

**Kode / Rumpun
Ilmu:662/Bidang Ilmu Sosial**

**LAPORAN PENELITIAN
KEMITRAAN**



**Pertarungan Wacana dalam
Representasi Identitas Keistimewaan
Yogyakarta dalam Iklan Politik Luar
Ruang Pemilu 2014**

Ketua

Zein Mufarrih Muktaf, M.Ikom

Anggota

Fajar Junaedi S.Sos, M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi Fisipol

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2014

1. Judul Penelitian : **Representasi Keistimewaan Yogyakarta dalam Iklan Politik Luar Ruang Pemilu 2014**

Kode / Rumpun Ilmu:662/Bidang Ilmu Sosial

2. Ketua Peneliti :
- a. Nama lengkap : Zein Mufarrih Muktaf, M.Ikom
 - b. NIK : 198204200710 163083
 - c. Jabatan struktural : -
 - d. Jabatan fungsional : Asisten Ahli
 - e. Fakultas : Fisipol
 - f. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - g. Alamat : Kampus Terpadu UMY, Jl. Lingkar Barat Yogyakarta
 - h. Telp/fax : 0274-387656
 - i. Telp/e-mail : 0815 7930 115
2. Anggota Peneliti :
- a. Nama : Fajar Junaedi S.Sos, M.Si
 - b. Fakultas/Jurusan : Fisipol / Ilmu Komunikasi
 - c. Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Anggota Peneliti Mahasiswa
- a. Nama lengkap : Guntur Novianto
 - b. NIM : 20100530139
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Anggota Peneliti Mahasiswa
- a. Nama lengkap : Abdurakhman
 - b. NIM :
 - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Jangka Waktu : 1 tahun
6. Pembiayaan :
- Diusulkan ke UMY : Rp. 6.000.000,00
 - Dana internal prodi : ----
 - Dana institusi lain : -----

Yogyakarta, 14 September 2014

Mengetahui,

Dekan,

Ketua peneliti,

Ali Muhammad Ph.D
NIP 197107312005011001

Zein Mufarrih Muktaf, M.Ikom
NIK 190482200010 163 083

Menyetujui Ketua LP3M UMY

Hilman Latief Ph.D
NIK 113033

Daftar Isi

Sampul	i
Lembar pengesahan	ii
Daftar Isi	iii
Ringkasan	iv
Bab 1. Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan penelitian	3
D. Manfaat	3
D. Luaran Penelitian	3
Bab 2. Tinjauan Pustaka	4
A. Representasi	4
B. Identitas Lokal Keistimewaan Yogyakarta	5
C. Periklanan	7
Bab 3. Metode Penelitian	10
A. Jenis Penelitian	10
B. Teknik Pengumpulan Data	11
C. Teknik Analisis Data	11
Bab 4. Pembahasan	14
Bab 5. Kesimpulan	54
Daftar Pustaka	56

Ringkasan

Menjelang Pemilu 2014, para politisi yang mengejar kursi kekuasaan di lembaga legislatif dari tingkat daerah sampai dengan tingkat pusat berebut simpati audiens. Salah satu media yang paling banyak dipilih adalah iklan luar ruang, baik dipasang sesuai aturan maupun yang dipasang dengan melanggar aturan, seperti pemasangan iklan luar ruang yang dipaku di pohon dan yang dipasang di ruang publik. Keriuhan komunikasi politik melalui iklan luar ruang ini semakin terasa di Yogyakarta. Isu keistimewaan Yogyakarta yang sempat menjadi polemik di sekitar tahun 2010 – 2013 menjadi salah satu isu utama yang dijual para politisi melalui iklan luar ruang. Berbeda dengan daerah lain di awal kemerdekaan, di Yogyakarta terbit Amanat dari Sri Sultan Hamengkubuwono IX dan Paku Alam VIII yang secara tegas mengatakan bahwa wilayah Yogyakarta adalah wilayah istimewa dari bagian negara Indonesia. Beragam wacana yang muncul mengenai pro-kontra bagaimana bentuk keistimewaan Yogyakarta, akhirnya berujung pada terbitnya Undang-undang nomor 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan. Setelah adanya undang-undang ini para politisi saling melakukan klaim wacana mengenai siapa yang paling “istimewa” mendukung keistimewaan Yogyakarta. Pertarungan wacana yang melibatkan beragam relasi pengetahuan dan kekuasaan mewarnai iklan politik yang dipasang politisi di Yogyakarta. Pertarungan yang hanya terjadi di daerah pemilihan Yogyakarta, tidak ada pertarungan wacana yang sekeras Yogyakarta dalam isu lokal ini. Politisi Partai Demokrat menjadi politisi yang paling agresif dalam memasang iklan politik yang bernuansa kata istimewa, seperti iklan Roy Suryo (caleg nomor urut 1 Partai Demokrat untuk DPR RI) yang memenuhi berbagai titik strategis di Yogyakarta dengan klaimnya melalui jargon “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa”. Representasi yang ditampilkan dalam iklan luar ruang politisi menjelang pemilu 2014 menjadi menarik untuk dikaji dalam penelitian yang menggunakan metode wacana kritis (*critical discourse analysis / CDA*). Metode ini akan melibatkan kajian mengenai apa yang sebenarnya berada di balik teks iklan politik luar ruang politisi yang dipasang di Yogyakarta.

Kata kunci :representasi, wacana, keistimewaan Yogyakarta, iklan

Bab 1. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan iklan politik di Indonesia mulai mengemuka sejak pemilu pertama pasca reformasi di tahun 1999. Pada masa Orde Baru, komunikasi politik nyaris tidak mengalami perubahan. Selama 32 tahun, mesin politik Golongan Karya (Golkar) yang didukung oleh pemerintah dengan mudah menguasai suara pemilih. Partai Persatuan Pembangunan (PPP) dan Partai Demokrasi Indonesia (PDI) hanya menjadi partai pelengkap. Implikasinya dalam konteks komunikasi politik adalah kegiatan komunikasi politik yang nyaris seragam dan “kuno” seperti kampanye di lapangan terbuka, konvoi dan pemasangan lambang partai di luar ruang terutama melalui bendera partai politik. Iklan belum dimanfaatkan sepenuhnya sebagai komunikasi politik pada era ini, dalam artian iklan yang benar-benar dibuat dengan standar periklanan yang baku dan modern.

Pemilu 1999 yang lebih jujur dan adil dibandingkan dengan pemilu-pemilu di masa Orde Baru, dimana partai politik bebas bersaing dalam sistem kepartaian yang multipartai, menjadikan partai politik harus mengelola program komunikasi politik dengan standar komunikasi politik modern. Model-model komunikasi politik yang diterapkan dalam demokrasi liberal banyak diadopsi oleh partai politik pada pemilu 1999, salah satunya adalah iklan politik. Pada pemilu pertama pasca reformasi ini iklan politik banyak ditandai dengan iklan partai politik, sedangkan iklan calon anggota legislatif (caleg) belum begitu mengemuka.

Kondisi ini dengan segera berubah pada pemilu 10 tahun kemudian. Pada pemilu 2009, no urut caleg tidak lagi menjadi acuan. Caleg yang lolos ke kursi kekuasaan adalah caleg yang meraih suara terbanyak. Implikasinya dalam komunikasi politik adalah munculnya program komunikasi politik yang

dilakukan caleg, terutama dengan iklan dalam ranah komunikasi politik yang lebih meng-endorse caleg daripada partai politik.

Persaingan tidak lagi caleg antar partai politik yang berbeda, namun juga caleg sesama partai politik. Fenomena ini terjadi di Yogyakarta, satu propinsi yang di sekitar tahun 2012 diriuhan oleh kontroversi keistimewaan Yogyakarta. Tarik ulur mengenai keistimewaan Yogyakarta yang diwarnai dengan beragam aksi unjuk rasa, terutama oleh para pendukung penetapan menjadi warna politik tersendiri bagi Yogyakarta yang membedakan dengan propinsi lain di Indonesia.

Pasca kontroversi keistimewaan yang berujung pada dipilihnya opsi penetapan Sri Sultan Hamengkubuwono sebagai gubernur Daerah istimewa Yogyakarta sebagai salah satu poin, partai politik berusaha membangun citra "*Ngayogyakarta*" dengan menjual isu keistimewaan dalam aktivitas komunikasi politik menjelang pemilu 2014. Hal ini bisa dilihat terutama dari iklan luar ruang para caleg dan partai politik yang menampilkan isu keistimewaan dalam *copy* iklannya. Iklan yang paling banyak memenuhi titik-titik strategis di Yogyakarta adalah iklan politisi Partai Demokrat, Roy Suryo, dengan jargon "Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa." Wacana sebagai pihak yang berpihak pada keistimewaan Yogyakarta terlihat hendak ditonjolkan oleh politisi Partai Demokrat. Klaim ini akhirnya berujung kegagalan, ketika masyarakat Yogyakarta tidak lagi memilihnya, dan ambisi Roy Suryo untuk kembali melenggang ke senayan akhirnya gagal.

Menjadi penting untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana pertarungan wacana representasi keistimewaan Yogyakarta dalam iklan politik luar ruang menjelang pemilu 2014 untuk melihat lebih lanjut mengenai pertarungan wacana keistimewaan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pertarungan wacana representasi keistimewaan Yogyakarta dalam iklan politik luar ruang pemilu 2014 ?

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wacana representasi keistimewaan Yogyakarta dalam iklan politik luar ruang pemilu 2014 .

D. Manfaat

Penelitian ini bermanfaat untuk :

- A. Mengetahui representasi keistimewaan Yogyakarta dalam iklan politik luar ruang pemilu 2014 .
- B. Mengetahui pertarungan wacana keistimewaan dalam iklan politik luar ruang.

D. Luaran Penelitian

Penelitian ini akan dijadikan laporan penelitian dan buku ber-ISBN.

Bab 2. Tinjauan Pustaka

A. Representasi

Representasi bisa dirujuk sebagai proses sosial dari kehadiran (*representing*); representasi adalah produk proses sosial dari kehadiran. Terminologi ini merujuk pada dua hal yaitu proses dan produk dari pembuatan tanda-tanda (*signs*) untuk mencapai maknanya (*meanings*) (O'Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery dan Fiske, 1995:265). Dalam pandangan Stuart Hall terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan dalam menelaah representasi, yaitu pendekatan reflektif, pendekatan intensional dan pendekatan konstruktivis. Pendekatan reflektif menyatakan bahwa makna dimengerti obyek, orang, gagasan atau kejadian di dalam dunia nyata serta bahasa berfungsi sebagai sebuah cermin, untuk memantulkan makna-makna yang senyatanya karena makna-makna tersebut telah ada di dunia ini. Pendekatan intensional menyatakan bahwa penutur, penulislah yang memperlakukan makna uniknya pada dunia melalui bahasa. Namun demikian, hakikat bahasa adalah komunikasi dan selanjutnya tergantung pada konvensi-konvensi linguistik dan persamaan aturan. Dengan demikian bahasa adalah benar-benar sistem sosial. Pendekatan konstruktivis merupakan pendekatan yang mengakui bahwa benda-benda itu sendiri maupun pengguna bahasa individual bisa melekatkan makna di dalam bahasa. Benda-benda tidak berarti ; kita menyusun makna, menggunakan sistem representasi – konsep dan tanda (Hall, 1997:24-25). David Croteau dan William Hoynes bahwa ada jarak yang memisahkan antara “dunia nyata” dan representasi media dalam dunia sosial. Dengan tegas dinyatakan bahwa isi media tidak merefleksikan realitas dari dunia sosial (Croteau dan Hoynes, 2000:194).

Graeme Burton menggarisbawahi bahwa representasi merupakan konstruk identitas untuk kelompok tertentu. Identitas tersebut merupakan “pemahaman” kita tentang kelompok yang direpresentasikan

- sebuah pemahaman tentang siapa mereka, bagaimana mereka dinilai serta bagaimana mereka dilihat oleh orang lain (Burton,2000:173).

B. Identitas Lokal Keistimewaan Yogyakarta

Keistimewaan Yogyakarta menjadi sebuah perbincangan yang menarik tahun-tahun belakangan ini. Bagaimana tidak, masyarakat Yogyakarta yang sudah nyaman dengan konsep keistimewaan akan dirubah menjadi bagian yang sama dengan wilayah Indonesia yang lain.

Gejolak tentang keistimewaan memang tidak dipungkiri membuat warga Yogyakarta gerah. Jika menilik sejarah tentang keistimewaan, maka Amanat 5 September 1945 menjadi titik tolak yang bersejarah dimana Yogyakarta menjadi bagian dari Indonesia. Amanat dari Sri Sultan Hamengkubuwono IX dan Paku Alam VIII inilah yang kemudian menjadi alat perjuangan warga Yogyakarta. Dalam amanat tersebut secara tegas mengatakan bahwa wilayah Yogyakarta adalah wilayah istimewa dari bagian negara Indonesia.

Undang-undang nomor 13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan berisi tentang keistimewaan Yogyakarta yang fokus pada 5 point utama keistimewaan yaitu pertama, pengisian jabatan kepala daerah ditetapkan oleh DPRD. Kedua, kelembagaan pemerintahan DIY. Ketiga, pertanahan. Empat, kebudayaan, dan kelima, tata ruang.

Pada Pemilu tahun 2014 kali ini, banyak calon anggota DPR/DPD atau DPRD mencoba memanfaatkan keistimewaan sebagai bagian dari kampanye mereka. Banyak media yang digunakan, salah satunya dengan menggunakan media luar ruang. Penelitian ini mencoba meneliti bagaimana identitas keistimewaan diwacanakan dalam iklan luar ruang mereka.

Identitas diri merupakan susunan gambaran diri anda sebagai seseorang (Littlejohn, 2009:130). Namun sesungguhnya identitas diri tidak bersifat sederhana, identitas diri merupakan bentuk dari sebuah tingkatan sosial yang sangat luas, dan dalam lingkup kultural yang

berbeda dimana mereka menjelaskan tentang mereka sendiri. Misalnya masyarakat Afrika, identitas seringkali dipahami sebagai sebuah hasil dari pencarian keseimbangan dalam hidup dan sebagian bergantung pada kekurangan yang didapatkan manusia dari leluhur mereka. Di Asia, identitas seringkali didapatkan bukan melalui usaha perorangan, tetapi melalui usaha kolektif kelompok dan timbal balik antar manusia. Dalam budaya Yunani, identitas dipahami sebagai suatu yang bersifat pribadi dan seseorang melihat diri bertentangan atau berbeda dengan identitas yang lain (Littlejohn, 2009: 130).

Menurut Kathryn Woodward, identitas ditandai dengan adanya perbedaan (1997:9). Kathryn Woodward mencontohkan gambaran masyarakat Kroasia dan Serbia yang sebelumnya masuk dalam negara Yugoslavia. Menurut masyarakat Serbia, mereka berbeda dengan masyarakat Kroasia, begitu juga sebaliknya. Perbedaan seringkali diperlihatkan dengan hal sepele, misalnya pilihan rokok dan cara merokok. Walaupun secara nyata, tidak ada yang berbeda antara kedua kelompok tersebut.

