



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 9547-9557
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Propaganda Dalam Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017

Ian Perdana Basyuni^{1✉}, Stepi Anriani², Winata³

Sekolah Tinggi Intelijen Negara

Email: ian.perdana2026@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Dalam Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017, setiap Partai peserta menggunakan teknik propaganda sebagai upaya pemenangannya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dikaji strategi propaganda dalam pesta demokrasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang didasarkan dari pendapat. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan open ended question dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi setiap partai dalam memenangkan Pilkada, yaitu menggunakan -7 teknik propaganda dan yang mendominasi serta menunjukkan keberhasilan ialah menggunakan teknik propaganda Transfer, Testimoni dan Plain Folks.

Kata Kunci: *Strategi, Propaganda, Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017*

Abstract

In the 2017 Aceh Governor Election, each participating party used propaganda techniques as an effort to win. Therefore, this research will examine the propaganda strategy in the democratic party. This study uses a descriptive qualitative approach based on opinion. The data used in this study are primary data and secondary data. Data collection was carried out through in-depth interviews with open ended questions and document studies. The results of the study show that the strategy of each party in winning the Pilkada, namely using -7 propaganda techniques and which dominates and shows success is the use of Transfer, Testimonial and Plain Folk propaganda techniques.

Keywords: *Strategy, Propaganda, 2017 Aceh Governor Election*

PENDAHULUAN

Pemilu atau pemilihan umum penting untuk dijadikan sebuah indikator negara dengan Sistem Demokrasi karena merupakan sarana untuk masyarakat menjalani kehidupan dalam berbangsa dan bernegara. Melalui pemilu, masyarakat dapat memilih orang-orang yang menjadi wakil mereka yang akan menjadi pemimpin pemerintahan. Proses pemilihan umum harus dilaksanakan secara transparan dan memberikan kebebasan dalam menyatakan pendapat serta berorganisasi (dalam Pasal 28 UUD 1945). Dalam konteks ini, hasil pemilihan umum dapat dianggap sebagai cerminan yang akurat dari aspirasi dan partisipasi masyarakat dalam setiap perhelatan demokrasi.

Tertuang pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Pemilihan Umum berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk menerapkan kedaulatan mereka, sesuai dengan Pasal 1 Ayat (1). Pelaksanaan Pemilihan Umum harus memenuhi prinsip-prinsip "luber dan jurdil" langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, dan berlangsung di NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia) dengan nilai Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945 sebagai dasarnya. Pemilihan Umum diadakan untuk memilih berbagai jabatan seperti anggota DPR (Dewan Perwakilan Rakyat, anggota DPD (Dewan Perwakilan Daerah), Presiden dan Wakil Presiden, serta kepala Daerah.

Harris G Warren, seperti yang dikutip oleh Surbakti (2010), mengungkapkan pemilihan umum memberikan peluang bagi warga negara untuk memilih para pejabat pemerintahan serta menentukan program kerja yang diinginkan oleh mereka dari pemerintah. Melalui pemilihan tersebut, warga negara menentukan arah kebijakan yang diinginkan. Sebaliknya, menurut A. Sudiharto yang juga dikutip oleh Surbakti (2010), pemilihan umum merupakan sarana demokrasi yang sangat penting dan menunjukkan keterlibatan rakyat dalam kehidupan negara yang nyata.

Keikutsertaan warga negara dalam pemilihan tidak terbatas hanya pada pemilihan Kepala Negara, tetapi juga pada pemilihan Kepala Daerah yang dikenal sebagai Pilkada. Pilkada adalah salah satu bentuk kegiatan politik yang memungkinkan warga negara untuk menggunakan hak kedaulatan nya dalam rangka memilih pemimpin untuk diberikan Amanah jabatan selama lima tahun ke depan. Melalui Pilkada, terjadi pergantian pemimpin dengan tertib teratur, berkualitas, dan damai.

Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2012 menyebutkan Pemilihan Kepala Daerah merupakan suatu cara untuk menerapkan kedaulatan bagi rakyat di wilayah kota, kabupaten dan provinsi. Pemilihan ini harus bersumber pada nilai-nilai dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dan bertujuan untuk melakukan pemilihan kepala daerah berikut

wakilnya. Pilkada atau pemilihan kepala daerah ini juga dikenal sebagai langkah baru dalam sistem politik Indonesia, terutama di tingkat pemerintahan daerah. Proses politik tanpa melibatkan partisipasi dari pemilih dilakukan sebelum adanya Pilkada dan hal tersebut tentunya tidak termasuk dalam kategori Pemilihan Umum.

