. Latar belakang pendidikan saya adalah arsitektur. Saya telah berada di diaspora di luar negeri selama 7 tahun merancang dan mengatur kota-kota dunia.”

(61)

Data (61) menunjukkan bahwa penutur menggunakan fungsi mengukuhkan atau memperkuat sikap dalam tuturannya. Penggunaan fungsi ini tampak pada kalimat *saya telah berada di diaspora di luar negeri selama 7 tahun merancang dan mengatur kota-kota dunia*. Penutur memperkuat citra dirinya sebagai pemimpin yang berpengalaman dan memiliki kompetensi dalam merancang kota. Dengan begitu, kepercayaan publik akan meningkat.

“kita akan demokratisasi warga Jakarta yang pintar untuk mendesain sendiri versi globalnya mereka...”

(75)

Data (75) menunjukkan bahwa penutur menggunakan fungsi mengubah sikap dalam tuturannya. Penutur mengubah cara pandang bahwa masyarakat tidak hanya sebagai penerima kebijakan, namun juga dapat menjadi aktor utama dalam perencanaan daerah mereka sendiri.

“Sebagai seorang pemimpin harus berani berdiri di depan untuk mengambil tanggung jawab dan risiko apapun untuk menyelamatkannya...”

(91)

Data (91) menunjukkan bahwa penutur menggunakan fungsi menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Penutur mendorong siapapun nantinya pemimpin yang terpilih harus berani untuk bertindak tegas dan berani mengambil tanggung jawab dalam memastikan suatu kebijakan yang diterapkan tidak menyengsarakan rakyat.

“Trans Jakarta tidak cukup untuk mengatasi menyelesaikan persoalan macet di Jakarta. Aglomerasi telah ada, maka yang harus dilakukan adalah Trans Jabodetabek, untuk itu untuk itu maka harus diatur dari ujungnya, ...”

(97)

Data (97) menunjukkan bahwa penutur menggunakan fungsi memperkenalkan etika dalam tuturannya. Penutur memperkenalkan kepada pendengar tentang persoalan macet di Jakarta yang salah satunya disebabkan oleh adanya aglomerasi. Penutur kemudian mengungkapkan etika yang baik terhadap persoalan tersebut melalui solusi yang diberikan, yaitu dengan memperluas mobilitas transportasi yang awalnya Trans Jakarta menjadi Trans Jabodetabek agar mengurai aktivitas warga di pusat kota untuk mengurangi kemacetan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa seluruh kandidat pasangan kepala daerah dan wakil kepala daerah DKI Jakarta dalam kontestasi Pilkada 2024 menggunakan

berbagai wujud, teknik, dan fungsi bahasa persuasi dalam debat. Wujud persuasi yang paling banyak digunakan adalah bentuk **mengajak**, karena dianggap lebih mudah dipahami dan mampu menarik perhatian audiens. Paslon nomor urut 2 menjadi paslon yang paling banyak menggunakan berbagai wujud persuasi, yaitu sebanyak 14 data. Sementara itu, teknik persuasi yang paling dominan digunakan adalah **rasionalisasi**, yang bertujuan untuk memperkuat argumentasi dengan menyertakan data dan alasan logis. Teknik ini paling banyak digunakan oleh paslon nomor urut 1. Dalam hal fungsi persuasi, tiap paslon cenderung menonjolkan fungsi yang berbeda: paslon 1 memperkuat sikap, paslon 2 mendorong tindakan, dan paslon 3 memperkenalkan etika. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi masing-masing paslon disesuaikan dengan karakteristik visi dan misi mereka.