Identitas berakar pada relasi, yakni bagaimana seseorang bisa terlihat keberadaan dirinya diluar sana. Hal ini berbeda dengan *difference* atau perbedaan yang berakar pada penetapan simbol yang dihadirkan pada yang lain, seperti seragam, bendera negara, dan sebagainya. Identitas adalah sesuatu yang kuat melawan dan menjadi oposisi dan juga sering menghadirkan kita dengan konstruksi berdasar pada dikotomi "kita" dan "mereka". Pemahaman tentang identitas yang diutarakan oleh Kathryn Woodward merupakan konsep identitas yang merujuk pada konsep representasi yang ditulis oleh Stuart Hall.

Gudykunst menjelaskan identitas budaya sebagai bagian dari komunikasi; mengutip dari Martin J.N dan Nakayama T.K dalam bukunya *Intercultural Communication in Context* (1997) Gudykunst menjelaskan bahwa dalam perspektif komunikasi, ditekankan bahwa seseorang tidak dapat membuat identitasnya sendiri, sebagai gantinya mereka akan membangun identitasnya melalui komunikasi dengan yang lainnya

(Gudykunst, 2003:210). Pusat kajiannya adalah bahwa identitas muncul dimana terjadi pertukaran pesan antar manusia.

Douglas Kellner membagi identitas dalam dua persepsi, yakni identitas modern dan identitas tradisional. Dalam identitas modern ada hubungan individu dengan pembangunan keunikan diri. Berbeda dengan identitas tradisional, dimana identitas tradisional lebih pada fungsi kebangsaan atau suku, kelompok, atau kolektif (Kellner, 1995:232). Dalam lingkup modern, identitas berfungsi menciptakan kekhususan individu. Kellner mencontohkan perkembangan media sosial yang muncul setelah Perang Dunia II, identitas semakin dilihat hubungannya dengan *style* dan memproduksi *image*. Dalam konteks modern, problem identitas mencakup bagaimana kita membentuk, merasakan, menginterpretasikan, dan mempersembahkan diri kita, mereka dan yang lainnya. Maka dari itu Kellner menjelaskan identitas modern adalah sebagai sebuah temuan dan pembenaran esensi yang hakiki, dimana memutuskan siapa saya, sedangkan yang lain, identitas adalah konstruksi dan kreasi dari peran sosial yang ada yang bermakna atau penting (Kellner, 1995:233).

C. Periklanan

Periklanan berangakat dari kata dasar iklan. Iklan dalam konteks kebahasaan mengadopsi dari bahasa Arab *I'lan* yang kemudian dilafalkan oleh lidah orang Indonesia dengan sebutan iklan. Sesungguhnya sebutan "iklan" banyak digunakan baru akhir-akhir ini. Di dunia akademis semasa era kolonial hingga beberapa decade setelah Indonesia merdeka, sebutannya bukan iklan, sekolah iklan sering disebut dengan sekolah reklame, berangakat dari bahasa Perancis yang sama yakni *reclame*.

Periklanan atau *advertising* dalam bahasa Inggris, dan *advertentie* dalam bahasa Belanda merujuk pada artian mengalihkan perhatian. Berangakat dari akar bahasanya, kita sudah bisa memahami apa inti dari periklanan, namun untuk mencoba mengurai konsep periklanan, maka penting adanya untuk mencoba menggali lebih dalam apa itu periklanan.

Jika mengacu pada organisasi profesional agensi periklanan Inggris, *Institute of Practitioners in Advertising (IPA)*, menyebutkan ;

Bahwa periklanan mengupayakan suatu pesan penjualan yang sepersuasif mungkin kepada calon pembeli yang paling tepat atas suatu produk berupa barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya (Santosa, 2002: 3).

Jika IPA memandang periklanan sebagai upaya penjualan persuasif kepada khalayak target yang dituju dengan biaya yang semurah-murahnya, hal ini hampir sama dengan definisi yang di tulis oleh Sandra Moriarty dan kawan-kawannya dalam bukunya *Advertising (2009)*, yang menjelaskan periklanan dalam konteks yang lebih pada pragmatis ekonomi ;

Advertising adalah bentuk komunikasi berbayar yang menggunakan media massa dan media interaktif untuk menjangkau audiensi yang luas, dalam rangka menghubungkan sponsor yang jelas dengan pembeli (audiensi sasaran) dan memberikan informasi tentang produk (barang, jasa, dan gagasan) (Moriarty, 2011:9).

Mencoba mengambil intisari dari dua definisi di atas, maka periklanan adalah sebuah proses komunikasi komersial dimana unsur-unsur utamanya dengan menggunakan alat komunikasi massa yang dikelola dengan mengoptimalkan dana yang efektif.

Penelitian ini lebih fokus pada media luar ruang periklanan,. Media luar ruang adalah sebuah sebutan untuk menyebut media di luar televisi, radio, internet atau media massa lainnya yang notabenenya berada di dalam ruang. Penyebutan luar ruang berkembang setelah periklanan terus mengalami perubahan yang signifikan, seperti munculnya medium periklanan dengan memanfaatkan medium lingkungan yang ada dan berorientasi pada ruang public (Moriarty, 2011:297).Seperti baliho,

billboard, balon udara, poster di tembok, di dalam bis, Bandar udara, dan sebagainya.

Dilihat dari sisi pragmatis periklanan, media luar ruang yang dalam penelitian ini lebih merujuk pada baliho dan billboard, maka disebut juga dengan media *bellow the line*, atau media lini bawah. Media lini bawah adalah jenis media dimana jika agensi menggunakan medium itu, maka agensi periklanan mendapatkan fee. Sedangkan media lini atas, adalah media yang digunakan oleh agensi untuk beriklan, agensi mendapatkan komisi (Brierley, 2006:42).

Bab 3.

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma kritis dengan mengacu pada pendekatan wacana kritis atau biasa disebut dengan CDA (Critical Discourse Analysis). Paradigma kritis lebih menitik beratkan pada wacana praktik sosikultural.

Mengutip dari Eriyanto, CDA mengkaji wacana dari 5 elemen, yakni tindakan, konteks, sejarah, kekuasaan, dan ideologi (2001:8). Analisis wacana kritis mempunyai beberapa macam sumber metode, yang cukup dikenal luas dan banyak dipakai untuk penelitian akademisi adalah metode analisis wacana yang dikembangkan oleh Teun A Van Dijk dan Norman Fairclough. Kedua ilmuwan ini melihat wacana dengan cukup berbeda, walaupun berangkat pada paradigma yang sama, yakni kritis. Pada dasarnya paradigma kritis melihat wacana sebagai *interaction histories*. Van Dijk melihat wacana sebagai sebuah kognisi sosial, maka dari pada itu, metode yang dikembangkan oleh Van Dijk cukup populer dipakai, karena mengolaborasi elemen-elemen wacana yang nantinya didayagunakan (Eriyanto, 2001:221). Menurut Van Dijk, penelitian atas teks tidak bisa hanya menganalisis dari saja, namun juga mengkaitkan dengan praktik produksi dari wacana tersebut (Eriyanto, 2001:221).

Fairclough pun mempunyai pandangan yang sama, ia melihat sebuah teks secara holistik, yakni melihat teks secara mikro yang kemudian dihubungkan dengan makro masyarakat. Pada dasarnya Fairclough mempunyai model analisis wacana yang didasari pada hubungan dengan tradisi analisis sosial dan budaya, di mana analisis teks tersebut kemudian dikombinasikan dengan hubungan masyarakat yang

lebih luas. Maka Fairclough melihat bahwa bahasa adalah merupakan praktik kekuasaan.

Pada penelitian ini, kami menggunakan analisis wacana yang dikembangkan oleh Fairclough. Walaupun sama seperti Van Dijk, yakni berangkat dari akar tradisi kritis, namun Fairclough dengan caranya, menggabungkan analisis teks dengan tradisi sosial budaya, yang mana kecenderungan pelibatan relasi kekuasaan secara makro dan holistik lebih luas, daripada metode yang dikemukakan oleh Van Dijk.

B. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan adalah beberapa media luar ruang alat kampanye yang digunakan oleh beberapa calon anggota DPR/DPD atau DPRD di wilayah Yogyakarta

b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan elemen yang penting dalam penelitian, tanpa adanya literatur pendukung, maka akan mengalami kesulitan memperoleh data.

Pada penelitian ini studi pustaka di ambil dari buku, makalah, dokumentasi, internet, serta sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang terkumpul akan dianalisis sesuai dengan metode penelitian yang di gunakan.

C. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis. Pada pemahaman analisis wacana yang menitik beratkan pada bahasa sebagai praktik kekuasaan, maka Fairclough melihat bahwa bahasa tersusun dalam pengertian konvensional dan kreatif. Konvensional berarti menyusun identitas, hubungan dan pengetahuan dalam bahasa,

sedangkan kreatif sebaliknya, ia menandakan perubahan sosial. Dimiliki atau tidaknya fungsi reproduksi atau fungsi perubahan bahasa tergantung pada kondisi sosial yang berlaku (fleksibilitas dalam relasi kekuasaan) (Titscher, 2009:243).

Pada dasarnya Fairclough dalam analisisnya menggunakan prinsip 3 dimensi tersebut, yakni teks, praktik diskursus, dan praktek sosial (sociocultural). Pada tataran teks dilakukan analisis bentuk dan *content*. Walaupun terpisah dalam definisi, namun keduanya adalah satu kesatuan, dimana *content* dibuat oleh bentuk tertentu, begitu juga dengan sebaliknya. Pada tataran ini, analisis tidak hanya fokus pada kajian fonologi, grammar, kosakata dan semantic, namun lebih dari itu. Dikarenakan yang dibahas adalah medium iklan luar ruang, maka pemahaman tentang bahasa (wacana) tidak berangkat dari konteks bahasa yang konvensional, namun berangkat dari bahasa sebagai sebuah teks.

Tataran praktik diskursus adalah hubungan antara teks dan praktik sosial. Hal ini berkaitan dengan aspek sosio kognitif dan interpretasi teks. Sama seperti yang tataran teks, pada tataran ini praktik sosial bisa mempengaruhi dalam pembentukan teks, dan kemudian menghasilkan interpretasi berdasarkan unsur-unsur tekstual.

Tataran yang ketiga yakni praktik socialcultural berhubungan dengan berbagai tataran organisasi sosial yang berbeda-beda, yakni situasi, konteks institusional, konteks sosial atau kelompok yang lebih luas. Dalam hal ini tema kekuasaan menjadi pokok, karena kekuasaan dan ideology bisa mempengaruhi tataran kontekstual.

Berikut bagan dari analisis wacana yang dilakukan dalam penelitian ini.



Sumber : Eriyanto, (2001), *Analisis Wacana*. Yogyakarta, LKiS, hal 288

Pada tataran teks bisa dianalisis melalui 3 tahap, yakni representasi, relasi dan identitas. Representasi melihat bagaimana individu, kelompok, kegiatan ditampilkan pada teks. Pada tataran teks, seperti yang sudah diulas diatas, secara tidak langsung menemukan 2 dimensi pada teks, yang pertama adalah kosakata, dan yang kedua adalah tata bahasa (Eriyanto, 2001:290).

Pada tahap relasi, diterangkan bagaimana hubungan antara partisipan dengan media dan bagaimana partisipan digambarkan pada teks. Pada identitas, digambarkan bagaimana posisi pembuat teks, bagaimana rutinitasnya, bagaimana ia memposisikan identitasnya dan bagaimana ia melakukan sesuatu dengan sikapnya tersebut.

Bab 4. Pembahasan

A. Sejarah Keraton Yogyakarta : Dari Alas Mentaok sampai Perjanjian Giyanti

Dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia, Yogyakarta memiliki “keistimewaan” yang menjadi ciri khas yang membedakannya dengan daerah lain di Indonesia. “Keistimewaan” itu adalah status dan posisi Yogyakarta sebagai daerah istimewa. Tentu, keistimewaan yang melekat pada Yogyakarta tidak datang secara serta merta, namun didasarkan pada latar belakang historis yang mengiringi relasi Yogyakarta dan Republik Indonesia.

Memang dalam perkembangannya, keistimewaan yang melekat pada Yogyakarta dihubungkan dengan berbagai konteks, seperti konteks budaya yang menyebut bahwa Yogyakarta adalah kota budaya sekaligus kota pendidikan. Dalam konteks sebagai kota budaya, Yogyakarta dilihat sebagai daerah yang memiliki kebudayaan yang khas, sebagaimana terlihat dari artefak maupun adat yang masih berlangsung sampai saat ini. Bangunan bersejarah, terutama yang berkaitan dengan keberadaan keraton, bisa dirujuk sebagai salah satu artefak budaya yang khas Yogyakarta. Beragam upacara adat pun masih banyak dilestarikan di Yogyakarta, seperti sekaten, menjadi kekhasan Yogyakarta. Sebagai kota pendidikan, Yogyakarta dikenal sebagai kota yang dipenuhi berbagai perguruan tinggi terkemuka di Indonesia. Universitas Gadjah Mada (UGM), perguruan tinggi paling terkemuka di Indonesia, juga berada di Yogyakarta. Berdirinya UGM juga tidak lepas dari peran keraton Yogyakarta di masa Hamengkubuwono IX yang menyediakan keraton sebagai ruang kuliah bagi mahasiswa UGM.

Merujuk pada faktor sejarah bangsa Indonesia, terutama di tahun 1945 sampai dengan 1949, Yogyakarta memiliki peran sentral dalam perjuangan mempertahankan kemerdekaan Republik Indonesia yang baru seumur jagung kala itu. Upaya Belanda untuk kembali menjajah Republik Indonesia melalui agresi militer menyebabkan jatuhnya ibukota Jakarta ke

tangan tentara Belanda. Kejatuhan pusat pemerintahan di Jakarta menyebabkan presiden Soekarno dan wakil presiden Muhammad Hatta beserta elit politik mengungsi ke Yogyakarta. Atas dukungan keraton Yogyakarta, pusat pemerintahan Republik Indonesia dialihkan ke Yogyakarta. Alasan ini pula yang sering disebut dalam beragam wacana yang berkembang mengenai alasan keistimewaan yang melekat pada Yogyakarta.

Untuk mengkaji keistimewaan Yogyakarta maka perlu kiranya mendudukan keistimewaan Yogyakarta dalam latar kesejarahan. Sebelum menjadi daerah istimewa, Yogyakarta merupakan daerah swapraja yang bernama kerajaan Ngayogyakarta Hadiningrat, sebuah kerajaan yang didirikan oleh Pangeran Mangkubumi pasca Perjanjian Gianti yang memecah kerajaan Mataram menjadi dua yaitu Surakarta Hadiningrat dan Ngayogyakarta Hadiningrat. Perjanjian yang ditandatangani pada tanggal 13 Februari 1755 oleh Gubernur Nicholas Hartingh atas nama Gubernur Jenderal Jacob Mossel dari pihak Belanda. Sunan Paku Buwono III mendapat kekuasaan melestarikan kerajaan Kasunanan Surakarta Hadiningrat dan Pangeran Mangkubumi, adik kandung Sri Sunan Paku Buwono II berhak atas Ngayogyakarta Hadiningrat dan selajutnya bergelar Hamengku Buwono I (Permana,2010:45-46).