Zuhro dkk (2009:48) berpendapat Pilkada merupakan suatu kesempatan penting untuk mengganti pemimpin lokal sebagai langkah implementasi demokrasi yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat. Pilkada adalah suatu proses pemilihan yang diadakan di daerah otonom seperti tercantum pada UU No. 32 Tahun 2004. Irtanto (2008:159) berpandangan bahwa Pilkada adalah suatu proses politik yang dilakukan secara langsung untuk memilih kepala daerah.

UU Nomor 10 Tahun 2016 memuat terkait pelaksanaan Pilkada wajib dilakukan secara demokratis dengan menjunjung asas Luber dan Jurdil atau asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil untuk memilih pasangan yang menjadi calon Kepala Daerah serta Wakil Kepala Daerah. Sistem politik yang stabil dan memiliki kualitas baik diharapkan dapat tercipta melalui Pilkada dimana di dalamnya ada proses yang akan mendewasakan pemilih, penyelenggara, partai politik, termasuk media massa dalam memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah untuk daerah otonom tertentu.

Dalam dunia politik, media memainkan peran yang signifikan dan memiliki fungsi sebagai sarana bagi politisi dan negarawan untuk memperluas pengaruh mereka. Menurut Denis McQuail yang dikutip dari (Morisson, 2010), sifat media massa mampu menyentuh massa secara luas dan masif, serta untuk publik, dan mampu memberikan sorotan popularitas atau publikasi kepada orang yang tampil di media massa. Karakteristik khas dari media ini memberikan dampak untuk kehidupan politik masyarakat. Proses penyebaran pesan dalam politik sangat tergantung pada peran media. Media massa, yang memiliki jangkauan yang luas, biasanya digunakan dalam kegiatan propaganda. Keunggulan media massa dalam propaganda terletak pada efektivitasnya (Nurudin, 2002).

Dalam kehidupan politik pasca konflik di provinsi Aceh saat ini, propaganda menjadi suatu kebutuhan bagi para politisi untuk memperkenalkan diri dan mempengaruhi konsetuen sebagaimana yang terjadi pada pilkada tahun 2006, 2012 dan tahun 2017 lalu dan apabila para politisi tidak menggunakannya maupun memanfaatkannya di era kemajuan teknologi saat ini maka dapat dipastikan kandidat tersebut akan kalah sebelum pemilihan.

Pilkada di tahun 2017 telah memberikan dampak signifikan dalam dunia politik di Aceh, terutama karena meningkatnya partisipasi etnis dengan mengedepankan sifat ideologis dibandingkan pilkada lalu yang cenderung pragmatis. Partisipasi etnis ini menjadi

sumber kekuatan politik bagi pasangan Irwandi – Nova yang sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur Aceh saat itu, juga berkontribusi dalam kemenangan pasangan tersebut. Menurut data dari Komisi Pemilihan Umum, pasangan Irwandi – Nova memenangkan 53,5% suara di Kabupaten Aceh Tengah dari total 14 Kecamatan dan di Kecamatan Bintang, mereka memenangkan 66,3% suara dari total 5.951 suara sah dan tingkat partisipasi pemilih sebesar 87,5%. Namun, terdapat juga fenomena politik identitas etnis di kecamatan Bintang Kabupaten Aceh Tengah dimana masyarakatnya mudah digiring ke dalam isu primordial. Meskipun demikian, kemenangan pasangan Irwandi – Nova pada pilkada 2017 tidak hanya didasarkan pada faktor identitas etnis, tetapi juga karena rekam jejak serta faktor ketokohan pasangan calon tersebut.

Peneliti dalam hal ini juga memandang pasangan Irwandi – Nova menggunakan teknik propaganda *Plain Folks* (identifikasi terhadap suatu ide). *Plain folks* adalah sebuah strategi yang digunakan oleh seseorang untuk meyakinkan bahwa dirinya dan idenya adalah baik karena mereka mewakili kepentingan rakyat. Dengan kata lain, ini adalah cara seorang pembicara dalam mendapatkan rasa yakin dari pendengar terkait kebaikan dirinya dan idenya sebagai bagian dari rakyat. Adapun dalam penelitian ini akan dikaji terkait strategi propaganda apa saja yang digunakan dalam Pilkada Gubernur Aceh tahun 2017.