Selain itu, hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Ilham dkk., 2021) yang juga membahas persuasi dalam konteks politik, namun berbeda dari penelitian (Harista, 2017) dan (Sari dkk., 2021) yang membahas persuasi dalam konteks dakwah dan media sosial. Temuan ini menguatkan bahwa bentuk, teknik, dan fungsi persuasi dalam debat politik memiliki kekhasan tersendiri yang lebih terarah dan terstruktur. Secara keseluruhan, bahasa persuasi memainkan peran penting dalam menyampaikan gagasan, membentuk citra pasangan calon, serta memengaruhi pilihan masyarakat dalam Pilkada DKI Jakarta tahun 2024.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa para pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2024 menggunakan berbagai bentuk, teknik, dan fungsi bahasa persuasi dalam debat. Wujud persuasi yang paling sering digunakan adalah bentuk **mengajak**, karena dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian dan memengaruhi audiens, sedangkan bentuk **memohon** paling jarang digunakan karena tidak sesuai dengan karakter debat yang menuntut kepercayaan diri dan ketegasan. Dalam hal teknik, **rasionalisasi** menjadi teknik persuasi yang paling dominan karena dianggap mampu memperkuat argumentasi dengan menyertakan data dan fakta. Sementara itu, penggunaan fungsi persuasi berbeda-beda di tiap paslon, tergantung pada program dan tujuan mereka masing-masing. Paslon nomor urut 2 menjadi yang paling dominan dalam menggunakan berbagai wujud dan teknik persuasi, sedangkan paslon nomor urut 1 lebih menonjol pada penggunaan fungsi persuasi. Menariknya, meskipun paslon nomor urut 2 paling aktif menggunakan bahasa persuasi, yang justru memenangkan Pilkada adalah paslon nomor urut 3. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam debat bukan hanya ditentukan oleh

aspek kebahasaan, tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti citra politik, penerimaan masyarakat terhadap program kerja, serta efektivitas strategi kampanye yang digunakan.

Saran

Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian ini melalui pemilihan objek atau konteks yang berbeda agar tercipta keberagaman data dan sudut pandang baru, contohnya seperti debat presiden atau debat gubernur di daerah lain, agar menghasilkan temuan yang lebih beragam dan komprehensif. Kedua, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para politisi dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif. Penggunaan bahasa persuasi terbukti berperan penting dalam membentuk kepercayaan publik dan memengaruhi opini massa. Ketiga, penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi bagi masyarakat agar lebih kritis dalam memahami ujaran para calon pemimpin. Dengan mengenali teknik-teknik persuasi, masyarakat dapat menilai setiap pernyataan secara objektif dan membuat keputusan politik yang lebih bijak dalam pemilu mendatang.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Akbari, Achmad. (2025). *Wacana Persuasif dalam Interaksi Jual Beli Pasar Terapung Lok Baintan Kabupaten Banjar*. (Tesis Magister, Universitas Lambung Mangkurat). <https://digilib.ulm.ac.id/archive/digital/detailed.php?code=42130>
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Rineka Cipta.
- Futiah, V. (2021). *Campur Kode pada Dialog Debat Capres dan Cawapres 2019* [IAIN Syekh Nurjati]. <http://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/5593>
- Harista, E. (2017). Penggunaan Bahasa Persuasi di Media Sosial dalam Berdakwah pada Akun Facebook Yusuf Mansur (Official). *Mawa'izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 6(2).
- Hamidah, Sabhan, & Faradina. (2023). Kalimat Deklaratif dalam Film "Dilan 1990". *Locana*, 6(2). <https://locana.id/index.php/JTAM/article/view/155>
- Hilmina, R., Sabhan, & Faradina. (2024). Wacana Argumentasi dalam Debat Publik Calon Wali Kota Banjarbaru. *Locana*, 7(1). <https://locana.id/index.php/JTAM/article/view/181>
- Ilham, M., Noortyani, R., & Luthfiyanti, L. (2021). Bahasa Persuasi pada Iklan Pilkada Tahun 2020 di Kalimantan Selatan. *Locana*, 4. <https://locana.id/index.php/JTAM/article/view/57>
- Jumadi. (2017). *Wacana, Kekuasaan, dan Pendidikan Bahasa*. Pustaka Pelajar.

- Keraf, G. (2017). *Argumentasi dan Narasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pratama, H., Nurcahyoko, K., Hertanto, M. A., Marina, R., Rosyidah, S., & Kristianto, A. V. (2018). *Panduan Debat Kompetitif (Edisi Revisi)*. Erhaka Utama.
- Sari, P., Jumadi, & Sabhan, (2021). Penggunaan Bahasa Persuasi pada Komentar Warganet dalam Pencegahan Wabah Covid-19 di Media Sosial Instagram. *Locana*, 4. <https://jtam.ulm.ac.id/index.php/locana/article/view/1126>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.