Sebagai kerajaan yang menjadi simbol budaya Jawa, berdirinya Ngayogyakarta Hadiningrat tidak lepas dari eksistensi kerajaan-kerajaan yang telah ada di tanah Jawa, terutama Pajang dan Mataram Islam. Walaupun jika ditarik lebih jauh, juga masih berkaitan dengan Demak dan Majapahit, namun pembahasan kita akan difokuskan pada Pajang dan Mataram Islam. Pada masa pra Majapahit, di Yogyakarta telah berdiri kerajaan Mataram Hindu yang dibangun oleh wangsa Syailendra. Hal ini mengindikasikan bahwa Yogyakarta sebenarnya telah lama memiliki peradaban tinggi, terutama didukung oleh letaknya di kaki Gunung Merapi yang subur. Kesuburan yang ditabur oleh abu vulkanik Gunung Merapi ini juga menyebabkan berakhirnya Mataram Hindu yang berpindah ke Jawa Timur karena bencana erupsi Gunung Merapi. Peninggalan berupa candi, seperti Prambanan dan

Borobudur memperlihatkan tingginya kemakmuran dan peradaban Mataram Hindu.

Setelah ditinggal ke Jawa bagian timur, Yogyakarta mulai dilirik lagi sebagai pusat peradaban oleh Ki Ageng Pemanahan dan putranya Bagus Sutowijoyo, setelah keduanya mendapat hadiah dari Raja Pajang, Sultan Hadiwijoyo karena jasanya membantu Pajang dalam perang melawan adipati Jipang bernama Arya Penangsang. Ki Ageng Pemanahan dan Bagus Sutowijoyo mendapat tanah perdikan di Kotagede Yogyakarta yang kala itu disebut alas mentaok (Permana,2010:48).

Setelah Ki Ageng Pemanahan wafat, kekuasaan beralih pada putranya, Bagus Sutowijoyo. Bagus Sutowijoyo melawan kekuasaan Sultan Pajang yang semakin melemah. Kerajaan Pajang akhirnya runtuh, dan pusat kerajaan Jawa beralih ke Mataram. Kekuasaan Mataram semakin luas meliputi Mataram, Kedu dan Banyumas. Bagus Sutowijoyo kemudian mengangkat dirinya sebagai raja pertama dari dinasti Mataram dengan gelar Senopati ing Alago Sayidin Panotogomo. Pada tahun 1601, Bagus Sutowijoyo meninggal dunia. Kerajaan Mataram Islam beralih pada putranya Sultan Anyokrowati. Pada masa inilah, kongsi dagang Belanda mulai masuk ke Indonesia melalui serangkaian konflik dengan bangsa pribumi. Kehadiran Belanda ini juga mengancam keberadaan kerajaan Mataram yang baru berdiri. Tahun 1613, Sultan Anyokrowati meninggal dunia dan dimakamkan di desa Krapyak, Kedu. Sepeninggalnya, posisi raja dipegang oleh Sultan Agung Anyokrokusumo. Raja ketiga dari dinasti Mataram ini berhasil mengembangkan kerajaan Mataram dengan menaklukkan kerajaan yang ada di Jawa, Madura dan Bali, termasuk berusaha mengusir Belanda dari Jayakarta (Batavia) (Permana, 2010:49-50).

Pada masa kekuasaan Sultan Agung inilah, kerajaan Mataram berada di puncak keemasannya. Keberhasilannya menyatukan kembali berbagai kerajaan, terutama di Jawa, yang terpecah-pecah pasca kehancuran Majapahit memperlihatkan masa keemasan Mataram.

Sultan Agung Anyokrokusumo meninggal dunia pada tahun 1645. Penggantinya adalah putranya bergelar Amangkurat I. Berbeda dengan masa Sultan Agung Anyokrokusumo, kerajaan Mataram pada masa Amangkurat I mengalami kemunduran, dengan ditandai berbagai pemberontakan dan konflik bersenjata yang melibatkan sesama keturunan Sultan Agung Anyokrokusumo. Pangeran Puger, adik dari Amangkurat I memberontak. Pemberontakan terbesar dilakukan oleh Trunojoyo, pangeran dari Madura. Amangkurat I meninggal setelah terdesak oleh Trunojoyo, dan selanjutnya digantikan oleh putranya, Adipati Anom yang bergelar Amangkurat II. Berbeda dengan kakeknya, Sultan Agung Anyokrokusumo yang melawan Belanda, Amangkurat II justru bekerja sama dengan Belanda untuk melawan Trunojoyo. Kerjasama dengan kolonial Belanda ini berbuah kemenangan dengan keberhasilan mengalahkan Trunojoyo (Permana,2010:50).

Namun kemenangan ini harus dibayar mahal dengan semakin kuatnya intervensi Belanda. Hal ini menyebabkan kekecewaan pada diri Amangkurat II. Amangkurat II berbalik arah dengan memusuhi Belanda, sikap sama yang dilakukan Sultan Agung Anyokrokusumo. Amangkurat II bekerja sama dengan Untung Suropati dan pasukannya yang anti pada Belanda. Setelah Amangkurat II meninggal dunia, kedudukan raja digantikan oleh Amangkurat III, yang juga dikenal dengan Sunan Mas. Sebagaimana ayahnya, Amangkurat III juga bersikap keras kepada Belanda.

Sikap keras Sunan Mas menyebabkan permusuhan dari Pangeran Puger, yang notabene adalah adik dari Amangkurat I, kakek dari Sunan Mas (Amangkurat III). Pangeran Puger berkolaborasi dengan Belanda untuk menyingkirkan Amangkurat III dari singgasana. Amangkurat III kalah dan bergabung dengan pasukan Untung Suropati meneruskan perlawanan terhadap Belanda yang didukung Pangeran Puger. Serangan pasukan Belanda menyebabkan Untung Suropati akhirnya gugur. Gugurnya Untung Suropati diikuti oleh menyerahnya Sunan Mas pada Belanda di Batavia. Pada tahun 1708, Sunan Mas diasingkan ke Ceylon (Srilangka).

Pangeran Puger yang menjadi raja baru dinasti Mataram menasbihkan dirinya dengan gelar Paku Buwono I. Gelar Paku Buwono inilah yang kemudian dipakai oleh raja-raja di Kasunanan Surakarta. Pada tahun 1714, Paku Buwono I meninggal dunia. Suksesi kepemimpinan di Keraton Mataram beralih pada Pangeran Prabu, dengan gelar Sunan Prabu. Alih-alih menggunakan gelar Paku Buwono, Sunan Prabu lebih memilih menggunakan gelar Amangkurat IV (Permana,2010:51). Pemilihannya ini tentu bukan tanpa alasan. Motifnya tentu adalah agar tidak mendapat pelabelan (*labeling*) sebagai pewaris tahta dari pemberontak, Pangeran Puger. Dengan demikian, para pendukung Amangkurat III dapat dirangkul untuk mendukung kekuasaannya.

Amangkurat IV (Sunan Prabu) meninggal dunia pada tahun 1727. Kekuasaan kerajaan Mataram beralih pada putranya yang bergelar Paku Buwono II. Pada masa pemerintahan Paku Buwono II, pemberontakan semakin meluas dan membesar. Salah satu yang menonjol adalah pemberontakan besar-besaran orang Cina terhadap kekuasaan Belanda. Paku Buwono II yang dianggap sebagai kolaborator Belanda juga ikut dilawan oleh pemberontak. Kaum pemberontak yang didukung rakyat setempat berhasil menguasai keraton Mataram yang saat itu berada di Kartosuro. Paku Buwono II mengungsi ke Ponorogo.

Pemberontakan yang dikenal dengan Geger Pecinan ini berakhir setelah ada bantuan Pangeran Cakraningrat dari Madura kepada Belanda dan Paku Buwono II. Pangeran Cakraningrat berniat ingin menguasai wilayah pesisir Jawa bagian Timur. Pada tahun 1742, Paku Buwono II berhasil meraih kembali singgasana kerajaan Mataram melalui perjanjian dengan Belanda yang semakin mengebiri kekuasaan Mataram. Belanda melalui perjanjian dengan Paku Buwono II berhak mengangkat bupati dan pejabat pemerintahan, serta Mataram harus menyerahkan wilayah pesisir utara pada Belanda (Permana,2010:52).

Kekuasaan Mataram semakin kecil setelah Perjanjian Giyanti ditandatangani pada tahun 1755, yang memecah Mataram menjadi dua yaitu

Surakarta Hadiningrat dan Ngayogyakarta Hadiningrat, sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya. Ngayogyakarta Hadiningrat meliputi Mataram (Yogyakarta), Pojong, Sukowati, Bagelen, kedu, Bumigede ditambah daerah mancanegara yang meliputi Madiun, Magetan, Cirebon, separuh Pacitan, Kartosuro, Kalangbret, Tulungagung, Mojokerto, Bojonegoro, Ngawen, Selo, Kuwu, Wonosari, Grobogan.

Perjanjian Giyanti bukan akhir usaha Belanda dalam politik *divide et impera*-nya. Dua tahun setelah Perjanjian Giyanti, kerajaan Surakarta Hadiningrat dipecah lagi menjadi dua kerajaan yaitu Mangkunegaran dan Kasunanan. Senasib dengan Surakarta Hadiningrat, Ngayogyakarta Hadiningrat pada tahun 1812 dipecah dalam dua kerajaan, yaitu Kasultanan dan Pakualaman. Setahun setelah pemecahan ini, Sri Sultan Hamengku Buwono I, menyerahkan sebagian wilayah Ngayogyakarta Hadiningrat yang berada di sebelah barat Sungai Progo kepada seorang putranya bernama Pangeran Notokusumo yang bergelar Sri Paku Alam I. Wilayah yang kemudian disebut sebagai Adikarto (Permana,2010:47).

B. Yogyakarta di Sekitar Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia : Melacak Akar Keistimewaan Yogyakarta

Pada sekitar proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia, kerajaan-kerajaan yang ada mengalami persoalan tentang sikap mereka pada kemerdekaan yang diproklamasikan Soekarno dan Muhammad Hatta di Jakarta tanggal 17 Agustus 1945. Ngayogyakarta Hadiningrat dan diikuti oleh Puro Paku Alam mengakui kemerdekaan Republik Indonesia dengan menyatakan bergabung ke dalam Republik Indonesia. Kondisi sebaliknya terjadi di Surakarta Hadiningrat. Sikap ambigu penguasa kerajaan ini terhadap kemerdekaan Republik Indonesia menyebabkan perlawanan rakyat melalui organisasi politik dan kelaskaran terhadap swapraja Surakarta Hadiningrat yang berujung pada terhapusnya Daerah Surakarta Hadiningrat dari peta politik Indonesia.

Dalam posisinya sebagai swapraja, kerajaan-kerajaan dari Dinasti Mataram Islam yang berada di Surakarta dan Yogyakarta pada dasarnya

memiliki pemerintahan sendiri yang kemerdekaannya diakui oleh kerajaan Belanda dan Inggris. Hal ini dapat dibuktikan dengan Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945, yang ternyata tuntutan kemerdekaan Republik Indonesia hanya diakui secara *de jure* meliputi bekas kekuasaan kolonial Belanda. Disebutkan bahwa di luas bekas kekuasaan kolonial Belanda, tidak berhak diakui masuk dalam Republik Indonesia. Wilayah yang dimaksud tersebut adalah empat kerajaan di Surakarta dan Yogyakarta yang dinamakan oleh Belanda sebagai *Voorstelanden*, atau daerah yang dipertuan Sunan Solo, Mangkunegoro, Sultan Yogyakarta dan Paku Alam (Effendi dalam Permana, 2010:60).

Ngayogyakarta Hadiningrat bergabung dengan Republik Indonesia melalui proses integrasi. Faktor Sri Sultan Hamengku Buwono IX yang secara arif dan bijaksana memilih bergabung dengan Republik Indonesia memilih bergabung dengan Republik Indonesia menjadikan Ngayogyakarta Hadiningrat memiliki peran penting dalam Republik Indonesia yang baru seumur jagung umurnya. Sebenarnya bisa saja Sri Sultan Hamengku Buwono IX memilih jalan lain dengan menyatakan kemerdekaan Ngayogyakarta Hadiningrat sebagai negara mandiri yang terpisah dari Republik Indonesia, namun jalan lain ini tidak ditempuhnya. Sri Paku Alam VIII mengikuti jejak Sri Sultan Hamengku Buwono IX dengan bergabung dengan Republik Indonesia.

Bergabungnya Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paku Alam VIII untuk bergabung dengan Republik Indonesia juga dipengaruhi oleh sikap cepat dan cakap para raja Jawa di wilayah Yogyakarta ini untuk bersikap. Salah satunya adalah pencabutan *vortenlanden* pada dua wilayah kerajaan Jawa yakni Kasunanan Surakarta dan Kadipaten Mangkunegaran oleh Pemerintahan Republik Indonesia berdasar pada Penetapan Pemerintah No. 16/SD-1945 yang menetapkan dua kerajaan Solo tersebut menjadi hanya wilayah karisidenan. Yang tentu saja berimbas pada pencabutan status kerajaan “merdeka” pada saat itu (Luthfi dkk, 2009:38).

Hal yang kontradiktif dilakukan oleh kerajaan di wilayah Yogyakarta. Setelah Indonesia dinyatakan merdeka melalui Proklamasi yang diumumkan oleh Soekarno-Hatta, Kedua kerajaan merespon dengan membuat Amanat 5 September 1945 yang salah satu butirnya mengatakan bahwa kedua wilayah kerajaan tersebut adalah wilayah keistimewaan dari Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Berikut pernyataan bergabungnya Ngayogyakarta Hadiningrat bergabung dengan Republik Indonesia dinyatakan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX melalui Amanat 5 September 1945, sebagai berikut :

Kami Hamengku Buwono IX, Sultan Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat menyatakan :

1. Bahwa Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat yang ebrsifat kerajaan adalah daerah istimewa dari Negara Republik Indonesia.
2. Bahwa kami sebagai Kepala Daerah memegang segala kekuasaan dalam Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat, dan oleh karena itu berhubung pada keadaan pada dewasa ini segala urusan pemerintahan dalam Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat mulai saat ini berada dalam kekuasaan kami dan kekuasaan-kekuasaan lainnya kami pegang seluruhnya.
3. Bahwa perhubungan antara Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat dengan Pemerintah Pusat Negara Republik Indonesia, bersifat langsung dan Kami bertanggung jawab atas negeri kami langsung kepada Presiden Republik Indonesia.

Dekrit yang dikeluarkan oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX ini berimplikasi pada posisi Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat yang sebelumnya merupakan monarkhi dengan wilayah yang merdeka menjadi daerah yang berada dalam kekuasaan Republik Indonesia. Dekrit yang sama, dengan redaksional yang serupa juga dikeluarkan oleh Sri Paku Alam VIII pada hari yang sama, sehingga semakin mengukuhkan integrasi Yogyakarta ke dalam Republik Indonesia.