METODE PENELITIAN

Riset ini termasuk dalam pendekatan kualitatif deskriptif yang didasarkan dari pendapat. Metode ini mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam kategori, satuan uraian dasar, dan pola sehingga dapat dilakukan analisa terhadap strategi propaganda yang digunakan dalam Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan *open ended question* dan studi dokumen. Wawancara berguna untuk memperoleh narasi dari narasumber, wawancara juga penting untuk menelusuri bagaimana pemahaman dan interpretasi narasumber terhadap strategi strategi propaganda yang digunakan dalam Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik Propaganda

Pendapat Ralph D. Casey menyatakan propaganda adalah kesengajaan yang dilakukan dengan sadar sebagai upaya penguatan sikap untuk mendapatkan perubahan pendapat yang terkait dengan doktrin atau program tertentu. Di sisi lain, propaganda juga

bisa merupakan suatu usaha yang disadari oleh lembaga komunikasi untuk menyebarkan fakta dengan semangat obyektivitas dan kejujuran. (Sastropoetro, 1991:33-34). Adapun menurut Yuri Bobrakov, propaganda adalah penyebaran informasi tertentu untuk menumbuhkan pada pihak penerimanya suatu reaksi tertentu yang menurut pandangan dari si komunikator sesuai dengan keinginannya.

Dalam buku karya Onong Uchjana Effendy (2010:165), terdapat tujuh jenis teknik propaganda dan penerapannya menurut Santoso Sastropoetro. Tujuh teknik propaganda tersebut yaitu:

1. *Name Calling* (Umpatan).

Teknik *Name Calling* adalah teknik propaganda yang mengacu pada penggunaan umpatan atau kata-kata kasar untuk memberikan label negatif pada sebuah ide atau kelompok tertentu. Teknik ini bertujuan agar orang menolak ide atau kelompok tersebut tanpa mempertimbangkan argumen atau bukti yang ada.

2. *Glittering Generalities* (Sebutan yang muluk-muluk).

Glittering Generalities adalah teknik propaganda yang mengaitkan suatu konsep dengan kata-kata yang indah dan positif sehingga mempengaruhi kita untuk menerima dan mendukung hal tersebut tanpa menguji kebenarannya terlebih dahulu.

3. *Transfer* (Meminjam ketenaran).

Transfer merupakan teknik propaganda yang memanfaatkan popularitas atau kehormatan dari suatu tokoh atau hal yang dihormati oleh masyarakat, seperti kekuasaan atau pengaruh yang dimilikinya, untuk mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat. Misalnya, menggunakan citra seorang tokoh terkenal untuk memperkuat pesan yang disampaikan atau mengaitkan produk atau layanan dengan hal yang dihormati oleh masyarakat untuk meningkatkan citra positifnya.

4. *Testimonial* (Pemberian kesaksian).

Testimonial adalah teknik propaganda yang menggunakan testimoni atau saran dari orang yang dihormati atau dikagumi, atau bahkan dibenci, untuk mempengaruhi opini orang lain mengenai suatu ide, program, atau produk. Teknik ini sering digunakan dalam kegiatan komersial dan politik untuk membujuk konsumen atau pemilih untuk membeli atau memilih sesuatu dengan mengandalkan pengaruh orang yang dihormati atau dihargai.

5. *Plain Folks* (Identifikasi Terhadap Suatu Ide).

Plain folks adalah teknik propaganda yang digunakan untuk meyakinkan bahwa seseorang atau ide-idenya baik karena didasarkan pada kepentingan dan kebutuhan rakyat. Teknik ini menggambarkan pembicara atau penyebar propaganda sebagai bagian dari rakyat dan

memiliki pemahaman dan pandangan yang sama dengan mereka. Hal ini bertujuan untuk memperoleh dukungan dari rakyat dan meningkatkan kredibilitas pembicara atau penyebar propaganda.

6. *Card Stacking* (Penempatan Satu Sisi).

Card stacking adalah teknik propaganda yang melibatkan pemilihan dan penggunaan fakta/kebohongan, pernyataan logis/ tidak logis ilustrasi/penyimpangan dengan tujuan memperoleh argumen terbaik/ terburuk pada suatu program, gagasan, produk, maupun orang. Dalam arti yang lebih luas, teknik ini mencoba untuk menutupi fakta atau kebenaran dengan mengemukakan bukti-bukti palsu sehingga audiens dibuat terkecoh. Teknik ini menekankan satu sisi fakta sehingga audiens hanya melihat sudut pandang yang satu saja.

7. *Bandwagon Technique*.

Teknik ini mengandalkan upaya untuk mempengaruhi khalayak untuk mendukung suatu gagasan atau program dengan membuat mereka percaya bahwa mayoritas orang sudah setuju. Dengan menggunakan teknik ini, propaganda dapat mendorong khalayak untuk mengikuti tindakan atau pendapat yang populer atau telah dilakukan oleh sebagian besar orang.

Selain tujuh teknik propaganda di atas, terdapat dua teknik propaganda tambahan, yaitu *Teknik Reputable Mouthpiece* dan *Using All Form of Persuasions* dari Emory S. Bogardus dan Lawrence W. Doob dalam buku karya Nurudin (2002:34). Berikut penjelasannya:

1. *Reputable Mouthpiece* (Sanjungan yang tidak sesuai fakta).

Reputable Mouthpiece adalah cara untuk menyampaikan sesuatu yang tidak sesuai dengan kenyataan. Biasanya, teknik ini digunakan oleh orang yang memuji atasan mereka, namun sebenarnya tidak tulus dalam hal itu.

2. *Using All Form Of Persuasion* (Penggunaan bentuk persuasi)

Cara ini dilakukan dengan cara mempengaruhi orang lain melalui rayuan atau ucapan yang halus.

Strategi Propaganda Dalam Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017

Pada tanggal 15 Februari 2017, dilaksanakan Pemilihan Umum Gubernur Aceh untuk memilih Gubernur Aceh periode 2017-2022. Terdapat enam pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur yang mendaftar di Komisi Independen Pemilihan (KIP) Aceh, yang terdiri dari 3 pasangan calon independen dan 3 pasangan calon dari partai politik. Zaini Abdullah, Gubernur saat itu, mengajukan diri sebagai calon independen di Pilgub Aceh 2017, berpasangan dengan Nasaruddin, Bupati Aceh Tengah. Tarmizi Abdul Karim, mantan Irjen

Kementerian Dalam Negeri dan Plt. Gubernur Aceh pada 2012, memutuskan untuk maju bersama Teuku Machsalmina Ali dan didukung oleh beberapa partai politik seperti Golkar, NasDem, dan PPP. Abdullah Puteh, mantan Gubernur Aceh pada periode 2000-2004, juga mencalonkan diri sebagai independen dengan Sayed Mustafa Usab sebagai pasangannya. Irwandi Yusuf, mantan Gubernur Aceh pada periode 2007-2012, memutuskan untuk maju bersama Nova Iriansyah dari Partai Demokrat dan didukung oleh beberapa partai politik seperti Nasional Aceh, Demokrat, Damai Aceh, Kebangkitan Bangsa, dan PDI Perjuangan. Muzakkir Manaf, Wakil Gubernur Aceh saat itu, juga mencalonkan diri bersama Teuku Al Khalid dari Partai Gerindra dengan dukungan dari beberapa partai politik seperti Aceh, Gerindra, Bulan Bintang, dan PKS. Terdapat satu pasangan calon independen lainnya, yaitu mantan Menteri Pertahanan Gerakan Aceh Merdeka, Zakaria Saman, yang berpasangan dengan Teuku Alaidinsyah, Bupati Aceh Barat. (Wikipedia.org, 2017).