Hal yang menjadi “istimewa” dalam Amanat 5 September 1945 ini adalah bahwa selain Ngayogyakarta Hadiningrat tetap menjadi kerajaan yang merdeka, dalam artian bahwa mereka berhak mengurus nasibnya sendiri. Hubungan antara Yogyakarta dan Pemerintah Republik Indonesia bersifat horizontal atau sejajar, yang berarti hubungan antara Pemerintah dan kerajaan bersifat langsung dan pertanggungjawaban langsung kepada Presiden (Luthfi dkk, 2009:39).

Gabungnya Paku Alaman dan Kasultanan Yogyakarta, juga menjadi awal baru penggabungan dua kekuasaan kerajaan di Yogyakarta sejak 1755. Walaupun dalam Amanat 5 September 1945 masih atas nama dua kerajaan di wilayah Yogyakarta, namun bergabungnya dua dengan Negara Kesatuan Republik Indonesia diperkuat pada Amanat 30 Oktober 1945. Berikut Amanat 30 Oktober 1945 ;

AMANAT

SRI PADUKA INKENG SINUWUN KANGDJENG SULTAN HAMENGKU BUWONO IX DAN SRI PADUKA KANGDJENG GUSTI PANGERAN ADIPATI ARIO PAKU ALAM VIII, KEPALA DAERAH ISTIMEWA NEGARA REPUBLIK INDONESIA

Mengingat:

1. Dasar-dasar yang diletakkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia ialah kedaulatan rakyat dan keadilan sosial.
2. Amanat Kami berdua pada tgl.28 Pebruari, Epe 1876 atau 5-9-1945
3. Bahwa kekuasaan-kekuasaan yang dahulu dipegang oleh Pemerintah djadjaan (dalam djaman Belanda didjalankan oleh Gubernur dengan kantornja, dalam djaman Djepang oleh Kōti Zimu Kyoku Tyōkan dengan kantornja) telah direbut oleh rakyat dan diserahkan kembali kepada Kami berdua.
4. Bahwa Paduka Tuan Komissaris Tinggi pada tanggal 22-10-1945 di Kapatihan Jogjakarta dihadapan Kami berdua dengan disaksikan oleh para Pembesar dan para Pemimpin telah menjatakan tidak perlunya akan adanya Sub-comissariat dalam Daerah Kami berdua.
5. Bahwa pada tanggal 19-10-1945 oleh Komite Nasional Daerah Jogjakarta telah dibentuk suatu Badan Pekerdja yang dipilih dari antara anggauta-anggautanja, atas kehendak rakyat dan panggilan masa, yang disertai untuk menjadi Badan Legeslatif (Badan Pembikin Undang-undang) serta turut menentukan haluan djalannya Pemerintah Daerah dan bertanggung djawab kepada Komite Nasional Daerah Jogjakarta,

maka Kami Sri Paduka Inggang Sinuwun Kangdjeng Sultan Hamengku Buwono IX dan Sri Paduka Kangdjeng Gusti Pangeran Adipati Ario Paku Alam VIII, Kepala Daerah Istimewa Negara Republik Indonesia, semufakat dengan Badan Pekeraja Komite Nasional Daerah Jogjakarta, **dengan ini mejatakan:**

Supaja djalanja Pemerintahan dalam Daerah Kami berdua dapat selaras dengan dasar-dasar Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia,

bahwa *Badan Pekeraja* tersebut adalah suatu *Badan Legeslatif* (Badan Pembikin Undang-undang) jang dapat *dianggap* sebagai *wakil rakjat* dalam Daerah Kami berdua untuk *membikin undang-undang dan menentukan haluan djalanja Pemerintahan* dalam Daerah Kami berdua jang sesuai dengan kehendak rakjat.

Kami memerintahkan supaja segenap penduduk dari segala bangsa dalam Daerah Kami berdua mengindahkan Amanant kami ini.

Jogjakarta, 24 Dulkaidah, Ehe 1876 atau 30 Oktober 1945

HAMENGKU BUWONO IX

PAKU ALAM VIII

Terbitnya Amanat 30 Oktober 1945 juga menjadi sebuah penegasan baru, bahwa Bergabungnya Yogyakarta yang merupakan kesepakatan dua kerajaan yakni Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat yang diwakili oleh Sri Sultan Hamengkubuwono IX dan Kadipaten Paku Alaman yang di wakili oleh Paku Alam VIII, harus diposisikan sebagai wilayah khusus yang berbeda dengan wilayah lain di Indonesia. Yogyakarta juga membuat Badan Pekeraja Kominte Nasional Daerah Jogjakarta yang mengajukan kepada pemeritah pusat agar dibentuk sebuah badan pekerja pembuat undang-undang yang berasal dari wakil rakyat Yogyakarta (Lutfi dkk, 2009:40).

Bergabungnya Yogyakarta dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia sebenarnya tidak begitu saja berjalan mulus, terlebih lagi karena Yogyakarta menuntut bergabungnya Yogyakarta di negara baru

Indonesia dengan satu syarat, yakni menjadi salah satu negara khusus istimewa. Tuntutan ini bukan tanpa dasar, ditilik dari sisi historis wilayah Yogyakarta merupakan wilayah “merdeka” yang pada masa lalu yakni masa kolonial dan Jepang adalah merupakan wilayah khusus. Selain itu Sri Sultan Hamengkubuwono IX dan Paku Alam VIII berpegang pada UUD 1945 pasal 18 yang mengatur tentang pembentukan daerah swapraja. Dimana Daerah Yogyakarta berhak menjadi wilayah swapraja dengan status istimewa.

Hubungan pemerintah pusat dengan wilayah Yogyakarta sempat tidak baik saat Pemerintah pusat membuat rancangan maklumat no.18 tahun 1946 yang menjadikan daerah Yogyakarta tanpa embel-embel istimewa (Lutfi, 2009:40). Tentu saja rancangan maklumat ini ditolak oleh kedua kerajaan Yogyakarta. Mereka tetap kukuh mengajukan wilayah Yogyakarta sebagai wilayah istimewa. Setelah mengadakan serangkaian perundingan, akhirnya pemerintah pusat mensahkan Undang-undang No.3 tahun 1952 yang mengakui secara resmi penggabungan Kesultanan Yogyakarta dan Kadipaten Paku Alaman sebagai daerah otonom dengan kedudukan setingkat propinsi (Lutfi dkk, 2009:40).

Jalan berbeda ditempuh oleh Surakarta Hadiningrat. Elit politik monarkhi di wilayah ini gamang bergabung dengan Republik Indonesia. Sikap yang dilatarbelakangi ketakutan atas berkurangnya atau bahkan tanggalnya kekuasaan monarkhi oleh kekuatan radikal pejuang yang anti pada feodalisme. Posisi dua kerajaan di Surakarta semakin sulit ketika mereka menghadapi kondisi Surakarta (Solo) yang menjadi basis pejuang yang berposisi pada pemerintahan Soekarno – Hatta, terutama setelah Perjanjian Linggarjati. Jika Soekarno – Hatta memilih Yogyakarta sebagai pusat pemerintahan sementara, kaum oposisi memilih Solo sebagai basis konsolidasi.

Tan Malaka dan para pengikutnya yang tergabung dalam Persatuan Perjuangan (PP) dengan terutama Gerakan Revolusi Rakyat

(GRR) serta Barisan Banteng yang anti feodalisme melakukan serangkaian penolakan terhadap swapraja Surakarta. Pertikaian yang semakin memuncak di Solo melibatkan berbagai faksi. Solo, kota republik kedua setelah Yogyakarta pada masa Revolusi Kemerdekaan Republik Indonesia (1945 - 1949) menjadi pertarungan kaum oposisi melawan pemerintahan Soekarno - Hatta, dan juga sesama kaum oposisi. GRR berseberangan dengan Front Demokrasi Rakyat (FDR) yang dikonsolidasikan oleh Partai Komunis Indonesia (PKI) di bawah kepemimpinan Muso yang baru datang dari Uni Sovyet. Divisi Siliwangi yang hijrah dari Jawa Barat menuju Solo dan sekitarnya sebagai konsekuensi Perjanjian Linggarjati terlibat konflik bersenjata dengan Divisi Senopati. Dalam beragam konflik yang ada, Solo menjadi *wild west*. Peristiwa penculikan dan pembunuhan dokter Moewardi, tokoh GRR dan BB menjadi memicu konflik yang semakin membesar di Solo (Poeze,2011:120).

Sikap raja di Surakarta Hadiningrat yang ragu-ragu bergabung dengan Republik Indonesia berbenturan dengan membunyahnya gerakan sosial di Kota Solo yang bisa disebut revolusioner di kota ini. Bandingkan dengan Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat yang segera mengeluarkan dekrit bergabung dengan Republik Indonesia, Negeri Surakarta Hadiningrat tidak segera secara eksplisit menyatakan bergabung dengan Republik Indonesia. Gerakan anti swaparaja meletus di Kota Solo, sebagai akibat dari langkah politik raja di Kota Solo. Kewibawaan dua raja di Surakarta dengan segera merosot di mata rakyatnya. Ujungnya, Surakarta Hadiningrat kehilangan status keistimewaan.

Kembali ke Yogyakarta. Agresi militer II dilancarkan Belanda. 18 Desember 1948, pasukan payung Belanda mendarat di lapangan udara Maguwo yang terletak di bagian timur Yogyakarta. Pasukan Belanda yang lebih terlatih dengan mudah menduduki Maguwo. Perlawanan secara sporadis dilakukan pejuang Indonesia. Pasukan Belanda dengan cepat bergerak ke arah barat menuju pusat kota Yogyakarta.

Presiden Soekarno dan Wakil Presiden Muhammad Hatta ditangkap Belanda dan menjalani pengasingan. Secara militer Belanda telah menguasai Yogyakarta, ibukota Republik Indonesia. Namun demikian kemenangan militer ini tidak berarti jika Belanda tidak mendapatkan dukungan nyata dari warga Yogyakarta. Kunci sukses untuk mendapatkan dukungan rakyat Yogyakarta terletak pada sosok Sri Sultan Hamengku Buwono IX. Untuk itu, Belanda sejak awal sudah menyusun skenario politik untuk mengangkat Sri Sultan Hamengku Buwono IX sebagai Wali Negara. Bukan semata-mata sebagai Wali Negara Ngayogyakarta Hadiningrat yang meliputi Karesidenan Yogyakarta, namun juga mencakup Jawa Tengah dan Jawa Timur. Alih-alih menerima pinangan Belanda, Sri Sultan Hamengku Buwono IX menolak mendukung Belanda (Poor,2011:214).

Sikap Sri Sultan Hamengku Buwono IX ini mendatangkan simpati bagi rakyat Yogyakarta. Ketika Republik Indonesia masih muda, Sri Sultan Hamengku Buwono IX berani menyatakan dukungannya pada kemerdekaan Republik Indonesia, padahal di saat yang bersamaan beberapa penguasa feodal di beberapa wilayah eks jajahan Belanda lebih memilih sikap “aman” dengan lebih memilih mendukung Belanda dengan beragam sikap.

George Kahin melukiskan sebagai berikut, “...when the Dutch reach Djokja on Sunday morning December 19, there no welcome from the Sultan. He barred the palace gates and refused to see their local military commander, General Meijer, or Dutch Civilian authorities..” (Kahin dalam Poor,2011:214). Kemudian ketika panglima tentara Belanda, Letnan Jenderal Spoor, secara nekat mengendarai tank Stuart menuju pintu gerbang keraton sambil mengancam akan menerobos masuk, Sri Sultan Hamengku Buwono IX menyarankan agar dia turun dari tank dan berjalan kaki masuk ke dalam keraton. Letnan Jenderal Spoor merasa senang karena merasa diterima oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX, karena memang dia ingin membicarakan “kerja sama” berikut dengan segala kelengkapannya pada Sri Sultan Hamengku Buwono IX . Sri Sultan

Hamengku Buwono IX memakai baju surja berwarna kelam dan berkain batik. Dengan menggunakan Bahasa Belanda yang rapi. Sehingga tanpa terasa waktu sepuluh menit telah habis, oleh karena itu justru dipakai Sri Sultan Hamengku Buwono IX untuk meminta Belanda keluar dari Yogyakarta. Dengan kalimat tegas Sri Sultan Hamengku Buwono IX menyatakan, "...oleh karena kalian sama sekali tidak berhak tinggal di wilayah yang diwariskan nenek moyangku, Ngayogyakarta Hadiningrat." (Poor,2011:214).

Sosok Sri Sultan Hamengku Buwono IX ini pantas disebut sebagai Ksatria Mataram. Tenang, pendiam, pengayomi rakyatnya. Tapi juga tidak segan, berani mengambil keputusan, jika dinilai bisa membantu kesejahteraan rakyatnya (Poor,2011:215). Ketika Republik Indonesia masih berusia muda dan praktis sebenarnya bangkrut karena agresinya militer Belanda, Sri Sultan Hamengku Buwono IX pada awal Januari 1946 sudah menawarkan kepada pemerintahan Republik Indonesia untuk pindah ke Yogyakarta. Tawaran yang diiringi dengan dukungan Sri Sultan Hamengku Buwono IX dengan memberikan bantuan keuangan dan fasilitas kepada pemerintahan Republik Indonesia jika pindah ke Yogyakarta. Bantuan kepada pemerintahan Indonesia yang tengah masih sangat muda saat itu oleh Kasultanan Yogyakarta dan Kadipaten Paku Alaman merupakan bukti bagaimana kedua kerajaan Yogyakarta ini serius untuk bergabung dengan Indonesia.

Polemik keistimewaan Yogyakarta sesungguhnya wacana yang terus menjadi diskusi yang menarik dari jaman kejaman, paling terakhir adalah polemik keistimewaan beberapa tahun yang lalu, yang mampu menggerakkan massa Yogyakarta yang pro keistimewaan turun ke jalan. Tekanan terhadap pemerintah tersebut akhirnya melahirkan Undang-Undang No.13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Polemik keistimewaan pertama kali saat dua kerajaan di Yogyakarta menolak maklumat no.18 tahun 1946 yang menyatakan

Yogyakarta sebagai daerah biasa seperti daerah lainnya, tanpa embel-embel istimewa. Masalah tersebut selesai saat pemerintah mensahkan Undang-undang no.3 Tahun 1952 yang berisi penggabungan dua kerajaan yakni Kesultanan Yogyakarta dan Kadipaten Paku Alaman. Selain mengakui secara resmi penggabungan dua kerajaan di wilayah Yogyakarta tersebut, juga secara sah mengakui bahwa Yogyakarta sebagai wilayah istimewa yang otonom dengan kedudukan setingkat propinsi.