Teknik Name Calling

Teknik propaganda ini digunakan oleh Partai Aceh (PA) dengan mengkampanyekan bahwa Partai Nasional Aceh (PNA) adalah Partai Nasrani Aceh. Selain itu, Muzakir Manaf pernah juga pernah memberi pernyataan yang mendiskreditkan profesi Irwandi Yusuf yang merupakan dokter hewan dengan menyatakan bahwa Aceh merana di bawah kepemimpinan dokter hewan dan dokter manusia. Sementara itu, PNA melakukan teknik propaganda *name calling* ini dengan mendiskreditkan KPA (Komite Peralihan Aceh) yang merupakan wadah peralihan GAM bentukan PA

Teknik Glittering Generalities

Teknik ini dilakukan PA melalui semboyan-semboyan yang sering digaungkan dalam setiap kampanye, yaitu "*Kalau (PA) kalah. Kekacauan akan terus terjadi di Aceh tapi kalau (PA) menang kekacauan tak terjadi lagi di Aceh karna kita bisa mensejahterakan*". Selain itu PA juga kerap berkampanye dengan menggunakan pantun yang berbunyi "*Nyoe Koen ie Bandung Leuhop, Nyoe Koen Droë Bandum Goep, artinya, Kalau bukan kita tidak bisa mejutkan cita-cita, kalau kita pasti bisa dan pasti setia pada cita-cita kita. Mari kita bersama mejutkan cita-cita rakyat Aceh*". Sementara itu, PNA berkampanye dengan pesan yang menyatakan bahwa "*calon PNA adalah mantan pejuang GAM, perunding Helsinki. Dan Partai Nasional yang koalisi dengan PNA adalah partai SBY yang menginisiasi perdamaian. Sedangkan calon lain berkoalisi dengan mantan komandan kopassus yang diduga melakukan kekerasan kepada rakyat Aceh*." Dalam teknik propaganda *glittering generalities* yang digunakan PNA, terselip juga teknik *name calling*, yaitu dengan melabeli calon dari PA

didukung oleh Tokoh yang 'buruk' karena diduga pernah melakukan kekerasan pada rakyat Aceh.

Teknik Transfer

Partai Aceh dengan kandidat Muzakir Manaf dan Teuku Al Khalid didukung oleh 16 organisasi relawan, diantaranya Rakan Mualem, Gerakan Rakyat Dukung (Gardu) Mualem, Sahibul Mualem, Laskar Cut Nyak Dien, Pelajar Mualem Anti Narkoba, Rakan Muda Mualem, Suara Rakyat Aceh (SURA), Pongni Mualem, Komando Mualem, Rakyat Meurehom Keu Mualem, Balai Aliansi Ceuding Ayu, Barisan Petani, Nelayan Aceh pendukung Mualem, (PNA-PM), Gerakan Rakyat Dukung Mualem (Geradum), Wareh Mualem, Sahabat Maulem dan Brigade Becak Aceh 3 Sagoe. Selain itu, Partai Aceh juga didukung oleh ulama-ulama lokal. Hal ini dimanfaatkan oleh Partai Aceh sebagai salah satu teknik propagandanya dalam upaya pemenangan pilkada tahun 2017. Sementara itu, Partai Nasional Aceh juga berusaha meraih kemenangan melalui pendekatan langsung kepada masyarakat dengan memanfaatkan tokoh-tokoh ulama dan tokoh masyarakat setempat sebagai juru bicara Partai.

Propaganda PA dengan teknik transfer dilakukan melalui semboyan *Punutoh Ulama*, artinya, kita menjalankan perintah ulama. Itulah yang sering di agungkan oleh pendukungnya dalam setiap pertemuan baik dengan tokoh adat, tokoh budaya, dan tokoh lainnya yang di anggap berkompeten. Sementara itu, PNA meminjam popularitas Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dimana pengaruh SBY sebagai presiden yang menyetujui MoU Helsinki dan Irwandi sebagai mantan ketua Aceh Monitoring Mission (AMM) dari GAM, untuk mempengaruhi para pemilih yang intelektual karena PNA menasar kelompok muda dan intelektual. Selain itu, digaungkan juga pernyataan bahwa Irwandi Yusuf dengan bahasa Inggrisnya yang baik, pendidikannya di Amerika, maka dia sebagai pemimpin Aceh akan diterima oleh dunia internasional. Apalagi, Irwandi pernah diundang Arnold Schwarzenegger, gubernur California pernah mengundang Irwandi Yusuf terkait dengan programnya Aceh Green. Dalam hal ini, PNA meminjam popularitas aktor internasional juga, tidak hanya nasional.

Teknik Testimonial

PA hanya menggunakan dan mengandalkan testimonial dari calon kandidatnya saja, yaitu Muzakir Manaf dan juga tokoh agama yang hanya terkenal di daerah lokal. Berbeda halnya dengan PNA dimana partai ini benar-benar memaksimalkan teknik propaganda testimonial dengan menggunakan tokoh-tokoh khusus yang berpengaruh seperti dari

ulama, Tengku Muhammad Amin (Tumin), dari orang tua GAM (Tengku Sanusi, Sofyan Daud, Bakhtiar Abdullah, M Nur Djuli), dari Jakarta, tokoh-tokoh PDIP seperti Rokhmin Dahuri, Ganjar Pranowo, serta dari tokoh-tokoh militer yang ada di Aceh seperti Soenarko. Dengan itu, terkirim pesan kepada pemilih, bahwa Irwandi Yusuf didukung oleh ulama dan tokoh nasional.

Teknik Plain Folks

Partai Aceh mengusung eks Panglima GAM, yaitu Muzakir Manaf sebagai calonnya. Hal ini dilakukan karena Partai Aceh, sebuah partai politik lokal, memiliki jaringan politik yang luas dan mencakup seluruh lapisan masyarakat termasuk yang paling bawah. Sebagai partai lokal yang didirikan oleh mantan anggota Gerakan Aceh Merdeka (GAM), Partai Aceh berhasil memenangkan pemilihan umum pada tahun 2009 dan 2014. Pada pilkada tahun 2017, partai ini mencanangkan visi misi "Aceh yang Sejahtera, Berdaulat, dan Bermartabat Berdasarkan MoU Helsinki dan UUPA dalam Bingkai NKRI" dengan fokus pada 5 kunci utama, yaitu: (1) Keimanan berdasarkan Ahlussunnah Wal-Jama'ah dan Mazhab Syafi'i yang telah diwariskan oleh para pendahulu kita, (2) Otonomi besar dalam pengelolaan daerah sendiri, (3) Ekonomi mandiri berdasarkan potensi unggulan lokal, (4) Sumber daya manusia yang mampu membangkitkan kembali kejayaan peradaban Aceh dan perdamaian yang abadi dengan visi, misi, strategi, dan program prioritas pembangunan, dan (5) Pemerintahan yang dinamis, bersih, amanah, dan adil dalam melayani seluruh rakyat dengan merata.

Partai Nasional Aceh, Gabungan Irwandi Yusuf dan Nova Iriansyah pada pemilihan, memiliki visi untuk mewujudkan Aceh yang damai dan sejahtera melalui pemerintahan yang bersih, adil, dan melayani. Visi ini terdiri dari tiga kata kunci, yaitu: (1) Aceh yang damai yang berarti perdamaian yang berkelanjutan dengan menerapkan prinsip-prinsip MoU Helsinki dalam kehidupan masyarakat dan pemerintahan, (2) Aceh yang sejahtera yang berarti akses masyarakat Aceh terhadap layanan kesehatan, pendidikan, perumahan, dan kesempatan kerja serta penghasilan yang layak, dan (3) pemerintahan yang bersih, adil, dan melayani yang berarti tata kelola pemerintahan yang transparan dan bebas korupsi untuk mendukung pelayanan publik yang murah, cepat, tepat sasaran, berkualitas, dan merata. Visi ini diterapkan melalui program-program unggulan, salah satunya adalah program Jaminan Kesehatan Aceh (JKA) yang diinisiasi oleh pemerintah Aceh di masa kepemimpinan Irwandi Yusuf pada tahun 2010 dan diapresiasi positif oleh masyarakat Aceh.

Melalui visi misi dan program unggulan yang di usung, serta pasangan yang dicalonkan, baik Partai Aceh maupun Partai Nasional Aceh sama-sama menggunakan teknik

propaganda Plain Folks. Teknik ini digunakan dengan mengedepankan bahwa ide atau gagasan yang disampaikan adalah untuk kepentingan rakyat. Dengan demikian, teknik ini merupakan suatu metode yang digunakan oleh seorang pembicara untuk membujuk pendengar agar mempercayai bahwa gagasan yang disampaikan adalah baik karena dianggap sebagai "bagian dari rakyat".