Permasalahan keistimewaan sempat muncul saat wafatnya Sri Sultan Hamengkubuwono IX pada tahun 1988. Mangkatnya Sri Sultan Hamengkubuwono IX pada saat itu tidak langsung kemudian mengangkat Sri Sultan Hamengkubowono X sebagai raja Yogyakarta sekaligus gubernur Yogyakarta. Malah sebaliknya, pemerintah pusat mengangkat Paku Alam VIII sebagai Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengangkatan Paku Alam VIII sempat menjadi pembicaraan hangat masyarakat Yogyakarta, apakah dengan pengangkatan Paku Alam VIII sebagai pejabat gubernur, maka berhubungan pula dengan status keistimewaan Yogyakarta? Isu tentang pencabutan keistimewaan sempat menjadi perbincangan hangat. Namun hal tersebut kemudian tidak terbukti, karena hingga wafatnya Paku Alam VIII pada tahun 1998 status keistimewaan Yogyakarta tidaklah dicabut.

Isu ketidak jelasan keistimewaan Yogyakarta sempat muncul kembali beberapa tahun kemudian. Isu tersebut bukan dihebuskan dari luar keraton, sebaliknya isu tersebut muncul dari keraton sendiri. Isu tentang kesimpangsiuran keistimewaan sempat muncul saat Sri Sultan Hamengkubuwono X tidak mau dicalonkan kembali menjadi Pejabat Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta. Peristiwa tersebut terjadi pada tahun 2008.

Pemerintah Yogyakarta bukan berarti tidak peduli dengan status keistimewaan Yogyakarta. Pada tahun 2002, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pernah mengajukan usul UU Keistimewaan Yogyakarta untuk mejalan aturan pasal 18 konstitusi (Lutfi dkk, 2009:137). Usul UU

keistimewaan ini merupakan respon dari disahkannya UU no. 18 tahun 2001 tentang otonomi khusus bagi Provinsi Daerah Istimewa Aceh sebagai Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam dan UU no.21 tahun 2001 tentang Otonomi Khusus bagi provinsi Papua. Sayang usul UU keistimewaan Yogyakarta tidak ditanggapi positif oleh pemerintah pusat, tidak seperti 2 wilayah sebelumnya yang langsung mendapat sikap positif dari pemerintah pusat.

C. Keistimewaan Yogyakarta dalam Iklan Politik Pemilu 2014

Pemilu 2014 adalah pemilu pertama yang berlangsung setelah keistimewaan diberikan pada Yogyakarta. Pemberian status keistimewaan pada Yogyakarta sendiri mengundang polemik yang berkepanjangan. Jika pada sekitar proklamasi kemerdekaan, status keistimewaan Yogyakarta nyaris tidak terbantahkan, maka perjalanan waktu membuat keistimewaan Yogyakarta dipersoalkan oleh pihak tertentu.

Untuk melihat persoalan keistimewaan Yogyakarta, kita bisa menoleh pada reformasi tahun 1998. Gerakan reformasi, dimana Sri Sultan Hamengku Buwono X menjadi salah satu motornya, tidak hanya berujung pada lengsernya Presiden Soeharto dan kekuasaan Orde Baru yang telah berkuasa selama 32 tahun. Wacana demokratisasi yang menyeruak seiring kejatuhan Orde Baru, menjadikan Undang-undang Dasar (UUD) 1945 tidak lagi seolah menjadi kitab suci yang tidak dapat diubah.

Amandemen terhadap UUD 1945, yang selama Orde Baru menjadi sesuatu yang tabu, terjadi di pasca tahun 1998 sebagai respon terhadap demokratisasi yang mengemuka. Menurut Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), UUD 1945 memiliki cacat bawaan, seperti minimnya muatan Hak Asasi Manusia (HAM), tiadanya *check and balance*, lemahnya *distribution of power* antara lembaga eksekutif dan legislatif, adanya *executive heavy*, dan kenyataan bahwa UUD 1945 tidak pernah mampu melahirkan pemerintahan yang demokratis (Subekti dalam Arifin,2013:5).

Amandemen terhadap konstitusi ini berimplikasi juga pada perubahan peraturan perundang-undangan yang berada di bawahnya, salah satunya adalah pemberlakuan UU No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang mengandung semangat bahwa tatanan pemerintahan daerah dan sistem birokrasi yang ada di Yogyakarta harus seragam dengan daerah lain, seperti peraturan tentang ketatapemerintahan pada propinsi lain (Darmawan,2010:6). Aturan ini secara jelas akan menghapus keberadaan keistimewaan yang melekat pada Yogyakarta sejak masa awal kemerdekaan Republik Indonesia.

Namun dalam perkembangannya, pemerintah kemudian mengeluarkan baru yaitu UU No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, dan sekaligus menyatakan bahwa undang-undang sebelumnya tidak berlaku kembali. Dengan demikian UU No. 22 tahun 1999 hanya berusia lima tahun. Peraturan perundang-undangan yang baru ini pada hakikatnya memberikan penguatan pada keistimewaan Yogyakarta, tetapi hanya akan mengatur keistimewaan Yogyakarta secara khusus seperti propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Aceh dan Papua. Undang-undang ini, walaupun memberikan penguatan pada keistimewaan Yogyakarta, namun tidak mendapat dukungan rakyat Yogyakarta. Penolakan terjadi di parlemen daerah maupun wacana yang berkembang di publik. Resistensi masyarakat Yogyakarta berlanjut hingga tahun 2007, pada saat pemerintahan Sri Sultan Hamengku Buwono X akan berakhir, sementara Undang-undang Keistimewaan Yogyakarta belum ada. Hingga akhirnya Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengeluarkan Keputusan Presiden untuk memperpanjang masa jabatan Sri Sultan Hamengku Buwono X sampai akhir 2011 (Arifin,2014:6).

Besarnya dukungan publik akhirnya membuat pemerintah pusat tidak berketik. Keistimewaan pada Yogyakarta akhirnya diberikan kepada propinsi ini melalui Undang-Undang No.13 Tahun 2012 tentang Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pemberian status keistimewaan pada Yogyakarta dimanfaatkan oleh para politisi yang bertarung dalam Pemilu 2014 dalam komunikasi politik yang mereka lakukan, terutama melalui media iklan luar ruang. Spanduk, baliho dan poster yang dipasang oleh para politisi banyak menggunakan jargon-jargon keistimewaan Yogyakarta untuk merebut hati rakyat Yogyakarta.

1. Dukungan “Semu” Partai Demokrat.

Partai Demokrat adalah partai pemenang Pemilu tahun 2009. Sosok Susilo Bambang Yudhoyono menjadi magnet partai ini dalam maraup dukungan pemilih. Jika pada Pemilu 2004, pemilu yang pertama bagi partai ini, Partai Demokrat belum menjadi partai pemenang dalam pemilu legislatif, maka dalam Pemilu 2009 perolehan suara Partai Demokrat melesat dan menjadi partai terbesar. Walaupun pada pemilu 2004 tidak berhasil menjadi partai pemenang dalam pemilu legislatif, partai ini berhasil mengantarkan Susilo Bambang Yudhoyono memenangkan perebutan kursi presiden dalam pemilu presiden secara langsung pertama di Indonesia. Pemilu 2009 menjadi puncak kesuksesan Partai Demokrat dengan menjadi partai terbesar dan sekaligus kembali Susilo Bambang Yudhoyono berhasil kembali menduduki kursi kepresidenan.

Sayangnya dalam periode kedua masa kepresidenan Susilo Bambang Yudhoyono, Partai Demokrat mengalami beragam persoalan. Kasus korupsi yang dilakukan kader-kader Partai Demokrat, seperti skandal Hambalang, menjadikan Partai Demokrat kehilangan pamornya. Dukungan pada Partai Demokrat kian menyusut. Selain itu tiadanya sosok yang sekuat Susilo Bambang Yudhoyono menjadikan partai ini bergantung pada sosoknya.

Di tingkat lokal Yogyakarta, Partai Demokrat mendapat sorotan karena sikap partai ini mengenai keistimewaan Yogyakarta. Di tingkat pusat, politisi Partai Demokrat cenderung menolak keistimewaan

Yogyakarta. Sementara di tingkat lokal, politisi Partai Demokrat yang duduk di kursi DPRD mencoba mengambil simpati publik dengan jargon “kursi untuk rakyat” dengan bersedia mundur jika keistimewaan Yogyakarta tidak disahkan.

Pemilu 2009 mengantarkan KRMT Roy Suryo Notodiprojo – yang biasa disebut Roy Suryo - dari Partai Demokrat sebagai caleg dengan perolehan suara terbanyak. Kariernya semakin menanjak ketika berada di Jakarta. Ketika Andi Alfian Malarangeng tersangkut kasus skandal Hambalang, Roy Suryo ditunjuk Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sebagai menteri pemuda dan olahraga menggantikan Andi Alfian Malarangeng. Dalam posisinya sebagai menteri pemuda dan olahraga (menpora), Roy Suryo kembali maju sebagai caleg Partai Demokrat untuk DPR pusat dengan no urut 1.

Memanfaatkan posisinya sebagai menpora, Roy Suryo memasang iklan layanan masyarakat. Pemasangan iklan layanan masyarakat Roy Suryo sendiri mengundang polemik, karena oleh Badan Pengawas Pemilu (Banwaslu) dianggap sebagai kampanye politik. Atas rekomendasi Banwaslu, Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD) Yogyakarta memerintahkan penurunan baliho iklan layanan masyarakat Roy Suryo yang dipasang di berbagai titik strategis, seperti yang banyak terpasang di Jalan Ring Road yang melingkari Yogyakarta.



Gambar 1. Iklan Roy Suryo yang mengangkat tema Sumpah Pemuda, namun ada visual 'Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa'. Jargon serupa muncul di iklan politiknya (foto : peneliti).

Pada aspek teks, analisis bentuk dan *content*, dimulai dengan menelaah teks yang ada dalam iklan ini. Pada iklannya Roy Suryo menampilkan warna merah putih pada latar iklan dan baju yang dipakainya. Penggunaan dan pemilihan warna merah putih ini jelas untuk memperlihatkan sisi nasionalisme yang hendak ditonjolkan dalam politik representasi iklan ini. Perpaduan warna merah dan putih telah dipilih bangsa Indonesia sebagai warna bendera nasional bangsa Indonesia. Alih-alih menggunakan jas, Roy Suryo memilih menggunakan kemeja berwarna merah putih dalam iklan politiknya. Posisinya sebagai menpora, agaknya ingin ditonjolkan dalam representasi yang memperlihatkan sisi generasi muda dengan memilih menggunakan kemeja bukan jas.

Dalam pemilihan bendera merah putih sebagai bagian dari makna keIndonesian merupakan hal yang menarik untuk dianalisa, terlebih lagi sosok Roy Suryo mempunyai latar belakang kompleks secara politik yakni

sebagai politikus sekaligus menteri dan bangsawan. Dalam konteks iklan tersebut di atas, Roy Suryo mencoba mereproduksi identitasnya. Roy Suryo mencoba mengolah identitasnya yang berbeda dari sebelumnya yang hanya sosok bagian dari Yogyakarta, atau hanya pakar telematika saja, dengan merubah definisi identitasnya sebagai politikus Partai Demokrat dan Menteri Pemuda dan Olahraga. Pemilihan bendera Merah Putih adalah bagian dari identitas Roy Suryo yang coba di reproduksi kembali. Hal ini cukup beralasan karena Roy Suryo mengalami semacam perpindahan struktur sosial (dari tingkat lokal ke nasional) yang memungkinkan mempengaruhi adaptasi dan pembentukan identitasnya.

Walaupun unsur wacana Jawa masih terlihat dalam iklan tersebut melalui pemilihan "*matur nuwun*" dan penulisan gelar kebangsawanan, namun ke Indonesiaan melalui latar belakang bendera Merah Putih dan pakaian yang dikenakan serta penggunaan bahasa Indonesia masih terasa dominan. Konteks pemilihan makna ke-Indonesia-annya yang lebih dominan daripada konteks ke-jawa-annya melalui bendera Merah Putih dan baju yang dipakai Roy Suryo menunjukkan penekanan identitasnya sebagai bagian dari bangsa Indonesia, dan bukan hanya bagian dari Yogyakarta. Konteks makna ke-Indonesia-an yang coba direproduksi oleh sosok Roy Suryo dalam iklannya adalah bentuk dari peneguhan identitasnya sebagai menteri sekaligus politikus level nasional.

Apa yang dilakukan oleh Roy Suryo dalam memilih latar bendera Merah Putih dan pemilihan baju berwarna merah putih, selain karena pesan iklan tersebut bertema Sumpah Pemuda juga ingin meneguhkan makna kebangsaan. Latar belakang menteri dan juga politikus nasional memperkuat sosok Roy Suryo dalam bangunan makna nasionalisme. Makna kebangsaan yang coba diangkat Roy Suryo juga bagian dari perubahan ruang yang telah menyebabkan perubahan dalam politik kebudayaannya. Roy Suryo sebagai menteri dan politikus nasional tentu saja tidak lagi hanya bagian dari bangsawan Jawa di Yogyakarta, namun telah menjadi bagian dari bangsa Indonesia. Perubahan identitas merupakan bagian dari adanya perubahan ruang atau mobilitas yang

terjadi. Karena perubahan ruang dan mobilitas tersebut mempengaruhi identitas melalui penggunaan simbol-simbol baru (Abdullah, 2006:42).

Naskah iklan Roy Suryo adalah sebagai berikut :

“Matur nuwun... Terima kasih Saya kepada Seluruh Masyarakat atas Dukungannya terhadap Rencana Penyelenggaraan 86th Hari Sumpah Pemuda di Daerah Istimewa Yogyakarta.”

Kalimat ini dilengkapi tanda tangan dan nama lengkapnya yaitu KRMT Roy Suryo Notodiprojo dan teks bergaya stempel bertuliskan “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa”.

Kata “matur nuwun”, yang menjadi pembuka dalam naskah iklan, adalah frase dalam Bahasa Jawa yang berarti terima kasih. Kalimat ini mengandung representasi bahwa Roy Suryo mendapatkan dukungan dari publik Yogyakarta. Pada naskah iklan, Roy Suryo menempatkan kata “Istimewa”. Penempatan kata ini diperkuat dengan teks ala visual stempel bertuliskan “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa”. Pengulangan kata “istimewa” memperlihatkan penonjolan pada isu keistimewaan Yogyakarta dalam iklan politik Roy Suryo.