Teknik Card Stacking

PA memanfaatkan teknik ini dengan menunjukkan fakta pada masyarakat umum di Aceh bahwa mereka sangat mencintai rakyat Aceh. Misalnya, penggunaan kata semboyan. "*Kami mau berdamai dengan NKRI demi rakyat Aceh, kami berdamai dengan NKRI bukan kami sudah kalah tapi kami sayang pada rakyat Aceh yg selalu jadi korban sasaran yang tidak tepat dari kedua belah pihak*". Itu kata semboyan yg sering di ucapkan oleh seluruh tokoh yang mencalonkan diri di eksekutif/legislative. Menurut Gumarni, teknik ini efektif karena pendukung dan massa partai hanya ingin mendengar Bahasa yang 'merdu' di telinga walaupun kata tersebut tak ada kenyataan dan tak ada bukti kuat. Misalnya. "*Kalau saya terpilih anda akan mendapat rumah layak huni, mendapat gaji yg besar, mendapat kesejahteraan yg lebih baik*". Kalimat tersebut dengan mudah di terima oleh pendukung dan simpatisan, walau kenyataan setelah menang tak di prioritaskan. Selain itu dikampanyekan juga janji kemerdekaan "*Jika PA menang, maka Aceh bisa merdeka, bisa kita buat apa yg kita inginkan. Maka tgg-tgg jangan pernah ragu bersama kami*".

Teknik Bandwagon Technique

PA memanfaatkan budaya dan kesenangan masyarakat Aceh berkumpul di warung kopi untuk menanamkan gagasan atau program yang diusung oleh Partai agar dapat disetujui oleh khalayak. Adapun untuk PNA, melakukan propaganda dengan teknik *bandwagon* melalui pengulangan kesuksesan program-program yang pernah dijalankan oleh Irwandi Yusuf pada saat menjabat sebelumnya, yaitu salah satunya dengan program JKA. Selain itu, PNA juga membuat program yang menonjolkan kearifan lokal dan budaya Aceh melalui program ACEH HEBAT.

SIMPULAN

Terdapat 7 teknik propaganda yang digunakan dalam Pilkada Gubernur Aceh Tahun 2017, yaitu teknik *name calling, glittering generalities, transfer, testimoni, plain folk, card stacking, dan bandwagon technique*. Strategi setiap partai dalam memenangkan Pilkada,

yaitu menggunakan ke-7 teknik propaganda tersebut dan yang mendominasi serta menunjukkan keberhasilan ialah menggunakan teknik propaganda *Transfer*, *Testimoni* dan *Plain Folks*.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Foss, Stephen W. Littlejohn dan Karen. (2016). *Theoris Of Human Communication* Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Amin, Mr. S.M. (2014). *Memahami Sejarah Konflik Aceh*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Ardianto, Elvinaro., Erdinasa, Lukiati Komala. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Bandung
- Aspinall, E. & H. Crouch. (2008). *The Aceh Peace Process: Why It Failed. (Policy Studies 1)*.
- Cangara, Hafid. (tanpa tahun). *Komunikasi Politik – Konsep, Teori, dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Cohen, Jean L. (1985). *Class and Society : The Limits of Marxian Critical Theory*. Amherest : Massachuset Press
- Effendy, Onong Uchjana. (2010). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakary
- Heryanto, Gun Gun dan Shulhan Rumar. (2013). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor
- Irtanto. (2008). *Dinamika Politik Lokal Era Otonomi Daerah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- McQuail, Denis. (2000). *Mass Communication Theories*. Fourth edition. London : Sage Publication
- Morissan, Andy Corry Wardhani, Farid Hamid. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Nurudin. (2002). *Komunikasi Propaganda*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sastropetro, S.RA. (1991). *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung: Alumni.
- Shoelhi, Mohammad. (2012). *Propaganda dalam komunikasi internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Singh, Rajendra. (2010). *Social Movements, Old and New: A Post-Modernist Critique*, New Delhi/Thousand Oaks/London: Sage Publications.
- Warren, Harris G., Leinenweber, Harry D., and Ruth O.M. Anderson. (1963). *Our Democracy at Work*. Prentice-Hall. USA: Inc
- Zuhro, R. Siti. (2009). *Demokrasi Lokal : Peran Aktor dalam Demokratisasi*, Penerbit Ombak, Yogyakarta.