Dalam konteks kebahasaan, pesan yang dipilih oleh Roy Suryo merupakan wacana politik dimana ciri khasnya adalah membujuk para pendengar/warga masyarakat untuk percaya pada validitas dari klaim-klaim si politisi (Jones dan Wareing, 2007:55). Pada iklan tersebut terlihat pemilihan pesan dengan ucapan terima kasih kepada seluruh warga Yogyakarta yang mendukung rencana penyelenggaraan hari Sumpah Pemuda ke-86 di Daerah Istimewa Yogyakarta dan tambahan “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa” dalam bentuk gaya stempel sebagai bagian untuk mendapat simpati masyarakat Yogyakarta. Apa yang dilakukan oleh Roy Suryo dalam konteks kebahasaan disebut dengan implikatur. Menurut Jason Jones dan Shan Wareing (2007:55);

implikatur adalah informasi tambahan yang bisa dideduksi dari sebuah informasi tertentu. Perasaan “wajar dan masuk akal” ini bisa ditumbuhkan kepada pendengar dengan cara menaruh

pendapat-pendapat dari pembicara/politisi dibalik informasi tanpa harus mengungkapkannya secara terang-terangan. Karenanya pendengar akan kesulitan untuk mengidentifikasi atau (kalau mau) menolak pandangan-pandangan yang dikemukakan dengan cara seperti itu. Implikatur bisa digunakan untuk membuat orang secara tidak sadar menerima begitu saja pendapat-pendapat yang sebenarnya masih bisa diperdebatkan lagi

Ucapan terima kasih dengan pendekatan iklan billboard, dan penambahan nama Roy Suryo dengan gelar kebangsawanan serta tambahan “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa”, bisa disebut sebagai bagian dari implikatur Roy Suryo, yakni memanfaatkan isu Sumpah Pemuda dan keistimewaan Yogyakarta sebagai bagian dari tujuan politiknya.

Visual teks bertuliskan “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa” juga berkaitan dengan latar belakang Roy Suryo yang juga mengklaim dirinya sebagai pakar telematika, yang sering menggunakan kata “Asli Tanpa Rekayasa” saat menganalisis rekaman video yang kontroversial, terutama yang melibatkan selebritis. Kata “asli tanpa rekayasa” menjadi bahasa yang sering ditulis oleh jurnalis di media massa terkait dengan sebuah kasus video atau foto yang kontroversial, terutama video atau foto kontroversial yang melibatkan para artis.

Dalam kasus video porno Ariel vs Cut Tari misalnya, news.liputan6.com pada tanggal 15 Juni 2010 jurnalis menuliskan “tanpa rekayasa” sebanyak 2 kali untuk pemberitaan yang melibatkan Roy Suryo sebagai nara sumbernya.

Liputan6.com, Jakarta: Pakar multimedia Roy Suryo mendatangi Bareskrim Polri, Selasa (15/6). Dia menyerahkan hasil telaah teknis atas video mesum mirip Ariel Peterpan, Luna Maya, dan Cut Tari yang beredar belakangan ini. Dari hasil uji teknis, video yang beredar **asli, tanpa rekayasa**.

Roy yang juga anggota DPR

Dalam UU ITE Pasal 5 Ayat 1 disebutkan bahwa semua bukti rekaman dan alat cetak menjadi alat bukti yang sah. Tapi tetap harus diuji dulu. Menurut Roy, dalam video ini ada beberapa

sekuen. Video pertama ada lima sekuen, sedangkan yang kedua 14 sekuen. Namun, semuanya **asli tanpa ada rekayasa**.(ULF)

(<http://news.liputan6.com/read/281737/roy-suryo-video-mesum-artis-asli>, akses 23 Agustus 2014)

Hal yang sama dalam kasus yang berbeda, jurnalis Tribun Jambi juga menggunakan kata “bukan rekayasa” dalam menulis beritanya tentang Roy Suryo yang menanggapi sebuah video kontroversial anggota DPR pada 28 April 2012;

TRIBUNJAMBI.COM - Anggota Komisi I DPR Roy Suryo melakukan analisis awal soal video porno yang diduga mirip anggota DPR. Kesimpulan awal, dari 8 potongan foto yang dia pegang, dipastikan foto itu **asli, bukan rekayasa**.

"Saya sudah lihat fotonya, tapi belum lihat videonya secara langsung. Tidak ada **rekayasa** dalam foto wanita itu. Sulit disangkal bahwa wanita yang ada dalam video tersebut bukan anggota DPR," kata Roy.

Hal tersebut

(<http://jambi.tribunnews.com/2012/04/28/roy-suryo-pastikan-video-porno-mirip-anggota-dpr-asli> akses tanggal 23 Agustus 2014)

Media massa sudah terlanjur mengindektikan diri Roy Suryo bagian dari ahli telematika yang sering mengatakan “aseli tanpa rekayasa” atau “hanya reyakasa” dan hal ini terus menjadi bagian dari wacana jurnalis untuk menulis sesuatu hal yang berkaitan dengan foto atau video yang kontroversial yang tengah diamati oleh Roy Suryo. “Aseli bukan rekayasa” inilah yang kemudian dimanfaatkan Roy Suryo untuk strategi mempopulerkan dirinya pada masyarakat Yogyakarta.

“Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa” juga menjadi representasi yang hendak ditonjolkan oleh Roy Suryo dengan seolah memberikan klaim bahwa keistimewaan Yogyakarta memang sesuatu yang sifatnya ‘asli’ tanpa ada rekayasa. Klaim yang sebenarnya berseberangan dengan sikap politisi Partai Demokrat di masa sebelumnya yang oleh publik dilihat melakukan rekayasa untuk menjegal keistimewaan Yogyakarta.

Dalam posisinya sebagai keluarga keraton, Roy Suryo menempatkan gelar kebangsawannya yaitu KRMT (Kanjeng Raden Mas Tumenggung) di depan namanya. Ini berbeda dengan politisi lain yang menjadi calon legislatif (caleg) yang umumnya menggunakan gelar kesarjanaan dan gelar keagamaan dalam iklan politiknya. Terlihat dari penggunaan gelar KRMT, Roy Suryo hendak melekatkan dirinya dengan keraton Yogyakarta. Artinya, pemilihan pemanfaatan gelar kebangsawanan ini hendak memposisikan dirinya sebagai bagian dari keistimewaan Yogyakarta. Penempatan gelar KRMT pada namanya merupakan bentuk internalisasi Roy Suryo sebagai bagian dari tokoh bangsawan Yogyakarta, sekaligus secara politis memperkuat wacana tentang keistimewaan.

Sebagai bagian dari bangsawan keturunan Kadipaten Paku Alaman, terlihat sekali bagaimana pembangunan wacana dirinya sebagai sosok keturunan dari tokoh atau kerajaan yang terlibat langsung saat Yogyakarta bergabung dengan Indonesia dan sebagai keturunan yang memperjuangkan keistimewaan Yogyakarta dari saat pertama kali bergabung dengan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Selain itu konteks identitas Jawa yang diperlihatkan melalui "*matur nuwun*" dengan ukuran besar dan penulisan gelar kebangsawanan. selain itu juga untuk mempertegas posisinya yang merupakan warga Yogyakarta dengan menunjukan identitas asalnya. Pemilihan kata "*Matur nuwun*" dan penulisan gelar kebangsawanan merujuk pada kepentingan untuk mendapatkan simpati masyarakat Yogyakarta. Identitas asal inilah yang coba dimanfaatkan oleh Roy Suryo untuk mendapatkan simpati masyarakat Yogyakarta sekaligus sebagai bagian dari Yogyakarta.

Dalam konteks pesan, iklan ini memperlihatkan bagaimana mobilitas ruang budaya menjadi hal yang biasa terjadi dalam masyarakat Indonesia, terlebih lagi pada ranah politik praktis. Masih hangat diingatan kita bagaimana seorang calon legislatif daerah pemilihan kota Gorontalo

yang mencoba memanfaatkan ketenaran anaknya yang seorang artis Ibukota pada ajang Pemilu tahun 2009.



Gambar 2: Seorang calon legislatif yang mencoba menggunakan ketenaran anaknya untuk mengangkat popularitas dirinya.

Pada baliho tersebut terlihat bagaimana seorang Rafflyn Lamusu mencoba memanfaatkan ruang identitas etnis dengan menuliskan "PUTRA ASLI KAMPUNG BUGIS", yang memperlihatkan konteks subkultur. Subkultur adalah suatu komunitas rasial, etnik, regional, ekonomi atau sosial yang memperlihatkan pola perilaku yang membedakannya dengan subkultur-subkultur lainnya dalam suatu budaya atau masyarakat yang melingkupi (Porter dan Samovar dalam Rakhmat dan Mulyana (ed), 1990:19). Namun disaat yang sama Rafflyn Lamusu juga memanfaatkan ruang makro dengan menuliskan dirinya yang seorang ayah dari Cynthia Lamusu. Penempatan tulisan serta visual Cynthia Lamusu bahwa ia merupakan ayah dari seorang artis ibukota seperti ingin memanfaatkan anaknya menjadi bagian dari kampanyenya.

Secara sepintas iklan baliho ini hampir sama dengan iklan milik Roy Suryo yang memanfaatkan ruang identitas budaya menjadi bagian tujuan pesan politiknya. Hanya saja pada kasus Rafflyn Lamusu terjadi paradok atau lebih tepatnya terkesan ambigu, dimana ruang identitas budaya yang dimanfaatkan terkesan rancu karena pesan yang tumpang tindih, Rafflyn Lamusu sebagai “putra asli kampung Bugis” sekaligus Rafflyn Lamusu sebagai “papanya Chintya Lamusu” yang artis ibukota. Pemilihan kedua pesan ini tidak melahirkan makna yang penting pada pesan politiknya. Ruang yang coba dimanfaatkan cenderung ahistoris dengan pemilihan pesan yang dipilih. Ahistoris yang dimaksud adalah Rafflyn Lamusu tidak memanfaatkan historis budayanya secara maksimal untuk menguatkan ruang identitasnya sebagai bagian dari etnis Bugis.

Inilah yang membedakan Roy Suryo dengan Rafflyn Lamusu. Roy Suryo memanfaatkan simbol-simbol atau makna-makna yang sifatnya historis dan dapat diterima oleh masyarakat Yogyakarta, yakni pesan yang menjelaskan bahwa ia bagian dari Yogyakarta dengan gelar kebangsawannya, serta pemakaian bahasa Jawa. Sedangkan Rafflyn Lamusu tidak menekankan makna yang sifatnya historis antara penggunaan makna identitas subkulturnya dan sebagai seorang ayah dari artis terkenal ibukota.

Disinilah cerdiknya Roy Suryo yang mencoba berdiri dalam ruang budaya yang berbeda namun dimanfaatkan dalam satu kepentingan yang sama. Membentuk pesan nasionalisme sebagai bagian dari makna kebangsaan sekaligus membawa pesan identitas etnisnya sebagai bagian dari budaya asal Roy Suryo serta dimanfaatkan untuk membangun wacana keistimewaan.



Gambar 3. Iklan politik Ismarindayani (istri Roy Suryo) yang mirip dengan iklan Roy Suryo, ada visual 'Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa'. Jargon serupa muncul di iklan Roy Suryo (foto : peneliti).

Iklan politik luar ruang yang banyak mengisi titik strategis di Yogyakarta dalam format baliho raksasa, selain iklan Roy Suryo, adalah iklan Ismarindayani yang tidak lain adalah istri Roy Suryo sendiri. Secara visual, iklan Ismarindayani mirip dengan iklan Roy Suryo, yaitu menggunakan latar belakang merah putih, dengan ditambahkan gambar Roy Suryo secara transparan. Kalimat iklannya lebih pendek yaitu *Nyuwun Pangestu Calon DPD RI Dapil DI Yogyakarta*. Sebagaimana juga iklan Roy Suryo ada teks ala stempel bertuliskan 'Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa'. Di bagian bawah ada no urut 9 dan nama Ismarindayani SH, MH, CN (Ririen Roy Suryo Notodiprojo).

Iklan ini, sebagaimana iklan Roy Suryo hendak menampilkan sosok Ismarindayani sebagai pihak yang memiliki andil dalam mendukung keistimewaan Yogyakarta dengan klaim 'Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa'. Yang menarik adalah Ismarindayani tidak menggunakan gelar kebangsawanan namun gelar akademik yaitu SH, MH, CN. Identifikasi kedekatannya dengan Partai Demokrat terlihat dari klaimnya sebagai istri Roy Suryo dan pakaian berwarna biru, warna yang identik dengan Partai Demokrat.

Desain visual yang mirip dengan iklan Roy Suryo memperlihatkan adanya kesamaan pesan yang diangkat, seperti pesan kebangsaan dan

keistimewaan. Seperti yang telah diulas diatas, walaupun mengangkat pesan kebangsaan dan keistimewaan, namun kekuatan pesan yang mencoba menginternalisasi masyarakat melalui pesan keistimewaan tidak sekuat suaminya Roy Suryo. Unsur-unsur Roy Suryo dalam iklannya bisa menjadikan pesan yang mampu menginternalisasi masyarakat Yogyakarta, terutama yang pro keistimewaan, seperti pemakaian bahasa Jawa dengan kata "*maturnuwun*", ucapan terima kasih yang khas wacana budaya Jawa yang *unggah-ungguh*, pemilihan kata "Yogyakarta Istimewa bukan Rekayasa", serta penambahan nama gelar kebangswanana KRMT.

Istri Roy Suryo, Ismarindayani mencoba melakukan hal yang sama dengan meniru *sekonyong-konyong* iklan yang dibuat oleh suaminya, dengan tidak lupa menyematkan "Yogyakarta Istimewa bukan Rekayasa", siluet Roy Suryo dan tambahan nama julukan "Ririen Roy Suryo Notodiprojo". Alih-alih mencoba mengambil simpatik masyarakat Yogyakarta dengan isu keistimewaan melalui slogan yang orisinal, Ririen Roy Suryo malah memilih untuk meniru pesan yang telah dibuat oleh Roy Suryo di iklannya.

Sebagai Calon DPD perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta tentu saja isu keistimewaan menjadi isu yang strategis, dan isu tersebut menjadi isu yang dipilih oleh Ririen Roy Suryo sebagai isu utama dalam kampanyenya. Isu keistimewaan terlihat secara gamblang dalam *tagline* bertuliskan "Yogyakarta Istimewa bukan Rekayasa". Walaupun *tagline* tersebut jelas-jelas meniru apa yang digunakan oleh suaminya Roy Suryo.

Seperti iklan billboard milik suaminya, keistimewaan menjadi hal yang penting dalam pesan iklannya. Seperti yang sudah ditulis di atas, yakni dengan menggunakan isu-isu keistimewaan dengan cara menempatkan unsur keistimewaan dalam iklan tersebut. Walaupun sepintas pendekatannya sama dengan iklan milik Roy Suryo, akan tetapi ada hal yang berbeda dari iklan milik Ririen ini, yakni pendekatan yang lebih "modern" atau "beradab" dibandingkan dengan iklan milik Roy Suryo yang lebih memilih menggunakan identitas tradisinya. Ririen lebih

memilih menggunakan gelar akademiknya sebagai simbol keterwakilan “peradaban” dan “modern”.

Memang tidak ada yang salah dengan apa yang dipilih oleh Ririen dalam penyampaian pesannya. Hanya saja jika mengacu pada isu keistimewaan, maka iklan yang dibuat oleh Ririen sebagai bagian kampanye DPD dengan isu keistimewaan tidaklah maksimal. Terutama dalam memanfaatkan ruang budaya sebagai bagian untuk mendapat simpati masyarakat Yogyakarta. Ririen hanya memanfaatkan simbol kultural seperti pemilihan bahasa Jawa dan pemilihan busana yang dipakai yang sifatnya sangat kognitif. Pendekatan iklan yang persuasif mungkin tidaklah cukup, terlebih lagi isu keistimewaan adalah isu yang sensitif bagi rakyat Yogyakarta, dan lagi Partai Demokrat tengah menjadi sorotan masyarakat Yogyakarta yang menjadi biang keladi *geger* status keistimewaan Yogyakarta.

Pada dasarnya penting pada iklan Ririen Roy Suryo untuk tidak hanya memanfaatkan alasan bahasa untuk menarik simpati masyarakat Yogyakarta. Lebih dari itu, jika terkait dengan mengangkat isu keistimewaan, maka pendekatan wacana identitas budaya yang sifatnya historis menjadi hal yang wajib untuk digarap. Maka pendekatan tradisi menjadi hal yang wajib untuk diterapkan.

Seperti iklan billboard milik Roy Suryo, penempatan gelar menjadi bagian pendekatan tradisi yang strategis untuk mendapat simpati masyarakat. Dalam artian sempit, tradisi adalah kumpulan benda material dan gagasan yang diberi makna khusus yang berasal dari masa lalu (Sztompka, 1993: 71).

Tradisi lahir dari dua cara, yang pertama muncul dari bawah melalui mekanisme kemunculan secara spontan dan tak diharapkan serta melibatkan rakyat banyak. Sedangkan yang kedua tradisi muncul dari atas, melalui mekanisme paksaan. Sesuatu yang dianggap sebagai tradisi dipilih dan dijadikan perhatian umum atau paksaan oleh individu yang berpengaruh atau berkuasa (Sztompka, 1993: 71-72). Dalam iklan

billboard, Roy Suryo mencoba menerapkan wacana kekuasaan tradisi dalam dirinya melalui pemilihan bahasa dan gelar kebangsawanan yang dipakai.

Disinilah perbedaan yang mencolok dalam pemanfaatan wacana keistimewaan yang digunakan oleh Roy Suryo dan istrinya Ismarindayani atau Ririen Roy Suryo. Pemanfaatan bahasa Jawa dengan penggunaan busana Jawa tidak kuat membentuk kekuasaan akan wacana keistimewaan (walaupun Ririen istri dari seorang bangsawan), terlebih lagi ditambah dengan “nilai” yang kontradiktif dengan memilih memakai gelar akademik yang akhirnya merujuk pada membangun wacana beradaban modern (yang sifatnya maju) yang bertolak belakang dengan wacana tradisi (yang sifatnya mundur).



Gambar 4. Iklan politik GKR Hemas yang juga memakai isu keistimewaan sebagai jargon (foto : peneliti).

Gambar di atas adalah iklan spanduk milik GKR Hemas yang sama-sama berkompetisi di DPD. Dalam iklan GKR Hemas yang merupakan istri dari Sri Sultan Hamengkubuwono X lebih eksplisit memperlihatkan nilai-nilai tradisi, pelanggaran mitos dan ideologi.

GKR Hemas sepertinya sadar, bahwa isu yang harus diangkat adalah keistimewaan Yogyakarta dan dalam iklannya GKR Hemas memosisikan dirinya sebagai seorang ratu dari kerajaan Yogyakarta yang mengayomi rakyatnya.

Tradisi (yang berlaku mundur) menjadi hal yang penting sebagai sebuah isu, dengan memanfaatkan *geger* keistimewaan beberapa tahun yang lalu. Tradisi menyediakan fragmen historis yang dipandang bermanfaat. Jika melihat iklan GKR Hemas, GKR Hemas memanfaatkan fragmen historis monarki dan keteladanan pemimpin atau penguasa dalam mengayomi rakyatnya dengan menarasikannya melalui visual iklannya. Tradisi juga membuat semacam tatacara yang sifatnya turun termurun, dimana rakyat sebagai pelaku harus menerapkannya. Konsep tatacara sering muncul bukan dari bawah, namun dari atas, seperti gambaran menurut Pemberton tentang apa itu tatacara. *cara* yang dilakukan awal oleh keraton Jawa adalah *cara* berpakaian. Dari cara berpakaian yang berbeda secara mencolok akan membedakan antara orang Belanda dan Jawa. Selanjutnya perilakupun kemudian di *tata*, dan *tata* itupun terpusat pada keraton. Praktik-praktik desa kemudian ditarik ke dalam satu struktur ideal perilaku kebiasaan yang secara sistematis menata praktik-praktik tersebut sebagai “adat” (Pemberton, 2003: 185). Pemberton kemudian menyebutnya sebagai *tatacara*.

Pemberton menjelaskan lebih lanjut, melalui konstruk tatacara, maka sejumlah besar praktik-praktik kebiasaan ditabulasikan bukan saja sebagai benar atau tidak benar, pantas atau tidak pantas, tetapi disusun sebagai versi dan variasi di dalam suatu struktur adat yang sangat memusat (Pemberton, 2003: 185).

Konsep kekuasaan budaya yang sentralistik membuat proses tradisi juga dikendalikan oleh pihak keraton. Namun walaupun seringkali masyarakat tidak puas dengan tradisi mereka, namun masyarakat tidak bisa hidup tanpa tradisi (Shils, 1981:322) dalam ((Sztompka, 1993: 74), karena tradisi seringkali menjadi landasan hidup, pandangan hidup, keyakinan, dan menjadi bagian dari aturan hidup. Begitu juga tradisi

bagian dari identitas kolektif yang meyakinkan, memperkuat loyalitas primordial terhadap bangsa, komunitas maupun kelompok ((Sztompka, 1993: 75).

GKR Hemas memanfaatkan kekuasaan budayanya untuk membangun kepercayaan masyarakat agar memilihnya. Disisi lain, masyarakat Yogyakarta, terutama dari kalangan tradisinal memiliki hubungan emosi yang kuat dengan kekuasaan Keraton, bukan hanya secara politik, namun juga tradisi, keyakinan dan sebagainya.

Inilah yang membedakan konsep kampanye berdasar isu keistimewaan antara Ririen Roy Suryo dan GKR Hemas. Ririen Roy Suryo tidak mengemas wacana budaya dengan baik untuk membawa simpati masyarakat memilihnya. Berbeda dengan GKR Hemas yang memanfaatkan kekuasaan budayanya untuk mendapatkan simpati masyarakat Yogyakarta.

2. Sikap Politik Partai Demokrat dan Pertarungan Wacana Keistimewaan

Jika dalam iklan politik yang digunakan oleh politisi Partai Demokrat terlihat adanya usaha untuk menonjolkan peran mereka dalam keistimewaan Yogyakarta, tidak demikian dengan wacana yang berkembang. Dengan ditelaah dalam wacana yang berkembang dalam polemik keistimewaan Yogyakarta, Partai Demokrat tidaklah memiliki sikap yang jelas untuk mendukung keistimewaan Yogyakarta sebagaimana yang diinginkan masyarakat Yogyakarta. Dalam praktek wacana, Partai Demokrat memiliki sikap yang dianggap ambigu dan ragu-ragu, bahkan cenderung menolak keistimewaan Yogyakarta.

Sikap Partai Demokrat di tingkat pusat bisa dibaca dalam berita berjudul Demokrat Kukuh Gubernur DIY Dipilih yang dilansir portal berita Vivanews berikut ini :

Fraksi Partai Demokrat di DPR sudah berembung secara internal untuk menyikapi suksesi kursi Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Fraksi terbesar di parlemen itu resmi mengusulkan agar Gubernur DIY ditentukan lewat pemilihan langsung oleh rakyat melalui pemilihan kepala daerah (pilkada). "Sudah kami bicarakan di internal fraksi. Harus ada mekanisme pembatasan periodisasi yang jelas terkait masa jabatan gubernur. Sultan Yogya tidak bisa otomatis menjadi gubernur seumur hidup," kata anggota Komisi II Bidang Pemerintahan DPR dari Fraksi Demokrat, Khatibul Umam Wiranu, kepada *VIVAnews.com*. Pada pembahasan RUU Keistimewaan Yogyakarta periode 2004-2009 lalu di DPR, Demokrat juga kukuh pada sikap yang sama, bertentangan dengan sikap fraksi-fraksi lain yang menyepakati mekanisme penentuan Gubernur DIY lewat mekanisme penetapan. Dengan demikian, tidak ada yang berubah dengan sikap Demokrat. Sikap ini berbeda dengan pernyataan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang menyebut, Raja Yogya, Sri Sultan Hamengku Buwono X masih tetap yang terbaik dan paling tepat untuk memimpin Yogyakarta. SBY selaku Ketua Dewan Pembina Partai Demokrat, juga meyakinkan akan mengalirkan pandangannya itu kepada partai. "Tapi masak seorang Gubernur tidak dipilih oleh rakyatnya? Lantas kalau masa jabatannya seumur hidup, bagaimana nanti kalau dia sudah tua," kata Umam. "Acuannya tetap harus suara mayoritas rakyat," ujarnya lagi. Umam menegaskan, pandangan Demokrat sangat rasional dan logis. Oleh karenanya, ia tidak khawatir dengan pihak-pihak yang menyuarakan tuntutan referendum Yogyakarta. Menurutnya, itu hanyalah sikap dari sekelompok kecil yang emosional saja. "Masyarakat Yogya tidak hanya mereka yang anti-pemilihan. Ada juga kok rasional seperti kalangan kampus," tutur Umam. Ia juga optimis perbedaan sikap Demokrat itu dapat dibahas dengan baik di parlemen bersama fraksi-fraksi lain. "Semua masih bisa berubah," tandas Umam (<http://politik.news.viva.co.id/news/read/192318-demokrat-minta-gubernur-diy-dipilih>, akses 9 Agustus 2014)

Dalam berita tersebut di atas Partai Demokrat melalui elit politiknya, Khatibul Umam Wiranu yang berada di Fraksi Partai Demokrat DPR RI menyatakan ketidaksetujuannya dengan mekanisme penetapan gubernur di Yogyakarta dalam kerangka keistimewaan Yogyakarta. Sikap yang disebutkan berbeda dengan fraksi-fraksi lain yang menghendaki mekanisme penetapan. Pilihan Partai Demokrat adalah mekanisme pemilihan untuk memilih gubernur Yogyakarta. Klaim yang diberikan oleh politisi Partai Demokrat adalah bahwa gubernur harus dipilih oleh rakyat. Mekanisme gubernur harus dipilih oleh rakyat ini, menurut Partai Demokrat, adalah dengan mekanisme pemilihan. Pendapat Partai Demokrat diperkuat dengan ucapan politisi Partai Demokrat yang menyebutkan bahwa masyarakat Yogyakarta tidak hanya yang anti-pemilihan. Pemilihan kata “anti-pemilihan” menarik untuk diuraikan sebagai pemilihan kata yang bernuansa negatif kepada kubu yang “pro-penetapan”. Alih-alih menggunakan kata “pro-penetapan”, Partai Demokrat justru lebih memilih kata “anti-pemilihan”. Kata “anti” memperlihatkan posisi yang negatif konotasinya. Dengan demikian, Partai Demokrat memosisikan masyarakat Yogyakarta yang memilih penetapan dalam posisi negatif. Dalam struktur oposisi biner (*binary opposition*), “anti-pemilihan” adalah oposisi biner dari “pro-pemilihan”.

Wacana ini tentu berseberangan dengan iklan politik Roy Suryo dan Ismarindayani yang mengklaim “Jogja Istimewa Asli Tanpa Rekayasa”. Jika kedua politisi ini mengklaim tentang keistimewaan Yogyakarta adalah tanpa rekayasa, agaknya tidak demikian dengan proses yang terjadi atas keistimewaan Yogyakarta. Partai Demokrat terlihat melakukan rekayasa, baik dengan langkah politik di gedung parlemen maupun dengan tindakan wacana yang dilakukan oleh politisi Partai Demokrat. Pemilihan kata “anti-pemilihan” sebagaimana yang dilakukan oleh politisi Partai Demokrat ketika polemik keistimewaan Yogyakarta bisa dirujuk sebagai tindakan rekayasa wacana untuk mengeksklusikan para pendukung keistimewaan Yogyakarta.

Rekayasa wacana yang dilakukan Partai Demokrat juga terlihat dari ucapan, Khotibul Umam Wiranu dalam berita di Vivanews yang menyebutkan bahwa ada juga masyarakat Yogyakarta yang rasional yang disebutnya tidak menjadi bagian dari anti-pemilihan. Pemilihan kata “rasional” yang merujuk pada kelompok masyarakat Yogyakarta yang pro-pemilihan memperlihatkan adanya klaim dari Partai Demokrat bahwa pemilihan gubernur Yogyakarta adalah sesuatu yang rasional alias masuk akal. Walaupun tidak menyebut secara langsung, pendapat politisi Partai Demokrat ini juga berarti bahwa, masyarakat Yogyakarta yang menyetujui penetapan adalah pihak yang tidak rasional.

Dalam kutipan tidak langsung terdapat kalimat *Umam menegaskan, pandangan Demokrat sangat rasional dan logis*. Kutipan tidak langsung ini menelorkan wacana bahwa pandangannya yang disampaikan adalah sikap yang mewakili suara partai dengan menyebut kata “pandangan Demokrat”. Frase ini mengimplikasikan wacana bahwa sikap dari politisi Partai Demokrat ini adalah sikap dari Partai Demokrat secara keseluruhan, bukan sikap individu dari Partai Demokrat maupun sikap Fraksi Partai Demokrat di DPR.

Partai Demokrat menekankan wacana bahwa pemilihan gubernur di Yogyakarta sebagai pilihan yang “sangat rasional” dan “logis”. Wacana ini memberikan implikasi bahwa pihak yang tidak mendukung pemilihan gubernur, yang dalam bahasa Partai Demokrat disebut sebagai anti-pemilihan, sebagai pihak yang sangat tidak rasional dan tidak logis.

Semakin jelas di sini, bahwa dalam struktur kognisi sosial yang terjadi selama polemik keistimewaan Yogyakarta, Partai Demokrat melakukan rekayasa wacana untuk menyudutkan para pendukung keistimewaan Yogyakarta dengan klaim “anti-pemilihan” bagi pendukung keistimewaan dan “rasional” bagi pendukung pemilihan gubernur Yogyakarta.

Untuk memperkuat sikap Partai Demokrat, disebutkan pula bahwa bagian dari kelompok masyarakat yang mendukung pemilihan adalah

kalangan kampus. Klaim ini memperlihatkan adanya usaha Partai Demokrat untuk menginklusikan kampus sebagai bagian dari komunitas akademik yang memiliki otoritas di wilayah akademik. Penyebutan ini tentu ber

Tabel 1. Oposisi Biner yang Diwacanakan Partai Demokrat dalam Polemik Keistimewaan Yogyakarta

Pendukung Penetapan	Pendukung Pemilihan
Anti-pemilihan	Pro-pemilihan
Tidak rasional	Rasional
Tidak logis	Logis

Dalam berita lain berjudul “Demokrat Tegaskan Seiring Pemerintah :Minta Aspirasi Hening Warga Jogja juga Didengarkan”, bisa ditemui sikap ketua umum Partai Demokrat yang mendukung pemilihan gubernur Yogyakarta sebagai berikut :

Sikap DPP Partai Demokrat, terkait masalah keistimewaan Jogjakarta, masih tetap konsisten hingga saat ini. Gubernur Jogjakarta tetap harus dipilih secara demokratis. Ketua Umum DPP Partai Demokrat Anas Urbaningrum menyatakan, sebagai partai utama pendukung pemerintah, pihaknya akan tetap selaras dengan sikap pemerintah. "Sebagai partai pendukung pemerintah, saya rasa jenis kelaminnya sudah jelas," ujar Anas, usai makan siang di warteg di depan Masjid Sunda Kelapa, Jakarta, kemarin (19/12).

Meski begitu, dia memastikan, akan tetap mendengarkan aspirasi masyarakat Jogjakarta terkait hal tersebut. Baik, yang disampaikan secara terbuka melalui aksi dan pernyataan sikap, maupun aspirasi yang tidak disampaikan dengan cara hening. "Yang hening ini juga harus dilihat, sehingga aspirasi yang akan

kami rumuskan nanti jadi lengkap," tandas mantan anggota KPU tersebut.

Sebelumnya, saat sidang paripurna DPRD Jogjakarta pada 13 Desember 2010 lalu, Demokrat Jogjakarta memiliki sikap yang mengambang. Meski tidak menyatakan mendukung model penetapan terhadap gubernur, namun mereka berharap Sri Sultan dan Paku Alam menjadi gubernur dan wakil gubernur seumur hidup.

Jika disimak dengan seksama, dalam berita tersebut terlihat bahwa Partai Demokrat mengambil sikap yang sejalan dengan pemerintah yang mendukung pemilihan gubernur Yogyakarta, dengan alasan bahwa Partai Demokrat adalah partai pendukung pemerintah. Sebagaimana dalam berita di Vivanews, Partai Demokrat melakukan rekayasa wacana dengan menyebut bahwa mereka memperhatikan aspirasi yang disampaikan oleh masyarakat baik secara terbuka melalui aksi dan pernyataan sikap, maupun aspirasi yang tidak disampaikan dengan cara hening. Dalam sebuah pernyataan yang dikutip langsung dalam berita ini, Anas Urbaningrum menyebutkan sebagai berikut : "Yang hening ini juga harus dilihat, sehingga aspirasi yang akan kami rumuskan nanti jadi lengkap". Pernyataan ini mengindikasikan bahwa Partai Demokrat justru lebih memberi penekanan perhatian pada kelompok pro-pemilihan yang selama polemik keistimewaan Yogyakarta memang cenderung kalah bersuara. Sikap lugas Partai Demokrat yang mendukung pemilihan gubernur ini terlihat jelas berseberangan dengan arus utama yang berkembang dalam wacana mengenai keistimewaan Yogyakarta yaitu penetapan gubernur.

Di tingkat lokal, politisi Partai Demokrat terlihat kebingungan dengan manuver politik, beserta wacana yang disuarakan elit politiknya di tingkat pusat. Politisi Partai Demokrat di tingkat DPRD Propinsi DIY awalnya sikapnya mengambang sebagaimana yang bisa dilacak dalam berita tersebut. Sikap ambigu Partai Demokrat menjadikan Partai

Demokrat semakin kehilangan dukungan publik di Yogyakarta. Pada perkembangannya, politisi Partai Demokrat di tingkat lokal mendukung keistimewaan Yogyakarta, sebagaimana yang akhirnya dilakukan elit Partai Demokrat di tingkat pusat, namun langkah politik dan rekayasa wacana yang dilakukan oleh politisi Partai Demokrat selama proses perdebatan tentang keistimewaan Yogyakarta telah mengikis popularitas Partai Demokrat di Yogyakarta.

Dalam iklan politiknya, Roy Suryo dan Ismarindayani, mengklaim bahwa keistimewaan Yogyakarta adalah sesuatu “asli”, bagi publik di Yogyakarta klaim ini tidak bisa diterima. Keduanya akhirnya terpengaruh dari perebutan kursi ke senayan.

Sebagai sebuah teks yang tidak bisa dipisahkan dengan struktur sosial, iklan Roy Suryo mengundang polemik karena memanfaatkan posisinya sebagai menteri pemuda dan olahraga. Berita di Okezone berjudul *Nampang di Baliho, Roy Suryo 'Disempřit' Bawaslu DIY* yang dilansir tanggal 13 Maret 2014 ini bisa memperlihatkan bagaimana polemik yang muncul.

Sebagai pejabat negara, Roy dinilai tidak memberi contoh yang baik terkait dipajangnya baliho besar bergambar dirinya. Terlebih, Roy merupakan salah satu peserta calon legislatif pusat (DPR RI) dapil DIY dari Partai Demokrat. "Kami sudah beri teguran secara langsung, tapi masih ada baliho terpasang. Harusnya kan bisa memberi contoh yang baik, sekelas menteri loh," sindir Sri R Werdiningsih, Kamis (13/3/2014). Meski banyak Baliho sudah diganti iklan layanan masyarakat, namun baliho bergambar Roy Suryo itu dinilai melanggar aturan, sehingga harus segera diturunkan. "Kalau melanggar ya seharusnya segera diturunkan," katanya.

(<http://jogja.okezone.com/read/2014/03/13/510/954700/nampang-di-baliho-roy-suryo-disempřit-bawaslu-diy/large> tanggal akses 10 Agustus 2014).

Sri R Werdiningsih yang menjadi sumber berita tersebut adalah Komisioner Bidang Penindakan dan Pelanggaran Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) DIY. Pernyataan yang disebutkan oleh Sri R Werdiningsih ini memberikan tamparan keras bagi Roy Suryo yang memasang baliho dalam ukuran besar di berbagai titik strategis di Yogyakarta. Alih-alih mendapat simpati publik, iklan yang diklaim oleh pemasangnya sebagai iklan layanan masyarakat justru mengundang kritik dari panitia pelaksana pemilu di Yogyakarta.

Kritik Komisioner Bidang Penindakan dan Pelanggaran Badan Pengawas Pemilu DIY ini kontradiksi dengan isi iklan Roy Suryo yang hendak mengklaim adanya dukungan publik Yogyakarta terhadap kegiatan yang dilakukan oleh kementerian yang dipimpinnya. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam analisis teks pada bagian sebelumnya, iklan tersebut berusaha menggiring opini publik bahwa pemasang iklannya memiliki keberpihakan pada keistimewaan Yogyakarta dan sekaligus kepeduliannya pada masyarakat Yogyakarta dengan ucapan “matur nuwun” yang dipasang besar-besaran.

Jika meruntut pada peraturan pelaksanaan Pemilu, tindakan Roy Suryo dengan iklan “layanan masyarakat” yang dipasangnya dalam kapasitas sebagai menteri pemuda dan olah raga jelas menabrak Peraturan KPU No 15 Tahun 2013. Dalam pasal 59 (a) disebutkan bahwa, setiap pejabat negara, pimpinan, atau anggota legislatif yang mencalonkan diri sebagai calon legislatif, tidak boleh menjadi pemeran iklan layanan masyarakat dalam institusinya, baik melalui media massa cetak, elektronik, maupun media luar ruang.

Bab 5. Kesimpulan

Berdasar pada pembahasan dalam bab sebelumnya, didapat kesimpulan sebagai berikut;

Bahwa keistimewaan menjadi isu yang sangat populer dalam kampanye legislatif 2014 lampau. Beberapa calon legislatif menggunakan isu keistimewaan Yogyakarta sebagai strategi kampanyenya.

Iklan luar ruang Roy Suryo dan istrinya Ismarindayani menggunakan isu keistimewaan sebagai bagian dari strategi kampanyenya. Dilihat dari konteks wacana, isu keistimewaan dalam iklan luar ruang Roy Suryo secara jelas terlihat dalam teks bahasa Jawa serta tulisan berbentuk stempel bertuliskan “Jogja Istimewa Aseli Tanpa Rekayasa”.

Secara kontekstual Roy Suryo menggunakan beberapa elemen penting dalam membangun wacana keistimewaan, pertama, yakni menggunakan pendekatan populer, yakni melalui slogan *tanpa rekayasa* yang identik dengan Roy Suryo yang awalnya lebih dikenal sebagai pakar telematika dengan penambahan “*Yogyakarta Istimewa Aseli Tanpa Rekayasa*”. Kedua, wacana keistimewaan dibuat dengan memanfaatkan identitas cultural dan wacana tradisi untuk menciptakan internalisasi terhadap warga masyarakat Yogyakarta, seperti penggunaan gelar kebangsawanan “KRMT” di depan nama Roy Suryo Notodiprojo. Penggunaan gelar kebangsawanannya penting untuk menyampaikan pesan kekuasaan kultural dan politik kebudayaan, dimana Roy Suryo sebagai bagian dari Kadipaten Paku Alaman, dimana pihak Kadipaten Paku Alaman adalah pihak yang juga mengajukan status keistimewaan pada wilayah Yogyakarta paska proklamasi Republik Indonesia tahun 1945. Ketiga, Roy Suryo menggunakan ruang budaya yang dimanfaatkan sebagai bagian untuk menjelaskan kekuasaannya pada level nasional, sekaligus memperkuat kekuasaan lokalnya dengan memanfaatkan warisan historis budayanya.

Walaupun sama-sama menggunakan isu keistimewaan, Ismarindayani mencoba meniru iklan yang dibuat oleh suaminya sendiri Roy Suryo. Teks yang nampak tentang keistimewaan tergambarkan dalam pemilihan bahasa Jawa untuk kata “*nyuwun pangestu*” sebagai bagian identitas keJawaan dan tulisan berbentuk stempel yang bertuliskan “Yogyakarta Istimewa Aseli Tanpa

Rekayasa” yang persis seperti dalam iklan milik Roy Suryo. Sayangnya Ismarindayani tidak mencoba membangun interlalisasi dengan masyarakat Yogyakarta, alih-alih membangun identitas budaya yang lebih kuat, Ismarindayani lebih memilih menempatkan teks wacana peradaban modern melalui gelar akademiknya, daripada memilih pesan wacana tradisi untuk mengikat dirinya sebagai bagian dari identitas masyarakat Yogyakarta.

Pada dasarnya wacana keistimewaan pada iklan luar ruang pada gelaran kampanye pemilu legislatif 2014 lebih banyak didasarkan pada konteks kekuatan historis melalui dua kekuatan besar di Yogyakarta yakni Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat dan Kadipaten Paku Alaman yang pada masa revolusi kemerdekaan RI menuntut hak keistimewaan. Serta sekaligus juga menekankan bahwa keistimewaan juga merupakan bagian dari identitas kolektif masyarakat terhadap sistem monarki serta tradisi budaya di Yogyakarta.

Wacana keistimewaan yang dibuat dalam kampanye legislatif 2014 di Yogyakarta, khususnya iklan luar ruang milik Roy Suryo dan Ismarindayani yang berafiliasi dengan Partai Demokrat merupakan tindakan yang kontraproduktif dengan apa yang dilakukan partainya yang ragu-ragu atau bahkan cenderung menolak keistimewaan Yogyakarta. Berbeda dengan Roy Suryo dan Ismarindayani yang dengan tegas mendukung keistimewaan, Partai Demokrat yang juga bagian dari kendaraan politik Roy Suryo dalam beberapa media memilih menggunakan wacana yang mendukung penetapan sebagai masyarakat yang irasional dan tidak logis, sedangkan yang pro pemilihan disebut sebagai masyarakat yang rasional dan logis.

Daftar Pustaka

- Arifin, Kamil Alfi (2014). *Gegar Keistimewaan Jogja : Politik Pertarungan Wacana dalam Iklan Luar Ruang*. Yogyakarta, Ladang Kata
- Abdullah, Irwan, Prof, Dr, 2006, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Burton, Graeme (2000). *Talking Television : An Introduction to the Study of Television*. London, Arnold.
- Croteau, David dan Hoynes, William (2000). *Media / Society : Industries, Images and Audience 2nd Edition*. London, Pine Forge Press
- Darmawan, Adhi (2010). *Jogja Bergerak : Diskursus Keistimewaan DIY dalam Ruang Publik*. Yogyakarta, Kepel Press
- Eriyanto, 2001, *Analisis Wacana*, Yogyakarta, LKiS.
- Griffin, EM (2000). *A First Look at Communication Theory, 4th Edition*. Boston, McGraw Hill.
- Gudykunst, William B, (ed), 2003, *Cross Cultural and Intercultural Communication*, US, SAGE Publications.
- Hall, Stuart (1997). *The Work of Representation*, dalam Hall, Stuart [ed] (1997). *Representation, Cultural Representation and Signifying Practices*. London, Sage Publications.
- Kellner, Douglas (1995). *Media Culture : Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London, Routledge.
- Littlejohn, Stephen W, and Foss Karen A, 2009. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, (diterjemahkan oleh Muhammad Yusuf Hamdan), Jakarta, Penerbit Salemba Humanika dan Cengage Learning.
- Mulyana, Dedy dan Rakhmat, Jalaluddin M.Sc (eds), 1990, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung, ROSDA.
- Pemberton, John, 2003, (diterjemahkan oleh Hartono Hadikusumo) *Jawa : On the Subject of Java*, Yogyakarta, Mata Bangsa.
- Pour, Julius (2010). *Doorstoot Naar Djogkja : Pertikaian Pemimpin Sipil – Militer*. Jakarta, Penerbit Kompas
- Sztompka, Piotr, 1993, *Sosiologi Perubahan Sosial*, (diterjemahkan oleh Alimandan), Jakarta, Prenada.

Titscher, Stefan, dkk (penerjemah Gazali dkk) (2009), *Metode Analisis Teks, dan Wacana*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Thomas, Linda & Wareing, San, 2007, (diterjemahkan oleh Sunoto dkk), *Bahasa, Masyarakat, dan Kekuasaan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Woodward, Kathryn, 1997, *Identity and Difference*, London, SAGE

----, *Demokrat Kukuh Gubernur DIY Dipilih*, dalam <http://politik.news.viva.co.id/news/read/192318-demokrat-minta-gubernur-diy-dipilih>, akses 9 Agustus 2014

----, *Nampang di Baliho, Roy Suryo 'Disemprit' Bawaslu DIY*, dalam dalamjogja.okezone.com/read/2014/03/13/510/954700/nampang-di-baliho-roy-suryo-disemprit-bawaslu-diy/large tanggal akses 10 Agustus 2014).

----, *Demokrat Tegaskan Seiring Pemerintah : Minta Aspirasi Hening Warga Jogja juga Didengarkan*, dalam http://www.jpnn.com/read/2010/12/20/80006//*# akses 9 Agustus 2014

---, *Roy Suryo: Video Mesum Artis Asli* <http://news.liputan6.com/read/281737/roy-suryo-video-mesum-artis-asli>, akses 23 Agustus 2014

---, *Roy Suryo Pastikan Video Porno Mirip Anggota DPR Asli* <http://jambi.tribunnews.com/2012/04/28/roy-suryo-pastikan-video-porno-mirip-anggota-dpr-asli> akses tanggal 23 Agustus 2014